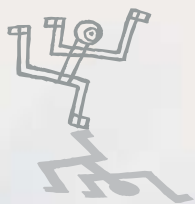
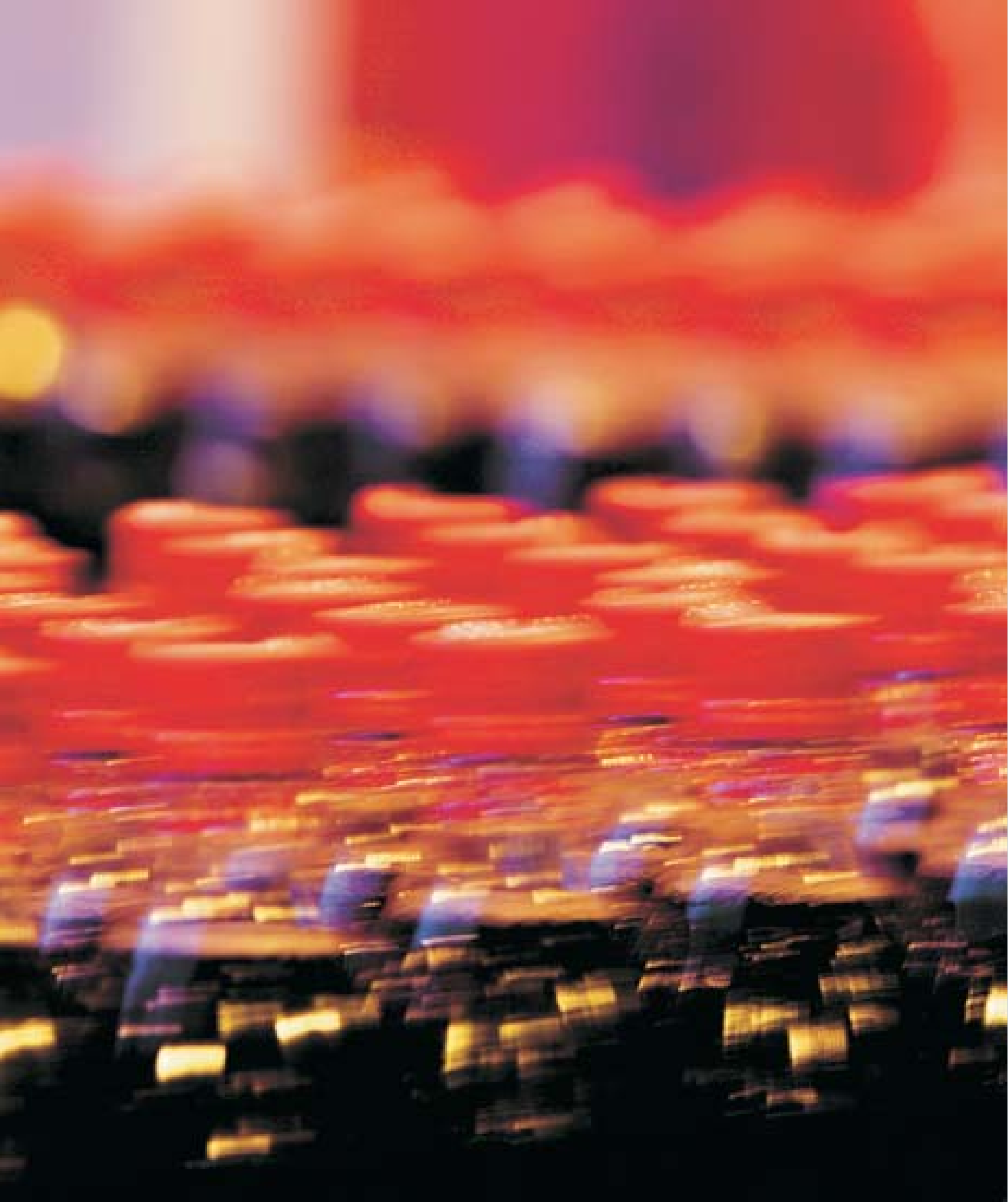


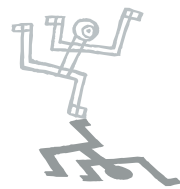
Coca-Cola Beverages Hrvatska d.d.

Izvješće
o održivosti





Coca-Cola Beverages Hrvatska d.d.



Izvješće o održivosti

Kolovoz 2005.

SADRŽAJ

- I. Izjava predsjednika Uprave*
- II. Izjava o potvrđi*
- III. Sažetak*

Izvešće o održivosti

A: UVOD: pretvaranje naših načela u pravila, prakse i rezultate

- 1. Tko smo - isticanje promjena; razvijanje partnerstava
- 2. U što vjerujemo - zajednička vizija i predanost
- 3. Način našeg djelovanja - sustavi za korporativno upravljanje i upravljanje rizikom

B: UČINCI I IZVEDBA

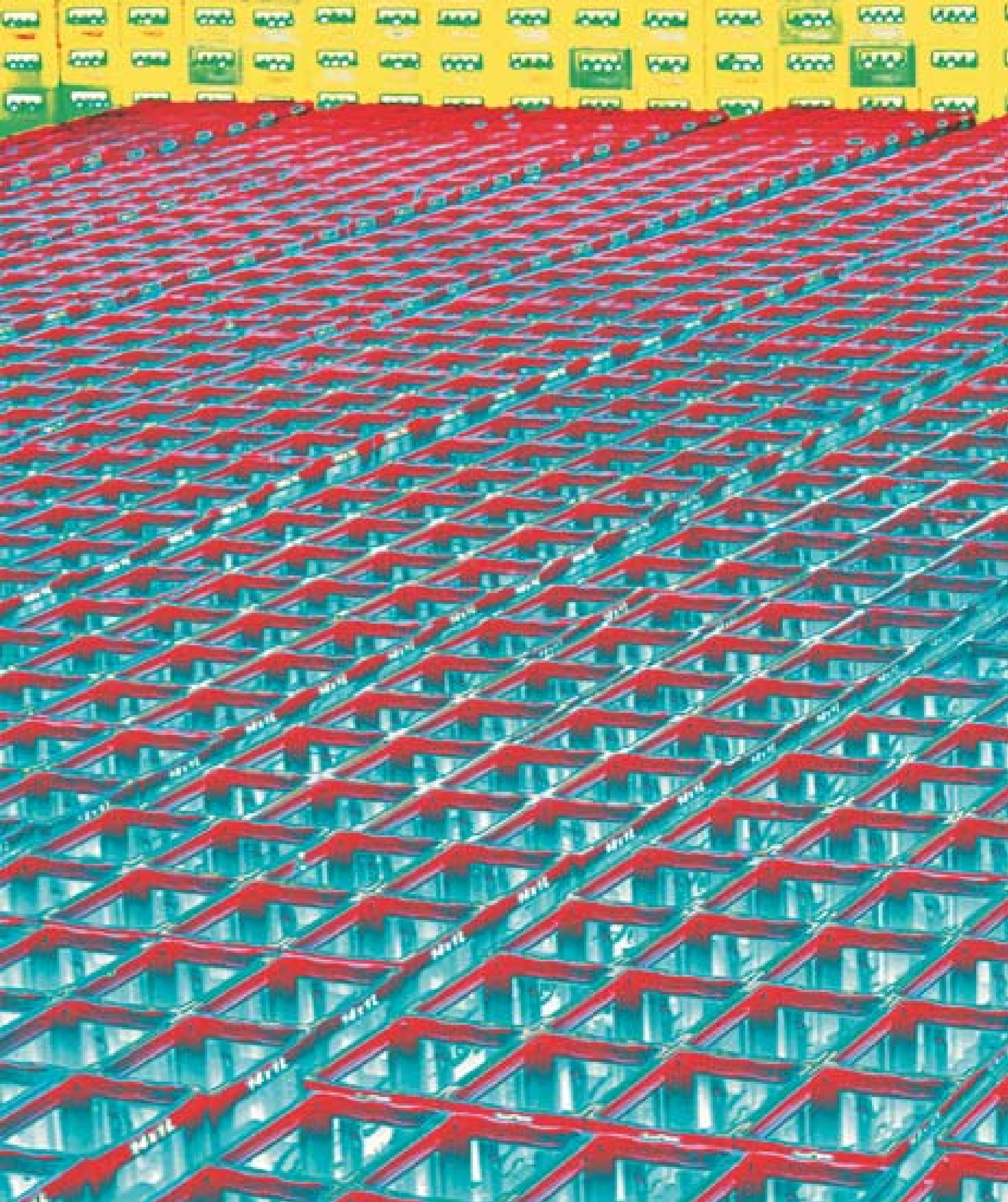
- 4. Radno mjesto
- 5. Okoliš
- 6. Tržište
- 7. Zajednica
- 8. Dodavanje vrijednosti: integracija naših gospodarskih, ekoloških i društvenih utjecaja

C: OBVEZE

- 9. Unapređivanje održivosti: poboljšanje izvedbe i pogled u budućnost

DODACI

- 1. Indeks GRI
- 2. Izjave o politici tvrtke



Coca-Cola®

Coca-Cola®

I. Izjava predsjednika uprave

Mi u Coca-Coli Beverages Hrvatska duboko smo uvjereni u opravdanost stalnih nastojanja prema višim standardima. Stoga nam je veliko zadovoljstvo predstaviti vam naše Izvješće o održivosti koje obuhvaća ekonomske, društvene i ekološke aspekte našeg djelovanja u 2004. godini. Budući da smo 2003. bili prva tvrtka u Hrvatskoj koja je objavila svoje Socijalno izvješće, odlučili smo ga proširiti kako bismo predstavili naše sveukupne rezultate i nastojanja, kao primjer dobrog korporacijskoga građanina Hrvatske.

Pojam korporacijske odgovornosti nije samo dobra poslovna praksa nego i strateški izbor, jer naš je izbor da budemo vodeći u poslovanju te da ostalim tvrtkama u našoj industriji, državi i regiji pokažemo smjer i povedemo ih. U ovome izvješću naznačili smo svoje odnose i napredak na tržištu, radnim mjestima te unutar zajednice u kojoj djelujemo, istaknuvši također učinak naše tvrtke na okoliš, kao i korake koje smo poduzeli radi daljnjeg razvoja vlastite poslovne prakse na ovim područjima. Procjenom utjecaja na sudioničare želimo stvoriti bolje odnose i dati vrijednost svojim aktivnostima. Ova opredijeljenost za korporacijsku odgovornost dio je kulture naše tvrtke, kao i matične tvrtke (Coca-Cola Hellenic Bottling Company) te The Coca-Cola Company, koja nam je odobrila licenciju za punjenje svojih napitaka.

Ovo izvješće napisano je u skladu sa Smjernicama Inicijative za globalno izvješćivanje iz 2002. godine (Global Reporting Initiative Guidelines) i prvo je takvo izvješće o održivosti u Hrvatskoj. Ono donosi uravnotežen i razuman prikaz ekonomskog, ekološkog i društvenog aspekta poslovanja naše organizacije. Posebnu smo pozornost posvetili napretku koji je ostvaren nakon posljednjeg Socijalnog izvješća, što nam je omogućilo da prepoznamo ona područja gdje za nas ima još posla. Time ovaj proces nije završen te ga ne treba smatrati konačnim. Naprotiv, on je dio naših napora prema postavljanju primjera odgovornog društvenog ponašanja drugima. Smatramo da se kroz proces definiranja vlastitog opredjeljenja i prepoznavanja napretka kroz koji prolazimo još više približavamo tome da svojoj industriji i cjelokupnoj zajednici ponudimo djelotvorne rezultate, kao odraz naše želje da unaprijedimo svoje poslovne i društvene odnose i utjecaje.

Izvješće koje je pred vama trebalo bi shvatiti kao povod za raspravu te kao sredstvo zaokruživanja onoga što je dosad učinjeno, ali i što još treba učiniti kako bismo poboljšali poslovanje na korist svih sudioničara. Stoga vas pozivamo da s nama podijelite svoja razmišljanja, primjedbe i kritike. Naša opredijeljenost za održiv razvoj neupitna je i radujemo se što ćete nam pomoći da održimo razinu svoga napretka te pokažemo prednosti poslovne društvene odgovornosti. Ovo izvješće samo je jedan malen, ali značajan korak prema tome.




Zoran Bogdanović,
Predsjednik uprave i Glavni direktor

II.

Izjava o potvrdi Izvešća o održivosti tvrtke Coca-Cola Beverages Hrvatska d.d.

Svako stoljeće obilježeno je specifičnim tehničkim dostignućima, koje prate primjerene društvene promjene. Razina tehničkog razvitka uvjetuje način organiziranja i ponašanja društvenih i gospodarskih subjekata, a o njihovim međusobnim odnosima i usklađenosti ovisi daljnji razvoj. Svjedoci smo sve jače globalizacije proizvodnje i potrošnje, a popratne pojave i posljedice općeg znanstvenog razvitka odražavaju se na život i rad svih žitelja na Zemlji.

Sagledavajući moguće utjecaje primjene sofisticiranih tehnologija, svjesni smo da je 21. stoljeće doseglo prijelomnu točku razvitka kad znanstveno-tehnički napredak mora pratiti odgovarajuća društvena svijest za postizanje održivog razvoja u svrhu očuvanja prirodnih i kulturnih bogatstava planete. Prirodne katastrofe, globalne klimatske promjene, produbljivanje jaza između bogatih i gladnih i devijantne promjene društvenog ponašanja, prinuđuju nas da se kao proizvođači i potrošači ponašamo društveno odgovornije.

Društveno odgovorno poslovanje postaje jedna od ključnih poluga gospodarstva u promicanju održivog razvoja - ekonomskog rasta uz dobrobit cijele zajednice. Ono se odnosi na gospodarska, društvena i ekološka pitanja poslovanja izvan postojećih zakonskih obveza i temelji se na dragovoljnom opredjeljenju poslovnog subjekta u svrhu postizanja dugoročnih poslovnih interesa. Jačanje međunarodne konkurentnosti više se ne postiže samo korištenjem naprednijih tehnologija i smanjenjem troškova poslovanja, već usvajanjem načela društveno odgovornog poslovanja: odgovornim odnosom prema okolišu, društvenoj zajednici, sigurnosti na radu, zadovoljstvu i razvoju zaposlenika, istovremeno zadovoljavajući očekivanja kupaca u pogledu kvalitete i sigurnosti proizvoda.

U tijeku priprema i izgradnje uvjeta za pridruživanje Europskoj uniji, Hrvatska djeluje u skladu s načelima Lisabonske agende iz 2000. godine i promiče društveno odgovorno poslovanje u okviru projekta Agenda za 2005. godinu, koji predviđa niz aktivnosti u svrhu unapređenja procesa upravljanja, praćenja i izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju društva i gospodarskih subjekata.



Hrvatska gospodarska komora također nastoji doprinjeti podizanju svijesti o društveno odgovornom ponašanju, posebno promicanjem Kodeksa etike u poslovanju trgovačkih društava i radom Zajednice za društveno odgovorno poslovanje pri HGK.

Slijedom ekoloških i socijalnih izvješća iz predhodnih godina, tvrtka Coca-Cola Beverages Hrvatska je izradila prvo Izvješće o održivosti. Ono je usklađeno sa smjernicama održivog razvoja organizacije Global Reporting Initiative u okviru Ujedinjenih naroda, a najava cikličke izrade izvješća o održivosti svake dvije godine dokazuje trajno opredjeljenje tvrtke Coca-Cola Beverages Hrvatska za načela društveno odgovornog poslovanja.

Veličina i organizacije tvrtke, poslovanje u skladu s odredbama propisa ISO 9001:2000 za pitanja kvalitete, ISO 14001 za zaštitu okoliša, te najava skorog uvođenja OHSAS 18001 za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu, a poglavito ostvareni poslovni rezultati i planovi za dalji razvoj poslovanja - dokazuju da tvrtka vjeruje i djeluje u skladu s vizijom održivog razvoja i zaštite svih resursa užeg i širjeg okružja.

U procesu stvaranja poticajnog okružja za odgovornije ponašanje gospodarskih subjekata, presudno je imati uzore koji svojim uspjesima pozitivno djeluju na ponašanje poslovnih partnera i društvenog okružja, a upravo takav primjer u Hrvatskoj pruža tvrtka Coca-Cola Beverages Hrvatska d.d., čime potvrđuje vodeću ulogu u razvitku društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj.

Izvješće o održivosti predstavlja rezultate dosadašnjih aktivnosti Coca Cola Beverages Hrvatska d.d. na području društveno odgovornog poslovanja i pruža smjernice tvrtkama koje žele slijediti njen primjer i doprinjeti razvoju društveno odgovornog poslovanja i pozitivnih promjena u hrvatskom gospodarstvu.

Nadan Vidošević



III.

Sažetak

Ovo izvješće prvo je izvješće o održivosti tvrtke Coca-Cola Beverages Hrvatska i naše je osnovno javno očitovanje o ekološkim, društvenim i ekonomskim aspektima poslovanja u 2004. godini. Ono je nastavak na naše prvo Izvješće o zaštiti okoliša, objavljeno u svibnju 2002, te naše prvo Socijalno izvješće, objavljeno u studenome 2003. U potpunosti je usklađeno sa smjernicama o društvenom izvješćivanju sadržanima u Smjernicama Inicijative za globalno izvješćivanje (Global Reporting Initiative - GRI), kao vodeće nevladine organizacije na tom području. Tzv. Indeksom GRI koristimo se kao dijelom našeg ustrajanja na točnom, redovitom, dosljednom, otvorenom i sveobuhvatnom izvješćivanju. Izvješće je plod naše suradnje s matičnom tvrtkom (Coca-Cola Hellenic Bottling Company) i sa The Coca-Cola Company iz SAD koja nam je odobrila licenciju za punjenje napitaka.

1. Poglavlje br. 1 ovoga izvješća donosi osnovne podatke o tvrtki te ocrta naš napredak u protekle dvije godine. Poseban naglasak stavlja na uspjeh dobivanja ISO certifikata za kvalitetu i upravljanje okolišem. Izvješće prije svega prikazuje kronologiju našeg napretka u protekle dvije godine, posebno u smislu znatnog poboljšanja našeg razumijevanja i naše predanosti cjelovitom pristupu korporacijskoj društvenoj odgovornosti koja se odražava kroz naše strukture, poslovnu politiku, procedure i praksu.
2. Poglavlje br. 2 sadržava prikaz temeljnih uvjerenja, misije, vrijednosti i načela tvrtke kao dijela Coca-Colina sustava. Ono donosi temeljna načela za svako od četiri područja koja su detaljno obrađena u Izvješću o održivosti: Radno mjesto, Okoliš, Tržište i Zajednica. Kao temeljne vrijednosti CCHBC navedene su: predanost, timski rad, odgovornost, ljudi, kvaliteta i poštenje. U ovom poglavlju sadržana je i Vizija tvrtke CCBH koja je nedavno sastavljena: "Moderna prodajna organizacija koja je uspješna u svjetskim razmjerima i tržišni lider u svim kategorijama čiji zadovoljni i motivirani zaposlenici brzo i djelotvorno kroz udružene snage velik broj zamisli pretvaraju u vrhunske rezultate na najveće moguće zadovoljstvo naših potrošača, kupaca i šire zajednice".
3. Poglavlje br. 3 usredotočeno je na organizacijsku strukturu tvrtke,



njezino poslovno upravljanje i sustave upravljanja rizicima. Ono se bavi ključnim ulogama odjela Osiguranja kvalitete te Odnosa s javnošću i komunikacija u poslovnoj društvenoj odgovornosti. S obzirom na jednostavnu i stabilnu vlasničku strukturu u CCBH, koja djelotvorno usklađuje interese vlasnika i menadžera, glavni izazov naše tvrtke s obzirom na poslovno upravljanje jest osiguravanje održivosti i upravljanje rizicima - opasnostima za poslovanje. Ovo poglavlje također sadržava analizu sudioničara, navodeći deset osnovnih skupina: potrošači, kupci, zaposlenici, sindikati, poslovne organizacije, društvene zajednice, vlada i vladina tijela; dobavljači, nevladine organizacije i dioničari. Izvješće obuhvaća fiskalnu godinu od 1. siječnja do 31. prosinca 2004. Gdje je god to bilo moguće, za potrebe usporedbe te radi potpunosti uključena je i 2003. godina, s obzirom na to da je posljednje društveno izvješće pokrilo financijsku godinu 2002. Sljedeće izvješće o održivosti, koje će biti objavljeno 2007. godine, obuhvatit će 2005. i 2006. godinu.

4. Poglavlja od broja 4 do broja 8 bave se ključnim aspektima poslovanja tvrtke, počevši (4. poglavlje) s radnom snagom. U usporedbi s 2003. godinom, tvrtka je u 2004. imala 40 zaposlenika više, što je uglavnom posljedica otvaranja punionice naše vode Bistra. Više od 92% radne snage na neodređenim je ugovorima. I dalje su to uglavnom muškarci (84%), iako je porastao i broj zaposlenica te ih je sada više na direktorskim mjestima (6 od ukupno 12). Honorari i plaće i dalje su konkurentni, iznad prosjeka za tu industriju te uz njih ide i niz dodataka koji nisu zakonski uvjetovani. Krajem 2004. proširen je naš sustav nagrađivanja zaposlenika tako da su u njega uključeni i vrijednost te ponašanje na radnom mjestu i kontakt s klijentima. Unutar tvrtke djeluju dva radnička sindikata, svaki s oko 210 članova, pa je tako otprilike 370 onih koji nisu članovi sindikata. Uloga Radničkog vijeća i dalje je značajna, kao što to zahtijeva hrvatski zakon. U tom poglavlju također se spominju rezultati na području zdravlja i zaštite na radu te se detaljno opisuju procedure. Godine 2004. zabilježen je znatan pad u ukupnom broju nesreća i ozljeda (27, za razliku od 41 u 2003. godini). Izvješće govori i o našim trajnim naporima u obučavanju i obrazovanju radne snage te posebno prikazuje kronologiju sustava razvijanja vještina. Ovo izvješće označava znatan napredak u odnosu na posljednje izvješće u

našoj politici prema ravnopravnosti, ljudskim pravima i zaraženima/oboljelima od side te u procedurama s tim u vezi.

5. Poglavlje br. 5 donosi kronološki prikaz predanosti tvrtke te njezina napredovanja u brizi za okoliš. Opisane su karakteristike i učinci sustava ekološkog upravljanja te politika i procedure koji ga čine, baveći se problemom upravljanja okolišem u njegovu najširem smislu. Ovdje je uključen i napredak koji smo ostvarili na području ekološkog obrazovanja te ulaganja u okoliš. Nakon toga opisujemo svoje djelovanje u sedam ključnih područja: korištenje energije, korištenje vode, sirovine, atmosferske emisije, kruti otpad, prijevoz i bioraznolikost. U svakom od tih područja bilježimo napredak koji je postignut i ciljeve koje još treba ostvariti. Nadalje, donosimo i tablicu ekoloških pokazatelja za 2004. godinu, uglavnom za naše tvornice u Zagrebu i Solinu. Ta je tablica sastavljena prema Pokazateljima ekološkog poslovanja koji su dio Smjernica (GRI) i ona je kompatibilna s podacima svih članica Grupe sadržanima u Izvješću o društvenoj odgovornosti Coca-Cole HBC. Izvješće pokazuje povećanu pozornost dobavljača na ekološke standarde. Također, kronološki prikazuje kako je došlo do velikog napretka u recikliranju otpada te obradi vode. U Izvješću također stoji zaključak da je u budućnosti potrebno više poraditi na opremi za hladna pića kod naših kupaca.

6. Poglavlje br. 6 opisuje napore koje je tvrtka uložila u odnose s kupcima i potrošačima te apsolutnu predanost kvaliteti u svim dijelovima proizvodnje. Razina brige za zdravlje i sigurnost potrošača podignuta je na temelju Coca-Colina sustava nadzora kvalitete te kroz primjenu procedura za analizu opasnosti i sustava kritičnih nadzornih točaka (eng. HACCP - Hazard analysis and critical control points). Procedure za nadzor kvalitete sada obuhvaćaju sve dijelove dobavljačkog lanca. Dobavljači se sustavno ocjenjuju prema svim aspektima kvalitete, uključujući i održivost u njihovu vlastitom poslovanju. Etiketiranje proizvoda pod strogim je pravilima, a do poboljšanja u smislu društvene odgovornosti došlo je i u oglašavanju i marketingu. Konkretno, objavljena je politika koju CCBH primjenjuje u odnosu na prodaju i marketing proizvoda djeci. Visoko učinkovita i dobro poznata Služba za informiranje potrošača nadopunjena je službom namijenjenoj kupcima.

