

Izvešće o održivosti



Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o.

Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o.
Ekonomski institut, Zagreb

Izješće o održivosti 2009.
studeni, 2009.

Izdavač
Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o.

Direktorica projekta
Boška Trbojević

Autori
dr. sc. Paul Stubbs
Denis Redžepagić, MEB

Urednik
Igor Čutuk

Lektura
dr. sc. Lana Hudeček

Fotografije
Mario Romulić
Ivo Pervan
Petar Popović
Getty Images

Kreativni koncept
Bruketa & Žinić OM

Grafički prijelom
McCann Erickson

Tisak
Grafocolor Zagreb

Sadržaj

Izjava glavnoga direktora	5
Vanjska potvrda	11
Provedba načela Svjetskoga sporazuma Ujedinjenih naroda u Republici Hrvatskoj (Global Compact — Communication on Progress)	15

Coca-Cola HBC Hrvatska i društveno odgovorno poslovanje **1. dio**

1. Organizacijski profil	23
2. Izvješćivanje o održivosti i za održivost	32
3. Struktura ovoga izvješća	34

Odgovaranja na potrebe dionika **2. dio**

1. Upravljačke strukture, obveze i uključenost	39
2. Korporacijsko upravljanje i korporacijska društvena odgovornost u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska	41
3. Uključenost dionika	44

Djelovanje na planu održivosti **3. dio**

1. Tržište	49
2. Radno mjesto	65
3. Okoliš	89
4. Zajednica	105

Temeljni zadaci za budućnost **4. dio**

1. Dodatak: Indeks GRI 3	123
2. Dodatak: Upravljački pristup prema kategoriji	131



Izjava glavnoga direktora

Dragi dionici,

čast mi je i zadovoljstvo predstaviti vam naše izvješće o održivosti za poslovanje u 2007. i 2008. godini. Ovo je naše treće dvogodišnje izvješće o održivosti i potvrda je naših nastojanja da uključimo društvenu odgovornost tvrtke u sva područja svojega poslovanja. Kao i prethodna izvješća, i ovo je izvješće sastavljeno u skladu sa smjernicama Globalne inicijative za izvješćivanje – G3, koje su vodeći svjetski okvir za izvješćivanje. Izvješće pokazuje da naponi koje su uložili svi naši zaposlenici proteklih godina sada donose plod – bilježi se napredak na svim područjima našega poslovanja, posebice na području utjecaja na okoliš i predanosti suradnji sa zajednicama te napredak u nastojanju da i dalje budemo jedan od najpoželjnijih poslodavaca u Hrvatskoj.

Razdoblje koje obuhvaća ovo izvješće uključuje početak jednoga od najvećih padova svjetskoga gospodarstva u posljednje vrijeme. Taj je pad također pogodio hrvatsko tržište, a nastavit će ga pogađati i dalje. Za nas je recesija i izazov i prilika te smo predani održavanju i jačanju svojih napora na području društvene odgovornosti tvrtke. Čvrsto vjerujemo da je to jedini održiv i moralan put kojim trebamo krenuti, imajući na umu da će nam naši programi koji se odnose na društvo i okoliš te naša ulaganja u zaposlenike, dobavljače i kupce osigurati smanjenje utjecaja recesije. Iako moramo poduzeti mjere kako bismo troškove držali pod nadzorom, mjere će biti dugotrajne i uvijek u okviru naše predanosti održivosti.

Počevši od srpnja 2008. godine današnju tvrtku Coca-Cola Hellenic Bottling Company Hrvatska u potpunosti je preuzela Coca-Cola Hellenic Bottling Company koja posluje u 28 zemalja. Promjena imena i male promjene u vlasničkoj strukturi neće utjecati na našu odlučnost da uzmemo ono najbolje što pruža velika višenacionalna tvrtka i spojimo s tradicijom dugom

više od četrdeset godina, koliko neprekidno posluje punionica Coca-Cole u Hrvatskoj. Kultura održivosti koju smo razvili spoj je svjetskih i lokalnih modela. Naš tim rukovoditelja pokazuje vještine upravljanja kojima nema premca, a usto stremimo promicanju talenata kad god ih pronađemo. Ciljevi poslovanja viših rukovoditelja sada uključuju djelovanje na području održivosti kao temeljnu sposobnost te daljnje ugrađivanje društvene odgovornosti tvrtke u naše temeljno poslovanje. Svoju ulogu također vidimo u poticanju i pružanju potpore svojim dobavljačima i kupcima u Hrvatskoj kako bi trag koji ostavljamo na području zapošljavanja bio veći od onog koji se odnosi na ljude koje izravno zapošljavamo, a i ubuduće ćemo nastaviti s ulaganjima u lanac nabave.

Ovo izvješće prikazuje i izazove koji su pred nama, s kojima ćemo se suočiti jednako energično kao što smo to činili i prije. Uvijek ima mjesta za napredak jer uvijek postoji prostor i mogućnost za poboljšanje postojećeg stanja. U budućnosti ćemo neumorno raditi na razvoju poslovanja koje čuva dragocjene izvore, uključujući vodu i energiju. Naš rad na očuvanju prirodnih ljepota mnogih rijeka u Hrvatskoj svjedoči o činjenici da se brinemo o tome da donosimo nova rješenja problema povezanih s okolišem. Globalno zatopljenje pitanje je koje se tiče svih nas, a mi ćemo ustrajati u nastojanju da smanjimo emisiju ugljika, ali i utjecaj pakiranja tijekom cijeloga životnog ciklusa proizvoda.

Naš novi program koji se odnosi na dobrovoljni rad zaposlenika potvrđuje našu predanost prenošenju vještina i znanja na partnerske organizacije u području dobrovoljnoga rada. Smatramo da je najbolji način pristupa održivosti izgradnja partnerskih odnosa sa zajednicom povezana s nastojanjem da se naša ulaganja u zajednice održe na visokoj razini.

Nastavit ćemo imati važnu ulogu u sve većoj skupini tvrtka predanih društvenoj odgovornosti tvrtka u Hrvatskoj, a i šire. Naše članstvo u Svjetskom sporazumu UN-a u Hrvatskoj potvrđuje to nastojanje.

Konačno, samo vaše povratne informacije i konstruktivne kritike mogu dovesti do napretka na tom području. Vaši su komentari i prijedlozi dobrodošli i rado ćemo odgovoriti na sve vaše upite te nastaviti graditi dijalog na obostrano zadovoljstvo.

Nikolaos Kalaitzidakis

Zagreb, rujan 2009.

A handwritten signature in dark ink, consisting of several vertical, slightly wavy lines of varying heights, followed by a small loop at the end.

U više od četrdeset godina postojanja na hrvatskome tržištu Coca-Cola je postala neizostavni dio hrvatske svakodnevice i sastavni dio hrvatskoga društva.

Promičući načela društvene odgovornosti već deset godina, Coca-Cola HBC Hrvatska nastoji biti i zaštitnica vrijednosti hrvatskoga društva.



Coca-Cola



Vanjska potvrda — Mišljenje o Izvješću o održivosti CCHBC-a za 2007. i 2008. godinu

Cilj je mišljenja Komisije upravnoga vijeća HR PSOR-a o Izvješću o održivosti CCHBC-a za 2007. i 2008. godinu utvrditi sukladnost razine izvješćivanja koju je tvrtka samostalno odredila sa zahtjevima Smjernica za izvješćivanje o održivosti Globalne inicijative za izvješćivanje određenim za tu razinu izvješćivanja. Sukladno tomu provedena je iscrpna usporedba sadržaja Izvješća sa zahtjevima Smjernica određenim prema razini A izvješćivanja te je utvrđeno sljedeće: **Izvješće o održivosti CCHBC-a za 2007. i 2008. godinu sukladno je sa zahtjevima razine A izvješćivanja o održivosti Globalne inicijative za izvješćivanje (GRI).**

CCHBC prva je u Hrvatskoj primijenila GRI smjernice za izradu Izvješća o nefinancijskim pokazateljima. Iskustvo i temeljitost pristupa vidljivi su iz pristupa izvješćivanju koje je tvrtka primijenila i u tom izvješću.

Iz Izvješća je razvidan tradicionalno iscrpan pristup mjerenju i praćenju utjecaja na glavne aspekte okoliša iako iz dane strukture poduzeća nije jasna razina odgovornosti za to područje. Usprkos tomu CCHBC pokazuje svoju predanost upravljanju okolišem kao dijelom sustava održivosti koji neprekidno unapređuje. U idućim izvještajnim razdobljima bilo bi preporučljivo pridati veću pozornost izvješćivanju o inicijativama za ublažavanje utjecaja proizvoda na okoliš (EN 26) te iscrpnijoj razradi podataka o udjelu oporabljenih CCBHC-ovih ambalažnih materijala, tim više što je zbog visokoga udjela povratne ambalaže u svojem asortimanu CCBHC u tom aspektu znatno ispred svoje konkurencije.

Napredak koji je CCBHC učinio u području ljudskih potencijala postavlja tu tvrtku u sam vrh upravljanja tim potencijalom u Hrvatskoj. Uvođenje sustava nagradivanja i poticaja sukladno učinku te sustav vrednovanja zaposlenika osnovni je motivacijski čimbenik u razvoju i zauzimanju zaposlenika te u njihovu sustavnom obrazovanju i zadržavanju u području konkurentne radne snage, a sukladno tomu i povećavanju mogućnosti njihova zapošljavanja. Više brojčanih podataka o obrazovanju, nagradama i ostalim poticajima i povlasticama iz tog područja dodatno bi obogatilo Izvješće, a ti bi podaci mogli poslužiti i kao referencija drugim poduzećima i poticaj sustavnom zauzimanju na tom području.

Područje koje posljednjih godina izaziva sve više zanimanja i poduzeća i dionika područje je klimatskih promjena te aktivnosti i izazovi koji se pojavljaju u poduzećima kao rezultat tih promjena. Bilo bi zanimljivo u idućim izvješćima CCHBC-a vidjeti više informacija povezanih s tom temom.

U području ulaganja u zajednicu CCHBC se ističe inventivnim suradničkim projektima koji nadilaze klasičan pristup doniranja u zajednicu te se putem aktivnosti koje se financiraju angažiraju ne samo dionici nego i zaposlenici CCHBC-a te se tako razvija osjećaj vlasništva nad projektima i društvenim i okolišnim kapitalom koje ti projekti unapređuju.

Na kraju želimo čestitati CCHBC-u na iznimno velikome trudu uloženom u pripremu temeljitoga izvješća te se nadamo da će i buduća izvještajna razdoblja donijeti jednako zanimljivo i informativno štivo obogaćeno novim aspektima odgovornoga poslovanja i odgovora na nove izazove.

Komisija upravnoga vijeća HR PSOR-a







PROVEDBA NAČELA Svjetskoga sporazuma Ujedinjenih naroda u Republici Hrvatskoj (Global Compact – Communication on Progress)

Tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska potpisnik je Svjetskoga sporazuma (Global Compacta). Načela Svjetskoga sporazuma zasnivaju se na sljedećim dokumentima i iz njih su izvedena:

- Općoj deklaraciji o ljudskim pravima
- Deklaraciji Međunarodne organizacije rada o temeljnim načelima i pravima iz radnoga odnosa
- Deklaraciji o okolišu i razvoju iz Rio de Janeira
- Konvenciji Ujedinjenih naroda protiv korupcije.

Potpisivanjem Svjetskoga sporazuma tvrtke se obvezuju:

- uključiti deset načela u svoje poslovanje tako da ona postanu sastavnim dijelom strategije, kulture i svakodnevnoga poslovanja tvrtke

- javno zagovarati Svjetski sporazum i njegova načela

- u godišnjim i poslovnim izvješćima izvješćivati o načinu na koji tvrtka podupire Svjetski sporazum i napretku koji postiže u provedbi načela (Communication on Progress).

Svjetski sporazum zahtijeva od tvrtka da, u okviru područja svojega utjecaja, usvoje, promiču i primjenjuju osnovne vrijednosti, tj. deset načela podijeljenih u četiri osnovne skupine. U ovome izvješću, a u skladu s obvezama potpisanoga Sporazuma, navodimo svoje aktivnosti u području temeljnih načela.

LJUDSKA PRAVA

1. načelo | Tvrtke bi trebale podupirati i poštivati zaštitu međunarodnih ljudskih prava unutar područja svojega utjecaja.

2. načelo | Tvrtke bi se trebale pobrinuti da ne sudjeluju u kršenju ljudskih prava.

Coca-Cola HBC Hrvatska poštivanjem zakonskih obveza, ali i dodatnim uputama u **Kodeksu poslovnoga ponašanja** matične tvrtke, aktivno podupire i poštuje ljudska prava svojih zaposlenika i dionika s kojima je u kontaktu. Unutrašnji postupci i sustav nadzora koje smo uveli osiguranje su poštivanja tog načela. O svim pitanjima povezanim s ljudskim pravima odlučujemo zajedničkim radom u Radničkom vijeću. Odredbe Kolektivnoga ugovora odnose se na sve naše zaposlenike, ali postoje dodatni postupci nadzora i provedbe naše politike poštivanja ljudskih

prava, uz potpunu netoleranciju prema diskriminaciji i ostalim oblicima povrede temeljnih prava naših zaposlenika. Politika zaštite ljudskih prava također se odnosi na dobavljače, od kojih očekujemo da priznaju naše vrijednosti, čime izravno utječemo na razvitak zajednice u kojoj poslujemo. Coca-Cola HBC Hrvatska obvezana je Izjavom o ljudskim pravima kojoj je potpisnik matična tvrtka, Coca-Cola Hellenic Bottling Company. Izjava uključuje sljedeće:

Coca-Cola Hellenic Bottling Company zalaže se za prihvaćanje i primjenu svoje politike o ljudskim pravima u svim područjima svojega djelovanja. Kako bi to postigla, tvrtka razvija prikladne sustave upravljačkoga informiranja, savjetodavne postupke i ostale postupke potvrđivanja koji su potrebni kako bi politika bila učinkovita. Odbor za društvenu

odgovornost pri Upravnome odboru tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company odgovoran je za nadzor nad provedbom politike zaštite ljudskih prava u svih 28 država u kojima poslujemo. Odgovornost se osigurava sljedećom upravljačkom i izvještajnom strukturom:

1. Radna skupina za ljudska prava tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company, čiji su članovi predstavnici ključnih funkcija i lokacija, ima sljedeće ovlasti:

- nadzor nad unutrašnjim i vanjskim događajima koji utječu na politiku ljudskih prava i poduzimanje odgovarajućih akcija
- prikupljanje podrške upravljačkoga tima za prihvaćanje i provedbu politike o zaštiti ljudskih prava

RADNA PRAVA

3. **načelo** | Tvrtke bi trebale podržavati slobodu udruživanja i stvarno priznavanje prava na kolektivno pregovaranje.

4. **načelo** | Tvrtke bi trebale podržavati dokidanje svih oblika prisilnoga rada.

5. **načelo** | Tvrtke bi trebale podržavati stvarno ukidanje dječjega rada.

6. **načelo** | Tvrtke bi trebale podržavati ukidanje diskriminacije u vezi sa zapošljavanjem i izborom zanimanja.

Coca-Cola HBC Hrvatska putem kolektivnoga ugovora i smjernicama **Kodeksa poslovnoga ponašanja** u potpunosti odbacuje prakse prisilnoga rada i dječjega rada – i kad je riječ o svojim zaposlenicima i u području poslovanja svojih odobrenih dobavljača. Sveobuhvatna primjena kolektivnoga ugovora, koji se primjenjuje na sve zaposlenike i obuhvaća sve djelatnosti, isključuje postojanje poslovnih djelatnosti u kojima bi se ugrozilo ostvarivanje prava. Drugim riječima, i kolektivnim ugovorom i samim **Zakonom o radu** poslodavcu je zabranjeno ograničavanje prava zaposlenika na učlanjivanje u sindikat, a te obveze

- razviti strategije poštivanja politike o zaštiti ljudskih prava i posebice prihvaćenih norma
- dijeljenje najboljih praksa u poslovanju i poticanje pitanja ljudskih prava te obavještavanje o učincima unutar i izvan tvrtke

- nadzor nad postavljanim ciljevima i ostvarenim učincima, tj. nad ostvarenjem politike.

Menadžeri Coca-Cola Hellenic Bottling Company sustava odgovorni su za osiguravanje sredstava za prihvaćanje i obuku te za provedbu politike.

2. Partner, dobavljači i ugovorene treće strane ohrabruju se da primijene sličan pristup. Coca-Cola Hellenic Bottling Company prihvatila je skup smjernica za dobavljače koje obuhvaćaju etičko poslovanje, okoliš, ljudska prava i osnovne radne norme.

Coca-Cola HBC Hrvatska poštuje i primjenjuje. Željeli bismo naglasiti da Coca-Cola HBC Hrvatska osigurava svim radnicima, ravnopravno i bez ikakvih ograničenja, pravo na slobodno udruživanje, uključujući i pravo učlanjenja u sindikat. U ovome trenutku u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska aktivna su dva sindikata, Sindikat zaposlenih u poljoprivredi, prehrambenoj i duhanskoj industriji i vodoprivredi Hrvatske (PPDIV) – Sindikalna podružnica i Samostalni sindikat Coca-Cole, član NHS-a (Nezavisnih hrvatskih sindikata). Pritom ne smijemo zaboraviti i veliku važnost koju pridajemo dijalogu s Radničkim vijećem koje se sastoji od predstavnika zaposlenika, a koje sudjeluje u savjetovanju o svim aktualnim pitanjima ili u odlučivanju o njima.

Ustavne odredbe, zakoni i pravilnici Republike Hrvatske zabranjuju sve oblike diskriminacije i naša se tvrtka strogo pridržava odredaba tih dokumenata. Politika jednakosti naše matične tvrtke obvezuje nas da dajemo jednake prilike svim zaposlenicima i da ih ni u kojemu aspektu zaposlenja ne diskriminiramo temeljem rase, religije, boje kože, etničkoga ili naci-

onalnoga podrijetla, godina, invalidnosti, seksualne orijentacije, političkoga mišljenja, spola ili bračnoga statusa. Stoga su provedene politike i postupovna pravila o nediskriminaciji, zlostavljanju i seksualno-

me zlostavljanju. Također, postoji i politika koja osigurava nediskriminirajući postupak prema osobama zaraženima HIV virusom/virusom side.

OKOLIŠ

7. načelo | Tvrtke bi trebale podupirati oprezan pristup izazovima na području okoliša.

8. načelo | Tvrtke bi trebale pokrenuti inicijative radi promicanja veće odgovornosti prema okolišu.

9. načelo | Tvrtke bi trebale poticati razvoj i širenje tehnologija neškodljivih za okoliš.

Coca-Cola HBC Hrvatska uvela je u svoje poslovanje više međunarodnih norma koje su izravno povezane s njezinim učinkom na okoliš. Provodimo analizu rizika te je proveden niz mjera kako bi se u najvećoj mogućoj mjeri smanjio naš utjecaj na okoliš. Ulaganjem u nove tehnologije, poticanjem inovativnih rješenja štednje i suradnjom s akademskom zajednicom djelujemo na poticanju razvoja i širenja znanja i tehnologija neštetnih za okoliš, ali i u cilju smanjenja našega utjecaja na okoliš. Donacijama i promidžbenim aktivnostima aktivno doprinosimo promicanju odgovornoga pristupa okolišu kod naših zaposlenika, dobavljača, kupaca i ostalih dionika.

Projekti poput projekta očuvanja okoliša rijeke Gacke, koji je ostvaren u suradnji sa UNDP-om, konkretni su primjeri naše obvezanosti **Svjetskim sporazumom**. Tvrtka posluje sukladno Politici zaštite okoliša matične tvrtke te provodi i pojedinačne mjere povezane s emisijama stakleničkih plinova, pakirnim otpadom i uporabom. Coca-Cola Hellenic Bottling Company:

- posluje sukladno primjenjivim zakonima i pravilnicima te primjenjuje svoje zahtjevne okolišne norme
- u svim punionicama prihvaća i potvrđuje međunarodno priznati sustav upravljanja okolišem ISO

14001 kako bi se osigurala odgovornost i neprekidno poboljšanje

- uključuje okolišne strategije i ciljeve u svoje procese poslovnoga planiranja kako bi se osiguralo da upravljanje učinkom na okoliš ostane sastavnim dijelom poslovanja

- postavlja ciljeve zaštite okoliša, nadzire rezultate i nadzorne postupke kako bi se ocijenio učinak u odnosu na zahtjevne norme zaštite okoliša

- prepoznaje i provodi učinkovitije metode iskorištavanja materijala i resursa, smanjivanja na najmanju moguću mjeru emisija i otpada uz povećanje udjela oporabljenoga otpada

- obvezuje se, štednjom vode i obradom otpadnih voda čuvati izvorišta voda

- obvezuje se smanjiti klimatski utjecaj smanjenjem iskorištene energije i emisije stakleničkih plinova

- podržava i oprema zaposlenike kako bi prepoznali mogućnosti poboljšanja okolišnoga učinka i upravljanja otpadom u području svojega rada i djelovali kako bi se ta poboljšanja provela.

BORBA PROTIV KORUPCIJE

10. načelo | Tvrtke bi trebale raditi na suzbijanju korupcije u svim njezinim oblicima, uključujući iznudu i podmićivanje.

Budući da razumije odgovornost koja proizlazi iz vodećega položaja na tržištu gaziranih bezalkoholnih pića, Coca-Cola HBC Hrvatska brine se o tome da njezini zaposlenici u svojim poslovnim aktivnostima budu poštteni. **Kodeks poslovnoga ponašanja** uključuje jasnu zabranu mita, korupcije i donacija bilo kojoj političkoj stranci. **Kodeks** uključuje problematiku

kao što su: sukob interesa, financijska evidencija, primanje darova, zaštita podataka i dobro korporacijsko ponašanje. **Kodeks poslovnoga ponašanja** matične tvrtke iscrpan je dokument koji je temelj našega obvezivanja na antikorupcijsku praksu. Uz dokument je predviđena prikladana obuka, a on podliježe redovitim preradama.

Za više informacija vidjeti:

www.drustvena-odgovornost.undp.hr





1. dio:



Coca-Cola HBC Hrvatska
i društveno odgovorno poslovanje

Organizacijski profil

1.

Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. sa sjedištem u Zagrebu tvrtka je koja proizvodi, distribuira i prodaje bezalkoholne napitke tvrtke The Coca-Cola Company u Hrvatskoj. U većinskome je vlasništvu matične tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company S.A., međunarodne tvrtke koja djeluje u 28 zemalja. Po-

slovanje u Republici Hrvatskoj dugoročno je: 2008. godine Coca-Cola HBC Hrvatska obilježila je četrdeset godina postojanja i rada u Hrvatskoj. Naime, 17. rujna 1968. godine prva je boca toga popularnog napitka proizvedena u Ulici Milana Sachsa u Zagrebu, gdje je i danas sjedište tvrtke.

1.1.

U odnosu na prethodno izvješće Coca-Cola HBC Hrvatska promijenila je osim imena i strukturu vlasništva strateškom odlukom Skupštine društva od 11. srpnja 2008. godine o isplati manjinskih dioničara i reorganizaciji dioničkoga društva u pravni oblik društva s ograničenom odgovornošću. Coca-Cola

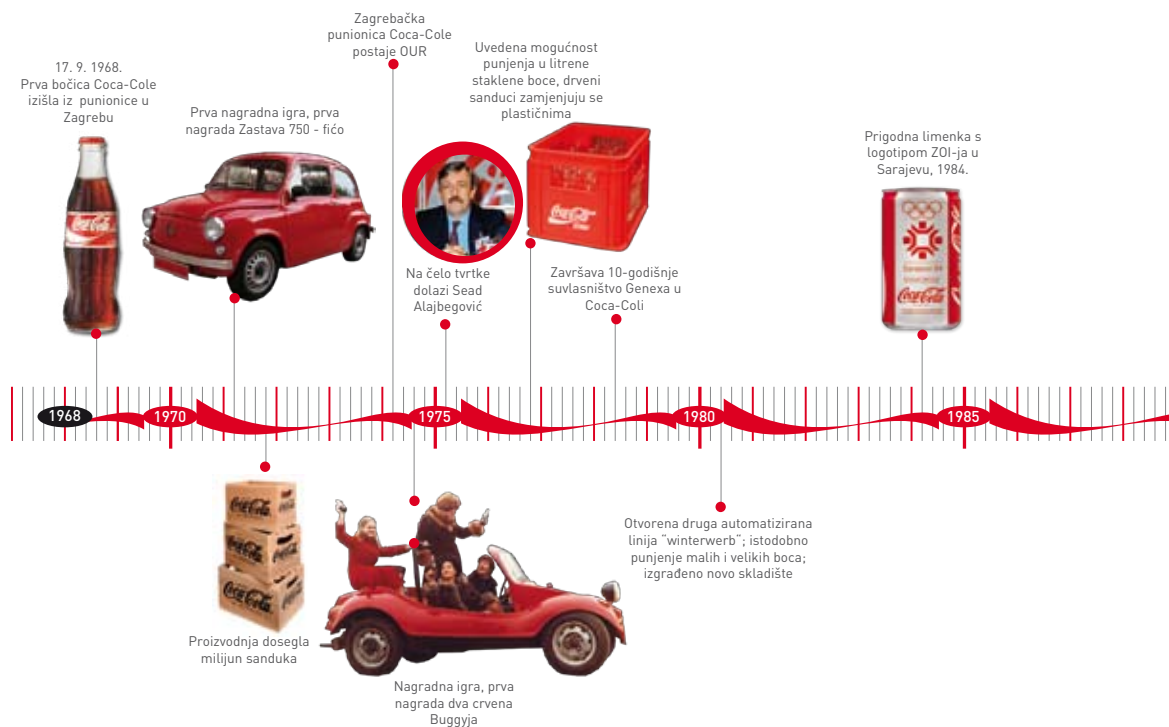
HBC Hrvatska d.o.o. društvo je s ograničenom odgovornošću za proizvodnju, prodaju i distribuciju bezalkoholnih pića (MB: 3218848), s temeljnim kapitalom od 383.429.400 HRK. Dokumenti i prilozi o vlasništvu i registraciji tvrtke javno su dostupni u sudskome registru Trgovačkoga suda u Zagrebu.

1.2.

Coca-Cola HBC Hrvatska stalno proširuje proizvodnju kako bi svojim kupcima ponudila širi izbor robnih marki i napitaka. Nakon preuzimanja tvrtke **Gotalka d.o.o.** Coca-Cola HBC Hrvatska 2004. godine

počela je s proizvodnjom prirodne izvorske vode pod robnom markom **Bistra**. Nova linija **Cappy** proizvoda uvedena je 2005. godine, a dvije godine nakon toga uvedena je **Coca-Cola Zero**.

1.3.



Coca-Cola podržava Državno prvenstvo školskih sportskih društava osnovnih i srednjih škola Republike Hrvatske, kasnije nazvano Bistrine školske sportske igre olimpijskog duha

Coca-Cola Beverages Hrvatska d.d.

Coca-Cola Beverages preuzima postojeću tvrtku u lipnju i mijenja naziv u Coca-Cola Beverages Hrvatska d.d.

Predstavljen Cappy u bočicama od 2 dcl



Staklena bočica Cappy osvaja prestižnu nagradu WorldStar Award for Packaging Excellence.

Predstavljen Powerade



Otvorena punionica vode u Gotalovcu

Predstavljen Burn



22.4.2004. u Solinu počela proizvodnja Nestea



Predstavljen Coca-Cola zero



strana života

Potpisan sponzorski ugovor s Hrvatskim paraolimpijskim odborom

Coca-Cola sponzorira Gibonijevu turneju "Acoustic/Electric"

Predstavljena Fanta



Predstavljen Sprite



Zagrebačka punionica odvaja se od Slovina; nastaje IBP Zagreb



Izgrađena i otvorena punionica u Solinu. Uz postrojenje punionice izgrađeno je i postrojenje za preradu otpadnih voda, jedno od rijetkih te vrste u Hrvatskoj.

1990

1995

2000

2005

2008



Uvodi se PET (plastična) ambalaža

IBP Zagreb privatizacijom postaje tvrtka Coca-Cola Bottlers Zagreb d.d.

Coca-Cola Amatil Ltd. preuzima sav posao pri širenju u Srednjoj Europi; tvrtka u Hrvatskoj mijenja naziv u Coca-Cola Amatil Hrvatska d.d.



u Solinu počinje proizvodnja Cappyja 29. 7. 1997.



Coca-Cola kupuje Schweppes i distribuira ga na hrvatskom tržištu



Na čelo tvrtke dolazi Bruno Filipi, srpanj 1998.

Završena konsolidacija; Coca-Cola Beverages Hrvatska d.d. ulazi u sustav tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company S.A.



Otvorena je nova punionica i upravna zgrada na Žitnjaku



Na čelo dolazi Zoran Bodganović, listopad 2004.

Coca-Cola prva u Hrvatskoj objavljuje Socijalno izvješće

'01

'02

'03

'04

Izvješće o održivosti 2005



2.5.2005. u Solinu započela proizvodnja Cappy Tempo



Snimljen prvi TV spot isključivo za hrvatsko tržište "Obitelj za stolom"

U suradnji s UNDP-om počinje program zaštite rijeke Gacke

GACKA

U suradnji s UNDP-om počinje program zaštite rijeke Gacke



Predstavljen Itly



Na čelo tvrtke dolazi Nikos Kalaitzidakis, srpanj 2008.

bijelo dugme

2002. Izvješće o zaštiti okoliša



2001. Istraživanje o ugledu tvrtke



2003. Socijalno izvješće

2005. Prvo izvješće o održivosti



2008. Nagrada Indeks DOP-a



2005

2006

2007

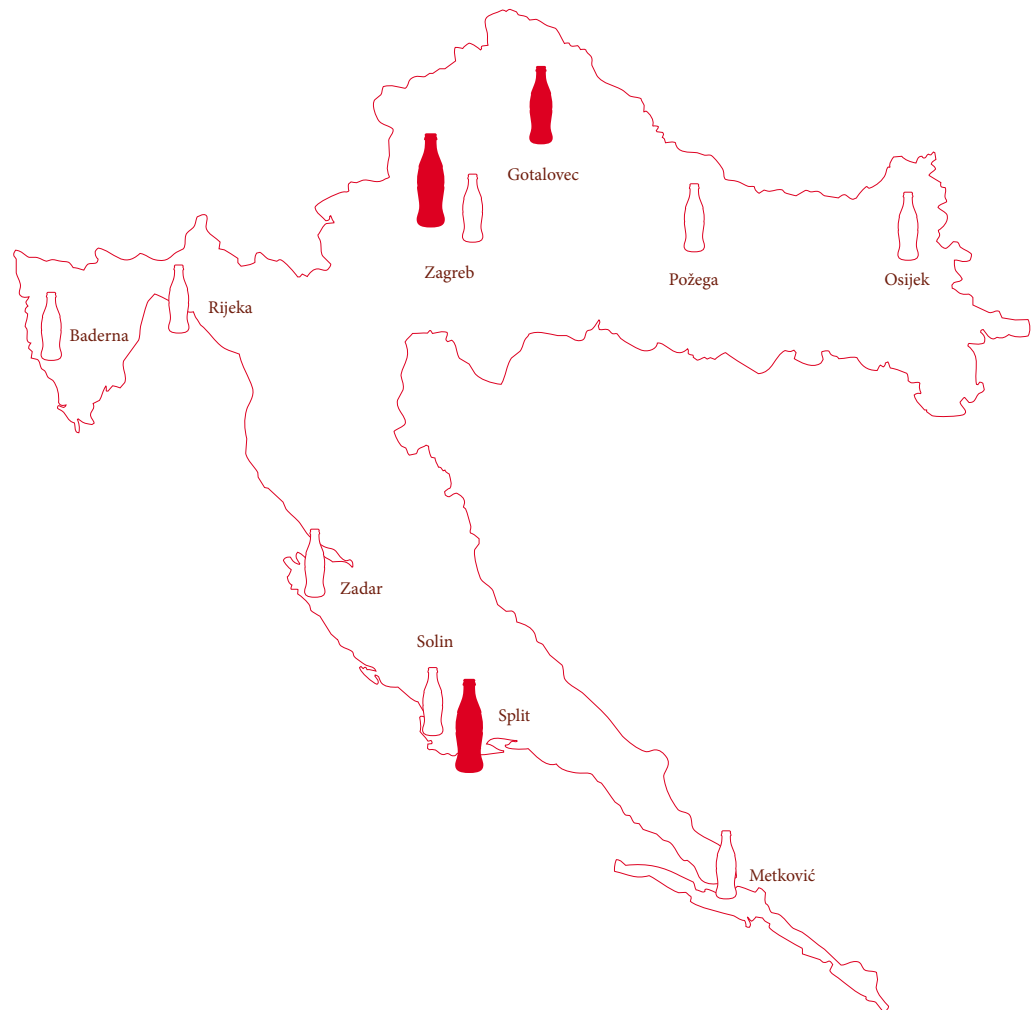
2008

2009



2007. Drugo izvješće o održivosti

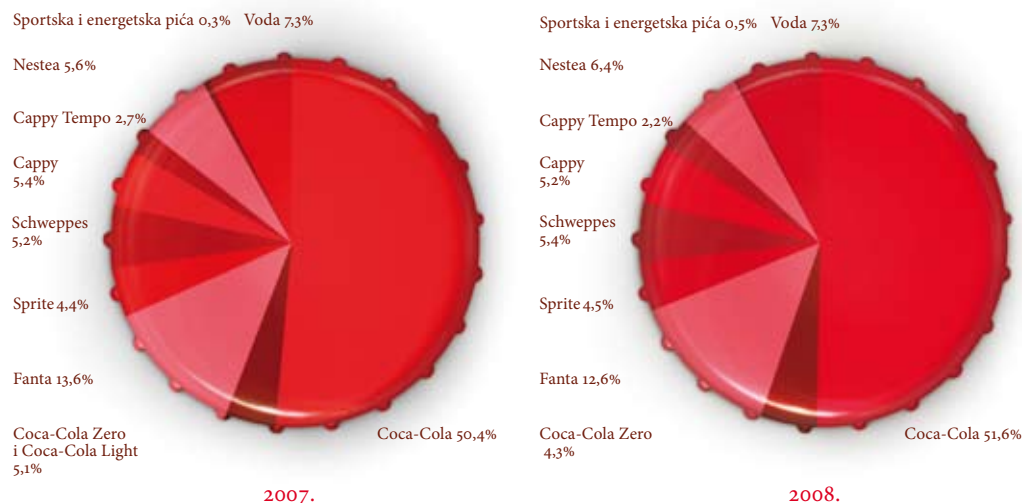
- 1.4. Coca-Cola HBC Hrvatska na kraju 2008. godine zapošljavala je 697 ljudi u trima glavnim proizvodnim središtima: Zagrebu, Solinu u okolici Splita te pogonu Bistre u Gotalovcu. Usto Coca-Cola HBC Hrvatska posluje i iz skladišta u Požegi, Rijeci, Zadru i Metkoviću.



- 1.5. Ovo izvješće o održivosti odnosi se na razdoblje 2007. – 2008. godine tijekom kojega je nastavljen pozitivan trend rasta prodaje, tako da je u 2008. godini prodano 28,5 milijuna sanduka, a u 2007. godini 27,1 milijuna sanduka. Za usporedbu, to je porast od 17,8% u odnosu na prvu izvještajnu 2002. godinu. Porast prodaje popraćen je porastom ukupnih prihoda, tako da su u 2008. godini iznosili malo više od milijarde kuna, a to je porast od 32,5% u usporedbi s ukupnim prihodima u 2002. godini.

Udio proizvoda u prodaji

1.6.



Udio gaziranih pića u ukupnoj prodaji 2008. godine bio je 78,4% i neznatno manji nego u 2007. godini,

kad je iznosio 78,7%. Tijekom izvještajnog razdoblja najprodavaniji je napitak **Coca-Cola**.

Misija, vrijednosti i vizija tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company S.A.

Naša korporacijska vizija je „biti najbolji na svim tržištima na kojima se natječemo“.

To ćemo postići:

- usavršavanjem svih zaposlenika
- postizanjem izvrsnoga partnerskog odnosa s kupcima i ostvarivanjem zadovoljstva potrošača
- neprekidnim traženjem novih prilika za napredak

- izgradnjom nadmoćne organizacijske sposobnosti i korištenjem tom prednošću
 - izvrsnošću u fizičkoj i cjenovnoj dostupnosti, prihvatljivosti i aktivnome pristupu
 - stalnom optimizacijom isplativosti.
- Iznad svega, odgovornim djelovanjem želimo osigurati održivost svojega poslovanja, svojih zajednica i svijeta u kojemu živimo.