7. Poglavlje br. 7 opisuje odnose tvrtke i šire zajednice kroz pojedinačne donacije, suradnju i mehanizme za dijalog. Zabilježen je manji pad u ukupnim donacijama, pri čemu su ukupne donacije u gotovini, proizvodima i uslugama u 2004. godini iznosile 97.340 eura. Izvješće donosi i način razmišljanja kojim se vodimo pri sklapanju lokalnih partnerstava, uključujući i dugoročna strateška partnerstva s Dubrovnikom i Vinkovcima te Splitsko-dalmatinskom županijom. Također je zabilježeno pokretanje interaktivne internetske stranice te naš jasan stav o lobiranju i političkim donacijama.

8. Poglavlje br. 8 sažet je prikaz dodatne vrijednosti naših aktivnosti u smislu neposrednih i posrednih gospodarskih učinaka te njihova međusobnog odnosa s društvenim i ekološkim ciljevima. Kao primjere poglavlje navodi našu ulogu poslovnog lidera u okolnostima moderniziranja poslovnih praksi gospodarstava tranzicijskih država te vodeću ulogu u praksi i promicanju poslovne društvene odgovornosti u Hrvatskoj. Mi, prije svega, ustrajemo na kvaliteti svega što radimo. Ta se kvaliteta najbolje postiže tako da se nadograđuje dokazano najbolja praksa, da se ona ugrađuje u poslovnu politiku i procedure te da se postavljaju ciljevi koji su jasni, ambiciozni, ali i realni. U posljednje dvije godine mi smo se pobrinuli da se kroz sve naše poslove proširi upravljanje ukupnom kvalitetom, pri čemu se osjećaj kod naših zaposlenika mijenjao iz nevjerice i otpora prema prihvaćanju novih procedura, nakon što su prepoznali njihovu vrijednost i postali svjesni novih sposobnosti koje se očekuju. Naša usredotočenost na zadovoljstvo potrošača, na racionalizaciju poslovnoga procesa i na ulaganje u ljude zajedno su stvorili dodatnu vrijednost. Mi svoje ugovore podmirujemo na vrijeme i prema dogovorenim uvjetima. Naše prakse u zaštiti okoliša imale su povoljne učinke na smanjenje troškova i povećanje prihoda.



9. Završno, 9. poglavlje prikaz je napretka u odnosu na deset obveza koje smo si zadali i razvojnih prilika koje smo zabilježili u posljednjem Socijalnom izvješću. Spajajući informacije iz ovoga izvješća s nedavnim Izvješćem o korporacijskoj društvenoj odgovornosti naše matične tvrtke, Izvješće navodi mnogobrojne prioritete za razdoblje od iduće dvije godine, uključujući:

1. Promicanje usvajanja i svijesti o korporacijskoj društvenoj

odgovornosti kroz protok informacija/komunikaciju/obuku. Kad je god to moguće i važno, pobrinuti se da politika utječe na procedure.

2. Napraviti srednjoročni plan ulaganja u zajednicu na temelju zajamčenog budžeta za potrošnju u donacijske svrhe na razini jednakoj ili većoj od iznosa iz 2004. godine.

3. Njegovati identitet interne zajednice Coca-Cole Beverages Hrvatska i njezinu povezanost (npr. dobrovoljni rad, putovanja, sportska druženja).

4. Nastaviti promicati svijest o dokazano najboljoj praksi upravljanja okolišem u Hrvatskoj i šire.

5. Razviti konkretnije veze između ekoloških programa i programa za zajednicu (npr. kampanje za očuvanje voda u Podunavlju).

6. Razmotriti aspekte korporacijske društvene odgovornosti u "zaposleniku godine".

10. Ova zaduženja, kao i Izvješće u cijelosti, odraz su naših trajnih nastojanja da poboljšavamo društvene i ekološke aspekte poslovanja i načina prenošenja te obveze koje smo preuzeli našim sudioničarima. Cijenit ćemo vaš doprinos ovom izvješću te bilo kojoj temi vezanoj uz korporacijsku društvenu odgovornost. Molimo da svoje primjedbe šaljete na:

Majda Tafra-Vlahović

Coca-Cola Beverages Hrvatska, d. d.

Milana Sachsa 1

HR-10000 Zagreb

Hrvatska/Croatia

tel: +385 1 24 80 167

email: majda.tafra-vlahovic@cchbc.com



5L

Coca-Cola
Light
REG. U.S. PAT. & TM.

Coca-Cola
Classic



Uvod
pretvaranje naših
načela u pravila,
prakse i rezultate

1. Tko smo - isticanje promjena; razvijanje partnerstava

1.1 Ovo izvješće prvo je Izvješće o održivosti što ga je izdala tvrtka Coca-Cola Beverages Hrvatska (CCBH). Ono je ključna izjava za javnost u vezi s našim ekološkim, društvenim i gospodarskim rezultatima u kalendarskoj godini 2004, s obzirom na naše djelovanje, proizvode i usluge. Ono je naš unutarnji i vanjski napredak u odnosu na sve naše sudioničare: naše radnike, kupce, potrošače, civilno društvo, vladu te zajednicu u cjelini. Ovo je vjerojatno prvo ovakvo izvješće u Hrvatskoj i ono potvrđuje našu odlučnost da igramo vodeću ulogu u razvoju korporativne društvene odgovornosti u zemlji.

1.2 Ovo izvješće se nastavlja na naše prvo Izvješće o zaštiti okoliša, objavljeno u svibnju 2002, te naše prvo Socijalno izvješće, objavljeno u studenom 2003. U potpunosti je sastavljeno u skladu sa smjernicama za izvješćivanje o održivosti propisanim od strane Inicijative za globalno izvješćivanje (Global Reporting Initiative - GRI), nevladine udruge povezane s Ujedinjenim narodima, koja je priznati lider u razvoju, promidžbi i širenju globalno primjenjivih smjernica i pokazatelja za izvješćivanje o održivosti. Pomno prateći najnovije GRI smjernice iz srpnja 2002. odlučni smo u "podizanju izvješćivanja o održivosti na istu razinu čvrstine, usporedivosti, pouzdanosti i provjerljivosti koja se očekuje od financijskog izvješćivanja, istodobno služeći informacijskim potrebama širokog raspona sudioničara" (GRI Smjernice za izvještavanje o održivosti 2002). web:

http://www.globalreporting.org/guidelines/2002/gri_2002_guidelines.pdf).

1.3 Obvezujemo se izdavati izvješća o održivosti u budućnosti, svake dvije godine, koja će pokrivati rezultate u svakoj od tih godina. To znači da će se, počevši s ovim izvješćem, tijekom vremena moći raditi jasne usporedbe te pratiti i nadgledati razina ispunjavanja naših obveza i reagiranja na mogućnosti i izazove. Odlučni smo izvješćivati točno, redovito, dosljedno, transparentno i sveobuhvatno, kao znak naše odlučnosti da budemo dobrim korporativnim građaninom te kao način izgradnje povjerenja sa svim našim sudioničarima. Na kraju, ali ne

manje bitno, svjesni smo da ovo izvješćivanje povećava našu svijest o važnosti održivih praksi unutar tvrtke. To je jasno vidljivo i u ovom izvješću koje, vjerujemo, pokazuje veće razumijevanje i predanost integriranom pristupu korporativnoj društvenoj odgovornosti, što se sve više odražava na našim strukturama, politikama, postupcima i praksama.

1.4 Ponosimo se činjenicom da smo predvodnici u odgovornom poslovanju u Hrvatskoj te smo u jedinstvenoj mogućnosti prilagoditi i oplemeniti globalne i međunarodne standarde unutar specifičnog nacionalnog i lokalnog konteksta, kombinirajući lokalno znanje i vještine sa širokim kapacitetima, resursima i odnosima cijelog sustava Coca-Cole. U okviru ovog izvješća postoje tri ključna partnera na našem putovanju prema održivosti:

The Coca-Cola Company (TCCC)

1.5 Osnovana 1886, The Coca-Cola Company je vodeći svjetski proizvođač, prodavač i distributer koncentrata i sirupa bezalkoholnih pića koji služe za proizvodnju gotovo 400 marki pića. Korporativno sjedište tvrtke nalazi se u Atlanti u Sjedinjenim Američkim Državama, s lokalnim podružnicama u više od 200 zemalja. U Hrvatskoj lokalni predstavnik tvrtke TCCC je Coca-Cola Adria, d.o.o. (CCA), osnovana 1998. Usmjerena je na prodaju robnih marki tvrtke TCCC te ima 12 zaposlenika. Tvrtka CCA također pokriva djelovanje u Bosni i Hercegovini preko predstavništva u Sarajevu. (Više informacija o tvrtki Coca-Cola Company potražite na: <http://www.coca-cola.com>)

Coca-Cola Hellenic Bottling Company

1.6 Coca-Cola HBC (CCHBC) jedna je od najvećih tvrtki za punjenje proizvoda Coca-Cole. Nastala je 2000. godine spajanjem tvrtki Hellenic Bottling Company i Coca-Cola Beverages. Trenutno je prisutna u 26 zemalja koje su podijeljene na Razvijena tržišta (Austrija, Grčka, Italija, Sjeverna Irska, Republika Irska i Švicarska); Tržišta u razvoju (Hrvatska, Češka, Estonija, Mađarska, Letonija, Poljska, Slovačka i Slovenija) te

Nerazvijena tržišta (11 zemalja od kojih je 10 u Srednjoj i Istočnoj Europi ili u bivšem Sovjetskom Savezu te Nigerija). Dionice su joj objavljene na Atenskoj burzi te sekundarno na burzama u Londonu, Australiji i New Yorku. Od 2000. CCHBC je uključena u indeks Financial Timesa FTSE4GoodEurope, što znači da zadovoljava kriterije djelovanja prema održivosti zaštite okoliša, razvija pozitivne odnose sa sudionicarima te podržava univerzalna ljudska prava. Tvrtka je izdala svoje novo izvješće o korporativnoj društvenoj odgovornosti za 2004. temeljeno na GRI smjernicama. (Više informacija o tvrtki Coca-Cola Hellenic Bottling Company potražite na: <http://www.coca-colahbc.com>; više informacija o FTSE4Good seriji indeksa možete pronaći na:

<http://www.ftse.com/ftse4good/index.jsp>)

Coca-Cola Beverages Hrvatska

1.7 Coca-Cola Beverages Hrvatska, d.d. (CCBH) proizvodi, puni i prodaje napitke Coca-Cole u Hrvatskoj. U vlasništvu je svoje matične tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company (od zadnjeg društvenog izvješća, kupovina 444 dionica Hrvatskog privatizacijskog fonda od strane CCBH u ime CCHBC sada povećava vlasnički udio CCHBC-a na 99,89%). U 2003. godini CCBH je proslavila 35 godina Coca-Cole u Hrvatskoj, koliko je prošlo od 17. rujna 1968. kada je prva boca proizvedena u zagrebačkoj Ulici Milana Sachsa. 1989. je osnovana tvrtka IBP Zagreb, od koje je privatizacijom nastala Coca-Cola Bottlers, d.d. Godine 1995. poslovanje je preuzela tvrtka Coca-Cola Amatil kao dio svoga širenja u Srednjoj Europi te je naziv tvrtke promijenjen u Coca-Cola Amatil Croatia, d.d. Onda je 1998. Coca-Cola Beverages preuzela cijeli sustav i preimenovala tvrtku u Coca-Cola Beverages Hrvatska, d.d. Spajanjem s Hellenic Bottling Company 2000. godine tvrtka CCBH je postala dijelom druge najveće punioničarske tvrtke u svijetu. (Više informacija o Coca-Cola Beverages Hrvatska potražite na:

<http://www.coca-colahbc.hr>)

Osnovno o nama

1.8

- Krajem 2004. godine tvrtka je imala ukupno 802 zaposlenika na šest lokacija u Hrvatskoj (vidi kartu).



- Tvrtka proizvodi više od 70 različitih pakiranja i okusa, podijeljenih u četiri skupine:

I. gazirani sokovi (Coca-Cola TM, Coca-Cola Light TM, Fanta TM, Sprite TM i Schweppes TM) 87% ukupne prodaje u 2004.

II. voćni sokovi (Cappy TM robne marke) 7% ukupne prodaje u 2004.

III. ledeni čaj (Nestea TM Brand) 3% ukupne prodaje u 2004.

IV. voda (Bistra TM Brand) 3% ukupne prodaje u 2004.

V. sportska i energetska pića (Powerade TM i Burn TM) predstavljena krajem 2004. čine manje od 1% ukupne prodaje u 2004.



- Tržišni udio po kategorijama 2004.

| | |
|------------------------|-------|
| GAZIRANI SOKOVI | 60.2% |
| VOĆNI SOKOVI & NEKTARI | 20.0% |
| LEDENI ČAJEVI | 19.5% |
| VODA | 3.4% |

- Financijski podaci i podaci o prodaji

| Stavka (u tisućama kuna) | 2003. | 2004. | % promjene 2004./2003. |
|-----------------------------|-----------|-----------|---------------------------|
| Jedinica mjere: "unit case" | 25.196 | 23.514 | -6,68 % |
| Neto prihod od prodaje | 832.448 | 774.161 | -7,00 % |
| Ukupni bruto profit | 363.085 | 324.038 | -10,75 % |
| Operativni troškovi | (233.978) | (220.608) | (-5,71 %) |
| EBIT | 130.254 | 96.203 | -26,14 % |
| Neto profit | 101.755 | 76.445 | -24,86 % |
| EBITDA | 203.554 | 173.371 | -14,83 % |
| ROIC | 15,93% | 15,28% | +65 bps |

Unit case - približno 5,678 litara ili količina dostatna za 24 osobe

EBIT - prihod prije kamata i poreza

EBITDA - prihod prije kamata, poreza, deprecijacije i amortizacije te drugih nenovčanih stavki

ROIC - povrat uloženog kapitala

bps - osnovni poeni (1bps = 0.01%)

- Certifikat ISO

Tvrtka CCBH dobila je ISO 9001:2000 Standard za upravljanje kvalitetom u prosincu 2002. Certifikat je obnovljen 2003. godine.

Tvrtka CCBH dobila je ISO 14001:1996 Standard za upravljanje okolišem u prosincu 2004. za svoje pogone u Zagrebu i Solinu. Punionica Bistre u Gotalovcu trebala bi dobiti ISO 14001:1996 certifikat u prosincu 2005.

Tvrtka CCBH nastoji steći OHSAS 180001:1999 Standard u upravljanju zaštitom zdravlja i sigurnosti na radnom mjestu u prvom tromjesečju 2006. (Za daljnje informacije o sustavu standarda ISO posjetite web stranicu: <http://www.iso.org>)

- Članovi Uprave i Nadzornog odbora

Predsjednik Uprave - Zoran Bogdanović

Ostali članovi Uprave - Vinko Dumičić

Nadzorni odbor 2004. - Kostas Sfakakis, Pericles Venieris, William

Woodson Douglas, Jakša Barbić, Božo Marendić, Sanda Marelić-

Tomljanović (nažalost, dr. Marendić je preminuo u srpnju 2005).

Posljednje dvije godine

1.9 Neki važni podaci za 2003. i 2004.

- Tvrtka CCBH predstavila je izvorsku vodu Bistru koja se proizvodi u tvornici u Gotalovcu sjeverno od Zagreba te trenutno zapošljava 30 ljudi (28 sa stalnim ugovorom). Voda Bistra već je dobila prestižnu nagradu Hrvatska kvaliteta koju dodjeljuje Hrvatska gospodarska komora.
- Dobivanje certifikata za kvalitetu i ekološko upravljanje ISO 9001 i ISO 14001 samo je dio pune predanosti tvrtke CCHBC Upravljanju ukupnom kvalitetom, kao dio Coca-Colina sustava za kvalitetu (The Coca-Cola Quality System - TCCQS). To ide puno dalje od tradicionalnih sustava za kvalitetu s obzirom na proizvodni proces i skladištenje te pokriva sve vidove djelovanja tvrtke. Sukladno tome, Odjel za kontrolu kvalitete čini ključni dio upravljačke strukture u tvrtki CCBH. Sva pitanja u vezi s kvalitativnim procesima, uključujući zaštitu zdravlja i sigurnost na radnom mjestu, sada su objedinjena unutar jednog odjela.
- Mnoge postojeće dobre prakse sada su zaštićene novim politikama i postupcima. Od posebnog je značenja spomenuti sljedeće, od kojih je svaka navedena među Dodacima ovom izvješću:
 - Izjava o kvaliteti
 - Izjava o politici zaštite okoliša
 - Izjava o zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu (svaka tvornica ima zasebnu izjavu - zagrebačka izjava je navedena u Dodatku)
 - Izjava o ljudskim pravima
 - Prodajna i marketinška politika za djecu
 - Politika tvrtke Coca-Cola Beverages Hrvatska, d.d. prema HIV/AIDS-u
- Kao dio neprestane predanosti tvrtke CCBH zadovoljenju potrošačkih potreba, tvrtka je prvi put ušla u Sektor energetskih i sportskih pića, predstavljanjem proizvoda Burn TM i Powerade TM.
- 2003. unutar tvrtke je osnovan novi sindikat, SSCC (Samostalni sindikat, Coca-Cola), uz već postojeći PPDIV.





Coca-Cola

Ledena!
Coca-Cola

Coca-Cola

2. U što vjerujemo - zajednička vizija i predanost

Osnovna načela djelovanja

2.1 Naša predanost društvenoj odgovornosti temelji se na izjavi o zajedničkoj predanosti i načelima djelovanja što su je zajednički razvili tvrtka The Coca-Cola Company i ključne punionice širom svijeta. Četiri glavna elementa su:

Radno mjesto

Predani smo poticanju otvorene okoline koja je spremna na prihvaćanje i gdje visokomotivirana, produktivna i predana radna snaga daje poticaj poslovnom uspjehu vrhunskom izvedbom.

Okoliš

Predani smo vođenju poslovanja na načine koji štite i čuvaju okoliš te integriranju načela upravljanja zaštitom okoliša i održivim razvojem u naše poslovne odluke i procese.

Tržište

Predani smo pružanju proizvoda i usluga koji zadovoljavaju potrebe naših potrošača za pićima. Pritom pružamo zdrave i poticajne poslovne mogućnosti našim klijentima, dobavljačima, distributerima i lokalnim zajednicama.

Zajednica

Predani smo ulaganju vremena, stručnosti i resursa u pružanju gospodarskih mogućnosti, poboljšavanju kvalitete življenja te poticanju dobre volje u našim zajednicama kroz lokalno relevantne inicijative.

Put prema stvaranju prodajne organizacije svjetske klase

2.2 Kao što je predsjednik tvrtke CCHBC naveo u Izjavi predsjednika koja je prethodila Izvještaju o društvenoj odgovornosti tvrtke CCHBC 2003. godine: "Za nas u tvrtki Coca-Cola HBC, želja da postanemo 'svjetska klasa' nadilazi običnu ambiciju postizanja poslovnog uspjeha. To zahtijeva stalno nadgledanje i poboljšavanje naše izvedbe u svim aspektima našeg poslovanja" (George A. David).

2.3 Na našem putu prema stvaranju prodajne organizacije svjetske klase, provjerena formula "4A" ostaje ključna u našim svakodnevnim aktivnostima na tržištu pića, gdje je odabir potrošača ključan:

DOSTUPNOST (*AVAILABILITY*) - osiguravanje dostupnosti naših proizvoda tamo gdje postoji interes kupaca

PRISTUPAČNOST (*AFFORDABILITY*) - osiguravanje pravog proizvoda za kupca na pravom mjestu, uz pravu cijenu i za svaku priliku
PRIHVATLJIVOST (*ACCEPTABILITY*) - jamstvo kvalitete u svemu što radimo u svrhu pružanja proizvoda u koji kupac ima potpuno povjerenje
AKTIVACIJA (*ACTIVATION*) - osiguravanje aktivacije robne marke na brojnim prodajnim mjestima kako bi ostvarili potpunu svijest kupaca o našim proizvodima.

Misija tvrtke Coca-Cola HBC

2.4 Mi, ljudi iz Coca-Cola HBC ćemo:
osvježavati naše potrošače
stvarati partnerstva s našim klijentima
... te obogaćivati život u zajednicama u kojima djelujemo.

Osnovne vrijednosti tvrtke Coca-Cola HBC:

2.5

Predanost

Dat ćemo sve od sebe da uspijemo u najzahtjevnijim postignućima

Timski rad

Učinkovito ćemo dijeliti najbolju praksu, podržavati svoje kolege u postizanju kako nacionalnih interesa tako i interesa Grupe, te crpiti najbolje resurse dostupne u Grupi

Odgovornost

Bit ćemo osobno i transparentno odgovorni u postizanju dogovorenih ciljeva

Ljudi

Usredotočit ćemo se na stvaranje okruženja u kojem je skupina vrlo sposobnih i motiviranih ljudi dobro obučena, razvijena, suočena s izazovima, poštovana, nagrađivana

Kvaliteta

Bit ćemo predani potpunoj kvaliteti proizvoda, odnosima s kupcima, pogonu, poslovanju na tržištu i ophođenju s ljudima u svakom segmentu poslovanja

Poštenje

Poslovat ćemo otvoreno i iskreno, u skladu s najvišim etičkim poslovnim standardima

Izjava o viziji tvrtke Coca-Cola Beverages, Hrvatska

2.6 Nedavno smo razvili sljedeće elemente naše korporacijske vizije:

- Poželjan partner, kojemu svi vjeruju, prilagodljiv i društveno odgovoran
- Organizacija zadovoljnih ljudi, koji poštuju jedni druge, s jasnim razvojnim planom za svakog pojedinca te jasnim kriterijima nagrađivanja
- Imati ljude upoznate sa strategijom tvrtke i spremne prepoznati, prihvatiti i preuzeti odgovornost za ostvarenje strategije
- Otvorena komunikacija između odjela: jasna, tečna i dvosmjerna
- Usmjerenje organizacije prema korisnicima usluga
- Optimalna infrastruktura (proizvodi, prodaja i logistika)
- Jasno definirani procesi te jasno definirana odgovornost za implementaciju procesa
- Korisnička služba - utvrđeni standardi
- Vrhunska kvaliteta proizvoda
- Biti tržišni lider

2.7 Sažetak svega ovoga čini Izjavu o viziji tvrtke CCBH:

Moderna prodajna organizacija koja je uspješna u svjetskim razmjerima i tržišni lider u svim kategorijama čiji zadovoljni i motivirani zaposlenici brzo i djelotvorno kroz udružene snage velik broj zamisli pretvaraju u vrhunske rezultate na najveće moguće zadovoljstvo naših potrošača, kupaca i šire zajednice.





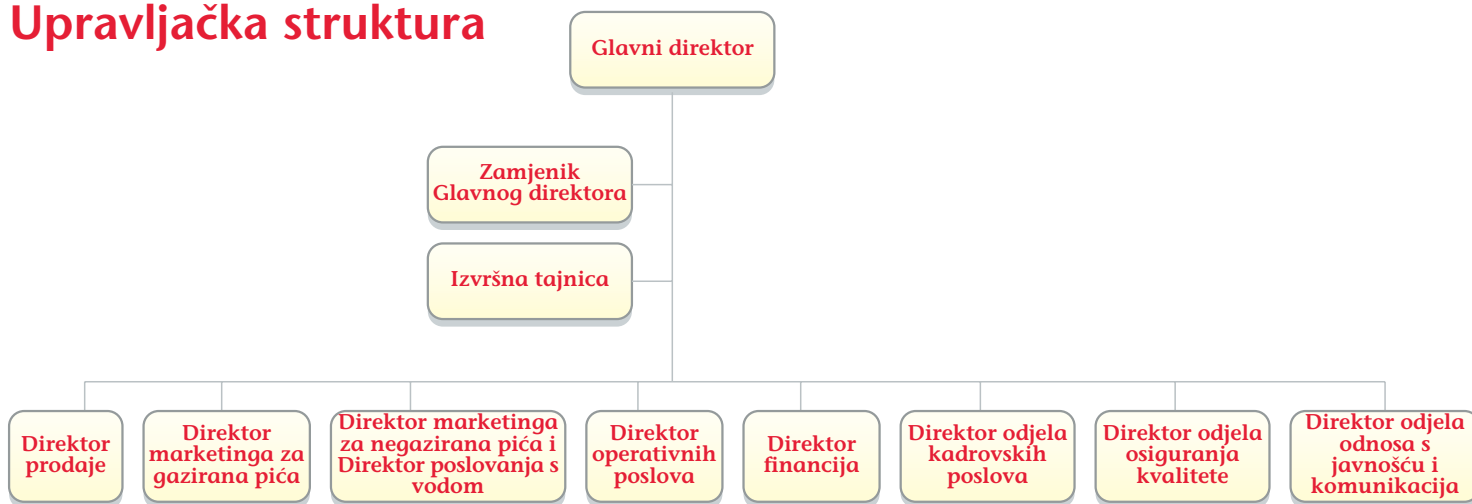
3. Način našeg djelovanja - sustavi za korporacijsko upravljanje i upravljanje rizikom

3.1 Održivost nije nešto što se jednostavno dogodi. Potrebno ju je ostvariti sistematičnim pristupom svim aspektima poslovne prakse. Ovaj postupak započinje strukturom same tvrtke te se širi razumijevanjem potreba svih naših sudioničara. To uključuje pronalaženje potencijalnih problema prije njihova pojavljivanja, uspostavljanje sustava za upravljanje rizicima te iznad svega poticanje pozitivnog učenja i stalne težnje prema izvrsnosti. U ovom dijelu prikazujemo podatke o upravljačkoj strukturi tvrtke CCBH te pružamo pregled načina na koji se odnosimo prema odgovornosti za održivost. Također, predstavljamo analizu svih naših sudioničara (zainteresiranih strana).

Struktura uprave

3.2 Organizacijski dijagram predstavlja strukturu više uprave u tvrtki CCBH. Viša uprava se uglavnom sastoji od menadžera odgovornih za pojedine poslovne funkcije. Ipak, zbog specifičnih zahtjeva nedavno pokrenutog posla s vodom, menadžer odgovoran za poslovanje s vodom ima poseban položaj.

Upravljačka struktura



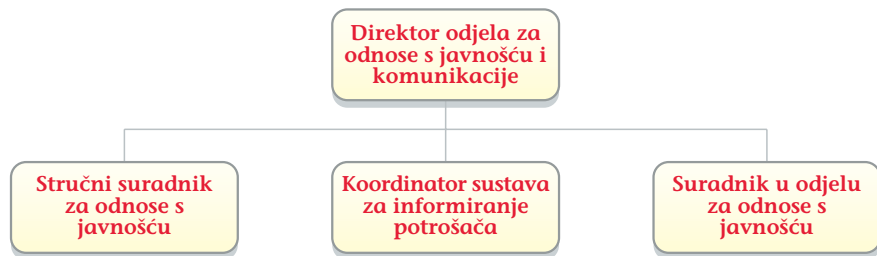
3.3 Odjel za osiguranje kvalitete predstavlja ključni dio našeg profila više uprave. Upravitelj ovog odjela odgovara direktno predsjedniku Uprave. Odjel se sastoji od sljedećih položaja:



3.4 Drugi odjel koji igra ključnu ulogu u implementiranju i izvješćivanju odgovornih poslovnih praksi jest Odjel za odnose s javnošću i komunikacije. Šef tog odjela također odgovara direktno generalnom direktoru te ga izvješćuje o svim ključnim aspektima korporacijske društvene odgovornosti.

Odjel za odnose s javnošću i komunikacije strukturiran je na sljedeći način:

Odnosi s javnošću



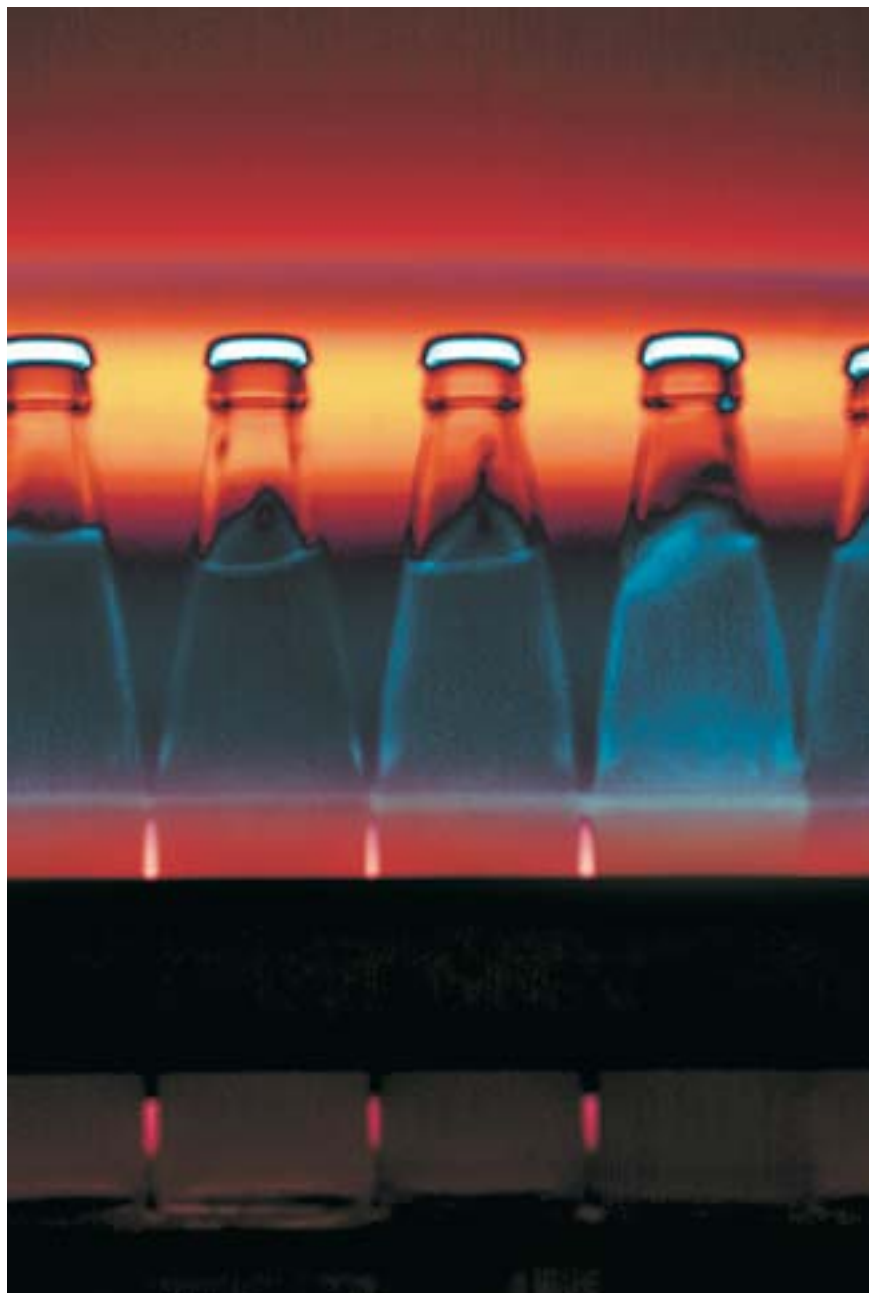
Korporacijsko upravljanje i korporacijska društvena odgovornost (CSR) u tvrtki CCHBC

3.5 S obzirom na jednostavnu i stabilnu vlasničku strukturu tvrtke CCBH, koja učinkovito usklađuje interese vlasnika i menadžera, osiguravanje održivosti i upravljanje rizicima poslovnih operacija ključni je izazov u korporacijskom upravljanju tvrtkom CCBH. Nakon pregleda naš vlasnik CCHBC je provjerio svoje strukture korporacijskog upravljanja kako bi osigurao da se maksimalna pažnja posvećuje pitanjima održivosti. Restrukturiranje znači da se Uprava sada sastoji od tri odbora: Odbora za ljudske resurse, Odbora za reviziju i Odbora za društvenu odgovornost. Posljednji se sastoji od tri neizvršna direktora te je odgovoran za razvoj i nadzor postupaka i sustava kako bi osigurao da tvrtka razvija, slijedi i ostvaruje svoje društvene i ekološke ciljeve. Podršku mu pruža Vijeće za društvenu odgovornost, osnovano 2004, na čijem je čelu upravitelj Odjela javnih odnosa i komunikacija, a također uključuje upravitelje odjela: Kvalitete, Ljudskih resursa, Okoliša te Upravljanja rizicima, kao i predstavnika tvrtke The Coca-Cola Company.

3.6 Dakle, korporacijska društvena odgovornost je zajednička zadaća tvrtki CCHBC i CCBH. Na razini tvrtke CCBH, saznajemo o radu Vijeća za društvenu odgovornost sudjelovanjem na regionalnim sastancima direktora javnih poslova i komunikacija te direktora odjela za kvalitetu. Na razini države, osnovni lokalni tim za društvenu odgovornost sastoji se od zamjenika generalnog direktora, direktora Odjela za odnose s javnošću i komunikacije te direktora Odjela za osiguranje kvalitete. U budućnosti ovom timu bi se trebao pridružiti direktor Kadrovskeg odjela. Također ćemo istražiti načine čvršćeg vezivanja naknada direktorima uz ciljeve društvene odgovornosti.

Naši sudionici

3.7 Razumijevanje naših sudioničara, poštovanje njihovih potreba te uključivanje u dijalog, razmjenu i partnerstva ključno je za ispunjenje naših ciljeva održivosti. Krug komuniciranja, sudjelovanja i učenja od sudioničara stalan je proces. Unutar ovog izvješća detaljnije istražujemo način na koji uključujemo sudioničare i odgovaramo na njihove probleme. Ovdje ukratko prikazujemo našu interakciju s 10 ključnih sudioničara s obzirom na to **TKO** su ti sudioničari, **ŠTO** je od interesa i pitanja ključno u našim interakcijama te **KAKO** nastojimo odgovoriti na ove interese.



| TKO | ŠTO | KAKO |
|--|---|---|
| Potrošači Ljudi koji piju naše proizvode | <ul style="list-style-type: none"> • Interesi potrošača - kako bismo mogli ponuditi vrhunsku kvalitetu i pravi izbor • Zadovoljstvo potrošača - težnja ka potpunom zadovoljstvu i odsuču pritužbi • Kontakt s potrošačima - kako bismo postali više od tvrtke i robne marke | Istraživanja; fokusne grupe; izvješća; web stranica; informacijski sustav za odnose s potrošačima; postupci rješavanja pritužbi; informacije o proizvodima |
| Kupci Maloprodajna mjesta, supermarketi, veletrgovci, kafići, restorani i drugi objekti koji prodaju naše proizvode potrošačima | <ul style="list-style-type: none"> • Interesi kupaca • Zadovoljstvo kupaca • Kontakt s kupcima | Redovni posjeti; Informacijski sustav za odnose s kupcima; ankete o zadovoljstvu; predani prodajni timovi i postupci; nagrade i trgovina robom; savjeti i podrška u planiranju poslovanja |
| Zaposlenici žene i muškarci koji rade za tvrtku, uključujući, ako je to moguće, bivše zaposlenike i buduće zaposlenike | <ul style="list-style-type: none"> • Tvrtka se smatra najpoželjnijim poslodavcem • Konkurentna struktura plaća • Nagrađivanje rada, talenta i inicijative • Ulaganje u radnu snagu • Otvoreni i osjetljivi komunikacijski kanali | Ankete o zadovoljstvu zaposlenika; jasni postupci za rješavanje pritužbi i disciplinske radnje; odbori; programi obuke; dogovorene strukture plaća; programi nagrađivanja; interne novine; intranet. |
| Sindikati Predstavnička tijela dijela zaposlenika povezana sa širim nacionalnim i internacionalnim organizacijama | <ul style="list-style-type: none"> • Savjetovanje, uključenje i sudjelovanje u donošenju odluka • Stranka u pregovorima o kolektivnim ugovorima • Sloboda udruživanja i pravo na razvoj • Objedinjavanje informacija • Iznošenje poslovnog slučaja pred vladom • Razvoj najboljih praksi | Redovni sastanci; formalni status u ključnim odborima; partner u pregovorima o kolektivnim ugovorima |
| Poslovne organizacije Predstavnici gospodarstva, prema proizvodu i/ili prema posebnom interesu | <ul style="list-style-type: none"> • Savjetovanje, uključenje i sudjelovanje u donošenju odluka • Stranka u pregovorima o kolektivnim ugovorima • Sloboda udruživanja i pravo na razvoj • Objedinjavanje informacija • Iznošenje poslovnog slučaja pred vladom • Razvoj najboljih praksi | Redovni sastanci; doprinos znanjem i resursima; lobiranje |
| Zajednice Ukupna populacija država u kojima djelujemo, raspoređena po geografskim cjelinama, gradovima, općinama i susjedstvima, uključujući ljude u blizini naših pogona i skladišta. | <ul style="list-style-type: none"> • Specifični i opći problemi • Problemi specifični za određeno područje koji utječu na zaštitu zdravlja, sigurnost i ekološke aspekte lokalnih zajednica • Razmjena informacija i dijalog • Povjerenje i pozitivan imidž tvrtke • Partnerstva za održivi razvoj | Formalni i neformalni sastanci; interaktivne web stranice; sponzorstva, donacije i partnerski programi; posjeti tvornicama; specifična istraživanja te procjena zdravstvenih, sigurnosnih i ekoloških rizika. |
| Središnja i lokalna vlast i zakonodavne vlasti Politički izabrani predstavnici građana i njihova javna uprava. Ustanove koje donose zakone i prikupljaju poreze te zakonodavci | <ul style="list-style-type: none"> • Razmjena mišljenja • Savjetovanje u vezi sa zakonima i procedurama • Poticanje okruženja povoljnog za poslovanje • Uklanjanje neodrživih praksi • Osiguravanje pravne usklađenosti te izbjegavanje neusklađenosti | Formalni i neformalni sastanci; prikupljanje dokaza; javna privatna partnerstva; ISO postupci za nadzor i osiguranje pravne usklađenosti s lokalnim zakonodavstvom |
| Dobavljači Oni koji dobavljaju ili će u budućnosti dobavljati sirovine, oznake i bilo koje druge proizvode ključne za naše poslovanje | <ul style="list-style-type: none"> • Upravljanje lancem nabave (uključujući usklađenost sa standardima zaštite zdravlja, sigurnosti, zaštite okoliša i kvalitete) • Poticanje najboljih praksi i inovacija • Zajednička predanost održivosti • Zadovoljstvo | Istraživanja; stalni i jasni kriteriji ocjenjivanja; sastanci; mreže povratnih informacija, revizije dobavljača (CSR i ekološka). |
| Nevladine udruge Građanske inicijative unutar civilnog društva za dobrobit članova i/ili javnosti, uključujući potencijalnu ulogu "psa čuvara" | <ul style="list-style-type: none"> • Razmjena informacija i pogleda • Zajednička predanost pozitivnom okruženju i primjerenom financiranju • Nadzor i izvješćivanje o održivosti | Sastanci; sponzorstva i donacije; partnerstva |
| Dioničari Glavni dioničar (CCHBC) kao i mala skupina manjih dioničara | <ul style="list-style-type: none"> • Stručna razmjena informacija i pogleda • Brzo rješavanje zajedničkih problema | Redovne godišnje sjednice dioničara; posebne sjednice ukoliko su potrebne; pisane informacije i sastanci; direktna veza s Upravom |



Trenutno izvješće

3.8 Ovo izvješće pokriva financijsku godinu od 1. siječnja 2004. do 31. prosinca 2004. Gdje god je to bilo moguće podaci za financijsku godinu od 1. siječnja 2003. do 31. prosinca 2003. uključeni su za potrebe usporedbe te činjenice da je zadnje društveno izvješće pokrilo financijsku godinu 2002. Većina podataka o ekološkoj održivosti pokriva samo 2004. godinu, budući da je to bila prva godina primjene novog sustava bilježenja ovih podataka. Tijekom vremena mogu se uočiti određeni trendovi, međutim nastojali smo izbjeći uvrštavanje podataka iz 2003. koji su prikupljeni drugim sustavom. S obzirom na našu namjeru da objavljujemo izvješća o održivosti svake dvije godine, sljedeće izvješće, koje će biti objavljeno 2007, pokrit će dvije financijske godine, 2005. i 2006. Trebalo bi ga promatrati zajedno s Izvješćem o društvenoj odgovornosti 2004. što ga je izdala naša matična tvrtka Coca-Cola Hellenic Bottling Company. U dodatku 1 ovog izvješća nalazi se indeks sadržaja koji omogućava čitatelju pronalaženje svakog pokazatelja. Pokazatelji koji nisu primjenjivi ili na koje se nije odgovorilo također su navedeni u ovom indeksu.

3.9 Izvješće je dostupno na hrvatskom i engleskom jeziku na web stranici tvrtke CCBH (www.coca-colahbc.hr) zajedno s brojnim popratnim dokumentima. Osoba odgovorna za Izvješće o održivosti u tvrtki CCBH je Majda Tafra-Vlahović, direktorica Odjela za odnose s javnošću i komunikacije (*e-mail: majda.tafra-vlahovic@cchbc.com*).





Učinci i
izvedba

4. Radno mjesto

4.1 Tvrtnica CCBH i dalje cijeni svoje radnike kao najvrjedniji kapital tvrtke te je predana očuvanju svoje pozicije kao jednog od najpoželjnijih poslodavaca u Hrvatskoj. Nastavljamo ulagati u radnu snagu kako bismo poboljšali uvjete na radnom mjestu, posebice očuvanje zdravlja i sigurnost, te da bismo osigurali da su naknade koje isplaćujemo iznad tržišnog prosjeka i da su vezane uz izvedbu. Naravno postoje određeni problemi s različitim mišljenjima o najboljem putu napretka, kombiniranjem sigurnosti i prilagodljivosti u sve žešćoj konkurenciji na tržištu. Naš jasan cilj je pružiti kvalitetno radno okruženje koje nagrađuje predanost, lojalnost, kvalitetu i izvedbu zaposlenika naše tvrtke.

Struktura zaposlenika

4.2 Kao što pokazuje sljedeća tablica, između 2003. i 2004. ukupna radna snaga povećana je za 40 osoba (5,25%):

| | 2003. | 2004. | Indeks 2004/2003. |
|----------------------|-------|-------|----------------------|
| Ukupna radna snaga | 762 | 802 | 105,25 |
| Stalno zaposleni | 701 | 743 | 105,99 |
| Privremeno zaposleni | 61 | 59 | 96,72 |

Tablica. *Struktura radne snage*

4.3 Razlog povećanju broja zaposlenih leži uglavnom u svježem priljevu osoblja potrebnog za novu punionicu Bistre u Gotalovcu. U smislu protoka radne snage zabilježeno je lagano povećanje u odlasku zaposlenika (29 ih je napustilo tvrtku u 2004, u odnosu na 25 u 2003), ali stopa dolazaka je znatno viša i, što je važnije, znatno viša od promatrane stope gubitka radnika. Također je važno uočiti da je udio radne snage sa stalnim ugovorima lagano porastao na 92,64%, dijelom zbog prirode posla u Gotalovcu.

4.4 Zbog prirode poslovanja, u ukupnoj radnoj snazi tvrtke CCBH i dalje dominiraju muškarci, iako je u promatranom razdoblju udio žena među zaposlenicima porastao. Postotak zaposlenica u privremenoj radnoj snazi raste brže nego u stalnoj radnoj snazi, no porast u oba segmenta je evidentan. Također se povećao udio žena u višoj upravi. U 2003. godini žene su činile 3 od 13 članova više uprave; u 2004. u timu od 12 ljudi u višoj upravi sjedile su 4 žene. Tvrtka također zapošljava 8 osoba s tjelesnim oštećenjem, u usporedbi s 10 u 2003. godini.

| | Stalno zaposleni | | | | Privremeno zaposleni | | | |
|----------------|------------------|--------------------------|------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|-----------|--------------------------|
| | 2003. | % u ukupnoj radnoj snazi | 2004. | % u ukupnoj radnoj snazi | 2003. | % u ukupnoj radnoj snazi | 2004. | % u ukupnoj radnoj snazi |
| Muškarci | 598 | 85,31 | 625 | 84,12 | 53 | 86,89 | 48 | 81,36 |
| Žene | 103 | 14,69 | 118 | 15,88 | 8 | 13,11 | 11 | 18,64 |
| Ukupno: | 701 | 100,00 | 743 | 100,00 | 61 | 100,00 | 59 | 100,00 |

Tablica. Prikaz radne snage, po spolu, 2003. i 2004.

4.5 Prosječne plaće u tvrtki CCBH i dalje su znatno iznad prosjeka u industriji i u zemlji, što je vidljivo iz sljedeće tablice:

| | 2003. | 2004. |
|---------------------|-----------------|------------------|
| hrvatski prosjek | 5.623,00 | 5.985,00 |
| prosijek industrije | 5.660,00 | 5.965,00 |
| CCBH* | 9.865,80 | 10.163,34 |

* Bruto plaće, ne uključujući menadžerske plaće.

Tablica. Usporedba plaća, CCBH, prosjek industrije i državni prosjek

4.6 U smislu dodatnih pogodnosti, tvrtka CCBH nastavlja s dodjeljivanjem neobveznih bonusa zaposlenicima. To uključuje: božićnicu i bonus za praznike (1000 kn), pogrebne troškove, troškove dopusta (3000 kn), božićne poklone za djecu te potporu za produženo bolovanje.

4.7 Tu su i brojne druge mjere unutar tvrtke koje pružaju poticaje i nagrađuju marljiv rad i predanost radne snage. Poglavitno, naš sustav nagrađivanja zaposlenika proširen je krajem 2004. te sada obuhvaća vrijednost i ponašanje na radnom mjestu te u kontaktima s klijentima. Nagrade za najbolje zaposlenike sada se dodjeljuju svaka tri mjeseca, a mogu ih dobiti svi radnici koji nisu uključeni u plan poticaja. Nagrade

pojedincima dodjeljuje tim više uprave, na temelju preporuka drugih radnika. Od sada radnici mogu odabrati istu osobu više puta. Na kraju godine odabire se pet finalista među kojima se bira "zaposlenik godine". Raspon nagrada je od 1500 kn za pojedinca u razdoblju od tri mjeseca, do 3000-4000 eura za finaliste i konačnog pobjednika. Do sada su dodijeljene 44 nagrade tijekom dva tromjesečja, a dobitnici su pojedinci iz različitih regija iz svih sektora. Poticaji su također prošireni na prodajni tim vezivanjem plaće uz izvedbu. Sva nova radna mjesta oglašavaju se prvo interno a zatim i eksterno, kako bi se pružili poticaji za razvoj posla unutar tvrtke te privukli najbolji od potencijalnih novih radnika. Paragraf 8 izjave tvrtke CCBH o diskriminaciji predstavlja ključne odluke s obzirom na transparentnost i razine plaća.

Odnosi sa sindikatom, prava radnika

4.8 Trenutno u CCBH aktivno djeluju dva sindikata: Sindikat Coca-Cole, član PPDIV-a (Sindikata zaposlenih u poljoprivredi, prehrambenoj i duhanskoj industriji i vodoprivredi) i Nezavisni sindikat Coca-Cole, član NHS-a (Nezavisnih hrvatskih sindikata).

4.9 PPDIV, kojeg je član i Sindikat Coca-Cole, najveći je sindikat u Hrvatskoj, s predstavnicima u 360 tvrtki te s više od 50.000 članova. Dio je Saveza samostalnih sindikata Hrvatske, najvećeg i najjačeg saveza sindikata u Hrvatskoj. U tvrtki CCBH u tom sindikatu je otprilike 210 radnika, ili 27% ukupne radne snage. U Nezavisnom sindikatu Coca-Cole otprilike je isti broj radnika, a povezan je s NHS-om - udruženjem sindikata s ukupno više od 40.000 članova. Dva sindikata su nastala raskolom unutar jednog sindikata, čiji su članovi odlučili da će svoje interese najbolje ostvariti uspostavljanjem dvostruke strukture sindikata. U usporedbi sa zadnjim društvenim izvješćem, zabilježen je porast članstva u sindikatima: od 51,7% ukupne radne snage u 2002. na 54% u 2004. Preostalih 46% ili 370 radnika nisu članovi sindikata, ali imaju "neovisne" predstavnike u Radničkom vijeću. Pregovori o kolektivnim ugovorima i dalje se odnose na cijelu radnu snagu, a sloboda udruživanja zajamčena je hrvatskim Zakonom o radu.