1.7.

Naša je misija “osvježiti svoje potrošače, biti partnerom svojim kupcima, nagraditi svoje dionike i obogatiti živote svojih zajednica”.

Naše su temeljne vrijednosti:

- pošteno postupanje i ispunjavanje svih obećanja
- ustrajanje u izvrsnosti u svemu što činimo

- natjecanje do pobjede timskim pristupom
- omogućivanje zaposlenicima da ostvare svoj osobni potencijal
- otvoren i pošten te poštovanjem prožet odnos prema svima.

1.8.

- 1.9. Sve se poslovne aktivnosti provode na društveno odgovoran način radi osiguranja:
- zdravlja i sigurnosti naših zaposlenika
 - zaštite naših potrošača i vanjskih dionika
 - zaštite okoliša.

Ti su aspekti korporativne odgovornosti najvažniji i uključeni u sve poslovne aktivnosti i odluke. Kodeks poslovnoga ponašanja (Code of Business Conduct) sveobuhvatna je politika koja omogućuje zaposlenicima da temeljito i jasno razumiju očekivano ponaša-

nje. U cilju ponašanja u skladu s ostalim aspektima korporativne odgovornosti ti su aspekti razvijeni unutar 13 zasebnih i jasnih pristupa održivosti.

Coca-Cola Hellenic Bottling Company svake godine objavljuje izvješće o održivosti. Izvješće za 2008. godinu, u kojemu se također primjenjuju GRI 3 smjernice za izvješćivanje, dostupno je na internet-skim stranicama: <http://www.coca-colahellenic.com/sustainability/csrreport/>

DODATNE INFORMACIJE O TVRTKI COCA-COLA HELLENIC BOTTLING COMPANY



Coca-Cola Hellenic Bottling Company S. A. jedna je od najvećih punionica proizvođača Coca-Cole, osnovana je 2000. godine, a sjedište joj je u Ateni. Tvrtka prodaje više od dvije milijarde jediničnih sanduka godišnje i djeluje u 28 zemalja s ukupno više od 560 milijuna stanovnika. Dva najveća vlasnika toga dioničkog društva su Kar-Tess Group, privatna tvrtka, i The Coca-Cola Company.

Tvrtka kotira na atenskoj burzi, a sekundarne kotacije ima i na londonskoj, australskoj i njujorškoj burzi. Tvrtka Coca-Cola Hellenic Bottling Company uključena je u indeks Financial Times FTSE4Good,

www.ftse.com/ftse4good

www.sustainability-indexes.com

Izvor: Godišnje izvješće za 2008. godinu,

www.coca-colahellenic.com

koji priznaje učinak tvrtka koje ispunjavaju kriterije djelovanja prema općeprihvaćenim normama društveno odgovornoga poslovanja, čime se omogućuje i priznavanje tvrtka koje su etički i društveno odgovorne i ulaganje u njih. Također, tvrtka je uključena u Dow-Jonesove indekse održivosti (DJSI), Svjetski indeks održivosti i STOXX indeks održivosti. Počevši od 1999. godine, DJSI prvi su globalni indeksi praćenja financijskih učinaka vodećih tvrtka vođenih održivim razvitkom u svijetu. Tvrtka je objavila i novo izvješće o korporacijskoj društvenoj odgovornosti za 2008. godinu prema GRI smjernicama.



DODATNE INFORMACIJE O THE COCA-COLA COMPANY

The Coca-Cola Company najveći je proizvođač napitaka u svijetu. Tvrtka je osnovana 1886. godine. Cijeli sustav ima 91.400 zaposlenika (2008.) u više od 200 država. Korporacijsko središte je u Atlanti, SAD, a tvrtka kotira na njujorškoj burzi. Misija tvrtke je osvježiti svijet, inspirirati trenutke optimizma, stvoriti nove vrijednosti i unijeti promjene. Korporativna je politika posvećenost održivosti – poštovanju ljudi, zaštiti okoliša, podršci zajednicama i proizvodnji sigurnih i kvalitetnih proizvoda.

Osnovni su podaci i odabrani financijski pokazatelji za 2008. godinu:

- vlasnik tržišne marke četiriju od pet najpoznatijih svjetskih gaziranih pića
- asortiman proizvoda uključuje više od 3.000 proizvoda
- portfelj uključuje tržišne marke ukupne vrijednosti više od 13 milijardi dolara

- neto operativni prihod u 2008. godini iznosio je 31,9 milijardi dolara (što je godišnji rast od 11%) uz prodaju 23,7 milijardi sanduka

- 70% prihoda i 75% prodaje ostvareno je izvan teritorija Sjeverne Amerike.

Tvrtka je ove godine objavila drugo izvješće o održivosti utemeljeno na GRI 3 smjernicama, za razdoblje 2007. – 2008. godine.

<http://www.thecoca-colacompany.com/citizenship/reporting.html>

U razdoblju 2007. – 2008. godine u području održivoga razvitka izdvaja se sljedeće:

- poštivanje ljudi – više od 1.600 programa obuke za suradnike tvrtke
- podrška zajednici – u 2007. godini The Coca-Cola Company i The Coca-Cola Fond zajednički su donirali gotovo 100 milijuna dolara
- prodaja sigurnih i kvalitetnih proizvoda – u 2008. godini uvedeno je više od 150 proizvoda s kalorijama ili bez njih te više od 200 sokova i napitaka.

Lokalni je predstavnik tvrtke u Hrvatskoj Coca-Cola Adria d.o.o. (CCA), tvrtka koja je osnovana 1998. godine. Usmjeren je razvoju i zaštiti robnih marki tvrtke The Coca-Cola Company te ima devet zaposlenika. Tvrtka CCA također, putem predstavništva u Sarajevu, djeluje u Bosni i Hercegovini. Kontakt za sva pitanja u vezi s izvedbom kad je riječ o aspektu

održivosti tvrtke Coca-Cola Adria d.o.o. je Sandro Baričević, Coca-Cola Adria d.o.o., Milana Sachsa 1, HR-10000 Zagreb, Republika Hrvatska. Za više informacija vidjeti: The Coca-Cola Company, Company fact sheet <http://www.thecoca-colacompany.com/ourcompany/index.html>

2. Izvješćivanje o održivosti i za održivost

- 2.1. Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. već je niz godina predvodnik u društvenome izvješćivanju i izvješćivanju o održivosti u Hrvatskoj. Tako je 2003. godine objavljeno prvo socijalno izvješće na temelju smjernica najboljih svjetskih praksa Globalne inicijative za izvješćivanje (GRI), što je prvi pokušaj takve vrste u Republici Hrvatskoj. Dobra je praksa nastavljena izradom prvoga cjelovitog izvješća o održivosti prema GRI smjernicama 2005. godine. Usklađivanje s najboljim svjetskim praksama nastavljeno je 2007. godine izradom izvješća o održivosti sukladno novim GRI 3 smjernicama, što je još jedna novina na tržištu. Dugoročna je politika tvrtke zadržati predanost dvogodišnjemu izvješćivanju o obvezama i izvedbi u području održivosti, ali i neprekidno pratiti najbolju praksu u tome području i primjerom uvoditi nove međunarodne prakse u Republici Hrvatskoj. U ovome izvješću za izvještajno razdoblje 2007. – 2008. godine drugi su put primijenjene GRI 3 smjernice za izvješćivanje o održivosti.
- 2.2. U skladu s GRI-jem pokušali smo postići da informacije koje su ovdje iznesene budu uravnotežene, usporedive, točne, pravodobne, jasne, pouzdane, razumljive i pristupačne. Sastavnim je dijelom ovoga izvješća upitnik za čitatelje koji se može popuniti i na našoj mrežnoj stranici www.coca-colahellenic.hr. Kontakt za sva pitanja u vezi s izvedbom kad je riječ o aspektu održivosti tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o.:
- Boška Trbojević**
Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o.
Milana Sachsa 1
HR-10000 Zagreb
Republika Hrvatska
- 2.3. Izvješće se odnosi na poslovanje tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. i njezinih punionica i drugih poslovnih središta na području Republike Hrvatske. U Izvješću smo pozornost posvetili i dionicima u našem poslovanju, u prvome redu kupcima i dobavljačima. Dugoročna usmjerenost prema društveno odgovornomu poslovanju znači da smo u ovome izvješću težili usporedivosti i standardizaciji danih podataka kako bi se postigao visok stupanj usporedivosti pojedinih izvješća.



U ovome izvješću nastavljamo dobru praksu iz prethodnih izvješća uzimanjem hrvatske kune (HRK) kao valute u prezentaciji podataka. Potpuni GRI indeks nalazi se u Dodatku 1. i Dodatku 2., u kojima se prikazuju mjesta u tekstu u kojima je riječ o GRI pokazateljima i drugim priopćenjima važnima za

ispunjavanje kriterija za izvješćivanje. Ovo izvješće, kao i dodatni podaci tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska, bitni za izvedbu na planu održivosti bit će objavljeni na mrežnim stranicama dostupnim na adresi <http://www.coca-colahellenic.hr/>.

Razina izvješćivanja

Izvješće Razina primjene	C	C+	B	B+	A	A+
GRI 3 osvrt na profil	Izvješće za 1.1 2.1 – 2.10 3.1-3.8,3.10-3.12 4.1-4.4,4.14-4.15	Izvješće je verificirao vanjski izvor	Izvješće za sve kriterije navedene za razinu C plus 1.2 3.9, 3.13 4.5-4.13,4.16-4.17	Izvješće je verificirao vanjski izvor	Isti kriteriji kao za razinu B	Izvješće je verificirao vanjski izvor
GRI 3 osvrt na pristup upravljanju	Nije obavezan		Osvrt na pristup upravljanju za svaku od označenih kategorija		Osvrt na pristup upravljanju za svaku od označenih kategorija	
GRI 3 pokazatelji učinka i pokazatelji učinka sektorskih dodataka	Izvješće prema najmanje 10 pokazatelja učinka uključujući barem jedan od sljedećih: društveni, ekonomski i okolišni		Izvješćivanje prema najmanje 20 pokazatelja učinka uključujući barem jedan iz svake od ovih skupina: ekonomija, okoliš, ljudska prava, radni odnos, zajednica, odgovornost za proizvod.		Izvješće za svaki ključni GRI 3 i sektorski dodatak s osvrtom na načelo relevantnosti: a) izvještavanjem prema pokazatelju ili b) objašnjavanjem razloga njegova izostanka.	

* Sektorski dodaci u konačnoj verziji

	Sukladno 2002.	C	C+	B	B+	A	A+
Obavezno			Izvješće je verificirao vanjski izvor		Izvješće je verificirao vanjski izvor		Izvješće je verificirao vanjski izvor
Proizvoljno							

U ovome izvješću izvješćujemo na razini GRI 3 A smjernica o izvješćivanju. Pri izradi izvješća primili smo vanjsku recenziju HR PSOR-a koji je ocijenio izvješće u kontekstu tog stupnja izvješćivanja. Coca-Cola HBC Hrvatska članica je HR PSOR-a od samih početaka i držimo da je to najpozvanije i

najaktivnije tijelo u Republici Hrvatskoj kad je riječ o promociji i podršci društveno odgovornom poslovanju. Budući da smo primijenili visoki standard izvješćivanja o održivosti, držimo da je HR PSOR najpozvanija ustanova u Republici Hrvatskoj za iznošenje ocjene o njemu.

3. Struktura ovoga izvješća

- 3.1. Usklađenost i pozornost koju posvećujemo korporativnomu društvenom upravljanju i vrijednosti koje dijelimo s našom matičnom tvrtkom znače da nastavljamo s praksom postizanja održivosti putem upravljanja rizikom i odgovaranjem na potrebe dionika. Unatoč činjenici da se načelni rizici u poslovanju nisu promijenili u odnosu na prethodno izvješće (utjecaj naših proizvoda na zdravlje, korištenje vode, utjecaj na okoliš i zajednice te pristup klimatskim promjenama), naš se pristup upravljanju rizicima i dijalogu s dionicima prilagođuje uvjetima u našem okružju. Stoga je ovo izvješće nastavak dobre prakse iz prethodnoga izvješća. Također, upućujemo na dodatne informacije o širem kontekstu održivoga razvitka u korporativnome socijalnom izvješću naše matične tvrtke.
- 3.2. U drugome dijelu ovoga izvješća definirali smo ključne organizacijske aspekte koji imaju izravan i neizravan utjecaj na našu politiku razvoja i pristupa društveno odgovornomu poslovanju, pregled glavnih organizacijskih struktura upravljačke strukture naše i matične tvrtke te pregled naših ključnih politika koje se odnose na korporacijsku društvenu odgovornost. Posebno ističemo referentni pregled ključnih dionika, pripadajuće ključne nositelje komunikacije s pojedinim dionicima i popis dijelova izvješća koja se izravno odnose na pojedine dionike radi sustavnijega i jednostavnijega pristupa informacijama u ovome izvješću prema utvrđenim potrebama naših dionika. Nakana je pojednostavniti podatke dane u ovome izvješću svim prepoznatim dionicima na način koji pokazuje da kontinuirano učimo iz naše komunikacije, ali i da je društveno odgovorno poslovanje postalo dijelom svakoga aspekta našega poslovanja.
- 3.3. U trećemu dijelu ovoga izvješća nastavljamo s praksom iz prethodnoga izvješća okupljanjem GRI 3 pokazatelja u četiri ključne skupine utjecaja: na tržište, radnu snagu, okoliš i zajednicu, što je usporedivo i s izvješćima naše matične tvrtke. U svakome od područja aktivnosti pokazali smo vrijednosti i ključne napretke postignute tijekom izvještajnoga razdoblja, s posebnim osvrtom na pojedine GRI 3 pokazatelje. Tablica svih GRI 3 pokazatelja nalazi se na kraju ovoga izvješća. Važno je napomenuti da se na pokazatelje u ovome izvješću osvrćemo redom drukčijim od onoga kojim se oni nižu u popisu, u prvome redu radi preglednosti, ali i radi jasnoće teksta izvješća te kako bismo izbjegli nepotrebna ponavljanja.
- 3.4. Svako poglavlje o pojedinim aspektima našega poslovanja završava s osvrtom na ciljeve koje smo postavili u prethodnome izvješću, za izvještajno razdoblje 2005. – 2006. godine. U posljednjemu dijelu ovoga izvješća opisali smo napredak i rezultate koje smo postigli u ostvarivanju ciljeva iz prethodnoga izvješća, dok su ciljevi za sljedeće razdoblje podijeljeni u tri osnovne skupine: brojčane ciljeve, inicijative i aktivnosti, kako bismo ujednačili i jasnije definirali ciljeve za budućnost. Brojčani ciljevi izravno su mjerljivi ciljevi koje smo postavili za sljedeće razdoblje. Inicijative su ciljevi koji su jednostavno mjerljivi, ali podrazumijevaju velik broj aktivnosti i organizacijskih napora kako bi se ispunili, dok su aktivnosti mjere koje će tvrtka poduzeti u izvještajnome razdoblju.

COCA-COLA HBC HRVATSKA

– Pristup društveno odgovornom poslovanju i pokazatelji učinka



TRŽIŠTE

- pozitivni poslovni pokazatelji, porast prihoda i prodaje
- učvršćivanje odnosa s domaćim dobavljačima, aktivniji pristup
- unapređenje proizvodnih pogona i ustrajanje na poboljšanju kvalitete
- potvrđena učinkovitost komunikacije s tržištem
- u potpunosti ispunjeni ciljevi iz prethodnoga izvješća o održivosti



RADNO MJESTO

- poboljšanje unutrašnje obuke zaposlenika
- uveden novi sustav poticanja zaposlenika
- poboljšanje indeksa zadovoljstva zaposlenika
- stimulacija volonterskog rada
- znatno smanjenje broja ozljeda na radu
- položaj poželjnoga poslodavca prepoznat na tržištu
- proširenje suradnje sa studentima i obrazovnim ustanovama



OKOLIŠ

- provedeno uvođenje najnovijih ISO norma
- poboljšanje svih pokazatelja utjecaja na okoliš
- povećanje udjela oporabljena otpada
- smanjenje količine upotrijebljenih sirovina
- smanjenje emisija u proizvodnji, skladištenju i distribuciji
- nastavak ulaganja u brigu za okoliš



ZAJEDNICA

- aktivno sudjelovanje u procesima društveno odgovornoga poslovanja, potvrđeno nagradom HR PSOR-a i djelovanjem u **Svjetskome sporazumu UN-a u Republici Hrvatskoj**
- znatno povećanje ulaganja u zajednici
- porast zanimanja za volonterski rad naših zaposlenika
- poboljšanje komunikacije s dionicima primijećeno u svim područjima





2. dio:



Odgovaranje na potrebe dionika

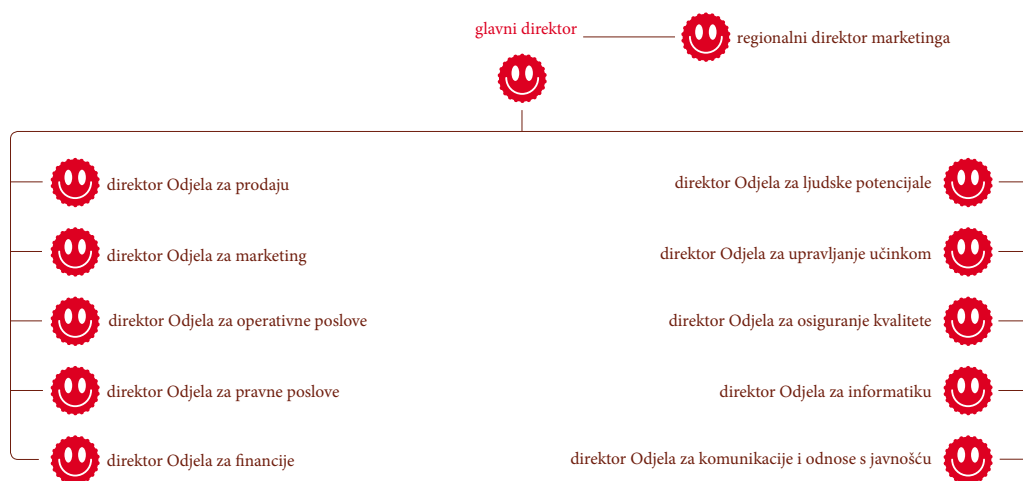
Upravljačke strukture, obveze i uključenost

1.