4.10 Hrvatski zakon jasan je u pogledu pravila, politike i postupaka za savjetovanje i pregovore između radnika i uprave. U skladu s ovim propisima te poslovnom politikom tvrtke CCBH, radnici imaju direktnu vezu s upravom preko Radničkog vijeća. Zbog veličine radne snage tvrtke CCBH vijeće se sastoji od 9 radničkih predstavnika, a svi predstavljaju mišljenja i prijedloge radnika tvrtke CCBH. U svjetlu novonastale situacije oko sindikata, trenutno postoje po 4 predstavnika PPDIV-a i SSCC-a. Radnici koji nisu članovi sindikata imaju jednog neovisnog predstavnika.

4.11 Bitno je napomenuti da se Radničko vijeće ne bavi isključivo problemima radnika nego je, u širem kontekstu, forum gdje predstavnici radne snage mogu izraziti svoja mišljenja, zabrinutost i komentare, ali također saznati novosti i informacije u vezi s napretkom tvrtke. Ovo radnicima omogućava direktnu komunikaciju s višom upravom, što je u skladu s hrvatskim Zakonom o radu te je na korist svima. U ovom trenutku teško je predvidjeti budući status vijeća, s obzirom na neslaganja među sindikatima. Godišnja skupština svih zaposlenika tvrtke također nije održana dosta dugo i to ćemo nastojati ispraviti u skoroj budućnosti.

4.12 Novo istraživanje o zadovoljstvu zaposlenika provedeno je 2005. te će biti predstavljeno u sljedećem izvješću o održivosti. Sada bi bilo neprimjereno donositi bilo kakve opće zaključke u vezi sa stanjem radničkih odnosa unutar tvrtke CCBH. Nastavljamo s nastojanjima da komunikacijski kanali s radnom snagom ostanu otvoreni i da ih se stalno nadzire. Želja tvrtke CCBH da bude najpoželjniji poslodavac vjerojatno dobiva najveću potvrdu u smislu sigurnosti na radnom mjestu. S druge strane, dok su plaće iznadprosječne, svjesni smo da nisu svi s entuzijazmom dočekali vezivanje plaća uz izvedbu kao i naglasak na poticaje temeljene na rezultatima te da neki to smatraju uvođenjem kulture "temeljene na pritisku" unutar tvrtke. Nadalje, izražena je zabrinutost u vezi sa strategijom traženja učinkovitijih načina postupanja kad je riječ o neosnovnim djelatnostima tvrtke, ponekad kroz tzv. outsourcing - korištenje vanjskih usluga.

Zaštita zdravlja i sigurnost

4.13 Odjel za zaštitu zdravlja i sigurnost u tvrtki CCBH, zadužen za nadgledanje zaštite zdravlja na radnom mjestu i poštovanja sigurnosnih standarda, sada je dio Odjela za kontrolu kvalitete. Odgovoran je za pružanje obuke i povratnih informacija kako bi se smanjio broj ozljeda te osigurala usklađenost s hrvatskim zakonima, standardima upravljanja sigurnošću OHSAS 18001 i TCCQS. Kao što je vidljivo iz sljedeće tablice, ukupni trend u smislu zaštite zdravlja i sigurnosti na radnom mjestu je pozitivan te se očituje u smanjenju broja ozljeda u 2004. u usporedbi s prethodne tri godine. Do sada nije bilo smrtnih slučajeva na radnom mjestu.

| GODINA | NA RADNOM MJESTU | RADNO MJESTO - PROMET | VRST OZLJEDE | | UKUPNO |
|--------|---------------------|--------------------------|-------------------------------|-----------------------|--------|
| | | | PUTOVANJE DO RADNOG MJESTA | POSLOVNA PUTOVANJA | |
| 2001. | 24 | 6 | 6 | 1 | 37 |
| 2002. | 27 | 6 | 2 | - | 35 |
| 2003. | 25 | 5 | 9 | 2 | 41 |
| 2004. | 19 | 4 | 4 | - | 27 |

Tablica. Ozljede na radnom mjestu

4.14 Prije svega, jasan pokazatelj pozitivnog utjecaja uvođenja jedinstvenog odjela za zaštitu zdravlja i sigurnost u tvrtki jest činjenica da je uočeni porast ozljeda u prometu smanjen nizom koordiniranih seminara o sigurnosti u prometu te o pružanju prve pomoći. Ukupno je organizirano 12 seminara u cijeloj Hrvatskoj kao pomoć prodajnim i distribucijskim timovima u 2003. i 2004. Seminare su vodili policajci, koji su predavali o sigurnosti u prometu, te liječnici, koji su detaljno izlagali o pružanju prve pomoći. Nadalje, za honorarne radnike organizirani su seminari o sigurnosti na radnom mjestu kao i vježbe za zaštitu od požara, u suradnji s lokalnim vatrogasnim jedinicama.

4.15 Također, u 2004. osnovani su odbori za sigurnost na radnom mjestu u svim pogonima za punjenje, s glavnim odborom u Zagrebu koji se sastoji od predstavnika odjela za zaštitu zdravlja i sigurnost na radnom mjestu, prodaje, provjere kvalitete, distribucije, operativnih poslova, radnika te liječnika. Glavni odbor za zaštitu zdravlja i sigurnost

sastoji se od sljedećih članova: član odbora, direktor prodaje, financijski direktor, direktor osiguranja kvalitete, direktor operativnih poslova, direktor ljudskih resursa, predstavnik radnika, predstavnik državnog Inspektorata za zdravstvenu zaštitu i sigurnost te liječnik. Sljedeća tablica predstavlja rezultate ovih napora.

| POKAZATELJ | 1999. | 2000. | 2001. | 2002. | 2003. | 2004. |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Broj zaposlenika | 750 | 781 | 785 | 776 | 787 | 790 |
| Broj ozljeda | 47 | 34 | 37 | 35 | 41 | 27 |
| Broj smrtnih slučajeva | - | - | - | - | - | - |
| Broj skupnih ozljeda | - | - | - | - | - | - |
| Broj ozbiljnih ozljeda | 8 | 9 | 10 | 8 | 9 | 12 |
| Broj ozljeda na 1000 radnika | 62.67 | 43.50 | 47.30 | 45.10 | 52.10 | 34.20 |

Tablica. Struktura ozljeda, 1999-2004.

4.16 Svi su radnici zaštićeni formalnim ugovorima o zdravstvenoj zaštiti i sigurnosti, u skladu s hrvatskim Zakonom o radu. Nadalje, vrijedi primijetiti da je trošak uzrokovan izostajanjem zbog ozljeda na radnom mjestu smanjen s 1,012.205 kn u 1999. na 333.913 kn u 2003.

Obuka i obrazovanje

4.17 Tvrtka CCBH nastavlja svoju predanost razvijanju potencijala i kvalitete svojih radnika stalnim usavršavanjem i obrazovanjem radnika. Provedi se redovita obuka i obrazovanje velikog broja radnika. Nadalje, također se provode Profili osobnoga razvoja (IDP - Individual development profiles). Nedavno su prošireni na veći broj radnika te sada obuhvaćaju i operatere na proizvodnim linijama. Tvrtka radnicima nudi otpremnine za prijevremenu mirovinu koje su postavljene na najvišu razinu dopuštenu zakonom. U protekle dvije godine zabilježeno je otprilike 15 takvih slučajeva.

4.18 Gotovo svaki radnik (85% radne snage) ima plan provjere vještina i razvojni plan. Također, postoje posebni seminari za obrazovanje i obuku razvijeni za svako pojedino radno mjesto. Sljedeća tablica prikazuje ukupno vrijeme utrošeno na obuku. Postoji očit pad u ukupnoj količini vremena za obuku, tj. prosječnog vremena utrošenog po zaposleniku. S jedne strane stječe se dojam smanjenja resursa utrošenih na obrazovanje

radnika. Međutim, analizirano razdoblje pokriva razdoblje tijekom kojeg su u tvrtku uvedene bitne inovacije, primjerice ISO standardi.

Podrazumijeva se da je na samom početku broj sati utrošen na obuku relativno visok, dok brojke za 2004. godinu pokazuju normalizaciju tog trenda. Također, naš postojeći način bilježenja podataka obično izostavlja vrijeme utrošeno na obuku unutar tvrtke koju ne provodi Odjel za ljudske resurse nego drugi odjeli. Nastojimo to ispraviti te u sljedećem izvješću o održivosti osigurati potpuno praćenje vremena utrošenog na obuku.

Borba protiv diskriminacije i ljudska prava

4.19 Borba protiv diskriminacije na radnom mjestu sadržana je u hrvatskom zakonu. U paragrafu 5 naše Izjave o ljudskim pravima, sastavljene u skladu s politikama tvrtki TCCC i CCHBC, tvrtka CCBH jasno se obvezuje na borbu protiv diskriminacije na osnovi rase, društvenog statusa, nacionalnosti, religije, tjelesnog invaliditeta, spola, seksualne orijentacije, članstva u sindikatima i starosti. Jasno se navodi da tvrtka neće dopustiti ponašanje, radnje ili geste koje čine seksualno zlostavljanje.

4.20 U slučaju povrede pravila ponašanja ili disciplinskih pitanja, poštuju se stroge smjernice kako bi se osiguralo pošteno saslušanje za svaki pojedini slučaj. Osobi na koju se odnosi slučaj uvijek se pruža prilika da iznese svoju stranu, a rezultati istrage uvijek se predstavljaju Radničkom vijeću. U posebno teškim slučajevima, zadnja mjera je predavanje slučaja sudstvu. Da bi se spriječilo osvećivanje, prema važećoj proceduri jasno se objavi tko je upleten u slučaj i gdje, sa svim pratećim odgovornostima.

4.21 Tvrtka CCBH predana je podizanju svijesti o HIV/AIDS-u te je usvojila politiku temeljenu na načelima prava privatnosti; borbu protiv diskriminacije, postupno prilagođavanje te važnost obrazovanja. Rad djece i prisilni rad zabranjen je hrvatskim Zakonom o radu, što je ugrađeno u naše ugovore s dobavljačima.

| | 2003. | 2004. |
|------------------|-------|-------|
| Ukupan broj sati | 17644 | 12498 |
| Po zaposleniku | 25 | 17 |

Tablica. Vrijeme obuke, ukupno i po zaposleniku.



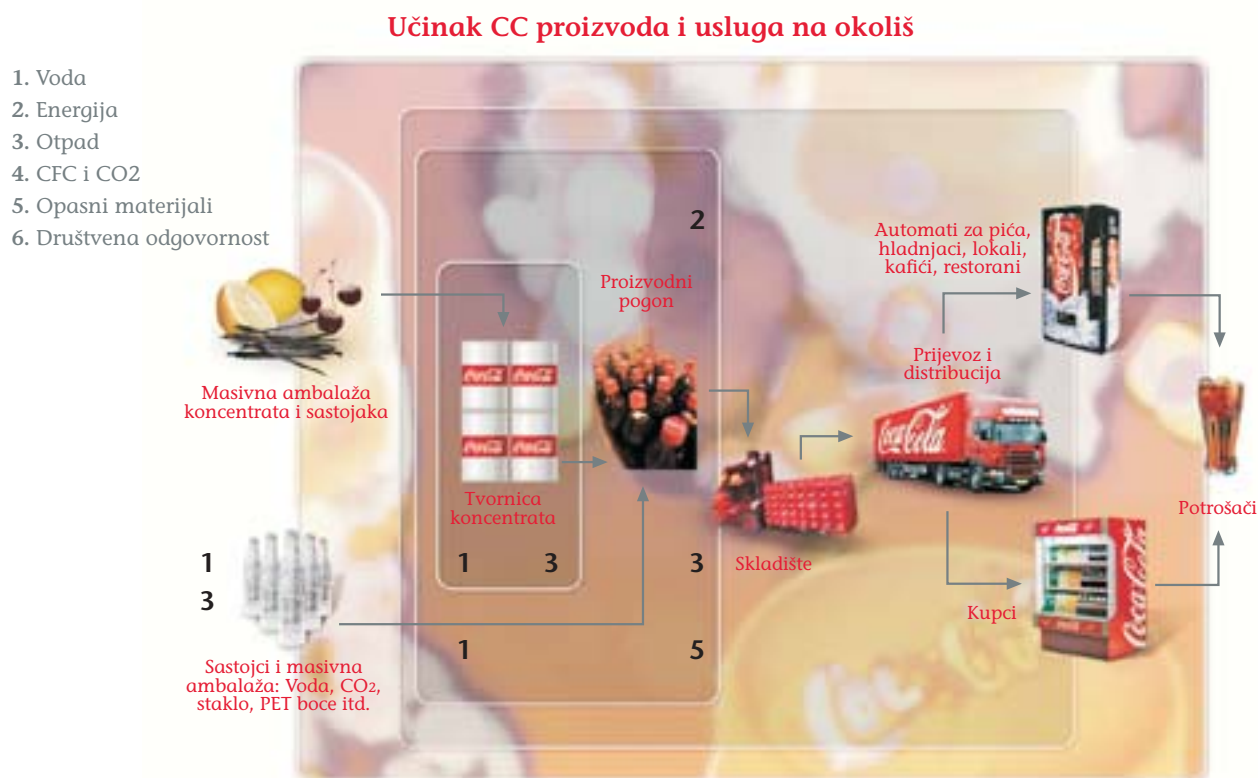
5. Okoliš

5.1 Upravljanje okolišem čini osnovni dio naše predanosti korporacijskoj društvenoj odgovornosti te je ugrađeno u naše politike, sustave upravljanja i postupke. U lipnju 2002. proizveli smo naše prvo izvješće o zaštiti okoliša. To je potvrdilo našu predanost pružanju učinkovitog doprinosa osiguranju čistog i zdravog okoliša za današnju i za buduće generacije. Od tada smo postigli ogroman napredak u očuvanju okoliša zahvaljujući ljudima predanim načelu poštovanja prema okolišu i uvođenjem najmodernijih sustava upravljanja okolišem. Istovremeno smo postali svjesniji potrebe za čvrstim sustavom za upravljanje okolišem, kao i ključne dimenzije održivosti.

5.2 U ovom izvješću prvo opisujemo prirodu i učinke sustava za upravljanje okolišem te politike i postupke od kojih se sastoji, predstavljajući upravljanje okolišem u najširem smislu. Ovaj dio obuhvaća napredak u smislu ekološke obuke i ulaganja u okoliš. Nakon toga opisujemo našu izvedbu u sedam ključnih područja: Upotreba energije; Upotreba vode; Sirovine; Ispuštanje plinova u atmosferu; Kruti otpad; Prijevoz i Bioraznost. U svakom ovom području bilježimo napredak te zacrtane ciljeve. Također, prilažemo Tablicu podataka o zaštiti okoliša za godinu 2004, uglavnom za tvornice u Zagrebu i Solinu (tvornica u Gotalovcu otvorena je u srpnju 2004. te će biti uvrštena u izvješće o održivosti za 2007. Ova tablica se temelji na Pokazateljima očuvanja okoliša sustava smjernica GRI te je u skladu s praksom izvješćivanja u cijeloj Grupi, u Izvješću o društvenoj odgovornosti tvrtke Coca-Cola HBC. Praksa je Grupe izvješćivati o podacima o zaštiti okoliša samo za proizvodne pogone. Dok ponekad u našem izlaganju spominjemo trendove, činimo to s oprezom jer je sustav mjerenja podataka revidiran i primijenjen prvi put u 2004. godini. Tvrtka CCBH mjeri i izvješćuje još od 2001. g. tvrtku TCCC sa sjedištem u Atlanti o zaštiti okoliša u 7 navedenih ključnih područja. Ipak, ove podatke je teško usporediti zbog razlika u sustavu izvješćivanja. To znači da podaci u ovom izvješću tvore referentnu točku s kojom će se uspoređivati rezultati iz 2005. i 2006, obuhvaćeni našim sljedećim izvješćem o održivosti.

Ekološko upravljanje i upravljanje okolišem

5.3 Analizom životnog ciklusa naših proizvoda i usluga možemo pojasniti glavne aspekte prikazane u sljedećem dijagramu:



5.4 Zajedno s našom matičnom tvrtkom usvojili smo međunarodni standard zaštite okoliša ISO 14001:1996 te dobili certifikat u prosincu 2004, što je u skladu s našim planom izloženim u zadnjem društvenom izvješću. Osim toga, također pratimo standarde u zaštiti okoliša postavljene unutar Coca-Colina sustava kvalitete (TCCQS). Kao dio naše strategije zaštite okoliša prepoznali smo ključne ekološke učinke našeg djelovanja te uspostavili sveobuhvatan i strog sustav procjene rizika, kontrole kvalitete, nadzora, ispitivanja i izvješćivanja o upravljanju.

5.5 Dok je trenutno naš certifikat ISO 14001 usredotočen na proizvodnju i ambalažu, naša pravila i postupci obuhvaćaju šire područje. Naime, proširili smo svijest o učincima na okoliš izvan naših osnovnih

poslovnih aktivnosti, naročito s obzirom na dobavljače sirovina. U idućim godinama fokus u zaštiti okoliša bit će usmjeren prema našim klijentima i opremi za rashlađivanje pića. U 2004. godini istraživanje o zadovoljstvu dobavljača prošireno je i na tromjesečno izvješće o zaštiti okoliša. Trenutno ocjenjujemo dobavljače godišnje na temelju tri široka ekološka pokazatelja:

I. Certifikat: raspon certifikata ISO 9001, ISO 14001 i OHSAS 18000

II. Upravljanje otpadom: recikliranje otpada (više od 50%; manje od 50%; bez recikliranja)

III. Poštovanje zakona o zaštiti okoliša (pridržavanje zakona i kazni)

Nadalje, svakom dobavljaču se dostavljaju podaci o našim zahtjevima za zaštitu okoliša te on mora potpisati obrazac kojim obećava da će ih se pridržavati. U skladu s prioritetima tvrtke CCHBC i u budućnosti ćemo nastaviti naglašavati ekološke učinke na lanac nabave.

5.6 Kao što je gore navedeno (Poglavlje 3), odgovornost za upravljanje okolišem određuje Odbor Odjela za osiguranje kvalitete. Internu reviziju provodi interdisciplinarni tim sastavljen od zaposlenika tvrtke CCBH koji su ovlašteni interni revizori prema standardu ISO 14001:1996. Također, jednom godišnje se provodi vanjska revizija u skladu sa sustavima ISO 14001 i TCCQS. Planovi djelovanja definiraju se i primjenjuju unutar CCBH, a prati ih baza podataka tvrtke TCCQS sa sjedištem u Atlanti. Stručnjak za sustav kvalitete na državnoj razini koordinira i upravlja Sustavima za upravljanje okolišem u tvrtki, a svaka tvornica ima ovlaštenog koordinatora za zaštitu okoliša, koji odgovara direktoru odjela za osiguranje kvalitete.

5.7 Nastavljamo raditi prema načelu da bi zaštita okoliša u našoj tvrtki trebala ići dalje od zahtjeva propisanih postojećim hrvatskim zakonima te težiti standardima Europske unije. Sukladnost europskim zakonima osigurava se stalnim nadzorom zakonodavstva i sukladnosti standardima za zaštitu okoliša ISO 14001:1996 i TCCQS, koje svaki proizvodni pogon mora poštovati. Ovi standardi nadmašuju propisane zahtjeve u smislu prevencije, upravljanja rizikom i pripreme za rizike.

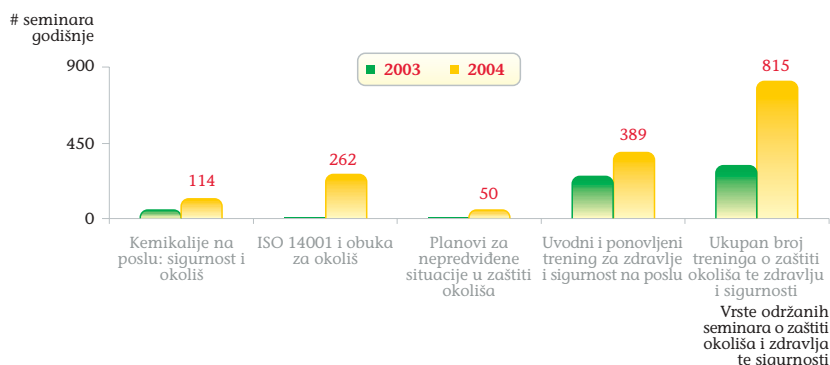


Ovo se potvrđuje barem dvaput godišnje unutarnjim i vanjskim revizijama zaštite okoliša. Svi rezultati revizija šalju se izravno u Atlantu tvrtki TCCC. Ukoliko se u tvornici otkrije višestruko nepoštovanje standarda TCCQS, ISO 14001 i/ili pravnih zahtjeva, tvrtka TCCC može narediti zatvaranje tvornice.

Obuka za zaštitu okoliša

5.8 Intenzitet i kvaliteta obuke o pitanjima zaštite okoliša znatno su povećani u 2004. godini, unutar tvrtke CCHBC te naročito unutar tvrtke CCBH. Jedno od bitnih svojstava je integracija obuke o zaštiti okoliša i zdravlja te sigurnosti. Sljedeći dijagram uspoređuje broj seminara u 2003. i 2004.:

Dijagram
Broj seminara o zaštiti okoliša i zdravlja te sigurnosti održanih u 2003. i 2004.



5.9 U 2004. godini usredotočili smo se na obrazovanje zaposlenika o zaštiti okoliša, posebice o upravljanju opasnim kemikalijama, ponašanju u slučaju izljeva kemikalija u prirodu te upravljanju prirodnim resursima. Ovim obrazovnim seminarima nastojali smo povećati svijest o očuvanju prirodnog okoliša u blizini radnog mjesta te susjednih naseljenih područja. Iako se ponosimo činjenicom da nikada nismo imali veći izljev kemikalija, ulja ili goriva, uključujući razdoblje izvješćivanja, posebno smo dobro pripremljeni za takvu mogućnost, i u pogledu osiguravanja opreme za slučaj izljeva, i u pogledu praktičnih vježbi za sve radnike u proizvodnim pogonima i skladištima te dobavljače koji rukuju kemikalijama i uljima u našim proizvodnim pogonima.

Ulaganja u zaštitu okoliša

5.10 Uvijek smo promatrali ulaganja u zaštitu okoliša iz perspektive i ekološke i komercijalne djelotvornosti. Naša glavna ulaganja u zaštitu okoliša u 2004. bila su:

tvornice u Zagrebu i Solinu - metoda korištenja manje materijala za izradu PET boca

tvornica u Gotalovcu - pogon za postupanje s otpadnim vodama

tvornica u Solinu - sanacija ribnjaka

tvornice u Zagrebu i Gotalovcu - pokretne jedinice za skladištenje kemikalija

tvornice u Zagrebu i Solinu - pokretne jedinice za skladištenje opasnih kemikalija

tvornice u Zagrebu i Solinu - oprema za djelovanje u slučaju izljeva

tvornice u Zagrebu i Solinu - reciklažni spremnici.

5.11 Procjenjujemo ukupna kapitalna ulaganja u zaštitu okoliša u 2004. na 292.000 eura, raspoređenih na sljedeći način:

| Ulaganje | Trošak | % ukupnog ulaganja |
|---|------------------|--------------------|
| PET dijelovi napravljeni od manje materijala | € 241.000 | 82,5% |
| Sustav za postupanje s otpadnim vodama za Tvornicu u Gotalovcu | € 7000 | 2% |
| Servisiranje zračnih ispuha (reciklaža i ponovna upotreba toplog zraka) | € 4000 | 1,5% |
| ISO 14001 zahtjevi, Zagreb (npr. oprema za djelovanje u slučaju izljeva, spremnici za reciklažu itd.) | € 20.000 | 7% |
| ISO 14001 zahtjevi, Solin (npr. oprema za djelovanje u slučaju izljeva, spremnici za reciklažu itd.) | € 20.000 | 7% |
| UKUPNO | € 292.000 | 100% |

Tablica podataka o zaštiti okoliša 2004.

5.12 Ova tablica sadrži odgovore na sve osnovne GRI pokazatelje za zaštitu okoliša, kao i dodatne pokazatelje za 2004. u našim proizvodnim pogonima (Zagreb, Solin i gdje je dostupno u Gotalovcu)

| GRI MATERIJALI | Vrsta/Tvornica | Količina | Relativna količina | Komentar (dodatni podaci) |
|-----------------------|--|---------------|--------------------|---|
| EN1 | Korišteni materijali osim vode (kg) šećer i druga sladila i koncentрати, baze pića, voćni sokovi i okusi | 1.7602.778 | | |
| | PET | 1.200.598 | NK | šećer i HFS (šećer s visokim % masnoća) |
| | PE | 249.556 | | PET boce |
| | Staklo | 7.237.249 | | Folija za zamatanje |
| | Aluminij | 185.865 | | Povratne staklene boce |
| | Metal | 0 | | Čepovi, Limenke |
| | Papir | 52.228 | | Naljepnice, Zaštitni omoti |
| | Karton | 5.925.754 | | Paleta |
| | Drvo | 342.125 | | |
| EN2 | Postotak materijala koji tvore otpad iz drugih izvora Reciklirani PET granulat | NK | Do 5% | Maksimalno dopušteno standardom TCCQS |
| ENERGIJA | | | | |
| EN3 | Izravna uporaba energije (tvornice u Zagrebu i Solinu) u 100000 MJ | | % | |
| | Električna energija | 101 | 28 | |
| | Lagano gorivo ulje | 17 | 5 | |
| | Propan | 47 | 13 | |
| | Prirodni plin | 201 | 54 | |
| | UKUPNO | 366 | 100 | |
| EN4 | Neizravna upotreba energije | NK | NK | |
| VODA | | | | |
| EN5 | Ukupna upotrijebljena voda (u tisućama litara) | | l/lpb | Cilj u 2005. |
| | Solin | 119 | 2.64 | 2.55 |
| | Zagreb | 232 | 2.70 | 2.62 |
| | UKUPNO | 351 | | |
| EN22 | Ukupno reciklirano i ponovno upotrijebljeno vode | | | |
| | Solin | | 62% | Voda korištena u procesima tretirana nakon upotrebe |
| | Zagreb | | 62% | |
| BIORAZNOLIKOST | | | | |
| EN23 | Ukupno zemljište u vlasništvu ili najmu u m2 | | | |
| | Solin | 30.000 | | |
| | Zagreb | 19.000 | | |
| | Gotalovec/Bistra | 31.000 | | |
| | UKUPNO | 80.000 | | |
| EN24 | Nepropusna površina u m2 | | % EN 23 | |
| | Solin | 26.000 | 87% | |
| | Zagreb | 17.000 | 89% | |
| | Gotalovec/Bistra | 2.920 | 9% | |

| | | | | |
|-----------------------------------|---|--|---|---|
| EN6 | Zemljište u biološki raznolikim staništima u m2 Gotalovec/Bistra | 2.920 | | |
| EN7 EMISIJE | Glavni utjecaji na bioraznolikost | | | Vidi tekst dolje |
| EN8 | Emisije stakleničkih plinova (kg) Emisije CO ₂ , izravne Emisije CO ₂ , neizravne | 2.442.107 NK | g/lpb 19,36 | Izračunato prema potrošnji goriva i plina |
| EN9 | Emisije tvari koje uništavaju ozonski omotač R12 R134a | 0 NK | | |
| EN10 | Ostale znatne emisije (g) Dušični oksid (NO _x) Tvari u česticama (PM) Ugljikohidrati (HC) Ugljik monoksid (CO) Sumpor dioksid (SO ₂) | 39.797.276 1.537.623 1.628.071 5.426.904 NK | mg/lpb 315,52 12,19 12,91 43,03 | Upotreba energije i ispušni plinovi vozila Izračunato iz ispušnih plinova vozila |
| OTPAD | | | | |
| EN11 | Otpad prema vrsti i odredištu Količina recikliranog otpada Zagreb (u 1000 kg) Papir/karton Staklo Plastika Metal Drvo UKUPNO Reciklirano Odloženo Solin (u 1000 kg) Papir/karton Staklo Plastika Metal Drvo UKUPNO Ukupno reciklirano Ukupno odloženo | 913,2 279 206,3 250 397,1 2945,6 219,9 612 140,9 103,4 709,6 1179,6 | 76% 24% 50,5% 49,5% | Cilj u 2005. 75% Cilj u 2005. 60% |
| EN12 | Ispusti u vodu Količina otpadnih voda (u litrama) Prosječno COD (mg/l) | 217.719 | 30 | |
| EN13 PROIZVODI I USLUGE | Izljevi kemikalija, ulja i goriva | 00 | | Bez izljeva u 2003. i 2004. |
| EN14 | Učinci proizvoda i usluga na okoliš Upotrijebljena voda Upotrijebljena energija i emisije u zrak Upotrijebljeni materijali i proizvedeni otpad Uzvodno: smanjenje kisika u vodi Nizvodno: onečišćavanje (PET) bocama | Vidi gore Vidi gore Vidi gore NK NK | | |
| EN15 USKLAĐENOST | Postotak povratnih proizvoda | NK | | |
| EN16 PRIJEVOZ | Incidenti i kazne | - | | Bez kazni ili opomena za kršenje u 2004. |
| EN34 | Učinci prijevoza na okoliš Veličina voznog parka Automobili Kamioni Kombiji Potrošnja benzina (u litrama) Odjel distribucije Službena vozila Vanjska distribucija UKUPNO | 218 111 13 678.024 237.460 226.470 1.141.954 | 54% 29% 17% | S ugrađenim katalizatorima 15% 95% 50% 67% |

Upotreba energije

5.13 Upotreba energije u našim punionicama crpi prirodne resurse. Od ukupne količine energije koja se koristi, izraženo u megadžulima (MJ), u pogonima u Zagrebu i Solinu, oko 28% je električna energija, 54% prirodni plin, 13% propan i 5% lako loživo gorivo.

5.14 U skladu s rastom našeg poslovanja, rastu naše potrebe za energijom. S ciljem smanjenja negativnih učinaka povećane potrebe za energijom, CCBH se kontinuirano trudi poboljšati svoje procese da bi smanjila relativnu potrošnju energije. Ona se mjeri u megadžulima po litri proizvedenog pića (MJ/l). U našem izvješću za 2002. godinu izračunali smo da je potrošnja energije 0,67 MJ/l te smo kao cilj postavili smanjenje na 0,60 MJ/l u sljedeće dvije godine. U stvarnosti je zagrebački pogon postigao stopu od 0,465 MJ/l, a solinski pogon 0.48 MJ/l.

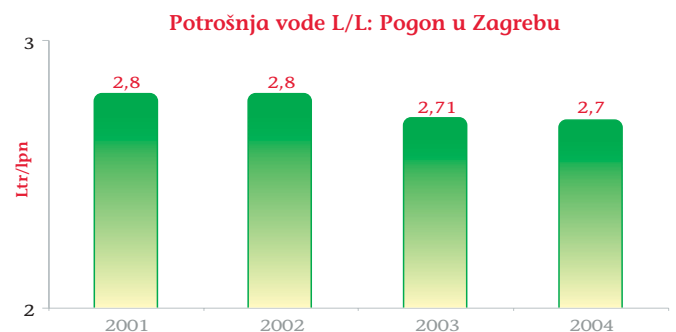
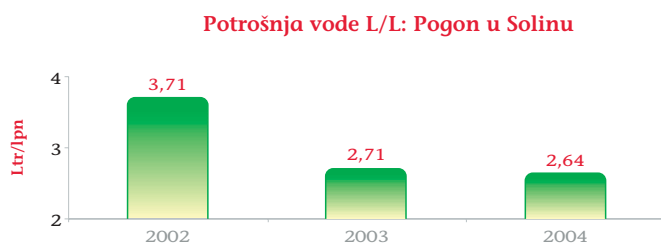
5.15 Koliko je god moguće, pokušavamo pronaći mogućnosti uvođenja mjera za uštedu energije uključujući obnovljive izvore energije. U oba pogona smo nedavno radili na optimalizaciji niskotlačnih kompresora te smo optimizirali potrošnju energije sustava za sušenje smole. Nadalje, sada više puta koristimo isti visokotlačni zrak nakon linija za preoblikovanje puhanjem te ponovno koristimo topli zrak koji nastaje u istom procesu kao izvor grijanja za skladište.

5.16 Utjecaji naših sustava prijevoza i distribucije na energiju obrađeni su u nastavku teksta, u poglavlju Prijevoz. Nadalje, treća skupina utjecaja na energiju odnosi se na upotrebu opreme naših kupaca za rashlađena pića, kao što su hladnjaci na prodajnim mjestima. Prema našim procjenama, ukupno je u 2004. godini u Hrvatskoj korišteno 26.059 naših hladnjaka, 891 prodajni aparat i 2187 naših točionica napitaka. U skladu s nastojanjima CCHBC-a, do 2010. godine imat ćemo nove hladnjake i prodajne aparate koji koriste oko 50% manje energije nego oni kupljeni 2000. godine.

Upotreba vode

5.17 Voda je jedan od najdragocjenijih, ali i najugroženijih prirodnih Zemljinih resursa. Kao proizvođač napitaka, mi smo izrazito svjesni potrebe za odgovornom uporabom vode, i to njezinom djelotvornom uporabom kao sirovine za naše proizvode, štedljivom uporabom u drugim aspektima procesa proizvodnje, kao što su čišćenje, pranje, ispiranje, rashlađivanje i dezinfekcija te važnošću pročišćavanja vode i odgovornog ispuštanja otpadnih voda.

5.18 Ukupna količina vode upotrijebljena u pogonu u Solinu u 2004. godini bila je oko 119.000 litara, a u Zagrebu 232.000 litara. Ključni pokazatelj koji koristimo za određivanje upotrebe vode jest njezina ukupna potrošnja po litri proizvedenog napitka (l/lpn). Prema podacima, u 2004. godini u pogonu u Zagrebu upotrijebljeno je 2,70 l/lpn, a u Solinu 2,64 l/lpn. Ukupno, pogon u Zagrebu uspio je smanjiti tu brojku za 3,6% u razdoblju između 2001. i 2004, uvelike zahvaljujući projektima čuvanja vode koji su se provodili u proizvodnji. Smanjenje je bilo i veće u solinskom pogonu, i to 29% u razdoblju između 2002. i 2004, što je postignuto povećanjem količine vode koja se koristi za navodnjavanje zelene površine oko pogona. Naši ciljevi za razdoblje od 2005. do 2007. g. uključuju daljnje smanjenje od 3%, dakle postizanje potrošnje od 2,62 l/lpn za pogon u Zagrebu i 2,57 l/lpn za pogon u Solinu. Oba ova cilja u skladu su s općim ciljem CCHBC-a da se smanji potrošnja vode za 2% u razdoblju od 2004. do 2005. godine (Izvešće CCHBC-a o društvenoj odgovornosti za 2004. godinu, str. 48).



5.19 Pogoni u Solinu i Zagrebu koriste javne zalihe vode. U Solinu je glavni izvor rijeka Jadro, a u Zagrebu lokalni podzemni bunari. Naš novi pogon u Gotalovcu ima vlastiti bunar izvorske vode čiji su izvor lokalne podzemne vode. U sva tri proizvodna pogona naše korištenje vode nije imalo neopravdan štetan utjecaj na lokalne ekosustave i staništa.

5.20 U skladu sa standardima tvrtke Coca-Cola Company pokušavamo smanjiti na minimum količinu proizvedenih otpadnih voda i osigurati njihovu obradu prije ispuštanja. U skladu s politikom zaštite otpadnih voda TCCC-a, morali smo na lokacijama izgraditi uređaje za obradu otpadnih voda koji uključuju sekundarnu obradu i u kojima mogu opstati ribe. Bez uređaja za obradu otpadnih voda i jezerca s ribama, pogon nikada ne bi dobio dozvolu TCCC-a za proizvodnju proizvoda pod markom TCCC. Ekološka jezerca s ribama postoje i u zagrebačkom i u solinskom pogonu i u svakome se nalazi desetak riba. Sva otpadna voda ispuštena iz naših proizvodnih pogona u skladu je s direktivama TCCC-a i EU o kvaliteti otpadnih voda. Dva zaposlenika nadgledaju i prate sustave obrade otpadnih voda u zagrebačkom i solinskom pogonu puno radno vrijeme. Reciklira se oko 62% vode u oba pogona.

Sirovine

5.21 Sirovine koje CCBH koristi uključuju sastojke naših napitaka i materijale za pakiranje naših proizvoda. Kao što se vidi u tablici (str. 50-51), koncentрати, šećeri i zaslađivači čine 72% sirovina koje koristimo. Sav naš šećer dolazi od šećerne repe koja se uzgaja u Europi. Nadalje, koristili smo visokokoncentrirane baze za napitke, voćne sokove i okuse koji imaju mali ukupni utjecaj po litri proizvedenog napitka nakon razvodnjavanja. Isto tako, koristili smo i ugljični dioksid (CO₂) za gaziranje naših napitaka, što je činilo 9% ukupnih korištenih sirovina. U skladu s politikom naše matične tvrtke, CCBH ne koristi genetski modificirane sastojke niti sastojke nastale iz genetski modificiranih organizama. Sve sirovine moraju biti u skladu s TCCQC standardima kvalitete, uključujući i kontrolu svake pošiljke pri dolasku nakon koje

se izdaje potvrda o osiguranju kvalitete ili potvrda o pridržavanju standarda za sve sirovine koje mogu direktno utjecati na kvalitetu proizvoda. Dobavljači se isto tako provjeravaju da bismo bili sigurni da rade u skladu sa zakonima o okolišu i TCCC-evim zahtjevima vezanim uz zaštitu okoliša.

5.22 Glavna sirovina koja se koristi za pakiranje naših proizvoda jest staklo za staklene boce koje se ponovno koristi i reciklira. Isto tako se koriste i PET boce (čine 5% ukupnih sirovina koje koristimo). U bliskoj suradnji s našim dobavljačima smanjit ćemo težinu naših dvolitrenih PET boca za 2g u 2005. godini, smanjujući tako ukupnu težinu boce za gotovo 4%, čime će se znatno smanjiti količina smole koja se koristi u proizvodnji boca. Prema procjenama, naše PET boce sada sadrže do 5% recikliranog materijala. Količina materijala za pakiranje također je smanjena nakon što je iz pakiranja od 6 komada i od 12 komada uklonjen sloj kartona. Karton koji se koristi kao međusloj između paketa pri slaganju paleta reciklira se. Plastični međuslojevi koji se mogu više puta rabiti isto se tako koriste da bi se smanjila potreba za kartonskim međuslojevima. Za čišćenje i pranje upotrebljavaju se kemikalije koje uključuju hipoklornu kiselinu, sumpornu kiselinu i natrij hidroksid. Mi se pridržavamo strogih pravila što su ih postavili hrvatsko zakonodavstvo i TCCC o čuvanju tih kemikalija i rukovanju njima. Sva otpadna voda koja sadrži površinske koncentracije ovih materijala za sanitaciju obrađuje se u sustavima za obradu otpadnih voda smještenim u pogonima.

Ispuštanja u atmosferu

5.23 Svjesni smo da ispuštanja u atmosferu mogu imati negativan utjecaj na ljudsko zdravlje i prirodni okoliš. Nadalje, nakupljanje stakleničkih plinova u atmosferi dovedeno je u vezu s globalnim zagrijavanjem i CO₂ se navodi kao primarni uzročnik klimatskih promjena. Pokušavamo smanjiti ispuštanja u zrak na minimalnu razinu. Ne postoje znatnija ispuštanja toksičnih tvari iz naših proizvodnih pogona.



5.24 Izračunali smo da ukupno neizravno ispuštanje CO₂ tijekom prijevoza iznosi 2.442.107 kg. To je prosječno 16.22 grama po litri proizvedene boce. Prosjek je nizak u svim našim pogonima i centrima za distribuciju osim u Požegi gdje prosječna vrijednost dostiže 31,65 g/lpb. Ostale emisije, izračunate u mg/lpb, imaju sljedeće vrijednosti: dušikovi oksidi (222 mg/lpb), lebdeće čestice (10,28 mg/lpb), ugljikovodici (10,89 mg/lpb) i ugljični monoksid (36,3 mg/lpb).

5.25 Coca-Cola Atlanta se 1991. godine posvetila rješavanju pitanja emisija koje smanjuju količinu ozona postavivši kao globalni cilj postupno uklanjanje do 2007. godine sve opreme na tržištu koja sadrži CFC. CCBH postupno uklanja opremu za hladne napitke koja sadrži klorofluorougljikovodike (CFC) i nepotpuno halogenirane klorofluorougljikovodike (HCFC) koje će zamijeniti ekološkim hladnjacima koji sadrže hidrofluorougljike (HFC) koji ne utječu štetno na ozon. Trenutno 96% naših hladnjaka sadrži HFC, 3% CFC i 1% HCFC. Također je važno riješiti pitanje utjecaja opreme za rashlađivanje na stakleničke plinove. CCBH svake godine mjeri količinu energije koju potroši ova oprema i koja, prema procjenama, iznosi 59.427.377 kW energije godišnje. U skladu s naporima CCHBC-a, sve jedinice koje sadrže CFC bit će do 2007. godine zamijenjene ekološkom i energetski djelotvornom opremom koja sadrži HFC.

Kruti otpad i upravljanje otpadom

5.26 Kruti otpad je nusproizvod svake industrijske aktivnosti te utječe na okoliš odlaganjem i kroz sirovine i energiju za stvaranje novih proizvoda. Kruti otpad se u našoj djelatnosti pojavljuje prvenstveno u dva oblika: 1. otpad iz procesa proizvodnje i 2. ambalažni otpad nakon upotrebe potrošača.

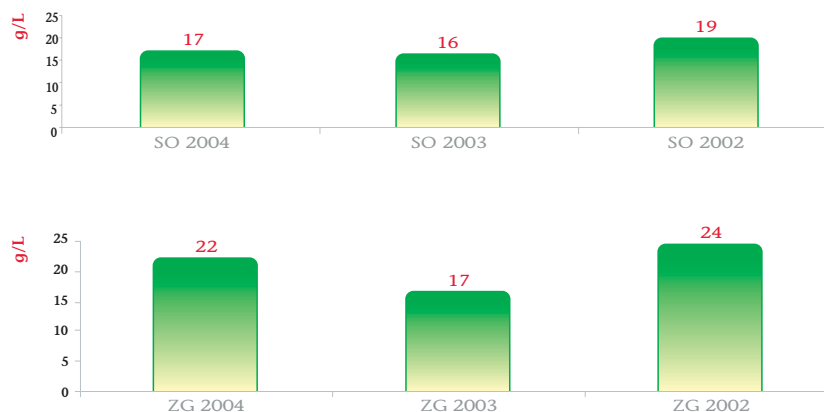
5.27 U stanju smo ostvariti minimalan utjecaj otpada iz proizvodnog procesa. Predani smo smanjivanju, uporabi, recikliranju i ponovnom korištenju otpada na lokaciji kada je god to praktično te sigurnom odlaganju nepovratnog otpada s minimalnim utjecajem na prirodni

okoliš. Pratimo količinu krutog otpada proizvedenu u našim proizvodnim pogonima te količinu recikliranog otpada. Glavni pokazatelji koje koristimo jesu kilogrami recikliranog otpada po litri proizvedenog napitka te postotak reciklaže, količina recikliranog, ponovno korištenog ili preprodanog otpada u usporedbi s ukupnom količinom proizvedenog otpada. U solinskom pogonu je 2004. bilo reciklirano, ponovno korišteno i preprodano 50,5% otpada, što je povećanje od 25% u usporedbi s 2003. U zagrebačkom pogonu bilo je reciklirano, ponovno korišteno ili preprodano 76% otpada, što je 8% više nego 2003.

5.28 Godine 2004. u našem pogonu u Zagrebu 66% otpada bilo je reciklirano, a 10% bilo je preprodano kao materijal za ponovnu upotrebu. U 2005. ponovno smo postavili ambiciozan cilj - reciklirati 75-76% otpada. U pogonu u Solinu reciklirano je 41%, dok je 9% otpada preprodano za ponovnu upotrebu. Cilj za 2005. je reciklirati 60% otpada. U Zagrebu se reciklira 76% ukupno proizvedenog otpada, a samo se 24% odlaže u jame. Pogon u Solinu reciklirao je 279.100 kg otpada u 2004. godini, što je povećanje u usporedbi s 200.000 kg recikliranog otpada u 2003. To je rezultat uvođenja procesa recikliranja kao i promjena u načinu razmišljanja koje su potaknule upravu i zaposlenike da shvate prednosti (financijske i ekološke) recikliranja. Zagrebački pogon reciklirao je 976.300 kg 2004. godine, što je pad u odnosu na 1.100.000 kg 2003. godine. To je većim dijelom rezultat manjeg obujma proizvodnje. Međutim, ta reciklirana količina nije znatna količina otpada koji se sada odvaja i preprodaje kao sirovina za druge proizvodne procese. Primjeri uključuju prodaju papira, kartona, neodgovarajućih etiketa, zgnječene PET boce, vrećice od smole, palete i ambalaža za sirupe za hladna pića.



5.29 Omjer krutog otpada u Solinu 2004. godine bio je 17 g/lpb, što je blago povećanje u odnosu na 16 g/lpb 2003. godine, dok je u Zagrebu povećan sa 17 g/lpb u 2003. na 22 g/lpb. Povećanje je rezultat velike operacije čišćenja u našim pogonima tijekom godine.



5.30 U budućnosti planiramo povećati udio recikliranog otpada i u isto vrijeme smanjiti, u apsolutnom smislu, ukupni iznos proizvedenog otpada. Ciljevi upravljanja otpadom u 2005. uključuju:

| Pogon | Kruti otpad g/L | % reciklirano |
|------------------|-----------------|---------------|
| Zagreb | 20 | 75% |
| Solin | 20 | 60% |
| Gotalovec/Bistra | 20 | 25-50% |

5.31 Jedan od najsloženijih problema s kojima se suočavamo jest napetost između potražnje kupaca i potrošača za praktičnom nepovratnom ambalažom i pritisak koji takva ambalaža vrši na okoliš. Kao jedan od osnivača GIUPAK-a, poslovne udruge za ambalažu i okoliš, i HRPSOR-a (lokalne podružnice Svjetskog poslovnog vijeća za održivi razvoj), članovi smo, zajedno s ostalim tvrtkama, Zajednice za okoliš pri Hrvatskoj gospodarskoj komori te smo ulagali sredstva, i financijska i intelektualna, u razvoj sustava recikliranja i oporabe ambalažnog otpada koji bi najviše odgovarao Hrvatskoj. Potrošači bezalkoholnih pića zahtijevaju praktičnost nepovratne ambalaže, sustav sakupljanja

nije još u potpunosti razvijen, a prednosti postojećeg sustava sakupljanja nisu dovoljno iskorištene. To su samo neki od problema s kojima se suočavamo pokušavajući ispuniti ciljeve u upravljanju otpadom postavljene od strane europskog zakonodavstva. CCBH i ostale hrvatske tvrtke teže biti partneri Ministarstva okoliša u radu na hrvatskom modelu koji bi uključivao osnivanje organizacije za oporabu u obliku udruge zainteresiranih proizvođača koje bi ujedinile svoja sredstva da bi postigle postavljene nacionalne ciljeve.

Prijevoz

5.32 Kao što je već navedeno, vozni park CCHBC-a sastoji se od osobnih automobila, kombija i kamiona koje koriste prodajni predstavnici, direktori, zaposlenici prodajnog odjela te zaposlenici odjela distribucije. S obzirom na veličinu našeg voznog parka, svjesni smo utjecaja koji na okoliš imaju ispuštanja iz motora, kao i buka te zagušenja u prometu. Standardi Coca-Cole o upravljanju voznim parkom opisuju što se mora poduzeti da se smanji utjecaj na okoliš te uključuju programe održavanja vozila, programe obuke vozača te uvođenje novih kompjutorskih programa. Posebno se trudimo kad je god to moguće u naš vozni park uključiti vozila koja posjeduju motor s niskom količinom ispušnih plinova i čistim izgaranjem. Oko 95% automobila tvrtke ima ugrađen katalitički konverter. Naši vanjski distributeri imaju 50% takvih vozila. Samo 15% naših vlastitih vozila za distribuciju imaju katalitičke konvertere, ali obećavamo idućih godina popraviti tu brojku.