Upravljačke strukture predstavljene u organizacijskoj dijagramu imaju izravan utjecaj na politiku i provođenje društveno odgovornoga poslovanja u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska.

1.1.

UPRAVLJAČKA STRUKTURA TVRTKE COCA-COLA HBC HRVATSKA*



Odjel za osiguranje kvalitete izdvajamo kao jedan od ključnih dijelova društveno odgovornoga poslovanja. Odjel je ovako strukturiran:

1.2.

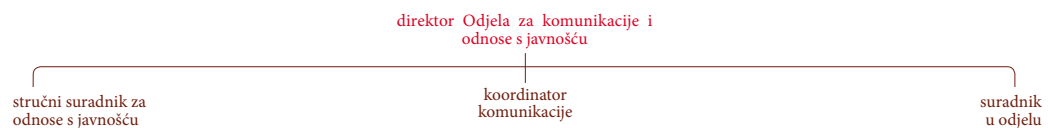
ODJEL ZA OSIGURANJE KVALITETE COCA-COLE HBC HRVATSKA*



*Navedeni nazivi radnih mjesta odnose se na pripadnike obaju spolova.

- 1.3. Drugi odjel koji ima ključnu ulogu u primjeni odgovornih praksa i izvješćivanju o njima je Odjel za komunikacije i odnose s javnošću.

ODJEL ZA KOMUNIKACIJE I ODNOS E S JAVNOŠĆU



Navedeni nazivi radnih mjesta odnose se na pripadnike obaju spolova.

Korporacijsko upravljanje i korporacijska društvena odgovornost u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska 2.

Naša tvrtka dio je velike skupine tvrtka koje među ostalim imaju zadaću poslovati sukladno temeljnim smjernicama matične tvrtke. Kako je i navedeno u kratkome opisu matične tvrtke, naša tvrtka i svi njezini zaposlenici provode smjernice korporativne odgovornosti **Kodeksa poslovnoga ponašanja (Code of Business Conduct)**. Zasebne izjave o smjernicama politike društveno odgovornoga ponašanja koje obvezuju i našu tvrtku su sljedeće:

- Kodeks poslovnoga ponašanja
- Politika jednakosti
- Politika zaštite okoliša
- Politika komercijalne prakse na području Europske unije, Islanda i Norveške

- Politika kvalitete i sigurnosti hrane 2.1.
- Izjava o odnosu prema genetski modificiranim organizmima (GMO)
- Politika o stakleničkim plinovima (GHG)
- Politika o HIV-u/sidi
- Politika zaštite ljudskih prava
- Politika zaštite zdravlja i sigurnosti na radu
- Politika zbrinjavanja otpada i uporabe
- Politika načela za dobavljače
- Preuzete obveze Saveza udruga europskih napitaka (UNESDA).

Za više informacija, vidjeti:

<http://www.coca-colahellenic.com/sustainability/our-approach/sustainabilitypolicy/>

Restrukturiranje u pravni oblik društva s ograničenom odgovornošću nije imalo nikakva utjecaja na našu usmjerenost prema društveno odgovornome poslovanju i korporativnomu upravljanju temeljem smjernica naše matične tvrtke. Matična tvrtka u svojoj upravljačkoj strukturi ima zasebni Odbor za društvenu odgovornost kao Odbor uprave dioničkoga društva. Odbor se sastoji od tri neizvršna direktora i djeluje u skladu s pisanim smjernicama, a odgovoran je za:

- uspostavljanje temelja korporativne društvene odgovornosti i ciljeva zaštite okoliša (uključujući jasnoću poslovanja)
- nadzor nad razvitkom i održavanje postupaka i sustava koji promiču društvene i okolišne ciljeve tvrtke

- uspostavu Operativnoga vijeća zaduženoga za razvoj i provedbu politika i strategija promocije ciljeva društveno odgovornoga poslovanja i ciljeva zaštite okoliša 2.2.
- osiguranje skupnih kapaciteta za provođenje politika i strategija
- nadzor nad komunikacijom s dionicima o politikama, ciljevima i postignućima
- ostale važne teme.

O napretku u djelovanju Odbora za društvenu odgovornost saznajemo na regionalnim sastancima direktora Odjela za komunikacije i odnose s javnošću te direktora Odjela za osiguranje kvalitete.

Na razini funkcija u tvrtki svih dvanaest članova upravljačke skupine direktora u Hrvatskoj sada ima sedam ciljeva, a jedan je od njih promocija korporacijske društvene odgovornosti, čime se nastavlja ak-

- ktivnost povezivanja učinka, nagrada za rad i ciljeva društvene odgovornosti, koju smo započeli tijekom izvještajnoga razdoblja u zadnjemu izvješću. 2.3.

POLITIKA KVALITETE I ZDRAVSTVENE ISPRAVNOSTI HRANE

Tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska vjeruje da uspjeh ovisi o isporuci visokokvalitetnih proizvoda, pakiranja i usluga koje ispunjavaju ili premašuju očekivanja kupaca i potrošača za premium brand proizvode. Takvo se uvjerenje temelji na odgovornosti za osiguravanje zdravstvene ispravnosti svih proizvoda koje tvrtka proizvodi i distribuira.

Tvrtka je predana neprestanom poboljšavanju reputacije trgovačke marke koju proizvodi i distribuira te održavanju povjerenja potrošača u njezine proizvode kroz razvoj i implementaciju sustava, normi i praksi za osiguranje kvalitete i zdravstvene ispravnosti hrane. Sva područja u kojima tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska posluje predana su neprestanom poboljšanju čija se učinkovitost mjeri, procjenjuje i potvrđuje internim i eksternim postupcima.

Tvrtka vjeruje da su svi zaposlenici, u izvršavanju svojih radnih obveza i odnosu s interesnim skupinama, odgovorni za ostvarivanje kvalitete. Zdravstvena ispravnost hrane/odgovornost je svakog zaposlenika koji ima izravan utjecaj na sastojke, ambalažu, proizvodnju, skladištenje te transport proizvoda. Predanost kvaliteti tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska temelji se na sljedećim načelima zdravstvene ispravnosti i kvalitete:

- Proizvoditi i isporučivati proizvode koji ispunjavaju najviše norme zdravstvene ispravnosti i kvalitete hrane.
- Ispuniti ili nadmašiti sve zakonske i regulatorne zahtjeve vezane uz zdravstvenu ispravnost i kvalitetu hrane.
- Osigurati održivu razinu zdravstvene ispravnosti i kvalitete hrane kroz implementaciju i certificiranje učinkovitih sustava upravljanja kvalitetom usklađenih s normama ISO 9001:2008, ISO 22000:2005, HACCP sustavom kao i normama Sustava za upravljanje tvrtke The Coca-Cola Company u svim punionicama i distribucijskim centrima.
- Potvrđivati učinkovitost sustava za upravljanje zdravstvenom ispravnošću i kvalitetom hrane kroz interne i eksterne revizije priznate od strane Međunarodne organizacija za standarde i tvrtke The Coca-Cola Company.
- Ostvariti mogućnosti za osiguranje zdravstvene ispravnosti i kvalitete hrane putem strukturiranih programa kojima se razvijaju tehničke vještine, povećava svijest, upravlja rizicima te potiče povećanje razine izvrsnosti.
- Neprestano revidirati politike, norme i procedure u svrhu učinkovitog upravljanja rizicima vezanima uz zdravstvenu ispravnost hrane povezanih s promjenama na proizvodima, procesima i tehnologijama.
- Uključiti strategiju za zdravstvenu ispravnost i kvalitetu hrane u procese godišnjeg planiranja poslovanja kako bi se osiguralo da zdravstvena ispravnost i kvaliteta hrane i nadalje budu sastavni dio poslovanja.
- Postaviti mjerljive godišnje ciljeve zdravstvene ispravnosti i kvalitete hrane za sve punionice i distribucijske centre, kako bi se osiguralo neprestano poboljšavanje usklađenosti sa svim normama.
- Osigurati da dobavljači i podizvođači prihvate iste obveze vezane uz zdravstvenu ispravnost i kvalitetu hrane te nadzirati materijale i usluge koje isporučuju putem revizija i inspekcija ulaznih sirovina.
- Prenijeti aspekte i uvjete zdravstvene ispravnosti hrane dobavljačima, podizvođačima, kupcima i potrošačima utvrđivanjem specifikacija za sastojke i ambalažne materijale, skladištenje proizvoda te izradom smjernica za potrošače.
- Prenijeti aspekte, strategije i učinke vezane uz zdravstvenu ispravnost i kvalitetu hrane suradnicima, potrošačima, kupcima i važnijim dionicima koji imaju utjecaj na ili su uključeni u sustave upravljanja zdravstvenom ispravnošću i kvalitetom hrane tvrtke.

Kao glavni direktor tvrtke, predan sam politici zdravstvene ispravnosti i kvalitete hrane koja je u vlasništvu Odjela osiguranja kvalitete tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska te čiju potporu uživa. Svi zaposlenici tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska, na svim razinama i funkcijama, odgovorni su za uspješnu provedbu ovog programa

Nikolaos Kalaitzidakis
glavni direktor



13. ožujka 2009.

POLITIKA ZAŠTITE ZDRAVLJA

Tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska predana je razvijanju zdravlja i sigurnosti na radu (OH&S) koje su prikladne svoje OH&S programe provodi strukturiranom primjenom (The Health and Safety Assessment Series).

Dodatna podrška su Sustav za upravljanje tvrtke The Coca-Cola Hellenic o zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu. Ovi programi sigurno radno okruženje te smanjiti rizik za zaposlenike tvrtke mogu utjecati, istovremeno ispunjavajući očekivanja potrošača i proizvode.

Načela zaštite zdravlja i sigurnosti koja omogućavaju p

1) Stvaranje okruženja u kojem se zdravstveni i sigurnosni programi profesionalna oboljenja.

2) Predanost sukladnosti svim uvjetima i zahtjevima na radu i sigurnosti na radu na svim područjima u kojima tvrtka posluje, uključujući međunarodnih normi provedbom kontinuiranih programa.

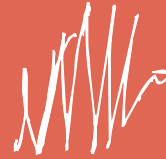
3) Provođenje učinkovitog programa za upravljanje zaštitom u okviru svakog dio tekućih poslovnih aktivnosti, a kojim se:

- a. Identificiraju, ocjenjuju i kontroliraju rizici od poznatih i nepoznatih opasnosti procesima na radnom mjestu i radnog okruženja.
- b. Osigurava razumijevanje i predanost provođenju programa zaštite zdravlja i sigurnost na radu svih zaposlenika, na svim razinama i funkcijama.
- c. Razvija stručnost zaposlenika u području zaštite zdravlja i sigurnosti na radu na svim razinama unutar organizacije.
- d. Sustavi, postupci i rezultati vezane uz područje zaštite zdravlja i sigurnosti na radu, uključujući eksternim revizijama i potvrđivanju.
- e. Istražuju uzroci ozljeda na radu i profesionalnih oboljenja i njihovo ponavljanje.
- f. Usklađuju zahtjevi vezani uz područje zaštite zdravlja i sigurnosti na radu s disciplinama i osigurava mjerenje učinka te neprestano poboljšavanje.
- g. Strategije vezane uz područje zaštite zdravlja i sigurnosti na radu poslovanja kako bi se osiguralo da to pitanje ostane sastavni dio poslovanja.
- h. Postavljaju mjerljivi ciljevi vezani uz područje zaštite zdravlja i sigurnosti na radu aktivnostima, a na razini grupe u svrhu osiguravanja neopasnosti.

Izvješće o rezultatima vezanim uz područje zaštite zdravlja i sigurnosti na radu Hrvatska podnosi u sklopu Izvješća o održivosti, što uključuje i rezultate i rezultata vezanim uz područje zaštite zdravlja i sigurnosti na radu.

Kao glavni direktor tvrtke, predan sam programu zaštite zdravlja i sigurnosti na radu Hrvatska, koji je u vlasništvu Odjela osiguranja kvalitete tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska, na svim razinama i funkcijama, od

Nikolaos Kalaitzidakis 13. ožujka 2009.
glavni direktor



ZAŠTITA I SIGURNOSTI NA RADU

u i primjeni učinkovitih sustava, normi i praksi zaštite rizicima povezanim s poslovnim aktivnostima. Tvrtka nom norme OHSAS 18001:2007 (Occupational Health

Coca-Cola Company te specifične norme tvrtke Coca-Cilj ovoga programa je omogućiti i održavati zdravo i ike, dobavljače, posjetitelje i ostale na koje aktivnosti ranja potrošača i kupaca vezana uz kvalitetne, sigurne

predanost pružanju zdravog i sigurnog okruženja su:

nosni rizici kontroliraju kako bi se spriječile ozljede i

cionalnih vlada i regulative vezanim uz zaštitu zdravlja Coca-Cola Hellenic posluje te ispunjavanje relevantnih ma unapređenja.

štitom zdravlja i sigurnošću na radu, koji će biti sastavni

uzroka ozljeda i profesionalnih oboljenja povezanih s

politika i praksi tvrtke Coca-Cola Hellenic u području svim razinama unutar organizacije.

zdravlja i sigurnosti na radu učinkovitom obukom i

zdravlja i sigurnosti na radu podvrgavaju internim i

enja te poduzimaju aktivnosti za sprečavanje njihovog

tvlja i sigurnosti na radu sa svim drugim poslovnim o unapređivanje.

nosti na radu uključuju u procese godišnjeg planiranja stavni dio poslovanja.

štite zdravlja i sigurnosti na radu u svim poslovnim prestanog napretka i sukladnosti svim normama.

zdravlja i sigurnost na radu tvrtka Coca-Cola HBC to je dio njezine predanosti postizanju izvrsnosti u nosti na radu.

zdravlja i sigurnosti na radu tvrtke Coca-Cola HBC ete te čiju potporu uživa. Svi zaposlenici tvrtke Coca-govorni su za uspješnu provedbu ovog programa.

POLITIKA ZAŠTITE OKOLIŠA

Tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. predana je odgovornom obavljanju svojih poslovnih aktivnosti uz dužno poštovanje učinka na okoliš i održivi razvoj. Tvrtka vjeruje da je okoliš odgovornost svih nas te su svi zaposlenici odgovorni za rezultate u zaštiti okoliša.

Naša politika zaštite okoliša odraz je prakse unutar tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company kojoj pripadamo te tvrtke The Coca-Cola Company od koje smo dobili ekskluzivno pravo punjenja širokog spektra gaziranih i negaziranih bezalkoholnih pića te izvorske vode.

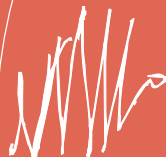
Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. teži neprestanom ostvarenju boljih rezultata u ispunjavanju svojih normi zaštite okoliša, istovremeno radeći na smanjenju negativnog učinka na okoliš na lokalnoj i globalnoj razini usporedo s razvojem poslovanja te tako teži i zadovoljenje očekivanja zainteresiranih strana.

Kako bi postigla ove ciljeve, tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. čini sljedeće:

- Obavlja poslovanje u skladu s važećim zakonima i propisima, a koji se odnose na aspekte okoliša tvrtke, te primjenjuje svoje visoke interne norme zaštite okoliša.
- Provodi i certificira ISO 14001, međunarodno priznati sustav upravljanja zaštitom okoliša u svom cjelokupnom poslovanju, u svrhu osiguranja odgovornosti i trajnog poboljšanja.
- Primjenjuje visoke ekološke standarde koji su postavljeni unutar Coca-Cola Hellenic i sustava The Coca-Cola eKOsistem
- Uključuje strategije, opće i pojedinačne ciljeve zaštite okoliša u proces poslovnog planiranja kako bi osigurala da upravljanje utjecajem na okoliš bude sastavni dio njezinog poslovanja.
- Postavlja opće i pojedinačne ciljeve zaštite okoliša, prati rezultate i revidira procese u svrhu postizanja što boljih rezultata u odnosu na visoke norme zaštite okoliša.
- Utvrđuje i provodi načine boljeg korištenja materijala i resursa, smanjenja emisija na minimum te recikliranje otpada.
- Obvezuje se na zaštitu voda putem štednje i pročišćavanja otpadnih voda.
- Obvezuje se na zaštitu klime smanjenjem korištenja energije i emisija iz rashladnih tekućina.
- Ima vodeću ulogu u industriji bezalkoholnih napitaka u promicanju održive ambalaže putem smanjenja težine i recikliranjem ambalaže napitaka.
- Potiče i obučava svoje zaposlenike za prepoznavanje i djelovanje u poboljšanju učinkovitosti upravljanja zaštitom okoliša i otpadom u područjima u kojima rade.
- Surađuje s zainteresiranim stranama u pronalaženju i razvijanju rješenja problema zaštite okoliša na koje tvrtka može imati značajan i trajan utjecaj.
- Prenosi svoje uvjete vezane uz zaštitu okoliša i rezultate zainteresiranim stranama.

Odjel osiguranja kvalitete tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska odgovoran je za nadgledanje provedbe ove Politike. Kao glavni direktor, izražavam osobnu predanost politici zaštite okoliša tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. i osiguranju uspješne realizacije naših strategija i ciljeva. Svi zaposlenici tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska, na svim razinama i funkcijama, odgovorni su za uspješnu provedbu ove Politike.

Nikolaos Kalaitzidakis
glavni direktor

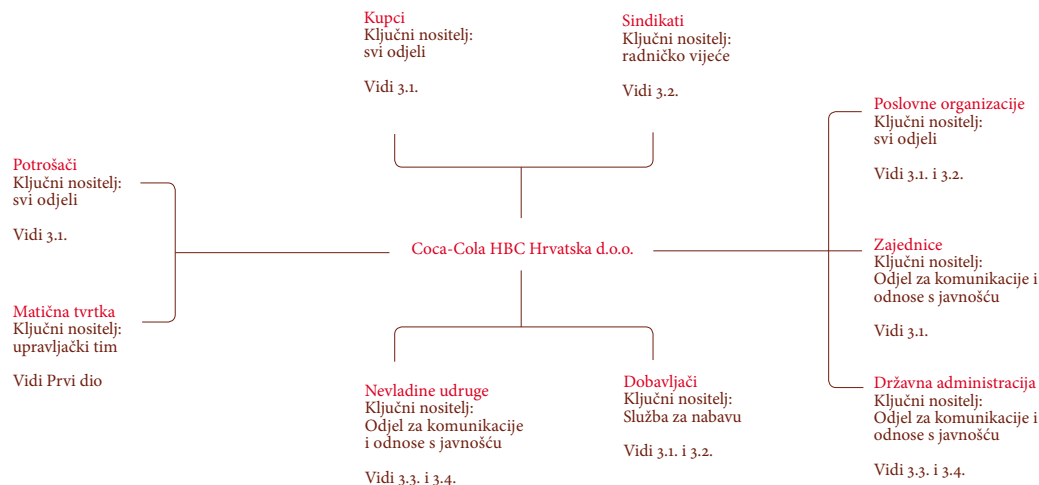


13. ožujka 2009.