Biološka raznolikost

5.33 Pokušali smo ocijeniti naš utjecaj na ekosustave na svih sedam naših lokacija uzimajući u obzir sedam glavnih pokazatelja, što je prikazano u tablici:

| | G | Z | S | I | M | R | P |
|---|---|---|---|------|------|------|------|
| 1. Da li se cijela površina ili dio nje nalazi u području bogate biološke raznolikosti | D | N | N | N | N | N | N |
| 2. Da li se otpadne vode obrađuju na lokaciji | D | D | D | N | N | N | N |
| 3. Postoje li razvijeni planovi za sprečavanje onečišćenja površinskih i podzemnih voda na vašoj lokaciji | D | D | D | n.p. | n.p. | n.p. | n.p. |
| 4. Da li vaša obrađena otpadna voda otječe u područje bogate biološke raznolikosti | D | D | D | n.p. | n.p. | n.p. | n.p. |
| 5. Da li se otpad reciklira u skladu s programom za upravljanje otpadom na lokaciji | D | D | D | D | N | N | N |
| 6. Da li se kruti otpad obrađuje, ili se sprema u izgrađene jame | D | D | D | D | D | D | D |
| 7. Da li se kruti otpad obrađuje, ili se čuva u području bogate biološke raznolikosti | N | N | N | N | N | N | N |

G - Gotalovec; Z - Zagreb; S - Solin; I - Inas (odvojeni dio zagrebačkog pogona);
M - Metković; R - Rijeka; P - Požega
D - da; N - ne; n. p. - nije poznato.

5.34 Naša tri proizvodna pogona zauzimaju ukupnu površinu od 80.000 m². Samo se novoootvoreni pogon Gotalovec u Gotalovcu nalazi u području biološke raznolikosti, što znači da se moramo posebno brinuti za proizvodnju u tom pogonu. Podjednako je osjetljiv i pogon u Solinu koji je jedan od CCHBC-ovih pogona koji se nalaze u mediteranskoj podregiji. Planiramo početi izrađivati studije izvedivosti da bismo procijenili utjecaj čvrstih površina i propusnost oborinskih voda oko naših pogona.

5.35 Ocjene utjecaja na okoliš provedene su u svakom od naših pogona prije same izgradnje. U sva tri slučaja ocjena nije uočila znatne utjecaje naših aktivnosti na zaštićena ili osjetljiva područja. Prema planovima, u prosincu 2005. gotalovečki pogon primit će certifikat ISO 140001, kakav već posjeduju naši ostali pogoni.





6. Tržište

6.1 Osiguravanje visoke kvalitete naših proizvoda ključni je dio naše filozofije poslovanja i odražava se kroz naše cjelokupne aktivnosti. Osim što provodimo kontrolu kvalitete u svim dijelovima proizvodnje i distribucije, mi cijenimo naše kupce (maloprodajne i veleprodajne trgovine, kafiće i druge trgovine kojima izravno prodajemo) i potrošače naših proizvoda te stalno tražimo načine da odgovorimo na njihove potrebe. Vrlo ozbiljno shvaćamo pojam brige o kupcima i potrošačima te uvijek težimo poboljšanju naših usluga i rezultata. Potrošači su u samom središtu svih naših nastojanja te jako puno ulažemo u dijalog s njima s ciljem da razumijemo i odgovorimo na promjene u potrebama, ukusima i životnim stilovima. Većina naših kupaca su male tradicionalne tvrtke iako je posljednjih godina porastao i broj velikih maloprodajnih lanaca u Hrvatskoj. Uspjeh CCBH ovisi o uspjehu naših kupaca i vrlo spremno i gorljivo pružamo im podršku u marketingu, planiranju prodaje i opremi, kao i tehničke savjete i potporu.

Potruga za kvalitetom: Sustav kvalitete tvrtke The Coca-Cola Company

6.2 Proces uvođenja TCCQS (Sustav kvalitete tvrtke The Coca-Cola Company), koji se naziva i Evolucija 3, je u tijeku. Taj sustav je uveden u sve punionice Coca-Cole u cijelom svijetu 1. siječnja 2005. god. Sustav obuhvaća sve postojeće sustave kontrole kvalitete, na primjer ISO 9001, ISO 14001 (kvaliteta i upravljanje okolišem) te OHSAS 18001 (profesionalna zaštita zdravlja i sigurnosti na radu). Obje punionice u Hrvatskoj su već dobile ISO 9001 i TCCQS Evolucija 3 certifikate i trenutno su u procesu prilagođavanja sustavu Evolucija 3. Štoviše, CCBH je uveo i novo radno mjesto unutrašnje kontrole i standardizacije čija je dužnost sustavno provjeravati učinkovitost sustava i njegovo djelovanje u odnosu na standarde.

6.3 Zdravlje i zaštita potrošača podignuti su na visoku razinu uvođenjem izmijenjenog TCCQS te postavljanjem ISO standarda. Nadalje, uvođenje Sustava analize rizika i kontrole kritičnih točaka (Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP) također je



poboljšalo zaštitu potrošača (vidi str. 65). Postavljeni interni standardi i postupci osiguravaju zaštitu potrošača i smanjuju rizik na minimum te su čak stroži od hrvatskog zakonodavstva. Štoviše, ti se postupci ne primjenjuju samo na proizvode nego i na sve vidove nabavnog lanca. Standardi pridržavanja se trenutno šire iz prodaje u marketing kako bi se maksimalno povećala zaštita zdravlja i sigurnost naših kupaca i potrošača.

HACCP (Sustav analize rizika i kontrole kritičnih točaka)

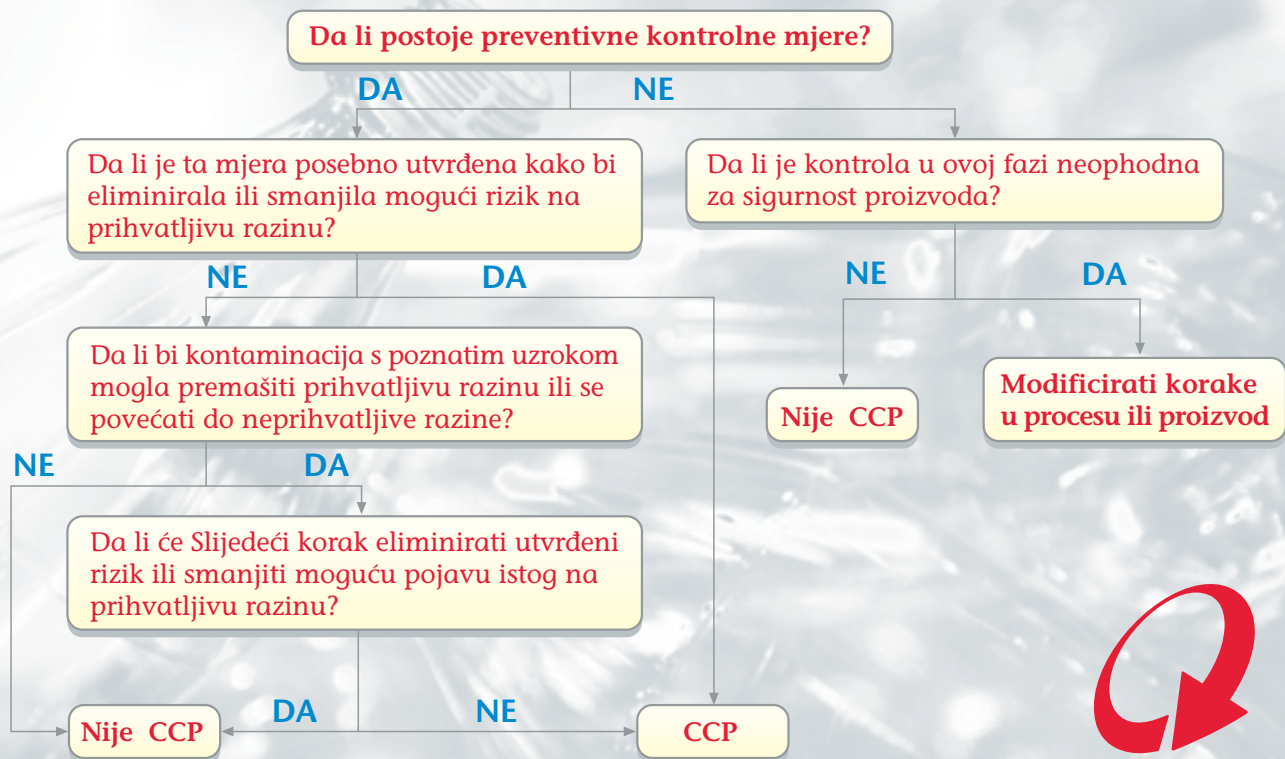
Sustav analize rizika i kontrole kritičnih točaka je međunarodno priznati sustav koji osigurava proizvodnju sigurnih prehrambenih proizvoda. HACCP je razvijen da smanji rizike vezane uz prehrambene proizvode pružajući sustavniji pristup osiguravanju sigurnosti hrane i tako nadopunjujući postojeće tradicionalne inspekcije i postupke kontrole kvalitete. HACCP je sustav prevencije čiji je cilj unaprijed otkriti potencijalne opasnosti i provesti kontrolna mjerenja da bi se smanjila ili uklonila vjerojatnost da se opasnosti i ostvare. HACCP je znanstveno oruđe čiji je cilj ukloniti probleme prije nego što i nastanu, radije nego pokušati otkriti propuste i pogreške testiranjem gotova proizvoda. On je zamišljen tako da ocjenjuje i nadgleda procese da bi se uvjerio da su biološki, kemijski i fizički rizici smanjeni, spriječeni ili uklonjeni. U procesu razvijanja HACCP sustava identificiraju se potencijalni rizici i uvode kontrolne mjere na određenim točkama u proizvodnom procesu. HACCP je prvi put primijenjen 1960-ih u Pillsburyju i američkoj nacionalnoj svemirskoj agenciji NASA-i s ciljem osiguravanja sigurne zalihe hrane za astronaute za njihova boravka u svemiru. Tijekom 1970-ih i 1980-ih HACCP se koristio za konzerviranu hranu s niskom količinom kiseline. Danas proizvođači hrane iz cijelog svijeta koriste HACCP u velikom broju različitih ambijenata za proizvodnju hrane. Sustav HACCP temeljen je na Kodeksu prehrambene industrije o osnovnim principima higijene hrane i uključuje svih sedam principa HACCP-a. Prednost HACCP-a čini 57 preduvjetnih programskih standarda i osam HACCP planova. Zadatak preduvjetnih programa je da kontroliraju rizike iz okoliša i vezane uz osoblje, dok se HACCP-ov plan brine za rizike vezane

uz proizvod i proizvodni proces (za više informacija o HACCP-u pogledaj internetsku stranicu:

<http://www.fsis.usda.gov/OA/background/keyhaccp.htm>).

Drvo odluke pri utvrđivanju kritične kontrolne točke (CCP)

Korak 7: Odrediti kritične kontrolne točke (princip 2)



Ocjenjivanje dobavljača

6.4 The Coca-Cola Company ima politiku ocjenjivanja dobavljača sustavom rangiranja za čije su provođenje odgovorni svi odjeli koji su u dodiru s dobavljačima. Kriteriji su sljedeći: dostava, briga o kupcima, kvaliteta proizvoda, trošak, rad u skladu s propisima o zaštiti okoliša i zdravlja te prosječna ocjena. Koriste se ocjene od 1 do 4, pri čemu se dobavljač kojeg se ocjeni ocjenom 1 zamjenjuje i smatra nezadovoljavajućim. Općenito, postupci koji se obavljaju prije potpisivanja službenih ugovora i prije no što se uđe u dugoročni odnos s dobavljačem osiguravaju smanjenje rizika na minimum te je sustav ocjenjivanja dodatno jamstvo poštovanja standarda i očekivanja tvrtke. Nadalje, nakon uvođenja ISO standarda, standardi za zaštitu okoliša dodani su u ocjenjivanje pa su tako još više produbljeni odnosi s dobavljačima te se ostvaruje pozitivan utjecaj na tvrtke koje su u kontaktu s CCBH.

6.5 Proces ocjenjivanja temeljen na ISO i TCCC standardima je proširen te sada osim materijalnih dobavljača uključuje i ostale dobavljače, poput dobavljača marketinških usluga. Općenito govoreći, dobavljači marketinških usluga pokazali su u prosjeku niži stupanj kvalitete u odnosu na ostale. Što se tiče utjecaja na lokalnu zajednicu, CCBH voli uključivati lokalne proizvođače i na taj način poticati domaću proizvodnju. Za veće dobavljače TCCC već ima revizorsku službu koja se brine da se zadovolje i društveni standardi osim gospodarskih čimbenika, koji su češće propisani. Na primjer, pri kupnji PET i staklenih proizvoda dobavljači se moraju pobrinuti da se pridržavaju standarda o korporacijskoj odgovornosti navedenih u TCCC-u. TCCC isto tako traži od svih dobavljača sporazum o etičkim standardima i jamstva o ljudskim pravima, što se odnosi i na sve dobavljače CCBH.

Privatnost potrošača

6.6 U tvrtki postoji stroga politika koja osigurava privatnost potrošača. S obzirom na broj prijavnica koje su dio promidžbenih aktivnosti te na broj telefonskih poziva koji stižu u službu informacija za potrošače,

očito je da je privatnost prioritet. S obzirom na to, ne samo da postoje interni postupci koji osiguravaju čuvanje privatnosti već i računalni programi razvijeni za rad s potrošačima imaju ugrađenu zaštitu za osiguravanje privatnosti. S tim u skladu, nije bilo nikakvih pritužbi u vezi s kršenjem privatnosti potrošača u ovom izvještajnom razdoblju.

Informacije o proizvodima i etiketiranje

6.7 Etiketiranje proizvoda i ulaganje u vrijednost brenda je odgovornost tvrtke Coca-Cola Company u suradnji s CCBH i CCHBC. Upravo to je jedan od glavnih strateških ciljeva CCHBC-a, pri čemu je investiranje u brend prepoznato kao sredstvo za dodavanje vrijednosti i stvaranja konkurentne prednosti na tržištu. Sve etikete i podaci u skladu su sa zakonskom regulativom koja je na snazi u Hrvatskoj, ali, mnoge već sada idu i dalje te teže budućem europskom tržištu. Nije bilo nikakvih sudskih ili sličnih sporova u vezi s informacijama o proizvodu i etiketiranju u Hrvatskoj.

Oglašavanje i marketing

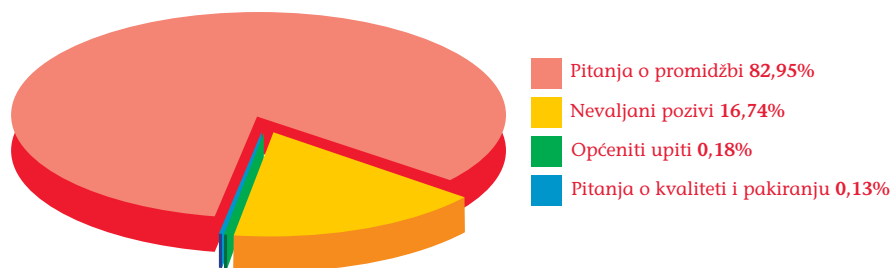
6.8 TCCC i CCBH dijele odgovornost za oglašavanje i marketing proizvoda Coca-Cole te drugih proizvoda iz ponude, ali isto tako dijelimo i želju da potpomognemo i održimo najviše standarde na tržištu te da postanemo primjer dobre prakse u našoj industriji. U skladu s tom vizijom i obvezama preuzetim u ranijem Socijalnom izvješću koje pokriva društvenu odgovornost, uvedene su strože procedure u vezi s marketinškim aktivnostima. Uz standarde što ih je postavio TCCC, CCBH sada prati i skupinu internih standarda koji se odnose na očekivano ponašanje dobavljača usluga i promiče kvalitetu imena tako što teži suradnji s dobavljačima usluga koji dijele naše vrijednosti i viziju. Kao rezultat toga, nije bilo nikakvih kršenja standarda o oglašavanju.

6.9 Imajući na umu preuzete obveze, CCBH je izradila niz stavova tvrtke u vezi s različitim aspektima prodaje i marketinga. Točnije, objavljena je politika tvrtke u kojoj su navedeni stavovi CCBH o prodaji i marketingu proizvoda u odnosu na djecu. Ukratko, CCBH se obvezuje

da neće svoje marketinške aktivnosti usmjeravati na djecu mlađu od 12 godina, da neće sponzorirati događanja za djecu te dobi te da neće sudjelovati u promidžbenim aktivnostima u školama i učionicama za djecu mlađu od 12 godina. Ova politika tvrtke isto tako opisuje i pojedine aktivnosti koje je potrebno poduzeti, poput komunikacije sa sudionicarima, inzistiranja da se dobavljači opreme koja se koristi u oglašavanju i promidžbenim aktivnostima pridržavaju takvih standarda te nutricionističke smjernice za potrošače.

Potrošačka služba za informacije i pritužbe potrošača

6.10 Kao dodatak besplatnoj automatskoj telefonskoj službi koju je CCBH uvela 1998. godine, CCBH je nedavno uvela i Potrošački centar koji pokriva niz problema i pitanja na koja bi potrošači možda željeli odgovor. Načini postupanja sada uključuju i poglavlje o okolišu tako da potrošači mogu dobiti informacije o cijelom nizu tema vezanih uz CCBH-ovu posvećenost očuvanju okoliša. U 2004. godini registrirano je 17.949 poziva službi za potrošače, a velika većina odnosila se na promotivne aktivnosti tvrtke. Svi pozivi tvrtki regulirani su postupcima za pritužbe potrošača i uglavnom se obrade svi pozivi te se rezultati priopće potrošaču u roku od 48 sati. Pozive možemo ukratko predložiti sljedećim prikazom:



Prikaz: Pozivi zabilježeni u Potrošačkoj službi za informacije

6.11 Sva pitanja i zabrinutost potrošača te sva njihova obraćanja tvrtka shvaća vrlo ozbiljno i to se smatra jednim od načina na koji se može dobiti povratna informacija. Nadalje, ako se pitanja odnose na kvalitetu, a u 2004. godini bilo je 25 takvih pitanja, problem se predstavlja odgovornom osoblju i provodi se detaljna istraga. Ako su uzorci dostupni, šalju se u laboratorij na testiranje te se ponovno istražuju s obzirom na proces proizvodnje i pojedinu točku na kojoj je moglo doći do pogreške. Ova uspješna politika, uz uvođenje ISO standarda i novih procesa za osiguranje kvalitete, dovela je do znatnog smanjenja pritužbi u vezi s kvalitetom te pitanja uopće. Tako je u 2004. godini bilo 75% pritužbi potrošača manje u odnosu na 2001. godinu.

Zadovoljstvo kupaca

6.12 Ispitivanje zadovoljstva kupaca provela je u siječnju 2005. nezavisna organizacija za istraživanje. Općenito govoreći, podaci o zadovoljstvu kupaca bili su visoki, pogotovo ocjene ljubaznosti i kvalitete (u prosjeku 4,3 od mogućih 5). Potrošači su najmanje zadovoljni (s prosječnom ocjenom 3,2) dvjema stvarima: promidžbom i povratom neprodane robe. U pokušaju da odgovorimo na potrebe naših kupaca, 2005. godine uvedena je posebna informativna služba koja odgovara njihovim potrebama.





7. Zajednica

7.1 CCBH pokušava uložiti vrijeme, energiju, predanost i sredstva da bi poduprla inicijative i partnerstva s lokalnim zajednicama, posebno onim vezanim uz sveopći napredak i obrazovanje mladih. Isto tako, pokušavamo izgraditi transparentne strukture koje će nam omogućiti da slušamo i dogovaramo se sa zajednicama koje su pod posrednim ili neposrednim utjecajem naših pogona. CCBH nastavlja sa svojim proaktivnim stavom u uočavanju potreba, širenju potpore i razvijanju partnerstva sa zajednicama, usklađujući nacionalne i lokalne programe s postupcima koji su se pokazali najboljima u praksi na međunarodnoj razini.

Donacije

7.2 Izravne donacije samo su jedan dio tih napora. Zaista, zadnjih godina smo, u skladu sa širim trendovima u korporacijskoj društvenoj odgovornosti, smanjili orijentaciju na pojedinačne priloge kao oblik korporacijske filantropije koji odgovara na individualne molbe, te smo se više usredotočili na strateška, ciljana ulaganja i partnerstva. Dijelom kao rezultat toga, donacije u novcu i dobrima bile su gotovo jednake u 2003. i 2004. godini, ali u obje te godine bile su niže nego u 2002. koja je bila iznimna, barem dijelom, zbog donacije od 400.000 kn za kampanju "Dajmo da čuju".

| | 2003. | | | | 2004. | | | |
|---------------|------------|------------------|------------|----------------|------------|-----------------|------------|----------------|
| | Br. | Iznos u € | % | Prosjek | Br. | Iznos u € | % | Prosjek |
| Izravne | 19 | 63339.37 | 58.19 | 2191.95 | 28 | 72669.52 | 75 | 2595.34 |
| Neizravne | 2 | 2632.24 | 2.42 | 865.38 | 9 | 6261.44 | 6 | 695.72 |
| Proizvodi | 18 | 10373.60 | 9.53 | 978.94 | 15 | 1664.29 | 2 | 110.95 |
| Napitci | 175 | 32506.60 | 29.86 | 198 | 138 | 16744.92 | 17 | 121.34 |
| UKUPNO | 215 | 108851.81 | 100 | 4234.27 | 190 | 97340.17 | 100 | 5123.20 |

Tablica. Donacije u 2003. i 2004.



7.3 Dok je ukupna vrijednost donacija opala za 10,6%, ako isključimo proizvode i napitke, vidimo da su se gotovinske donacije povećale za 19,6% u 2003. i 2004. god. Ako ukupne donacije računamo kao postotak dobiti prije oporezivanja, možemo uočiti neznatno opadanje s 0,227% koliko je bilo u 2003. na 0,225% u 2004. godini.

Sponzorstva i partnerstva

7.4 Osim ovih donacija, CCBH zajedno s TCCC nastavlja svoje sponzoriranje dobrotvornih akcija koje su od koristi zajednicama, većina kojih je vezana uz sport, zdrav stil življenja i ekološku svijest. Prema našim procjenama, ta sponzorstva su vrijedila oko 70.000 eura. U sljedećim godinama pobrinut ćemo se da ukupna vrijednost donacija i sponzorstva bude točno izračunata.

7.5 Sljedeći model partnerstva društveno odgovorne tvrtke, Coca-Cola Beverages Hrvatska oslanja se na kombinaciju globalnih vrijednosti korporacijskog svijeta uz istovremeno priznavanje lokalno specifičnih kulturnih kvaliteta. Mi u CCBH vjerujemo da kao član globalne korporacije ne možemo učinkovito komunicirati s raznim interesnim skupinama u nacionalnom okruženju ako ne temeljimo našu strategiju na prepoznavanju lokalno specifičnih kulturnih i interesno specifičnih kvaliteta. Osnova lokalnog fokusa u slučaju Coca-Cola Beverages Hrvatska koja posluje u Republici Hrvatskoj je mikrolokalna, tj. regionalna socijalna i kulturna institucija lokalne zajednice.

U slučaju Coca-Cola Beverages Hrvatska, u Hrvatskoj, lokalno ne znači nacionalno, kako se obično definira razlučivost između globalnog i lokalnog. Ovdje to znači podnacionalno, regionalno ili mikrolokalno.

7.6 Iskustva su do sada bila u potpunosti pozitivna. Čak i u maloj zemlji poput Hrvatske nacionalne strukture vlasti često se doživljavaju kao da su previše udaljene od stvarnog života i problema na terenu. Tvrtke često ne postižu najbolje rezultate u izgrađivanju veza s interesnim skupinama kada izravno uspostavljaju veze samo na nacionalnoj razini.



Međutim, ako preko lokalnih vlasti izraze društvenu brigu na regionalnoj razini, to jača njihove veze na nacionalnoj razini. Prema ovom modelu izravne veze tvrtke s ključnim sudionicarima na nacionalnoj razini nisu potpuno zanemarene, nego su poduprte dodatnim naporima (i novcem) uložnim u izgradnju veza na regionalnoj razini.