Hellenic
Coca-Cola
Pursuing Excellence

3. Uključenost dionika

- 3.1. Odnos s dionicima ključan je ne samo za ispunjavanje naših obveza prema održivosti, već je i strateški važan za naš tržišni položaj. Nastavljamo se savjetovati s dionicima i odgovarati na njihove potrebe, u prvome redu na potrebe lokalne zajednice te potrebe naših kupaca i potrošača, ali i dobavljača, zaposlenika i organizacija civilnoga društva. Za prethodno smo izvješće proveli opsežnu komunikaciju s dionicima te prepoznali ove ključne točke za budućnost:
- što veći broj različitih napitaka
 - dijalog s lokalnim zajednicama i potpora programima lokalnih zajednica
 - prilagodba svjetskih oglašivačkih kampanja lokalnim tržištima
 - potpora programima zaštite okoliša
 - potpora programima zaštite zdravlja.
- U ovome izvješću prikazujemo naš napredak na svakome od navedenih područja i, što je još važnije, opisujemo način na koji smo uključili navedena pitanja u poslovne procese kako bismo uskladili naše rezultate s očekivanjima i željama dionika.
- 3.2. U tablici prikazujemo dionike te dijelove izvješća koji odgovaraju na njihove zahtjeve u pogledu našega učinka i postojećih postupaka kako bismo još učinkovitije odgovorili na njihove zahtjeve u budućnosti. Također, za svakoga od dionika naveli smo i ključne nositelje kako bismo u budućnosti olakšali komunikaciju i pridonijeli razvitku partnerskoga odnosa. Svi dionici uključeni su u komunikacijski proces, tako da težimo uspostaviti sustavnih rješenja koja olakšavaju ovaj proces i poboljšavaju našu učinkovitost u odgo-
- varanju na njihove potrebe. Savjetovanja koja provodimo u procesu pripreme ovoga izvješća primjer su redovitoga komunikacijskog procesa. Komunikacija je češća u odnosima s dobavljačima i zaposlenicima, dok se u nekim područjima provodi jednom godišnje ili u izvještajnome razdoblju, na primjer kad je riječ o komunikaciji s organizacijama civilnoga društva. Višestruki komunikacijski kanali koje smo uspostavili znače da smo u izgradnji naših odnosa prilagodljiviji i učinkovitiji nego prije.







3. dio:



Djelovanje na planu održivosti



TRŽIŠTE

Naša predanost i pristup

Održanje vodeće uloge na tržištu podrazumijeva odgovoran i ozbiljan pristup partnerstvu za sve donike kako bismo ispunili očekivanja i neprekidno proizvodili visokokvalitetne napitke koji su – odgovorno predstavljeni i prikazani te utemeljeni na partnerstvu s dobavljačima – odraz načina na koji poslujemo. Načelo odgovornoga ponašanja ugradili smo u sve aktivnosti u tvrtki. Važno je naglasiti da su svi viši rukovoditelji vrlo visoko ocijenjeni za svoju predanost korporacijskoj društvenoj odgovornosti. Cjelokupan proces proizvodnje, distribucije i prodaje izgrađen je i opremljen u skladu s najvišim normama u prehrambenoj industriji. Osim što su sukladni sa zakonskim zahtjevima, svi procesi proizvodnje, skladištenja i distribucije proizvoda odvijaju se u skladu sa zahtjevima tvrtke The Coca-Cola Company (sustav kvalitete tvrtke The Coca-Cola Company) od koje smo dobili dopuštenje za proizvodnju i distribuciju njihovih zaštićenih marki. U proizvodnji,

Komunikacija s kupcima i potrošačima unaprijeđena je tijekom posljednjih godina. U prethodnome smo izvješću naveli da je 2005. godine uvedena Služba za odnose s kupcima, tako da sada donosimo informacije o mišljenju naših korisnika koje su u potpunosti usporedive s prethodnim izvješćem. Pristup kupcima poslovno je usmjeren prema usklađivanju njihovih

skladištenju i distribuciji proizvoda primjenjujemo sustave osiguranja kvalitete i sigurnosti hrane u skladu s međunarodnim normama ISO 9001:2008 i ISO 22000:2005, očuvanja okoliša u skladu sa zahtjevima norme ISO 14000:2004 te sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu prema zahtjevima norme OHSAS 18001:2007. Sve je usvojene sustave potvrdila certifikacijska kuća **Lloyd's Register Quality Assurance** koja provodi redovite godišnje provjere sustava. U izvještajnome razdoblju uspješno smo u svim našim punionicama tijekom 2007. godine proveli i certificirali sustav osiguranja sigurnosti hrane ISO 22000:2005 te, tijekom 2007. i 2008. godine, sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu OHSAS 18000:2007. Time je uspostavljen sustav osiguranja zaštite zdravlja i sigurnosti na radu za naše zaposlenike te sustav osiguranja zdravstvene ispravnosti proizvoda tijekom cjelokupnoga životnog ciklusa proizvoda.

želja i mogućnosti, ali i zajedničkim naporima ka podizanju zajedničkih vrijednosti, neovisno o veličini i lokaciji naših kupaca. Potrošači su sljedeća važna karika te smo strateški usmjereni neprekidnoj komunikaciji s kupcima kako bismo pravodobno reagirali na povratne informacije s tržišta.

1.

1.1.

1.2.

- 1.3. Komunikacija s kupcima i potrošačima provodi se na tri načina: informacijskim linijama, izravnom dvo-smjernom komunikacijom u kojoj sudjeluju naši dje-latnici i neovisnom provjerom koju provodi vlasnik tržišne marke, The Coca-Cola Company.
- 1.3.1. **Informacijske linije** uvedene su za kupce i potrošače prije mnogo godina i jasno su navedene na svim našim proizvodima, ali, primjerice, i na rashladnim uređajima. Redovito smo informirani o mišljenju naših kupaca i potrošača, ali provodimo i ankete o njihovu zadovoljstvu. Rezultati su navedeni u ovome izvješću. Centar za informiranje potrošača napredak je u odnosu s potrošačima i korak naprijed u podizanju kvalitete povratnih informacija, uključujući odgovore na pitanja koja možda i nisu izravno povezana sa samim proizvodom, poput pitanja koja se odnose na poslovanje tvrtke, politike zaštite okoliša i tome slično.
- 1.3.2. **Naši djelatnici** u izravnome kontaktu s potrošačima i kupcima poboljšavaju partnerske odnose s tržištem. Tim smo komunikacijskim kanalom u prilici informirati naše kupce putem promotivnih aktivnosti ili tiskanih obavijesti. Informacije nisu usmjerene samo na naše proizvode, tako da su krajem 2008. godine izdane Smjernice za sigurnu vožnju i pravila ekovožnje kako bismo dodatno informirali tržište o našoj politici zaštite okoliša.
- 1.3.3. **Neovisnu provjeru** kvalitete naših proizvoda i usluga mjesečnom anketom o zadovoljstvu i kvaliteti usluga provodi The Coca-Cola Company, vlasnik tržišne marke. Svaki mjesec uzimaju se uzorci naših proizvo-da te nakon provedenih analiza primamo izvještaje o kvaliteti naših proizvoda i pakiranja prikazane s pomoću indeksa kvalitete.
- 1.4. The Coca-Cola Company kao vlasnik tržišne marke provodi i neovisne provjere dobavljača, temeljem provjere poštivanja **Smjernice za dobavljače**. Provjere su u potpunosti neovisne o našem poslovanju, ali redovito primamo izvještaje o učinku naših dobavljača, a to podrazumijeva da se poduzimaju korektivne akcije u slučajevima nepoštivanja **Smjernica**. U 2008. godini provedena je temeljita provjera naših dobavljača i nadzor nad njima, a rezultati su navedeni u ovome izvješću. Neovisna provjera pozitivna je akcija s ciljem izgradnje kapaciteta i konkurentnosti lokalnih dobavljača u skladu s globalnom politikom matične tvrtke. To znači prenošenje najbolje prakse i težnji partnerskim odnosima i poticanju regionalne konkurentnosti.
- 1.5. Naravno, The Coca-Cola Company zadržava pravo raskida ugovornoga odnosa u svakome trenutku u slučaju da analize pokažu da dobavljači ne posluju sukladno našim očekivanjima i društveno odgovornoj praksi. Dodatni je element suradnje između naše tvrtke, naše matične tvrtke i The Coca-Cola Company rad na obilježivanju naših proizvoda. U odnosu na prethodno izvješće uveli smo najavljenju praksu opremanja naših proizvoda nutricionističkim podacima, što premašuje nacionalnu praksu, ali je u skladu s politikom informiranja naših potrošača.

Uz poštivanje nacionalnoga zakonodavstva i širenje najbolje prakse u očekivanju pristupa Republike Hrvatske Europskoj uniji aktivno radimo na nadzoru nad svojim poslovanjem i njegovoj prilagodbi u svim

područjima. Dio je zadatka višega menadžmenta usklađivanje s najboljim praksama EU-a kako bismo se uspješno pripremili za ulazak na zajedničko tržište EU-a.

1.6.

Naši rezultati — isporuka kvalitete

Ekonomski učinak nužan je preduvjet dugoročne održivosti uspješnoga poslovanja i konkurentnoga tržišnog položaja naše tvrtke. U izvještajnome razdoblju 2007. – 2008. godine nastavili smo s trendom uspješnih rezultata, unatoč konkurenciji i institucijskim promjenama u okružju. Posebno je važno naglasiti da smo iznimno zadovoljni postignutim rezultatima unatoč porastu troškova povezanih s novim ekološkim porezom (tablica 3.) i neizvjesnomu gospodarskom okružju koje je primjetno u drugoj polovici 2008. godine. U tablici 1. prikazujemo izravno stvorenu i distribuiranu ekonomsku vrijednost u izvještajnome razdoblju. Pozitivan je rezultat povećanja prihoda u odnosu na povećane troškove

poslovanja. Budući da je proces restrukturiranja radne snage završen, ti su troškovi znatno smanjeni (tablica 2.), dok su istodobno isplate dioničarima povećane, u prvome redu zbog jedinstvenoga troška promjene u strukturi vlasništva preinakom tvrtke u društvo s ograničenom odgovornošću. Istodobno su znatno povećana ulaganja u zajednicu. U izvještajnome razdoblju nije primljena financijska pomoć od Vlade Republike Hrvatske. Sveukupno gledajući, porast neto dobiti popraćen je znatnim povećanjem povrata uloženoga kapitala. Protiv tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska ne vodi se, niti se u prošlosti vodio, postupak zbog povrede načela slobode tržišnoga natjecanja.

1.7.

Izravna stvorena i distribuirana ekonomska vrijednost — u tisućama HRK

Tablica 1.1.

	2007.	2008.	2007. – 2008.
Izravna stvorena ekonomska vrijednost			
Prihodi	1.021.153	1.075.190	105,3
Distribuirana ekonomska vrijednost			
Troškovi poslovanja	954.108	975.216	102,2
Plaće i povlastice zaposlenika ¹	139.434	130.583	-6,4
Plaćanja državi	255.537	261.161	102,2
Ulaganja u zajednicu ²	2.635	3.372	128,0
Plaćanje dioničarima	77.185	111.199	144,1
EBIT	67.258	98.456	46,4
Neto dobit	51.299	89.273	74,0
ROIC	11,22%	20,63%	+9,41 bps

Napomena: Podaci o zadržanoj dobiti nisu usporedivi zbog usklađivanja s međunarodnim računovodstvenim standardima, ali će biti dostupni u za javnost dostupnim financijskim izvješćima za 2007. i 2008. godinu.

1 – uključene otpremnine i naknade zaposlenicima, 2 – uključene donacije

Objašnjenje kratica:

EBIT – prihod prije kamata i poreza

ROIC – povrat uloženoga kapitala

bps – osnovni bodovi

Tablica 1.2. Plaće i povlastice zaposlenika — u HRK

	2007.	2008.
Neto plaće	68.790.922	70.133.992
Doprinosi od/za	57.955.516	57.913.417
Ostali izdaci*	12.687.332	2.535.207
Ukupno	139.433.770	130.582.616

* Odnosi se na otpremnine koje su posljedica procesa restrukturiranja.

- 1.8.** Ukupan iznos neto plaća povećan je u 2008. godini usporedo s porastom dohotka, što je posljedica novoga sustava motivacije i stimulacije zaposlenika. Iznos otpremnina je, međutim, znatno viši u 2007. godini, što je posljedica restrukturiranja poslovanja. Naime, ukupan je broj zaposlenih smanjen zbog promjena u distribuciji, ali i smanjenjem broja zaposlenika u punionici u Solinu. Temeljem dogovora i dvosmjernе komunikacije s Radničkim vijećem, utvrđeni su uvjeti koji su rezultirali porastom otpremnina koje su bile iznad razina iz kolektivnih ugovora i zakonski određenih razina.

Tablica 1.3. Plaćanja državi i tijelima lokalne samouprave — u HRK

	2007.	2008.
Porez na dobit	15.668.877	15.471.962
Porez na šume	541.340	739.551
Naknada Hrvatskoj gospodarskoj komori	139.355	134.446
Trošarine	55.418.910	54.764.589
Carine	93.610.704	106.817.491
Ekološki porez	90.157.401	83.233.282
Ukupno	255.536.587	261.161.321

- 1.9.** Iz tablice 1.3. razvidno je da je tijekom izvještajnoga razdoblja u iznosu od oko 2% povećan iznos izravnih i neizravnih uplata državi i tijelima lokalne samouprave. U odnosu na prethodno izvješće, nastavljamo s analizom srednjoročnih pokazatelja uspješnosti. Unatoč navedenim izazovima, sveukupni je ekonomski učinak pozitivan i poboljšan u odnosu na prva razdoblja izvješćivanja 2002. godine. Prihodi i cjelokupan opseg prodaje, izražen u jediničnim pakiranjima, u novome su izvještajnom razdoblju u stalnome porastu (vidjeti tablicu 4. i grafički prikaz).

Ukupni prihodi i proizvodnja jediničnih sanduka u razdoblju 2002. – 2008.

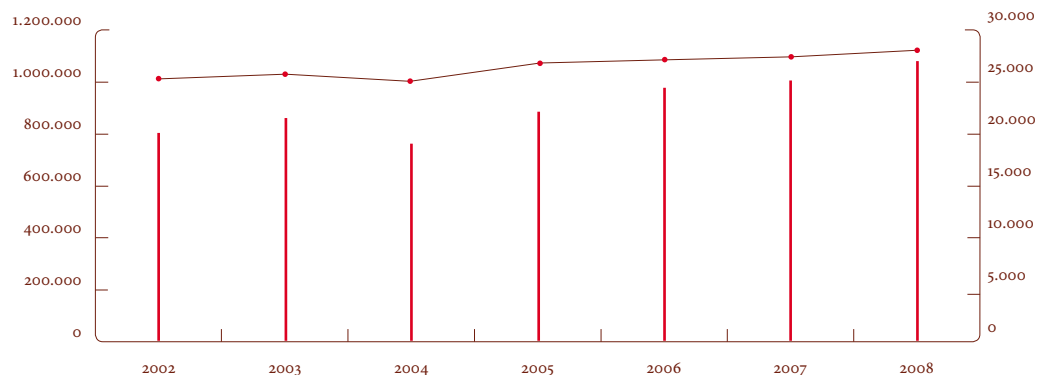
Tablica 4.

Godina	Ukupan prihod (u ooo HRK)	Proizvodnja (u tisućama)*
2002.	811,586	24.135
2003.	832,448	25.200
2004.	774,161	23.500
2005.	863,012	25.500
2006.	950,272	26.600
2007.	1.021.153	27.146
2008.	1.075.190	28.473

* Jedinični sanduk (eng. unit case) međunarodno je usporediva mjerna jedinica koju primjenjujemo u izvješćivanju i iznosi približno 5,678 litara ili količinu dostatnu za 24 osobe u originalnim bocama Coca-Cole zapremine 8 US floz / 0,237 l.

Ukupan prihod i proizvodnja u razdoblju 2002. - 2008.

Grafički prikaz 1.



■ Ukupan prihod (u ooo HRK)

● proizvodnja (u ooo)

Partnerstvo s dobavljačima

Odnos s našim dobavljačima temelji se na načelu dugoročnoga partnerstva, pri čemu težimo osigurati isporuku najkvalitetnijih proizvoda i usluga po najkonkurentnijoj cijeni, na vrijeme i suradnjom s odgovornim i inovativnim dobavljačima. S obzirom na to da smo dio višenacionalne tvrtke, odabir dobavljača provodi se na dvostrukoj osnovi – prema

domaćim i prema međunarodnim načelima. Sirovine se dijele u dvije osnovne skupine te temeljem toga razlikujemo i načela odabira. Prva skupina sirovina primarni su materijali ili svi materijali koji su u izravnome doticaju s našim gotovim proizvodom. Popis najvažnijih dobavljača i njihovih proizvoda navodimo u tablici 5.

1.10.

Tablica 5. Pregled najvažnijih dobavljača primarnih sirovina u izvještajnome razdoblju

Ime dobavljača	Proizvod	Zemlja uvoza
Atlantic Industries	koncentrat	Irska
Coca-Cola MIDI	koncentrat	Francuska
Hungrana	HFCS*	Mađarska
Dragon	granulat	Kina
Alpla	pretforme	Hrvatska
Vetropack	staklena ambalaža	Hrvatska
Sig Combiblock	kartonska ambalaža	Austrija
Bericap	plastična ambalaža	Mađarska

* HFCS = visokofruktozni kukuruzni sirup

- 1.11.** Suradnja s dobavljačima ključna je jer upotrijebljeni materijali izravno utječu na naše proizvode. U tome procesu surađujemo s vlasnikom tržišne marke, tvrtkom The Coca-Cola Company u vidu posebnoga postupka odobravanja dobavljača. Odobrenje podrazumijeva potvrdu da dobavljač tijekom svoje proizvodnje ima uveden učinkovit sustav osiguranja zdravstvene ispravnosti i kvalitete proizvoda, odnosno sirovine. Poštivanje tih i ostalih norma poslovanja koje primjenjujemo preduvjet su za partnerske odnose koje razvijamo s našim dobavljačima. Budući da dobavljači zbog uspostavljenoga procesa odobravanja i nadzora imaju pristup suradnji s tvrtkama na razini cijele Grupe na globalnoj razini, ugovaranje se odvija putem našega središnjeg ureda u Beču.
- 1.12.** Materijali koji se ne nabavljaju preko središnjega ureda tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company u Beču naručuju se lokalno, tj. na teritoriju Republike Hrvatske na kojemu poslujemo. Navedenu drugu skupinu sirovina čine sekundarni materijali koji ne podliježu obavezi da ih odobri The Coca-Cola Company i u nju svrstavamo sve one materijale koji nisu u izravnome doticaju s našim gotovim proizvodima. Tako se u toj skupini prednost daje lokalnim dobavljačima, pod uvjetom da zadovoljavaju zahtjeve za kvalitetom i konkurentnošću. U tablici 6. navodimo pregled najvažnijih dobavljača sirovina.

Tablica 6. Pregled najvažnijih nacionalnih dobavljača sekundarnih sirovina

Ime dobavljača	Proizvod
Aluflexpack	plastične naljepnice
Grafocolor	papirnathe naljepnice
Honing	papirnathe naljepnice
Model pakiranja	kartonska ambalaža
Muraplast	folije
Frag	ljepila
Henkel	ljepila

Uspostavljanje partnerskih odnosa s lokalnim dobavljačima temelji se na načelu obostrane koristi jer nabavljamo najbolje proizvode na domaćem tržištu, ali i pomažemo dobavljačima pri njihovu razvoju i širenju na inozemnim tržištima. Pritom primjenjujemo praksu **Smjernica za dobavljače (Supplier Guiding Principles)** te našim dobavljačima dajemo jasnu sliku što se od njih očekuje. Pri odabiru dobavljača iznimno nam je važno da naši dobavljači ne krše ljudska prava. Svi naši ugovori, i oni sklopljeni na lokalnoj razini i krovni ugovori, sadržavaju socijalne i etičke

odredbe. Osim spomenutih odredaba, u prilogu našim ugovorima donosi se i politika zaštite okoliša te odredbe povezane s očuvanjem okoliša. Svi dobavljači koji podliježu obvezi da ih odobri The Coca-Cola Company moraju poslovati prema konvencijama o zaštiti ljudskih prava. U tu se svrhu provode redovite godišnje provjere. Ako dobavljač na provjeri ne dobije prolaznu ocjenu, daje mu se određeni rok u kojemu ima priliku ispraviti pogrešku. Ako i nakon tog vremena problem nije uklonjen, dobavljač gubi odobrenje za rad s nama.

1.13.

Naša je strategija razviti suradnju sa što je moguće više domaćih dobavljača. S nekima od njih odmah uspostavljamo suradnju, dok suradnju s nekima od njih razvijamo tijekom duljega razdoblja te oni dobivaju status potencijalnih dobavljača. Kao uspješan primjer navedene teze spominjemo:

- VIS – proizvođač suncobrana, također službeno potvrđen kao dobavljač na razini cijele Grupe.

Nakon odobrenja i predstavljanja na regionalnome natječaju, ta je tvrtka znatno poboljšala svoje poslovanje, a trenutačno surađuje s mnogim zemljama u kojima posluje naša matična tvrtka.

- **Murplast** – proizvođač folije koji je temeljem naše preporuke započeo suradnju s punionicama u Mađarskoj i Srbiji.

1.14.

Tijekom 2008. godine VIS je prošao provjeru koju prolaze dobavljači marketinške opreme s kojima ostvarujemo veći ukupni godišnji promet. Parametri koje provjeravamo odnose se među ostalim na iskorištavanje djece kao radne snage, postojanje naznaka diskriminacije, poznavanje prava i obveza zaposlenih

i tome slično. Nakon završetka provjere VIS je dobio zavidno visoku ocjenu (2). Prema kriterijima naše revizije koja obavlja provjeru dobavljača (1) je najviša ocjena. VIS je samo jedan od primjera dobavljača koji prolaze vrlo strogu provjeru te time dobivaju preporuku za daljnju suradnju unutar Grupe.

1.15.

Naše poslovanje, osim s dobavljačima sirovina, podrazumijeva i suradnju s čitavim nizom dobavljača ostalih materijala i usluga. Usporedbe radi, prilažemo i tablični pregled potrošnje za domaće dobavljače

i strane dobavljače. Iz priloženih podataka vidljivo je da su tijekom 2007. godine 30% naših ukupnih potreba podmirili domaći dobavljači, a 2008. godine 24% potreba podmireno je iz domaćih izvora.

1.16.

Iznos troška nabave od domaćih i stranih dobavljača, u HRK

Dobavljači	2007.	2008.
Domaći	149.460.302	158.539.649
Strani*	354.180.487	494.822.948

* Uzeta je prosječna protuvrijednost tečaja HNB (2007. – 2008.)

Tablica 7.

- 1.17. Pregled broja ugovora definiranih na lokalnoj razini nalazi se u tablici 8. Što se tiče krovnih ugovora sklopljenih na razini našega središnjeg ureda u Beču, tijekom 2007. godine sklopili smo šest ugovora. Uobičajeno vrijeme trajanja krovnih ugovora jest tri godine.

Tablica 8. Pregled ugovora sa domaćim i stranim dobavljačima

	2007.	2008.
Domaći	42	27
Strani	16	16

1.18. Odgovoran marketing

Obilježavanje i etiketiranje naših proizvoda u potpunosti je usklađeno sa zakonskom regulativom koja je na snazi u Hrvatskoj, a koja je u mnogočemu stroža od one u Europskoj uniji. Svi naši proizvodi sadržavaju podatke o sastojcima i tablicu nutritivnih vrijednosti koja uključuje podatke o energetske vrijednosti i masnoćama, što nadilazi zakonske osnove i dio je politike informiranoga odabira koji promoviramo. Pića niske energetske vrijednosti, pića bez kalorija i pića bez konzervansa jasno su označena. Dosljedno se pridržavamo politika tvrtke koje se odnose na različite aspekte prodaje i marketinga. Posebice smo obvezni ne usmjeravati marketinške

aktivnosti na djecu mlađu od 12 godina, ne sponzorirati događanja za djecu te dobi niti sudjelovati u promidžbenim aktivnostima u školama i učionicama za djecu mlađu od 12 godina, osim u slučajevima u kojima se to od nas izričito traži. U našim aktivnostima povezanim sa školama i mladim ljudima sve se više usmjeravamo na promidžbu vode umjesto gaziranih bezalkoholnih pića. U izvještajnome razdoblju nije bilo prijavljenih prekršaja koji se tiču nepoštivanja propisa ili dobrovoljnih kodeksa o informacijama o proizvodima i etiketiranju te marketinške komunikacije ili sponzorstava.

1.19. Posvećenost kvaliteti

U okviru sustava nadzora nad kvalitetom u proizvodnji, skladištenju i distribuciji proizvoda primjenjujemo sustave osiguranja kvalitete i sigurnosti hrane u skladu s međunarodnim normama ISO 9001:2008 i ISO 22000:2005, očuvanja okoliša u skladu sa zahtjevima norme ISO 14000:2004 te sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu prema zahtjevima norme OHSAS 18001:2007. Sve je primijenjene sustave potvrdila certifikacijska kuća **Lloyd's Register Quality Assurance** koja provodi redovite godišnje provjere

sustava. U izvještajnome razdoblju uspješno smo u svim našim tvrtkama primijenili i certificirali sustav osiguranja sigurnosti hrane ISO 22000:2005 tijekom 2007. godine te sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu OHSAS 18000:2007 tijekom 2007. i 2008. godine. Ponosimo se činjenicom da u izvještajnome razdoblju nije bilo sudskih tužbi ni novčanih kazni povezanih s nepridržavanjem propisa ili drugim aspektima sigurnosti i zaštite zdravlja.

Zadovoljstvo kupaca i odgovornost prema potrošačima

1.20.

Kupce i potrošače razlikujemo kao izravne kupce i konzumente naših proizvoda. I dalje održavamo zasebnu telefonsku službu za kupce, spomenutu u prethodnome izvješću, u cilju prikupljanja što točnijih

podataka o potrebama i mišljenjima naših kupaca. U 2007. i 2008. godini, telefonska je služba obradila više od 340.000 poziva čija se struktura nalazi u tablici 9.

Pozivi telefonskoj liniji za kupce u 2007. i 2008. godini

Tablica 9.

Vrsta poziva	2007.		2008.	
	Broj poziva	Udio*	Broj poziva	Udio*
Ulazni pozivi				
Potraživanje informacija	4.883	49,0%	7.518	52,1%
Naručivanje	3.561	35,7%	4.681	32,5%
Pritužbe	555	5,6%	715	5,0%
Usluge povezane s rashladnim uređajima	963	9,7%	1.494	10,4%
Pohvale	6	0,1%	14	0,1%
Ukupno	9.968	100%	14.422	100%
Izlazni pozivi				
Produktivni pozivi	80.289	59,8%	134.287	72,3%
Neproduktivni pozivi	53.886	40,2%	51.336	27,7%
Ukupno	134.175	100%	185.623	100%
Sveukupno	144.143		200.045	

* postotak ukupnoga broja poziva

Osim što smo uveli telefonsku službu za kupce, godišnje provodimo i mjerenje zadovoljstva kupaca. Posljednje istraživanje provedeno je 2007. godine tijekom rujna i listopada, a rezultati su dobiveni u siječnju 2008. godine. U 2008. godini iznimno nije bilo provedeno istraživanje zadovoljstva kupaca jer smo provodili usklađivanje metodologije i sustava

unutar Grupe. Glavni su ciljevi u našem istraživanju redovito mjerenje zadovoljstva kupaca, analiza odnosa između Coca-Cole HBC Hrvatska i kupaca, utvrđivanje ključnih točaka zadovoljstva ili nezadovoljstva te mjerenje i analiza raskoraka između očekivanja kupaca i trenutačne razine usluga.

1.21.

Posljednje istraživanje pokazalo je da je naša snaga u:

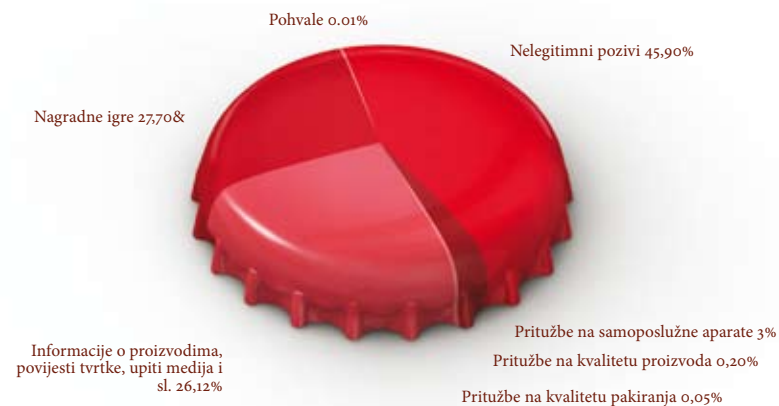
- kvaliteti prodajnog osoblja
- podršci marketinškim aktivnostima
- poslovnoj politici
- kvaliteti opreme
- tehničkoj podršci usmjerenoj kupcima.

Utvdili smo na kojim područjima još moramo poraditi kako bismo poboljšali odnose s kupcima, a posebice se to odnosi na područje savjetovanja naših kupaca.

1.22.

1.23. Na svim našim proizvodima jasno je naznačen broj besplatne telefonske linije za potrošače, besplatnoga infotelefona 0800 0455, i to je nastavak naših napora u komunikaciji s potrošačima i izgradnji cjelovitog sustava analize. U 2008. godini zabilježili smo 19.554 poziva, od kojih je 49,91% uključivalo konkretno pitanje ili problem, dok je ostatak poziva ocijenjen nevaljanima. U odnosu na prethodno izvješće, po-

boljšali smo kvalitetu usluga uvođenjem automatiziranih glasovnih vodiča, što je znatno pomoglo u komunikacijama, posebice tijekom nagradnih igara i promocija. Kako je i iz slike razvidno, velik udio valjanih poziva odnosi se na naše nagradne igre. Primjerice, tijekom promocije nagradne igre **Osvoji mobitel** svakoga je dana u 2008. godini primljeno više od 2.000 poziva.



1.24. Mi poštujemo privatnost potrošača te ne prodajemo ni ne razmjenjujemo podatke. S potrošačima kontaktiramo samo ako za to daju svoj pristanak, koji mogu povući u bilo kojemu trenutku. Naš računalni program također podržava tu politiku te ima ugrađenu zaštitu koja osigurava podatke od krađe ili uporabe

u druge svrhe. U ovome izvještajnom razdoblju nije bilo nikakvih pritužaba u vezi s kršenjem privatnosti potrošača, niti su zabilježeni incidenti koji se odnose na gubitak podataka o potrošačima ili uporabu tih podataka u druge svrhe.

1.25. Naša odgovornost prema potrošačima ogleda se u snažnoj usmjerenosti na jamstvo kvalitete proizvoda. Sva istraživanja i razvoj naših proizvoda provodi ma-

tična tvrtka The Coca-Cola Company, a svi sastojci, ambalaža i gotovi proizvodi testiraju se u laboratorijima za provjeru kvalitete u svakome od proizvodnih

pogona. Brojna nasumična i zahtjevna testiranja proizvoda na tržištu koja redovito provodimo upućuju na našu posvećenost neprekidnomu nadzoru nad kvalitetom proizvoda nakon što proizvodi iziđu iz skladišta. Podaci o zdravlju i sigurnosti naših potrošača pokazuju da u 2007. i 2008. godini nije bilo povlačenja proizvoda zbog zdravstvenih problema

potrošača. U skladu s politikom naše matične tvrtke ne upotrebljavamo genetski preinačene sastojke ni sastojke koji potječu od genetski preinačenih organizama. U izvještajnome razdoblju nije bilo slučajeva nepoštivanja propisa ili dobrovoljnih kodeksa koji se tiču zdravlja i sigurnosti potrošača.

Naši ciljevi

U prethodnome izvješću postavili smo četiri cilja u području tržišnoga poslovanja za razdoblje 2007. –

2008. godine. U tablici su prikazani rezultati naših napora. 1.26.

Ciljevi za razdoblje 2007. – 2008.

Ostvarenost i napomene

- | | |
|--|-------------------------|
| 1. U svim pogonima dovršiti obuku za ISO 22000. | U potpunosti ispunjeno. |
| 2. Dobiti ISO 22000 certifikate za sva naša proizvodna središta. | U potpunosti ispunjeno. |
| 3. Uskladiti djelatnost dobavljača s tvrtkinim Načelima rukovođenja za dobavljače. | U potpunosti ispunjeno. |
| 4. Izvijestiti o svemu navedenom u sljedećemu Izvješću o održivosti. | U potpunosti ispunjeno. |



Guiding Principles for Suppliers

As an ethical business organisation, Coca-Cola Hellenic takes responsibility to ensure that its business operations do not contribute directly or indirectly to human rights abuses. We ensure that our employees are aware of the company's commitment to human rights and their own rights and responsibilities through regular training sessions.

Those who do business with us across the countries we operate in, know we are committed to managing our business with a consistent set of values that represent the highest standards of quality, integrity and excellence. We respect the unique customs and cultures in the communities in which we operate. In pursuing this policy, we seek to develop relationships with suppliers who share similar values and conduct business in an ethical manner.

As part of our ongoing effort to develop and strengthen our relationships with suppliers, we have adopted the Coca-Cola Hellenic Supplier Guiding Principles for use with our direct suppliers. The Supplier Guiding Principles are based on the belief that good corporate citizenship is essential to our long-term business success and must be reflected in our relationships and actions in the marketplace, the workplace, the environment and the community.

We look forward to working with you to ensure an understanding of and compliance with the requirements set forth in these Guiding Principles for you and all of our direct suppliers.

Workplace practices

At Coca-Cola Hellenic, we support fair employment practices consistent with our commitment to human rights in the workplace, we seek to:

1. Establish a strong and direct relationship with our respective employees through open and honest communications.
2. Treat our employees with fairness, dignity, and respect.
3. Abide by all applicable labor laws, including those that address working hours, compensation, and third party representation.
4. Value diversity in its broadest sense.
5. Hold each other accountable for performance at the highest levels.
6. Reward our employees commensurate with performance.
7. Provide opportunities for employees to develop personally and professionally.
8. Ensure, with our employees, the safety of the workplace.

GP552

In the event their employees have lawfully chosen to be represented by third parties, we expect our suppliers to recognise such parties in good faith and not to retaliate against employees for their lawful participation in labor organization activities.

Environmental practices

We expect our suppliers to conduct business in ways that protect and preserve the environment. At a minimum, we expect our suppliers to meet applicable environmental laws, rules and regulations in their operations in the countries in which they do business.

Compliance with Applicable Laws and Standards

At a minimum, suppliers to Coca-Cola Hellenic and its subsidiaries will be required to meet the following requirements with respect to their operations as a whole:

GP552

similar standards and

infractors based upon
and/or personal
discrimination based on
origin or sexual

policies and practices
exposure to health risks.

the legal working age
limit, or the use of
its.

fairly and competitively
in local and national
markets to develop their

applicable laws, rules,
in the manufacture and
of supplies and in
party

or
of compulsory labor,
directly or otherwise
their rights to choose
third parties and to
in line with applicable laws
by with applicable laws
will comply with

by with applicable laws.
applicable environmental

representatives of
with supplier. All new
by and our suppliers will
requirements. Suppliers
requirements at the
initatives. Coca-Cola
ask for our company,
h any supplier who fails

GP552

Smjernice za dobavljače

Kao etična poslovna organizacija, tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. nastoji svojim odgovornim postupanjem osigurati da njeno poslovanje ne doprinosi, izravno ili neizravno, zlouporabi ljudskih prava. Provedbom redovitih edukativnih tečajeva činimo svoje zaposlenike svjesnima povećenosti tvrtke ljudskim pravima te se binemo da budu svjesni i svojih vlastitih prava i dužnosti.