7.7 U tom kontekstu, CCBH nastavlja svoju dugu vezu s Crvenim križem te s Dubrovnikom i Vinkovcima. Naše stalno partnerstvo s gradom Dubrovnikom uključivalo je otvaranje druge Ekološko-poučne staze na jednom od elafitskih otoka, gdje se nalazi jedan od najbolje očuvanih ekosustava na Mediteranu. 2004. godine sponzorirali smo još jedno sigurno igralište, i to u Nuštru, što je bila naša druga donacija u sklopu projekta "Igrališta za djecu povratnike u minama okruženim područjima" koji je razvio ured Crvenog križa u Vinkovcima, nekada okupiranom području u istočnom dijelu Hrvatske. Od 37 sela na 70 km dugoj nekadašnjoj crti razgraničenja, 27 sada imaju sigurna igrališta. Isto tako smo uključeni, zajedno s TCCC-em, u partnerstvu s Ministarstvom obrazovanja, znanosti i sporta u promicanje školskih sportskih natjecanja na državnoj razini. U svibnju 2004. Coca-Coline igre olimpijskog duha održane su u Istri i na njima se više od 1000 srednjoškolaca natjecalo u olimpijskim sportskim disciplinama. Ova jedinstvena suradnja spojila je pompu i ceremonije koje odlikuju Olimpijske igre s državnim prvenstvima za srednjoškolce iz cijele Hrvatske. Također se nastavlja i naša suradnja s hrvatskim knjižnicama u pronalaženju mladog čitatelja godine.

7.8 Kroz jednu novu inicijativu u 2004. godini Coca-Cola se uključila kao sponzor u pilot-projekt u Splitsko-dalmatinskoj županiji u sklopu kojega će se promovirati turistička kultura u sedam osnovnih škola. Program je koncentriran na promicanje ekološke svijesti i očuvanje kulturne baštine i tradicije u sklopu održivog turizma. Program pomaže djeci da razviju svijest o osobnom, kulturnom i nacionalnom identitetu te da razviju osjećaje prihvaćanja i poštovanja razlika među ljudima. Jedna od aktivnosti CCHBC-a u smislu korporacijske filantropije jest da donira tzv. seed money (početna

novčana sredstva) nekim građanskim inicijativama koje imaju potencijal da izvrše veliki društveni utjecaj. Cilj je donacije da čuva projekt u prvim fazama nastanka sve do trenutka kada mu više neće biti potrebna financijska podrška i kada postane dio srednje struje (npr. projekt turističke kulture). Očekuje se da će nakon uvodne faze i ocjenjivanja koje će uslijediti nakon nje, Ministarstvo obrazovanja prepoznati vrijednost projekta i preuzeti ga te ga prenijeti na državnu razinu. Do sada je projekt koji se provodio u 25 škola uspio uspostaviti široko usmeno partnerstvo među raznim sektorima koje okuplja ne samo Coca-Colu kao partnera iz privatnog sektora nego i partnere s razina uprave, i to iz državne uprave, istraživačke institute s područja kulture i turizma, škole, učitelje i nastavnike te prije svega djecu.

7.9 Djeca su pokazala gorljiv interes za kulturne vrijednosti turističkih područja u kojima žive, a učitelji i nastavnici pokazali su rijetko viđen entuzijazam pomažući djeci da razviju svoje sposobnosti. Djeca koja su bila uključena u projekt vježbala su kako voditi turiste i pokazala su dobro poznavanje kulturnih, povijesnih i suvremenih karakteristika svojih zavičaja. Projekt je, dakle, okupio sva tri sektora, privatni, javni i civilno društvo, u dinamično partnerstvo u skladu s korporacijskim društvenim mogućnostima koje je CCBH prepoznao u razvoju turizma, ključnog sastavnog dijela hrvatskoga gospodarstva. U ovom primjeru, model se odvija na regionalnoj razini i razvija se u nacionalnu inicijativu omogućujući izravne veze i partnerstva na nacionalnoj razini.

7.10 U rujnu 2003. CCBH je podržala nevladinu organizaciju "Bicikl" povodom Europskog tjedna kretanja i Europskog dana bez auta. Uz dodatnu potporu Ministarstva zdravstva, projekt je bio orijentiran na promicanje zdravih stilova života za mlade ljude, pomoć mladim ljudima s fizičkim invaliditetom i obrazovanje o sigurnosti na cesti.

Dijalog s lokalnim zajednicama

7.11 Svjesni smo da je dijalog s lokalnim sudionicarima ključan dio našeg uspjeha. Imamo stalne dobre odnose s ljudima koji žive blizu naših pogona i distributivnih centara te se, napose, redovito dogovaramo s čelnim ljudima zajednica, predstavnicima zajednica, školama i vrtićima. Pravodobno odgovaramo na molbe za pomoć i na izvore zabrinutosti u zajednici. Nije bilo potrebe osnivati dodatna službena tijela, pošto su dobrosusjedski odnosi i povjerenje izgrađeni tijekom vremena.

Internetska stranica i korporacijske komunikacije

7.12 Kao što se vidjelo u našem posljednjem Socijalnom izvješću, CCBH sada ima internetsku stranicu (www.coca-colahbc.hr), što je jednostavan i dobro iskorišten način komunikacije sa svim interesnim skupinama. Socijalno izvješće i Izvješće o zaštiti okoliša dostupni su na toj stranici na engleskom i hrvatskom jeziku kao i formular, jednostavan za ispunjavanje, kojim želimo dobiti mišljenja i komentare čitatelja o našim sustavima izvješćivanja. Interni časopis "Ljudi" dijeli se svim zaposlenicima. Isto tako redovito komuniciramo sa sudionicarima pismenim putem.

Članstva, zagovaranje i lobiranje

7.13 CCBH je jedan od 26 osnivača Hrvatskog poslovnog vijeća za održivi razvoj. Vijeće, koje je član Globalne mreže svjetskog poslovnog vijeća za održivi razvoj (Global Network of the World Business Council for Sustainable Development, WBCSD), zagovara održivi razvoj u poslovnom sektoru i promiče ulogu tvrtki u održivom razvoju. Bruno Filipi, predsjednik Uprave CCBH do pred kraj 2004. god., bio je predsjednik Odbora HRPSOR-a 2003. i potpredsjednik 2004. godine. U tom razdoblju CCBH je imala važnu ulogu unutar HRPSOR-a u testiranju novih pristupa održivom razvoju, pronalaženju novih rješenja i širenju tradicionalnog interesa Vijeća s ekoloških aspekata održivosti i na društvenu dimenziju (za dodatne informacije o HRPSOR-u pogledaj internetsku stranicu <http://www.hrpsor.hr>. Za informacije o WBCSD-u pogledaj stranicu <http://www.wbcsd.org>).

7.14 Osim članstva u HRPSOR-u, CCBH se ističe i u promicanju korporacijske društvene odgovornosti u Hrvatskoj. Majda Tafra-Vlahović je 2004. god. predstavila istraživanja i u više prilika govorila o korporacijskoj društvenoj odgovornosti u Hrvatskoj i izvan. U prosincu 2004. predsjedala je okruglim stolom o korporacijskoj društvenoj odgovornosti te bila pomoć u Radnoj grupi o zajednici na konferenciji Agenda 2005, koju su organizirali Ekonomski institut u Zagrebu i Konrad Adenauer Stiftung u prosincu 2004. (za više informacija o Agendi 2005. pogledaj: http://www.poslovniforum.hr/agenda/program_1.asp).

7.15 CCBH lobira u sklopu više poslovnih udruženja uključujući GIUPAK (*Gospodarsko interesno udruženje za pakiranje i zaštitu okoliša*) koje se bavi održivim rješenjima u pakiranju. CCBH je vodeći član Hrvatske gospodarske komore i njezini proizvodi zauzimaju važno mjesto u akciji "Kupujmo hrvatsko". CCBH je isto tako korporacijski član Američke trgovačke komore u Hrvatskoj (AmCham).

7.16 Kao i u prijašnjem izvješću, ostajemo svjesni našeg vodećeg položaja na tržištu gaziranih bezalkoholnih pića te odgovornosti koju nosi takav položaj da se izbjegnju svi oblici nekonkurentnog ponašanja. Tržište na kojem poslujemo postaje sve konkurentnije. Pojavljuju se novi igrači na strani ponude dok se na strani potražnje konsolidiraju velike maloprodajne tvrtke. Mi se brinemo da naši zaposlenici budu savjesni i pošteni u svojim poslovnim aktivnostima u takvom okruženju. U Kodeksu poslovnog ponašanja CCHBC-a, koji je sada razdijeljen svim zaposlenicima CCBH-a, navedena je i jasna zabrana mita, korupcije i donacija bilo kojoj političkoj stranci. CCBH nije bila predmet nikakve sudske tužbe za monopolističke aktivnosti niti je ikakav takav slučaj u pripremi.





8. Dodavanje vrijednosti: integracija naših gospodarskih, ekoloških i društvenih utjecaja

8.1 Kao predvodnik u proizvodnji i distribuciji bezalkoholnih pića na globalnoj i nacionalnoj razini, s dugom poviješću, vrlo smo svjesni važnosti naših ekonomskih rezultata na naše sudioničare i na cijeli gospodarski sustav. U ovom poglavlju istražujemo naše rezultate s obzirom na proizvodnju dodatne financijske vrijednosti, podjelu spomenutog po različitim grupama sudioničara i naš širi gospodarski utjecaj s obzirom na neizravne utjecaje naših proizvodnji. Posebno nas zanima naša uloga vodeće tvrtke u modernizaciji poslovanja u tranzicijskim gospodarstvima. Isto tako želimo pokazati kako kombiniramo gospodarsku, ekološku i društvenu dimenziju našeg posla, pokušavajući dodati vrijednost u sve tri dimenzije.

Poslovni rezultati

8.2 Ključni aspekti naših poslovnih rezultata u 2003. i 2004. godini već su spomenuti (1. poglavlje). Isplaćena dividenda povećala se za 16,4%, s 84,35 milijuna kuna u 2003. na 98,16 milijuna kuna u 2004. Zadržana dobit pala je sa 101,76 milijuna kuna u 2003. na 76,46 milijuna kuna u 2004. Na konkurentnom tržištu još držimo zadovoljavajući udio te smo ušli i na nova tržišta, koja uključuju tržišta vode i sportskih napitaka. Neto prihod od prodaje opao je za oko 7%, dijelom i stoga jer je 2003. godina bila izuzetno dobra. Troškovi robe, materijala i usluga držani su pod kontrolom, dok su se ukupni troškovi smanjili za 1,2%, sa 676,8 milijuna kuna u 2003. na 668,6 milijuna kuna u 2004.

8.3 Isto tako, ukupni troškovi za plaće smanjili su se za 1,3% kao što je prikazano u tablici:

| stavka | 2003. | 2004. |
|--------------------|----------------------|-----------------------|
| UKUPNO | 133.211 (100) | 130.947 (98.3) |
| Neto plaća | 70.948 | 70.139 |
| Porezi i doprinosi | 60.349 | 58.178 |
| Otpremnine | 1.914 | 2.630 |

8.4. Tvrtka nije primila nikakve potpore u 2004. godini. Ukupni uplaćeni porezi i naknade neznatno su porasli, što je vidljivo u tablici:

Plaćeni porezi (,000 kn)

| VRSTA | 2003. | 2004. |
|------------------------------|----------------------|-------------------------|
| UKUPNO | 210,458 (100) | 215,707 (102.49) |
| PDV | 69,411 | 81,613 |
| Porezi na prijevoz | 54,297 | 49,634 |
| Porezi na dohodak (predujam) | 26,104 | 25,763 |
| Porezi na oglašavanje | 1 | 0 |
| Porez na poduzeće | 3 | 3 |
| Porez na prihod | 18,276 | 17,167 |
| Isplate naknada i osiguranja | 41,596 | 40,835 |
| HGK Ostale naknade | 66 | 66 |
| HGK članarina | 88 | 85 |
| Naknade za izgradnju (OKFŠ) | 615 | 542 |

8.5 Popis 10 najvažnijih dobavljača promijenio se u 2004. godini u odnosu na 2003. većim dijelom kao rezultat promjena u cijenama, dostupnosti i kvaliteti. Neke zalihe kupljene 2003. godine, poput staklenih boca, trebale bi biti dostatne za nekoliko godina. Popis dobavljača prikazan je u tablici.

| 2004. | | 2003. | |
|-------------------------------|--|---------------------------|--|
| <i>Dobavljač</i> | <i>Ukupna Vrijednost Kupljene Robe (‘000 Kn)</i> | <i>Dobavljač</i> | <i>Ukupna Vrijednost Kupljene Robe (‘000 Kn)</i> |
| Atlantic Industries. Drogheda | 150,936 | Variose de Concentrees | 156,560 |
| Carinarnica | 84,731 | Carinarnica Zagreb | 88,444 |
| Amylum Bulgaria | 32,086 | Hungrana Kft | 46,918 |
| FAR Eastern Textile Ltd. | 19,139 | Triconor Distribution B.V | 23,021 |
| Frigoglass Group | 18,583 | Frigoglass Group | 19,635 |
| ABL | 14,138 | CCB Management Services | 17,358 |
| Varoise de Concentrees | 12,850 | SIG | 15,101 |
| Coca-cola Adria | 12,793 | Vetropack Straža D.D. | 12,702 |
| Hungrana | 12,362 | ABL | 12,473 |
| CCB Management Services | 10,933 | INA | 8,376 |

Tablica: Glavni dobavljači

Neizravni gospodarski utjecaji

8.6 Nismo napravili posebnu studiju o gospodarskom utjecaju naših pogona u Hrvatskoj. Međutim, tvrtka CCHBC smatra da djeluje efekt umnožavanja prema kojem se za svako radno mjesto koje se otvori u tvrtki, otvara još 10 radnih mjesta izvan nje. U tranzicijskim je privredama taj efekt umnožavanja možda čak i veći. Isto tako je jasno da vodeće mjesto Coca-Cole na globalnoj razini u kontroli kvalitete, obuci zaposlenika, sustavima upravljanja, itd. ima izniman utjecaj na tranzicijska gospodarstva i društva. CCBH, kao dio tvrtke CCHBC, svjestan je važnosti doprinošenja visoko obrazovanoj radnoj snazi i širenja najboljih postupaka u svim svojim pogonima.

8.7 Izgradili smo dugoročnu vezu s Ekonomskim fakultetom u Zagrebu koja uključuje donacije za poboljšanje prostorija za učenje i daljnju potporu programu MBA na koji šaljemo neke od naših ponajboljih mladih direktora.

Kvaliteta je važna

8.8 Prije svega smo predani kvaliteti u svemu što radimo. To se najbolje postiže gradeći na najboljim postupcima iz prakse, koji se uključuju u stavove tvrtke i načine djelovanja, te postavljajući jasne, ambiciozne, ali realistične ciljeve. U zadnje dvije godine pobrinuli smo se da raspodijelimo voditelje za ukupnu kvalitetu po svim pogonima omogućujući tako zaposlenicima da se pokrenu iz nesigurnosti i otpora i prihvate nove načine te prepoznaju njihovu vrijednost i postanu svjesni novih sposobnosti koje se traže. Naš fokus na zadovoljstvo kupaca, racionalizaciju poslovnih procesa te investiranje u ljude zajedno proizvodi dodanu vrijednost. Sve ugovore isplaćujemo na vrijeme i u skladu s dogovorenim uvjetima. Naša nastojanja u zaštiti okoliša bila su korisna u smislu smanjenja troškova i povećanja prihoda.



Obveze

9. Unapređivanje održivosti: poboljšanje izvedbe i pogled u budućnost

9.1 Održivost i društvena odgovornost stalni su i zahtjevni zadaci koje treba sveobuhvatno provoditi i pratiti zajedno s ostalim aspektima poslovanja tvrtke. Stoga je ovaj izvještaj standard za usporedbu koji pruža osnovu za analizu onoga što je do sada učinjeno te problema koji će biti rješavani u budućnosti.

9.2 Jedna od obveza postavljenih u posljednjem Socijalnom izvješću, objavljenom 2003. godine, bila je objavljivanje ovog integriranog izvješća o održivosti u 2005. godini koje bi obuhvatilo sve aspekte naših gospodarskih, društvenih i ekoloških rezultata u 2004. god. Objavljivanje ovog izvješća, zajedno s izvješćem o društvenoj odgovornosti naše tvrtke majke Coca-Cole HBC, koja oba koriste GRI pokazatelje, značajan je događaj za sinkronizaciju transnacionalnog i nacionalnog izvješćivanja o održivosti. Ovo izvješće dopušta nam da se osvrnemo unazad na deset područja na kojima se treba razvijati i koja smo uočili kao vrijedna posebne pažnje u izvješću iz 2003. godine, da pogledamo gdje stojimo u odnosu na obveze i ciljeve postavljene u izvješću o društvenoj odgovornosti Coca-Cole HBC za 2004. godinu i da skiciramo niz novih ili, u nekim slučajevima, poznatih tema na kojima ćemo raditi od sada pa do sljedećeg izvješća o održivosti, koje će pokrivati 2005. i 2006. godinu, a bit će objavljeno 2007. godine.

Inventura: napredak ostvaren od društvenog izvješća iz 2003. godine

9.3 Posljednje Socijalno izvješće sadržavalo je popis tema u obliku deset područja za poboljšanje korporacijske društvene odgovornosti (CSR). Tablica u nastavku teksta ukratko donosi rezultate aktivnosti koje su bile poduzete u posljednje dvije godine, većina kojih se odvijala u skladu s aktivnostima što ih je poduzela naša matična tvrtka. Pod pojmom "status" navodimo jesmo li, prema našem mišljenju i mišljenju savjetnika za korporacijsku odgovornost iz Ekonomskog instituta u Zagrebu, ispunili "potpuno", "djelomično" ili "nismo ispunili" zadane obveze.

| TEMA | STATUS | BUDUĆA AKTIVNOST |
|--|--|---|
| Komisija za zdravlje i sigurnost Omogućiti sudjelovanje radničkog predstavnika | POTPUNO RIJEŠENO Radničkim predstavnicima omogućeno sudjelovanje na sastancima | Nastavak praćenja po potrebi |
| HIV/AIDS Razmotriti potrebu formuliranja stava tvrtke | POTPUNO RIJEŠENO Uvedena službena politika tvrtke CCHBC prema HIV/AIDS | Predstaviti politiku tvrtke i podići razinu osviještenosti kroz treninge |
| Kodeks poslovnog ponašanja Podijeliti svim zaposlenicima | POTPUNO RIJEŠENO Podijeljen cjelokupnoj radnoj snazi | Nastavak obuke o kodeksu i razvijanje kodeksa |
| Forumi za razvoj ljudi Proširiti ih da obuhvate sve zaposlenike | DJELOMIČNO RIJEŠENO Prošireni da obuhvate sve odgovarajuće radnike | Nastaviti razvoj u sklopu integriranog pristupa dok se ne dostigne zadovoljavajući učinak |
| Politika odsutnosti diskriminacije Službena izjava o politici odsutnosti diskriminacije | POTPUNO RIJEŠENO Donesen službeni stav o ljudskim pravima koji uključuje izjavu o politici odsutnosti diskriminacije | Nastavak rada u skladu s obvezama CCHBC-a |
| Ljudska prava Formulirana službena izjava o ljudskim pravima | POTPUNO RIJEŠENO Formulirana izjava | Podići razinu osviještenosti i obuku |
| Marketing Objava izjave o društvenim načelima | POTPUNO RIJEŠENO Donesena marketinška politika i načini djelovanja. Formulirana izjava o obraćanju djeci i angažiranju djece u oglašavanju i prodaji | Podići razinu osviještenosti i obuku |
| Darivanje zajednice Istražiti mogućnosti organiziranja godišnjeg natječaja za financiranje projekata | DJELOMIČNO RIJEŠENO Nije donesena odluka o godišnjem natječaju | Pokušati integrirati darivanje zajednice u postojeće investicije u zajednici |
| Održivost okoliša ISO 14001 u 2004; izvješćivanje o okolišu u sklopu izvješća o održivosti 2005. godine | POTPUNO RIJEŠENO Certifikat ISO 14001 dobiven u prosincu 2004. izvješćivanje o okolišu u sklopu izvješća o održivosti | Nastavak rada na ekološkim standardima i na izvješćivanju |
| Obuka i dostupnost Uključivanje korporacijske društvene odgovornosti u obuku i druge poslovne aktivnosti | DJELOMIČNO RIJEŠENO Povećana svijest o korporacijskoj društvenoj odgovornosti u komunikaciji i obuci | Nastavak rada na poboljšavanju |

9.4 Rad na rješavanju ovih pitanja i praćenje napretka imali su širi "efekt umnožavanja" u smislu širenja svijesti o društvenim rezultatima i rezultatima u zaštiti okoliša u sklopu naših aktivnosti. Rezultati pokazuju da je tvrtka poduzela korake da se počne baviti pitanjima naglašenim u posljednjem Socijalnom izvješću.

Ciljevi CCHBC-a

9.5 2005. godine naša matična tvrtka Coca-Cola HBC objavila je svoje drugo izvješće o društvenoj odgovornosti u kojem je detaljno iznesen napredak postignut u 2004. god. To izvješće prvi put koristi GRI pokazatelje i uključuje GRI indeks. Slijedi dio izjave Upravnog odbora:

"Moramo raditi na razini Grupe da bismo bili sigurni da se naši službeni stavovi i standardi provode u svim dijelovima organizacije i, s vremenom, nabavnog lanca. Isto tako moramo mjeriti učinkovitost programa i izvještavati o postignutom napretku"

(Izvješće CCHBC-a o korporacijskoj društvenoj odgovornosti za 2004. godinu; str. 9).

9.6 To izvješće postavlja kao ciljeve u 2005. godini 10 ključnih obveza. Donosimo ih u ovom izvješću, uz napomene o njihovoj primjenjivosti i sadašnjem statusu u CCBH-u te o budućim aktivnostima vezanim za njih u sklopu naše tvrtke.



| <i>CILJ CCHBC-a</i> | <i>SADAŠNJI STATUS U CCBH-u</i> | <i>BUDUĆE AKTIVNOSTI U CCBH</i> |
|---|---|---|
| 1. Podijeliti revidirani Kodeks poslovnog ponašanja zaposlenicima u svim zemljama | Proces podjele već završen kao jedna od obveza iz posljednjeg Socijalnog izvješća | Nastavak rada u suradnji s CCHBC-om |
| 2. Dovršiti osnovno istraživanje nedostataka i Akcijskog plana za poboljšanje (CAP - Corrective Action Plan) korporacijske društvene odgovornosti u preostalih 16 zemalja | Osnovno istraživanje dovršeno u CCBH. 60% mjera iz Akcijskog plana za poboljšanje uvedeno | Završiti uvođenje mjera iz Akcijskog plana za poboljšanje u 2005. god. |
| 3. Osigurati provođenje službenih stavova tvrtke CCHBC o ljudskim pravima i jednakosti u sve podružnice | Provođenje već započelo u skladu s posljednjim društvenim izvješćem | Nastavak rada u suradnji s CCHBC-om |
| 4. Provesti vanjsku kontrolu u procesu pripreme za dobivanje certifikata na 20 lokacija kao dio inicijative za zdravlje i sigurnost | Kontrola Tip 1 za proces pripreme za dobivanje certifikata izvršena u svim proizvodnim pogonima | Dobiti certifikat o zdravlju i sigurnosti OHSAS 18001 u prvom tromjesečju 2006. |
| 5. Proširiti HIV/AIDS programe gdje je to potrebno | Politika tvrtke provedena | Integrirati politiku tvrtke u obuku i podići razinu osviještenosti |
| 6. Provesti program "Sprječimo malariju" u sve pogone u Nigeriji | Nije primjenjivo | Nije primjenjivo |
| 7. Popraviti pokazatelje recikliranja vode, energije i krutog otpada za 2% te smanjiti stvaranje krutog otpada za 5% u našim pogonima | Ciljane vrijednosti (bolje) uvrštene među ciljeve u 2005. god. | Izvješće o postignućima u sljedećem izvješću o održivosti |
| 8. Izgraditi sposobnost društvene odgovornosti u smislu podizanja razine osviještenosti, provođenja programa, praćenja, izvješćivanja i kontrola (revizije) | Proces već započeo | Nastavak rada u suradnji s CCHBC-om |
| 9. Mjeriti novčanu dodanu vrijednost programa uključivanja u zajednicu | U pripremi | Započeti u 2005. |
| 10. Pokrenuti pilot-inicijative očuvanja vode u riječnim sljevovima rijeka Niger i Dunav | U pripremi | U ciljeve certifikata ISO 14001 uključiti ekološki obrazovni program u Podunavlju |

Šest ključnih tema u 2005. i 2006. godini

9.7 Uz nastavak rada na nekim temama iznesenim u našem posljednjem izvješću i suradnji s CCHBC-om na primjenjivim ciljevima Grupe u 2005. godini, zajedno sa savjetnicima s Ekonomskog instituta u Zagrebu izdvojili smo šest širokih tema kojima ćemo posvetiti posebnu pažnju u sljedeće dvije godine te izvijestiti o napretku u našem sljedećem Izvješću o održivosti.

1. Promicati usvajanje i svijest o stavovima tvrtke o korporacijskoj društvenoj odgovornosti kroz protok informacija / komunikaciju / obuku. Pobrinuti se da stav tvrtke utječe na postupke kad god je to važno i moguće. Pokušat ćemo razviti mehanizme i načine postupanja koji će osigurati da cjelokupne izjave koje iznose stavove tvrtke o korporacijskoj društvenoj odgovornosti i inicijative koje su objavljene prošle godine budu prenesene svim zaposlenicima. Naši zaposlenici bi trebali razumjeti te inicijative i djelovati u skladu s njima. Nadalje, poticat ćemo usvajanje inicijativa u sklopu postojećih procesa i postupaka.

2. Sastaviti srednjoročni strateški plan za ulaganje u zajednicu na temelju zajamčenog budžeta za potrošnju u donacijske svrhe na razini jednakoj ili većoj od iznosa iz 2004. godine. U suradnji s ključnim sudioničarima, uključujući Coca-Colu HBC, razvit ćemo strategiju ulaganja u zajednicu kojom će se osigurati dugotrajan utjecaj i korist ulaganja u zajednicu. U ovo su uključeni i planovi o godišnjem natječaju.

3. Njegovati unutarnji identitet zajedništva i kohezije u Coca-Cola Beverages Hrvatska (npr. volonterski rad, putovanja i sportove). Pokušat ćemo naglasiti našu posvećenost zadovoljnim i predanim radnicima potičući i dalje veze unutar poduzeća.

4. Nastaviti promicati svijest o dokazano najboljoj praksi u upravljanju okolišem u Hrvatskoj i šire. Pokušat ćemo povećati svijest naših klijenata, potrošača i dobavljača o potrebi razvijanja ekološkog načina rada za zajedničku dugotrajnu korist. Ova nastojanja bit će u skladu s određenim ciljevima zaštite okoliša razvijenim uz CCHBC.

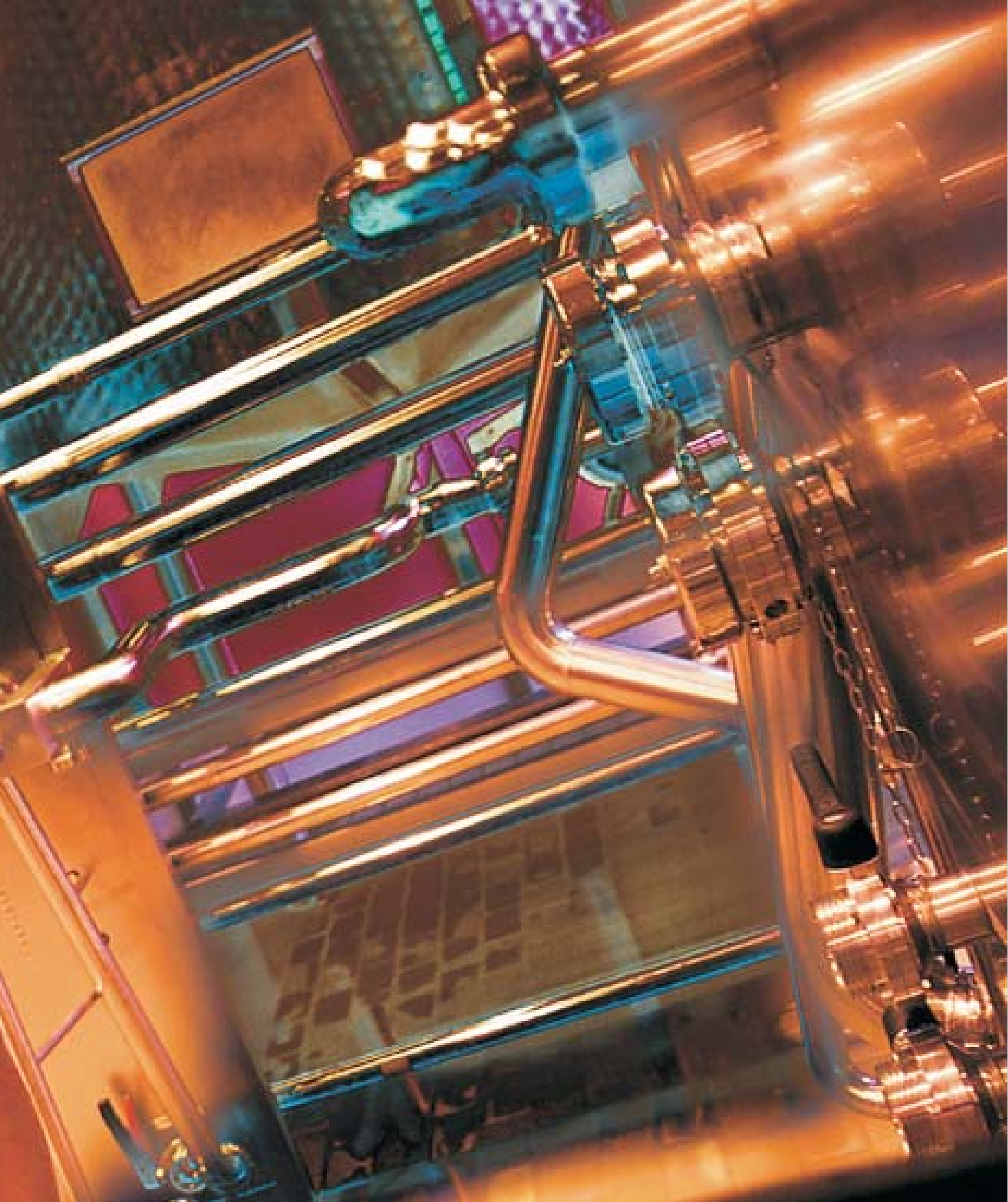
5. Razviti izravnije veze između programa za zaštitu okoliša i programa u zajednici, npr. u inicijativu za očuvanje voda u Podunavlju. *Budući programi u zajednici će odražavati naše stavove o održivosti i razvijati svijest u zajednici o prednostima odgovornog ponašanja prema okolišu i drugdje.*

6. Razmotriti aspekte korporacijske društvene odgovornosti u "radniku godine". *Naše postojeće inicijative za poboljšanje elana i predanosti naših zaposlenika u budućnosti će nastojati uključiti i aspekte korporacijske društvene odgovornosti da bi svi zaposlenici tvrtke razmislili o svom doprinosu inicijativama i stavovima tvrtke o korporacijskoj odgovornosti.*

9.8 Ove obveze i cjelokupno izvješće pokazuju našu stalnu predanost poboljšavanju rada vezanu uz društvena pitanja i zaštitu okoliša, načina prenošenja te predanosti našim sudioničarima. Vaša su mišljenja i primjedbe o ovom izvješću i o svim pitanjima u vezi s korporacijskom društvenom odgovornosti dobrodošla. Molimo vas da komentare šaljete na sljedeću adresu:

Majda Tafra-Vlahović
Coca-Cola Beverages Hrvatska, d.d.
Milana Sachsa 1
HR-10000 Zagreb
Hrvatska/Croatia
tel: +385 1 24 80 167
e-mail: majda.tafra-vlahovic@cchbc.com





DODATAK I: Popis sadržaja GRI-a

| BROJ REFERENCE | SADRŽAJ | LOKACIJA |
|--|--|----------------------------|
| Vizija i strategija | | |
| 1.1 | Vizija i strategija | 2. poglavlje |
| 1.2 | Izjava glavnog direktora | stranice |
| Profil | | |
| 2.1 | Ime tvrtke | Odjeljak 1.1 |
| 2.2 | Proizvodi i marke | Odjeljak 1.8 |
| 2.3 | Operativna struktura | Odjeljci 1.8 i 3.2 |
| 2.4 | Glavni odjeli, podružnice, zajednički pothvati | NP |
| 2.5 | Zemlje u kojima posluje | Odjeljak 1.7 |
| 2.6 | Priroda vlasništva | Odjeljak 1.7 |
| 2.7 | Tržišta na kojima djeluje | Odjeljak 1.7 |
| 2.8 | Veličina organizacije | Odj. 1.7 i dalje |
| 2.9 | Popis sudioničara | Odjeljak 3.7 |
| 2.10 | Osoba za kontakt i podaci | Odjeljak 9.8 |
| 2.11 | Izveštajno razdoblje | Odjeljak 3.8 |
| 2.12 | Datum posljednjeg izvješća | Odjeljak 1.2 |
| 2.13 | Granice izvješća | Odjeljak 1.7 |
| 2.14 | Važne promjene u veličini, strukturi, vlasništvu, proizvodima u odnosu na posljednje izvješće | Odjeljak 1.9 |
| 2.15 | Izveštavanje o zajedničkim pothvatima | NP |
| 2.16 | Razlog ponavljanja informacija | NP |
| 2.17 | Odluka da se ne primjenjuju postavke GRI-a | NP |
| 2.18 | Korišteni kriteriji i definicije | Odj. 1.8 i dalje |
| 2.19 | Promjene u načinu mjerenja | Odjeljak 5.2 |
| 2.20 | Politika tvrtke i procesi koji osiguravaju točnost i sveobuhvatnost izvješća | Odjeljak 1.3 |
| 2.21 | Politika tvrtke i procesi za davanje neovisnog jamstva | Izjava o potvrđi |
| 2.22 | Kako i gdje dobiti dodatne informacije | Odjeljak 9.8 |
| Struktura rukovođenja i sustavi upravljanja | | |
| 3.1 | Struktura rukovođenja uključujući odbore | Odjeljak 1.8; 3. poglavlje |
| 3.2 | Nezavisni, "neizvršni" direktori | Odjeljak 1.8; Odjeljak 3.5 |
| 3.3 | Proces za utvrđivanje stručnosti koja je potrebna Odboru | Odjeljak 3.5 |
| 3.4 | Postupci Odbora za uočavanje i upravljanje gospodarskim, društvenim rizicima i prilikama te rizicima i prilikama u zaštiti okoliša | Odjeljak 3-6 |
| 3.5 | Veza između plaća rukovodstva i ciljeva koji nisu novčane prirode | Odjeljak 3.6 |
| 3.6 | Organizacijska struktura ključne osobe odgovorne za politiku tvrtke u vezi s korporacijskom društvenom odgovornosti | Odj. 3.2 i dalje |
| 3.7 | Misija i vrijednosti, kodeksi, načela i stavovi o korporacijskoj društvenoj odgovornosti | 2. poglavlje |
| 3.8 | Mehanizmi kojima sudioničari daju preporuke Odboru | Odjeljak 3.7 |
| 3.9 | Uočavanje i odabir glavnih sudioničara | Odjeljak 3.7 |
| 3.10 | Pristup prema dogovaranju sa sudioničarima | Odjeljak 3.7 |
| 3.11 | Vrsta informacija koja nastaje nakon dogovora sa su-dioničarima | Odjeljak 3.7 |
| 3.12 | Korištenje informacija koje nastaju nakon dogovora sa sudioničarima | Odjeljak 3.7 |
| 3.13 | Da li je i kako riješeno pitanje opreznog pristupa | Odjeljak 3.5; Odjeljak 6.3 |
| 3.14 | Vanjske dobrovoljne povelje i načela kojih se pridržava | Odjeljak 1.6 |
| 3.15 | Glavno članstvo | Odjeljak 7.13 |
| 3.16 | Upravljanje utjecajima u ranim i kasnim fazama | Odj. 5.5 i dalje |

| | | |
|------|--|--------------------------|
| 3.17 | Pristup upravljanju neizravnim utjecajima | Odj. 5.5 i dalje |
| 3.18 | Glavne odluke o lokaciji ili promjenama tvornica | Odjeljak 5.34 |
| 3.19 | Socijalni i gospodarski programi i postupci te programi i postupci zaštite okoliša | 6. poglavlje; Dodatak II |
| 3.20 | Certifikacija sustava upravljanja korporacijskom društvenom odgovornošću | Odjeljak 1.8 |

Sadržaj GRI-a

| | | |
|-----|---|-----------|
| 4.1 | Tablica koja prikazuje gdje se nalazi svaki element sadržaja GRI izvješća | Dodatak I |
|-----|---|-----------|

Pokazatelji uspjeha

Pokazatelji gospodarskih rezultata

| | | |
|------|--|---------------------|
| EC1 | Neto prodaja | Odjeljak 1.8 |
| EC2 | Geografska podjela tržišta | NP |
| EC3 | Troškovi svih proizvoda i usluga nabavljenih i pruženih od strane dobavljača | Odjeljak 8.2 |
| EC4 | Ugovori isplaćeni u skladu s dogovorenim uvjetima | Odjeljak 8.8 |
| EC5 | Ukupno plaće uključujući naknade | Odjeljak 8.3 |
| EC6 | Davanja osobama koje su stvorile kapital | Odjeljak 1.8 |
| EC7 | Povećanje/smanjenje zadržanih prihoda na kraju razdoblja | Odjeljak 1.8 |
| EC8 | Sve vrste poreza | Odjeljak 8.4 |
| EC9 | Primljene potpore | Odjeljak 8.4 |
| EC10 | Donacije zajednici | Odj. 7.2 i dalje |
| EC11 | <i>Prikaz dobavljača</i> | <i>Odjeljak 8.5</i> |
| EC12 | <i>Infrastruktura sporednih djelatnosti</i> | <i>Ne postoji</i> |
| EC13 | <i>Neizravni gospodarski utjecaj</i> | <i>Odjeljak 8.6</i> |

Pokazatelji uspješnosti u zaštiti okoliša

| | | |
|------|---|----------------------------------|
| EN1 | Korišteni materijali | Odjeljak 5.12; Odjeljak 5.21 |
| EN2 | Otpad iz vanjskih izvora | Odjeljak 5.12 |
| EN3 | Izravna upotreba energije | Odjeljak 5.12; Odj. 5.13 i dalje |
| EN4 | Neizravna upotreba energije | NZ |
| EN5 | Korištenje vode | Odjeljak 5.12; Odj. 5.17 i dalje |
| EN6 | Posjedovanje zemlje u habitatima bogate biološke raznolikosti | Odjeljak 5.12; Odjeljak 5.34 |
| EN7 | Utjecaj na biološku raznolikost | Odjeljak 5.34 |
| EN8 | Ispuštanje stakleničkih plinova | Odjeljak 5.12; Odj. 5.23 i dalje |
| EN9 | Ispuštanje tvari koje uništavaju ozon | NZ |
| EN10 | Značajna ispuštanja u zrak | Odjeljak 5.12; Odj. 5.23 i dalje |
| EN11 | Otpad prema vrsti i odredištu | Odjeljak 5.12; Odj. 5.26 i dalje |
| EN12 | Ispuštanja u vodu prema vrsti | Odjeljak 5.12 |
| EN13 | Izljevi | Odjeljak 5.9; Odjeljak 5.12 |
| EN14 | Utjecaj glavnih proizvoda na okoliš | Odjeljak 5.12 |
| EN15 | Proizvodi koji se mogu oporabiti | NZ |
| EN16 | Incidenti i plaćene kazne | Odjeljak 5.12 |
| EN17 | Inicijative za obnovljive izvore energije | Odjeljak 5.15 |
| EN18 | "Otisci" potrošnje energije | NZ |
| EN19 | Neizravna upotreba energije | NZ |
| EN20 | Izvori vode | Odjeljak 5.19 |
| EN21 | Povlačenje podzemnih i površinskih voda | NZ |
| EN22 | Ukupno recikliranje i ponovna upotreba vode | Odjeljak 5.12; Odj. 5.17 i dalje |
| EN23 | Količina posjedovane zemlje za proizvodnju | Odjeljak 5.12 |
| EN24 | Zemlja s nepropusnom površinom | Odjeljak 5.12 |
| EN25 | Utjecaj u zaštićenim i osjetljivim područjima | Odjeljak 5.34 |
| EN26 | Promjene u prirodnim staništima | Ne postoji |
| EN27 | Ciljevi za obnovu ekosustava u zagađenim područjima | NP |

| | | |
|------|---|----------------------------------|
| EN28 | Vrste uključene u popis Svjetske udruge za zaštitu prirode (IUCN) koje žive u području pogona | Ne postoji |
| EN29 | Jedinice u zaštićenim ili osjetljivim područjima | Odjeljak 5.34 |
| EN30 | Neizravna ispuštanja stakleničkih plinova s trećih strana | NZ |
| EN31 | Otrovni otpad | Ne postoji |
| EN32 | Ekosustavi pod utjecajem ispuštanja vode | Ne postoji |
| EN33 | Rezultati dobavljača | Odjeljak 5.5 |
| EN34 | Utjecaj prijevoza | Odjeljak 5.12; Odj. 5.32 i dalje |
| EN35 | Ulaganja u okoliš | Odjeljak 5.11 |

Pokazatelji društvene uspješnosti

| | | |
|------|---|------------------------|
| LA1 | Pregled radne snage | Odj. 4.3 i 4.4 |
| LA2 | Neto stvaranje radnih mjesta i promet zaposlenika | Odjeljak 4.3 |
| LA3 | Sindikati i kolektivni pregovori | Odjeljak 4.6 |
| LA4 | Politika tvrtke o informiranju, savjetovanju i pregovaranju o promjenama te načini njegova obavljanja | Odjeljak 4.7 |
| LA5 | Bilježenje i obavješćivanje o nezgodama i bolestima vezanim uz zanimanje | Odjeljak 4.12 |
| LA6 | Zajednički odbori za zdravlje i sigurnost | Odjeljak 4.12 |
| LA7 | Povrede, izgubljeni dani, izostajanje s posla, smrtni slučajevi | Odjeljak 4.10 |
| LA8 | Politika tvrtke i programi o HIV/AIDS-u | Odjeljak 4.19 |
| LA9 | Sati obuke | Odjeljak 4.16 |
| LA10 | Programi i politika tvrtke prema različitosti i jednakim mogućnostima | Odjeljak 4.8 |
| LA11 | Različitost u tijelima višeg menadžmenta i rukovođenja | Odjeljak 4.4 |
| LA12 | <i>Beneficije zaposlenika osim onih propisanih zakonom</i> | <i>Odj. 4.5 i 4.6</i> |
| LA13 | <i>Zastupljenost radnika u donošenju odluka ili upravljanju</i> | <i>Odjeljak 4.8</i> |
| LA14 | <i>Poštovanje smjernica Međunarodne organizacije rada (ILO) za Sustav upravljanja zaštitom zdravlja na radu</i> | <i>Odjeljak 4.10</i> |
| LA15 | <i>Sporazumi sa sindikatima o zdravlju i sigurnosti</i> | <i>Odjeljak 4.12</i> |
| LA16 | <i>Programi za potporu zapošljivosti i pomoć pri završetku profesionalnog rada</i> | <i>Odjeljak 4.14</i> |
| LA17 | <i>Programi i politika tvrtke prema upravljanju vještinama i učenju "dok si živ"</i> | <i>Odjeljak 4.16</i> |
| HR1 | Politika tvrtke i načini postupanja u vezi s ljudskim pravima | Odjeljak 1.9 i Dodatak |
| HR2 | Uzimanje u obzir ljudskih prava pri ulaganju/kupnji, uključujući dobavljače | Odjeljak 6.5 |
| HR3 | Politika tvrtke i načini postupanja u vezi s ljudskim pravima u lancu nabave | Odjeljak 6.5 |
| HR4 | Načini postupanja i politika odsutnosti diskriminacije | Odjeljak 4.17 |
| HR5 | Politika tvrtke prema slobodi udruživanja | Odjeljak 4.7 |
| HR6 | Politika tvrtke prema radu djece | Odjeljak 4.19 |
| HR7 | Politika tvrtke prema prisilnom i obvezatnom radu | Odjeljak 4.19 |
| HR8 | Obuka o ljudskim pravima | Odjeljak 9.3 |
| HR9 | Pravila o zastupljenosti i žalbama | Odjeljak 4.18 |
| HR10 | <i>Politika odsutnosti odmazde</i> | <i>Odjeljak 4.18</i> |
| HR11 | <i>Obuka zaštitnog osoblja o ljudskim pravima</i> | <i>Ne postoji</i> |
| HR12 | <i>Politika prema autohtonim stanovnicima</i> | <i>NP</i> |
| HR13 | <i>Zajednički provedeni mehanizmi pritužbi zajednice</i> | <i>Odjeljak 7.11</i> |

| | | |
|------|---|----------------------|
| HR14 | <i>Udio operativnih prihoda preusmjeren u lokalnu zajednicu</i> | Odjeljak 7.2 |
| SO1 | Politika tvrtke i postupci za upravljanje utjecajem na zajednicu | Odjeljak 7.11 |
| SO2 | Politika tvrtke i postupci usmjereni protiv mita i korupcije | Odjeljak 7.16 |
| SO3 | Politika tvrtke prema političkim priložima | Odjeljak 7.16 |
| SO4 | <i>Nagrade važne za korporacijsku društvenu odgovornost</i> | <i>Ne postoji</i> |
| SO5 | <i>Prilozi političkim strankama</i> | <i>Odjeljak 7.12</i> |
| SO6 | <i>Sudske presude u vezi sa slučajevima protiv trustova</i> | <i>Odjeljak 7.16</i> |
| SO7 | <i>Postupci i politika tvrtke prema ponašanju usmjerenom na sprječavanje natjecanja</i> | <i>Odjeljak 7.16</i> |
| PR1 | Programi i politika tvrtke prema zdravlju i sigurnosti kupaca | Odjeljak 6.3 |
| PR2 | Postupci i politika tvrtke prema informacijama o proizvodima i etiketama | Odjeljak 6.7 |
| PR3 | Postupci i politika tvrtke prema zaštiti privatnosti potrošača | Odjeljak 6.6 |
| PR4 | <i>Nepoštovanje standarda o zdravlju i sigurnosti kupaca</i> | <i>Ne postoji</i> |
| PR5 | <i>Podržane žalbe u vezi sa zaštitom zdravlja i sigurnosti kod proizvoda i usluga</i> | <i>Ne postoji</i> |
| PR6 | <i>Pridržavanje dobrovoljnih kodeksa o etiketiranju proizvoda</i> | <i>Odjeljak 6.6</i> |
| PR7 | <i>Nepridržavanje odredbi o informacijama o proizvodu</i> | <i>Ne postoji</i> |
| PR8 | Politika tvrtke i postupci usmjereni na zadovoljstvo kupca | Odjeljak 6.10 |
| PR9 | Politika tvrtke i postupci usmjereni na standarde oglašavanja | Odjeljak 6.8 |
| PR10 | <i>Kršenja propisa o oglašavanju i marketingu</i> | <i>Odjeljak 6.8</i> |
| PR11 | <i>Poduprte pritužbe u vezi s kršenjem privatnosti kupaca</i> | <i>Odjeljak 6.6</i> |

Legenda

NP - nije primjenjivo

NZ - nepoznato (pokazatelj nije izračunat)

Ne postoji - pokazatelj negativno odgovoren u popisu GRI-a, a ne u tekstu

Koso - dodatni (sporedni) pokazatelj

Dodatak II i dalje

Engleske verzije dokumenata:

- Izjava o kvaliteti
- Izjava o politici zaštite okoliša
- Izjava o zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu (postoji posebna izjava za svaki od pogona - u dodatku se nalazi izjava za pogon u Zagrebu)
- Izjava o ljudskim pravima
- Prodajna i marketinška politika za djecu
- Politika tvrtke Coca-Cola Beverages Hrvatska d.d. prema HIV/AIDS

I M P R E S U M

izdavač

Coca-Cola Beverages Hrvatska d.d.

urednica

Majda Tafra-Vlahović

Coca-Cola Beverages Hrvatska, d. d.
Milana Sachsa 1, HR-10000 Zagreb
Hrvatska/Croatia
Tel: +385 1 2480 222
e-mail: majda.tafra-vlahovic@cchbc.com

stručni suradnici

Dr. Sc. Paul Stubbs

Denis Redžepagić

Domagoj Račić

lektura

Strahimir Primorac

fotografija

Tomislav Marić

arhiva Coca-Cola Beverages Hrvatska

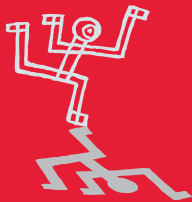
oblikovanje i prijelom

m-graffik

tisak

Kerschoffset





Coca-Cola Beverages Hrvatska d.d.