Naši poslovni partneri dijem zemalja u kojima poslujemo upoznati su s našom predanošću s kojom nastojimo voditi poslovanje temeljeno na nizu trajnih vrijednosti koje predstavljaju najviše standarde kvalitete, čistosti i izvrsnosti. Uvažavamo jedinstvene običaje i kulturnološke vrijednosti zajednica u okviru kojih poslujemo. Pridržavajući se ovih smjernica, trudimo se razviti odnose s onim dobavljačima koji imaju slične vrijednosti i posluju na etičan način.

U okviru naših stalnih nastojanja da razvijemo i ojačamo svoje odnose s dobavljačima, usvojili smo Smjernice za dobavljače tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o., koje će se primjenjivati u odnosima s našim izravnim dobavljačima. Smjernice za dobavljače zasnovane su na uvjerenju da je kvalitetna korporativna pripadnost ključna za naš dugoročan poslovni uspjeh te da se ista mora odražavati u našim odnosima i aktivnostima na tržištu, radnom mjestu, širem okruženju i zajednici.

Radujemo se što ćemo u suradnji s vama osigurati razumijevanje i poštivanje uvjeta propisanih u ovim Vodećim načelima koja su namjerenjena vama i svim našim izravnim dobavljačima.

Postupanje na radnom mjestu

Tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. pobornik je pravičnosti u okviru prakse zapošljavanja, što je u skladnosti s našom posvećenošću poštivanju ljudskih prava na radnom mjestu te stoga nastojimo:

1. Kroz otvorenu i iskrenu komunikaciju ostvariti snažan i neposredan odnos sa svakim zaposlenikom.
2. Prema svojim se zaposlenicima opihoditi na pravičan i dostojanstven način te s uvažavanjem.
3. Pridržavati se svih mjerodavnih radnopravnih propisa, uključujući one koji reguliraju radno vrijeme, naknade i zastupanje od strane trećih osoba.
4. Cijeniti različitost u najširem smislu riječi.
5. Promicati međusobnu odgovornost za rezultate na najvišoj razini.

© Hrvatska Pivara Coca-Cola HBC Hrvatska

razvijaju svoje vještine i sposobnosti.

Treće osobe

Od svojih dobavljača očekujemo da u dobroj vjeri priznaju postojanje trećih osoba za koje su njihovi zaposlenici, zakonskim putem, odlučili da ih zastupaju, kao i da zaposlenici ne budu podvrgnuti negativnim reperkusijama zbog svog zakonitog sudjelovanja u sindikalnim aktivnostima.

Prakse zaštite okoliša

Od svojih dobavljača očekujemo da posluju na način kojime će zaštititi i očuvati okoliš. U najmanju ruku, od svojih dobavljača očekujemo da udovolje

Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o.
 Milana Šušteršiča 1, 10000 Zagreb, Hrvatska/Croatia
 T: +385 1 2480 222
 F: +385 1 2480 106
 www.coca-colahellenic.hr

na, i
 stalni razvoj
 nost na radnome

u mjerodavnih te ostalih
 se posluju.

senike i podizvođače
 šanje posla, a ne na
 nja, potvrđujući pritom
 kože, spol, vjersku
 i drugu orijentaciju.

stanje sigurnog radnog
 se kako bi se rizik od
 ima sveli na najmanju

be čija je dob ispod
 to ili drugo nezakonito
 šnog ili kojeg drugog
 vanja.

se plaćaju na pravičan
 sku granu u okviru koje
 si lokalnim i državnim
 silenicima omoguće da

Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o.
 Milana Šušteršiča 1, 10000 Zagreb, Hrvatska/Croatia
 T: +385 1 2480 222
 F: +385 1 2480 106
 www.coca-colahellenic.hr

čija prava okoliša koji
 su.

at će, barem, udovoljiti
 slovanje.

ili svih mjerodavnih
 uvjeta u proizvodnji i
 si i robe, kao i prilikom

si djece.

stalni ili prinudni rad.

ad, na fizički ili koji

sva zaposlenika da
 sju treće osobe te
 isti sukladno

i će sukladni

meni rad bit će
 onima.

u mjerodavnim

ili svih mjerodavnih

© Hrvatska Pivara Coca-Cola HBC Hrvatska

Dobavljačima nije dopušteno nuditi zaposlenicima, službenicima ili drugim predstavnicima tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. bilo kakve darove ili koristi u zamjenu za suradnju s dobavljačem. Svi novi ili produženi trgovački ugovori između naše tvrtke i naših dobavljača sadržavati će referencu koja će upućivati na ove Smjernice i njima propisane uvjete. Dobavljači ujedno moraju biti u mogućnosti dokazati da se pridržavaju spomenutih uvjeta, a kada to od njih zatraže predstavnici naše tvrtke, i to, u mjeri koja bude zadovoljavajuća za navedene predstavnike. Tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. pridržava pravo provjere bilo koje lokacije koja se koristi u radu za našu tvrtku te, po vlastitome nahođenju, raskidanja svakog ugovora s bilo kojim dobavljačem koji se ne bude pridržavao ovih Smjernica.

© Hrvatska Pivara Coca-Cola HBC Hrvatska





Coca-Cola®



RADNO MJESTO

2.

Naša predanost i pristup

Priznanja i nagrade koje smo dobili tijekom izvještajnoga razdoblja, a kojima se potvrđuje naš položaj jednoga od najtraženijih poslodavaca, potvrda su dobrih odnosa sa zaposlenicima dosad, ali i ispravnosti uvjerenja da su upravo zaposlenici ključ poslovnoga uspjeha. Radno mjesto svakoga zaposlenika mora ispuniti i nadmašiti očekivanja te otvoriti mogućnost razvoja karijere. Zakonske obveze temelj su našega

pristupa radnomu mjestu. Naši su napori usmjereni neprekidnomu poboljšanju zdravoga i sigurnoga radnog okruženja, što znači smanjivanju rizika od nesreća i ozljeda, širenju zdravstvenoga osiguranja na sve naše zaposlenike, uz nultu toleranciju prema diskriminaciji. Podržavamo pravo zaposlenika na sindikalno djelovanje i putem Radničkoga vijeća djelujemo na poboljšanje i razvoj dijaloga.

2.1.

U Coca-Coli HBC Hrvatska d.o.o. omogućujemo uspješno napredovanje u profesionalnoj djelatnosti nizom razvojnih aktivnosti koje zaposlenicima daju priliku za ostvarivanje njihova punoga profesionalnog potencijala i dostizanje najboljih rezultata. Među programima kojima potičemo razvoj karijera su učenje i usavršavanje na radnome mjestu putem

mentorstva, obuke, rada na projektima, odjelne, međufunkcijske, hijerarhijske i međunarodne promocije. Naše vodstvo i menadžeri istaknuti su i priznati stručnjaci koji svoja znanja prenose studentima i zaposlenicima te im pomažu na putu do uspjeha i u izgradnji karijere.

2.2.

Politika upravljanja ljudskim potencijalima naše tvrtke u Republici Hrvatskoj znači da privlačimo najbolje zaposlenike koji će dugoročno doprinijeti održanju vodećeg tržišnog položaja. Međutim, društveno odgovorno ponašanje znači i da se brinemo za

zaposlenike koji više nisu naši zaposlenici te za naše umirovljenike. Sustav nagrađivanja, aktivan dijalog u procesima restrukturiranja te poticanje dobrih međuljudskih odnosa stvaraju okružje koje potiče zaposlenike na ostvarivanje najboljih rezultata.

2.3.

U cilju poboljšanja uvjeta i pravodobnoga odgovaranja na potrebe i pitanja naših zaposlenika, redovito provodimo istraživanja o zadovoljstvu naših zaposlenika te redovito komuniciramo sa svim zaposlenicima, i to izravno na skupovima zaposlenika, okruglim stolovima, unutrašnjom elektroničkom ko-

munikacijom te putem Radničkoga vijeća. U razdoblju od podnošenja prethodnoga izvješća uočili smo nedostatke u prenošenju strateških odluka tvrtke i pokrenuli sustavne promjene kako bismo osigurali da se u budućnosti važne strateške odluke, i negativne i pozitivne, pravodobno i učinkovito prenesu svim

2.4.

našim zaposlenicima, neovisno o radnome mjestu. Temeljem takva pristupa proces restrukturiranja koji je proveden u Punionici Solin u 2007. godini protekao je, na zadovoljstvo Sindikata i Uprave, znatno bolje, čime je potvrđeno da samo suradnja svih zaposlenika može uroditi dugoročnim i održivim uspjehom tvrtke.

- 2.5. Tijekom prethodnoga izvještajnog razdoblja znatno je poboljšan opseg i rad Odjela za ljudske potencijale. U ovome izvještajnom razdoblju naša je temeljna strategija bila usmjerenost na tri ključna područja:

I. Obrazovanje i razvoj ljudskih potencijala	II. Razvoj međuljudskih odnosa	III. Razvoj sustava nagrađivanja i naknada zaposlenicima
Primjeri:	Primjeri:	Primjeri:
Znatna su sredstva uložena u povećanje opsega i učinkovitosti obuke zaposlenika.	redovito istraživanje zadovoljstva zaposlenika	Temeljito je unaprijeđen sustav nagrađivanja i davanja naknada zaposlenicima.
Veću smo važnost pridali obuci unutar tvrtke i unutrašnjem kapacitetu naših ljudi.	analiza i korektivne akcije rezultata, u suradnji s akademskom zajednicom	Sustav je proširen na velik broj zaposlenika.
Aktivno provodimo politiku unapređenja horizontalne i vertikalne funkcionalnosti unutar tvrtke.	stimulacija volonterskoga rada u suradnji s ostalim odjelima	Uvedeno je više kategorija nagrađivanja.
Uz podršku matične tvrtke provodimo programe različitih radionica – promocija unutrašnjih radionica za sve zaposlenike.	poboljšanje odnosa povezano sa sustavom nagrađivanja	Nagrade za inovacije na radnome mjestu doprinijele su znatnim uštedama.

- 2.6. Uz rad Odjela za ljudske potencijale u prethodnome je izvješću najavljeno i osnivanje posebnoga Odjela za upravljanje učinkom zvanoga COBRA, čija je zadaća prelaženje organizacijskih granica unapređivanjem suradnje. Svrha je tog Odjela poboljšanje komunikacije, timskoga rada, unutrašnje suradnje i poslovne organizacije. Odjel je uspostavljen i tijekom izvještajnoga razdoblja započeo je s nizom aktivnosti. Važna je trogodišnja suradnja Odjela za operativne poslove Coca-Cole HBC Hrvatska s fakultetima. Suradnja je neprofitne prirode, a krenula je na našu inicijativu i to pozivom da nam se fakulteti pridruže na unutrašnjim radionicama o proizvodnji bez proizvodnoga viška (**eng. lean manufacturing**) koje smo proveli u našim tvornicama. Time smo povezali Kentucky University (US) i Gent University (BE) s Katedrom za industrijsko inženjer-

stvo Fakulteta strojarstva i brodogradnje Sveučilišta u Zagrebu i Katedrom za operacijski management Ekonomskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

Svrha tih radionica bila je angažiranje studenata i profesora da sudjeluju, u suradnji s našim zaposlenicima u proizvodnji, administraciji i prodaji, u rješavanju problema standardizacije pripravnno-završnoga vremena proizvodne opreme. Isto tako, sudionici tih radionica upoznali su se sa standardizacijom tijekom ulaznih računa naših dobavljača, snimanjem radnih aktivnosti i određivanjem onih aktivnosti koje ne dodaju vrijednost poslovnim procesima.

U nastavku te suradnje naši su zaposlenici u mentorskome radu sa studentima radili na seminarskim i diplomskim radovima iz različitih područja proizvodnje i održavanja opreme, upoznavajući ih s najnovijim metodama u vođenju poslovnih procesa i rada u primjeni i važnosti održivosti implementiranih radova.

Usporedno s tim aktivnostima organiziramo i posjete studenata (Fakulteta strojarstva i brodogradnje, Prehrambeno-biotehnološkog fakulteta i Ekonomskog

fakulteta) te ih upoznajemo s osnovama poslovnoga procesa. Posredstvom Društva inženjera održavanja angažirani smo u promicanju metodologije koju zadnjih nekoliko godina stvaramo u našim pogonima, a koja se temelji na filozofiji proizvodnje bez proizvodnog viška.

Radi boljšega razumijevanja osnovnih načela i metoda te poslovne filozofije na svim razinama, samostalno smo preveli knjigu japanskoga instituta za održavanje pod nazivom **Priručnik za samostalno održavanje za operatere (Total productive maintenance for every operator)**, koja je podijeljena svim našim zaposlenicima, rukovoditeljima i studentima fakulteta s kojima surađujemo.

Aktivno sudjelujemo u osnivanju **Lean Manufacturing Akademije** na Fakultetu strojarstva i brodogradnje. Želimo promicati naša iskustva, ali i aktivno stjecati nova znanja u ostvarivanju zajedničke vizije cijeloga tima operativnih poslova u kojima kombinacija znanja, vještina i sposobnosti uz aktivno sudjelovanje svih zaposlenika jamči dugoročnu održivost našega poslovanja.

Naši rezultati

Radna snaga

Krajem 2008. godine u našoj je tvrtki radilo 697 zaposlenika, što je 75 zaposlenika manje nego na kraju 2006. godine. Kako je pojašnjeno u prethodnim izvješćima, u posljednje četiri godine imali smo dva ključna procesa restrukturiranja u području distribucije naših proizvoda te u punionici u Solinu, tako

da je ukupan broj zaposlenika smanjen. Punionice u Zagrebu i Solinu lokacije su s najvećim brojem zaposlenika. Detalji ukupne podjele zaposlenika prema tipu ugovora i regiji tijekom izvještajnoga razdoblja 2007. – 2008. godine navedeni su u tablici 2.1.

2.6.

Tablica 2.1. Ukupna podjela zaposlenika prema tipu ugovora i lokaciji

Godina	Lokacija	Ugovori na određeno vrijeme	Ugovori na neodređeno vrijeme	Ukupno
2007.	Gotalovec	0	29	29
	Metković	4	9	13
	Požega	8	41	49
	Rijeka	6	42	48
	Solin	13	117	130
	Zagreb	50	382	432
	Ukupno	81	620	701
2008.	Gotalovec	0	30	30
	Metković	2	9	11
	Požega	7	42	49
	Rijeka	7	46	53
	Solin	15	115	130
	Zagreb	54	370	424
	Ukupno	85	612	697

- 2.7. Postotak zaposlenika koji su zaposleni na neodređeno vrijeme iznosio je tijekom izvještajnog razdoblja oko 88%, što je porast u odnosu na prethodno izvješće, u kojemu je taj postotak iznosio 86,5%. Većina zaposlenja na određeno vrijeme odnosi se na zapošljavanje tijekom ljetne sezone kad porast potražnje zahtijeva dodatno zapošljavanje na radnim mjestima u proizvodnji i distribuciji. Unatoč tomu, politika tvrtke uključuje načelo da nema razlike između zaposlenika na neodređeno i određeno vrijeme, a to se načelo provodi jamčenjem jednakih prava i povlastica za obje skupine. Dogovorom između naših zaposlenika i naše tvrtke osigurali smo nastavak osiguravanja dodatnoga privatnog zdravstvenog osiguranja za sve naše zaposlenike. Povećali smo dodatne naknade tijekom godine, poput božićnice, regresa i naknada za rođenje djeteta te iznos za dječje darove. Ostale povlastice uključuju povoljnije uvjete korištenja službenim vozilima, nagrađivanja i poticanja zaposlenika. U 2007. godini pokrenuti su projekti programa pomoći zaposlenicima i jednokratne nagrade zaposlenicima za izvanredne poslovne rezultate. U 2008. godini dodani su različiti popusti za rekreaciju i povoljniji uvjeti uzimanja kredita u određenim bankama.

Tablica 2.2. Udjeli zaposlenosti prema tipu ugovora i lokaciji

Lokacija	2007.		2008.	
	Određeno	Neodređeno	Određeno	Neodređeno
Zagreb / Gotalovec	11%	89%	12%	88%
Solin / Metković	12%	88%	12%	88%
Požega	16%	84%	14%	86%
Rijeka	13%	88%	13%	87%
Ukupno	12%	88%	12%	88%

Struktura naših zaposlenika pokazuje da je oko 20% zaposlenih ženskoga spola, što je u 2008. godini značilo da je od 697 zaposlenih 137 bilo ženskoga spola. Analiza zaposlenika po dobnim skupinama pokazuje

da je najveći dio, oko 67%, bio u dobnoj skupini 31 – 50 godina. Detaljna struktura zaposlenih prema spolu i dobnoj skupini nalazi se u tablici 2.3., a relativni su udjeli prikazani u tablici 2.4.

2.8.

Struktura zaposlenika prema spolu i dobi

Tablica 2.3.

Godina	Spol	Dob (godine)			Ukupno
		do 30	31 – 50	51+	
2007.	muškarci	119	383	60	562
	žene	49	81	9	139
	Ukupno	168	464	69	701¹
2008.	muškarci	112	385	63	560
	žene	47	81	9	137
	Ukupno	159	466	72	697²

¹ Broj zaposlenika 31. 12. 2007.

² Broj zaposlenika 31. 12. 2008.

Struktura udjela zaposlenika prema spolu i dobi

Tablica 2.4.

Godina	Spol	Dob (godine)		
		do 30	31 – 50	51+
2007.	muškarci	21%	68%	11%
	žene	35%	58%	6%
2008.	muškarci	20%	69%	11%
	žene	34%	59%	7%

Prosječna stopa kretanja zaposlenika vrlo je niska, u 2007. godini 1,3%, dok je u 2008. godini iznosila 1,1%. U tablici 2.5. pokazana je struktura promjena broja zaposlenika prema spolu, organizacijskoj jedinici i

dobnoj skupini tijekom izvještajnoga razdoblja. U tablici 2.4. nalazi se prikaz usporedne podjele prema spolu i dobnoj skupini.

2.8.

Tablica 2.5. Pregled kretanja zaposlenika prema spolu, organizacijskoj jedinici i dobi za 2007. i 2008. godinu

		2007.		2008.		Promjena*
		došli	otišli	došli	otišli	
Spol	žene	25	24	17	17	1
	muškarci	106	126	101	111	-30
Regija	Zagreb/Gotalovec	71	66	60	73	-8
	Požega	7	7	5	6	-1
	Rijeka	21	21	23	18	5
	Solin/Split/Zadar/Metković	32	56	30	31	-25
Dob	do 30	89	63	88	67	47
	31 – 51	41	74	30	46	-49
	51+	1	13	0	15	-27

* Promjena se računa kao razlika između broja ukupno došlih i ukupno otišlih zaposlenika u 2007. i 2008. godini.

- 2.9. U 2007. godini provedena je modernizacija pogona punionice u Solinu, što znači da se pojavila potreba za smanjenjem dijela zaposlenih u izravnoj proizvodnji na toj lokaciji. Temelj donošenja odluke o tome bila je potreba za smanjenjem troškova poslovanja, točnije dugoročno očuvanje i unapređenje konkurentnosti tvrtke u uvjetima pojačane konkurencije. Temeljem donesene odluke pristupili smo opsežnim dogovorima s predstavnicima sindikata i zaposlenika u Radničkom vijeću gotovo pola godine prije stupanja odluke na snagu. Time su određeni povoljni i usuglašeni uvjeti otpremnina te konzultacije povezane s daljnjim zapošljavanjem zaposlenika pružanjem stručne i savjetodavne pomoći u pronalaženju novoga zaposlenja.
- 2.10. Postupak zapošljavanja usmjeren je oglašavanju na hrvatskomu tržištu rada. Sukladno tomu, udio domaćega stanovništva u 2007. godini bio je gotovo 100%. Iznimka je u 2007. i 2008. godini bilo radno mjesto rukovoditelja poslovnoga planiranja koji je bugarski državljanin. Glavni direktor postavljen je u 2008. godini na drugi položaj unutar Grupe, tako da je tvrtka dobila novoga glavnog direktora iz Grčke. Sukladno potrebama plana za zapošljavanje određuju se kriteriji za zapošljavanje. Utvrđuje se postoji li potreba za zaposlenikom na neodređeno ili određeno vrijeme ili je riječ o sezonskome poslu. Ovisno o kategoriji potrebe za zapošljavanjem oglašavanje se provodi unutar tvrtke i izvan nje. U 2007. i 2008. godini postotak unutrašnjim oglašavanjem popunjenih položaja iznosio je više od 50%. Služba za obrazovanje i razvoj kadrova zaprima ponude kandidata koje se uvrštavaju u bazu podataka potencijalnih zaposlenika iz koje se biraju kandidati koji najbolje odgovaraju kriterijima postavljenim za radno mjesto. Uobičajen postupak odabira uključuje razgovore i testiranja kandidata, čime na odgovarajuće položaje unutar naše tvrtke učinkovito privlačimo najbolje kandidate.
- 2.11. Najniža osnovna plaća prema Kolektivnome ugovoru iznosi 3.588,89 kuna i osnovica je za utvrđivanje osnovne plaće za pojedino radno mjesto sukladno složenosti posla. Osnovna plaća za pojedino radno mjesto utvrđuje se množenjem osnovne plaće koeficijentom radnoga mjesta sukladno sistematizaciji

radnih mjesta i na nju se dodaju ostali elementi plaće u koje ulaze naknade u vidu bonusa na minuli rad, troškovi prehrane, naknade za smjenski rad, noćni rad, rad blagdanom i prekovremeni sati. Omjer uobičajene početne plaće pripravnika u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. i najniže osnovne plaće definirane **Zakonom o minimalnoj plaći** jest 4,31. Također, omjer najniže plaće u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. i najniže osnovne plaće definirane **Zakonom o minimalnoj plaći** jest 1,30. Pritom treba naglasiti da je osnovna plaća definirana prema radnome mjestu, što znači da su osnovne plaće jednake

neovisno o spolu, dobi ili bilo kojoj drugoj osnovi. Usporedbe radi, prosječna mjesečna bruto plaća u sektoru prerađivačke djelatnosti iznosila je 6.766 HRK u 2008. godini (podaci iz Ljetopisa Državnoga zavoda za statistiku), što je ispod prosječne neto plaće u Republici Hrvatskoj u 2008. godini od 7.544 HRK. Prosječna bruto plaća u 2008. godini u našoj je tvrtki iznosila 10.695 HRK (neznatno više u odnosu na 2007. godinu i prosječnu bruto plaću od 10.517 HRK). Također, treba naglasiti da je prosječna bruto plaća za pripravnike 8.386 HRK.

Mirovinski sustav u Republici Hrvatskoj reguliran je zakonom, sukladno kojemu je tvrtka obvezna redovito uplaćivati sredstva generacijske solidarnosti. Pod pojmom generacijske solidarnosti podrazumijeva se I. stup mirovinskoga osiguranja u koji svi zaposlenici izdvajaju 15% svoje bruto plaće kako bi se osigurale mirovine sadašnjim umirovljenicima. Nekim je zaposlenicima zakonski omogućeno izdvajanje sredstava u takozvani II. mirovinski stup uplaćivanjem na osobne račune u mirovinskim fondovima. Visina doprinosa definirana je za uplate u obvezne mirovinske fondove u visini od 5% od bruto plaće (u tome slučaju obvezatna je uplata 10% generacijske solidarnosti ili I. stup), dok se u dobrovoljne mirovinske fondove mogu uplaćivati sredstva prema visini i dinamici koje

određuje član osobno. Visina mirovine nije unaprijed određena, već ovisi o visini uplaćenih doprinosa te o prinosu od ulaganja uplaćenih doprinosa. Zakonski je dakle predviđeno da svaki zaposlenik sudjeluje u jednome od modela mirovinskoga sustava, dok tvrtka redovito podmiruje navedena sredstva prema agencijama i institucijama mirovinskoga sustava. Pritom se napominje da nema iznimaka u mirovinskim obvezama zaposlenika, što znači da je riječ o punoj pokrivenosti, to jest da su svi zaposlenici uključeni u mirovinski sustav. Procjenjujemo da je tijekom izvještajnoga razdoblja ukupno 11% naših zaposlenika bilo korisnicima I. mirovinskoga stupa, dok je 88% zaposlenika bilo korisnicima II. mirovinskoga stupa.

2.12.

Dječji rad strogo je zabranjen pozitivnim propisima Republike Hrvatske koje Coca-Cola HBC Hrvatska poštuje i primjenjuje. Štoviše, i sama unutrašnja politika tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska jest da ne zapošljavamo maloljetne osobe, tj. osobe mlađe od 18 godina. Iznimka od navedenoga su slučajevi

u kojima Coca-Cola HBC Hrvatska prima na praksu učenike koji su u okviru svojega srednjoškolskog obrazovanja obvezni proći praktičnu nastavu, i to na izričit zahtjev i po preporuci škole koju ti učenici pohađaju.

2.13.

Kolektivno pregovaranje i zastupanje

- 2.14. Sveobuhvatna primjena kolektivnoga ugovora koji se primjenjuje na sve zaposlenike i obuhvaća sve djelatnosti isključuje postojanje poslovnih djelatnosti u kojima bi se ugrozilo ostvarivanje navedenih prava. Drugim riječima, kolektivnim je ugovorom te samim **Zakonom o radu** poslodavcu zabranjeno ograničavanje prava zaposlenika na učlanjivanje u sindikat, a to Coca-Cola HBC Hrvatska poštuje i primjenjuje. U ovome su trenutku u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska aktivna dva sindikata, Sindikat zaposlenih u poljoprivredi, prehrambenoj i duhanskoj industriji i vodoprivredi Hrvatske (PPDIV) – Sindikalna podružnica i Samostalni sindikat Coca-Cole, član NHS-a (Nezavisnih hrvatskih sindikata). Pritom ne smijemo zaboraviti naglasiti da veliku pozornost posvećujemo dijalogu s Radničkim vijećem koje se sastoji od predstavnika zaposlenika koje zaposlenici sami biraju, a s kojim se savjetujemo o svim aktualnim problemima i koje suodlučuje u njihovu rješavanju.
- 2.15. Radničko vijeće predstavničko je tijelo svih zaposlenika tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska, uključujući dva glavna sindikata i zaposlenike koji nisu članovi sindikata. Tamo se raspravlja o svim većim predloženim promjenama u poslovanju. U savjetu je devet predstavnika zaposlenika, od kojih svi zastupaju mišljenja i prijedloge zaposlenika u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska. U 2008. godini održani su posljednji izbori za Radničko vijeće, nakon kojih se Vijeće sastoji od četiriju članova s nezavisne sindikalne liste, triju članova iz redova Sindikata PPDIV-a i dvaju članova Republičkoga sindikata radnika Hrvatske.
- 2.16. Odredbe Kolektivnoga ugovora tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska ne sadržavaju posebnu odredbu kojom se propisuje obveza obavješćivanja, ali je neovisno o tome to pitanje uređeno **Zakonom o radu** koji naša tvrtka u cijelosti primjenjuje. **Zakon** sadržava obvezu poslodavca da najmanje svaka tri mjeseca obavijesti Radničko vijeće o važnim promjenama u poslovanju koje bi mogle u većoj mjeri utjecati na zaposlenike. Tu zakonsku obvezu Coca-Cola HBC Hrvatska ispunjava prema Radničkome vijeću i u opsegu širem od zakonom propisanoga, što je za pravo rezultat dobrog i transparentnoga odnosa naše tvrtke u svojstvu poslodavca s jedne strane i Radničkoga vijeća s druge strane. Važno je naglasiti da ta izvješća Coca-Cola HBC Hrvatska podnosi i u kraćim razdobljima od razdoblja koje propisuje zakon. Naime, Coca-Cola HBC Hrvatska održava redovitu komunikaciju s Radničkim vijećem na sastancima koji se održavaju najmanje jednom mjesечно, a po potrebi i češće – ovisno o poslovnim promjenama koje se namjeravaju uvesti u poslovnu strategiju.

Kolektivni ugovor sklopljen između tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska i sindikata uključuje pitanja zaštite zdravlja, sigurnosti i zaštite na radu. Navedena pitanja obuhvaćaju:

- obvezu poslodavca da pri uvođenju novih tehnologija vodi računa da one ne ugrožavaju zdravlje zaposlenika i ne utječu štetno na okoliš
- pravo zaposlenika da odbije opasan rad i obvezu poslodavca da odmah ukloni neposredne opasnosti za život i zdravlje zaposlenika te rasporedi zaposlenika na drugo odgovarajuće radno mjesto
- obvezu poslodavca da zaposlenika pri stupanju na rad upozna s mjerama zaštite na radu te s primjenom zaštitnih sredstava

Kolektivni ugovor i unutrašnje politike našega društva štite i osobe mlade od 18 godina, žene, posebno trudnice, od osobito teškoga fizičkog rada te rada na poslovima koji bi mogli štetno utjecati na njihovo zdravlje. Osim svega navedenoga ne smijemo izostaviti činjenicu da je naše poslovanje usmjereno na legitimno postupanje u skladu sa svim pozitivnim

Temeljem Kolektivnoga ugovora, koji općenito regulira osiguranje zdravlja i sigurnosti na radu te temeljem posebnoga **Sporazuma o dodatnome zdravstvenom osiguranju** u razdoblju od 1. siječnja 2007. do

Korupcija i aspekti ljudskih prava

Coca-Cola HBC Hrvatska odlučna je voditi poslovanje u skladu s najvišim etičkim normama i svim pozitivnim propisima. Tu svoju poslovnu politiku i odlučnost formalizirali smo i pretočili u dokument naslovljen **Kodeks poslovnoga ponašanja** koji je sastavni dio unutrašnjega akta tvrtke – **Pravilnika o radu**. **Kodeks poslovnoga ponašanja** sastavljen je tako da omogućuje potpuno i nedvosmisleno razumijevanje ponašanja koje se zahtijeva od svih naših

- obvezu poslodavca da osigura uvjete za pranje i čišćenje tijekom radnoga vremena
- pravo zaposlenika na zaštitu na radu, tj. mjere usmjerene na stvaranje sigurnih uvjeta rada, obvezu poslodavca da osigura siguran rad, da izvijesti povjerenika zaštite na radu o povredama na radu, kolektivnim nesrećama i profesionalnim bolestima, da osigura prethodni i redoviti zdravstveni pregled, omogući obuku zaposlenika na području zaštite na radu, osobito o zdravstvenoj sigurnosti zaposlenika.

propisima Republike Hrvatske. Iz svega je vidljivo da Coca-Cola HBC Hrvatska vodi politiku prema kojoj se poslovanje mora odvijati uz potrebnu brigu o zaštiti zdravlja i sigurnosti zaposlenika i zajednice u kojoj djeluje. Zdrav način funkcioniranja prati briga za očuvanje sigurne radne sredine.

31. prosinca 2008. godine osigurali smo mogućnost korištenja police dodatnoga zdravstvenog osiguranja za sve zaposlenike.

zaposlenika bez obzira na to gdje rade, a primjenjuje se na sve direktore, rukovoditelje i zaposlenike tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska. Njime su propisane naše osnovne vrijednosti i niz smjernica ispravnoga ponašanja predstavnika Coca-Cole HBC Hrvatska. Osnovna poruka **Kodeksa poslovnoga ponašanja** može se svesti na sljedeću definiciju: kao predstavnik tvrtke dužni ste uvijek postupati pošteno, obzirno i etički. Među ostalim **Kodeks** propisuje da nitko od

- zaposlenika nije ovlašten poduzimati nikakve radnje koje bi mogle biti povezane s korupcijom ili na bilo koji način štetiti ugledu tvrtke. Tijekom izvještajno-
ga razdoblja nije bilo nikakvih prijava ili događaja povezanih s pojavom korupcije na radnome mjestu.
- 2.18. **Kodeks poslovnoga ponašanja** koji se primjenjuje u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska daje smjernice za provođenje pravnih i etičkih norma kojima se štiti imovina i ugled tvrtke. Odnosi se na sve direktore, djelatnike i zaposlenike bez obzira na to gdje rade, tj. svi moraju poštivati **Kodeks** i pridržavati se smjernica navedenih u njemu. Svaki je zaposlenik nakon odslušane obuke održane u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska dobio svoj primjerak **Kodeksa**, a prihvaćanje smjernica potvrdio je svojim potpisom. Kršenje **Kodeksa** povlači za sobom stegovne mjere u skladu s vrstom i pojedinostima konkretne povrede. Također, svaka se dva tjedna elektroničkim putem šalju obavijesti o pojedinim područjima **Kodeksa** koji služe kao podsjetnik svim zaposlenicima kako se treba ponašati u određenim situacijama. **Kodeks** uključuje sljedeća područja:
- sukob interesa
 - financijsku evidenciju
 - korporativne mogućnosti i korištenje imovinom društva
 - pravično poslovanje
 - suradnju s vlastima
 - zaštitu informacija
 - zaštitu okoliša
 - sigurnost na radu.
- 2.19. Poznavanje **Kodeksa** i provedba unutrašnjih provjera testira se jednom godišnje u okviru SOX (Sarbanes Oxley Act) testiranja. Unutrašnje provjere primjenjuju sve tvrtke koje su uvrštene na burzu i u slučaju većih povreda, tj. neprovođenja unutrašnjih provjera, tvrtke u svojim godišnjim izvješćima moraju prijaviti takozvane materijalne slabosti. Coca-Cola HBC Hrvatska u svojim izvješćima nema materijalnih slabosti te možemo reći da ima učinkovit sustav unutrašnjih provjera. U slučaju povrede bilo koje odredbe **Kodeksa poslovnoga ponašanja**, pa tako i njegova dijela koji se odnosi na slučajeve povezane s korupcijom, provode se unutrašnji postupci te primjenjuju mjere u skladu sa **Zakonom o radu**.
- 2.20. Temelji naše tvrtke i njezina poslovanja jamče i isključuju svaku mogućnost postojanja poslovnih djelatnosti i rizika od pojave prisilnoga ili obveznoga rada. Ipak valja upozoriti na zakonsku mogućnost danu poslodavcu, a to je mogućnost preraspodjele radnoga vremena. Pod tim se podrazumijeva da se, ako vrsta posla to zahtijeva, puno ili nepuno radno vrijeme može preraspodijeliti tako da tijekom jednoga razdoblja traje duže, a tijekom drugoga kraće od punoga radnog vremena. Uz zakonske uvjete i ograničenja za primjenu te mogućnosti, a s obzirom na vrstu poslovnih djelatnosti i njihovu posebnost, u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska primjenjuje se preraspodjela radnoga vremena.
- 2.21. Kategorija starosjedilačkoga stanovništva nije aktualna na području Republike Hrvatske, a slijedom toga ni u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska. Zbog toga nema ni podataka o slučajevima kršenja takvih prava koje bi zahtijevale poduzimanje mjera za njihovo sprečavanje.

Kad je riječ o sigurnosnim pitanjima, ističemo da Coca-Cola HBC Hrvatska nema zaposlenih zaštitara. Sve poslove zaštite obavljaju tvrtke koje nude zaštitarske usluge. Dosad u redovitu obuku zaštitarskoga

osoblja nismo uključivali područja ljudskih prava ni našu socijalnu odgovornost, ali je planirano da se u 2009. godini navedena područja uključe u sve obuke i programe posebne obuke.

2.22.

Promicanje brige za zdravlje i sigurnosti na radu

Zakonske odredbe određuju da poslodavci s više od 250 zaposlenika i više pogona, odnosno pogona na više lokacija izvan sjedišta, moraju osnovati središnji odbor za zaštitu na radu čija je zadaća unaprijediti zaštitu na radu. Naša je tvrtka osnovala tri odbora za zaštitu na radu, jedan u Punionici Solin i jedan u Pu-

nionici vode Gotalovec te Središnji odbor za zaštitu na radu u Zagrebu. Svi članovi odbora istodobno su i povjerenici zaposlenika za zaštitu na radu. Naša je tvrtka obrazovala i osposobila devetnaest povjerenika na svim lokacijama.

2.23.

Proizvodna djelatnost uvijek podrazumijeva rizike. Sukladno tome, poduzeli smo niz mjera kako bismo povećali sigurnost naših zaposlenika i na najmanju moguću mjeru sveli rizik od ozljeda tijekom proizvodnoga procesa te u ostalim područjima poslovanja. Tako svi radnici prolaze posebnu obuku za osposobljavanje za siguran rad koja uključuje higijenu

rada, samopomoć i pružanje prve pomoći. Trenutačno je 30 zaposlenika na svim lokacijama posebno obučeno za pružanje prve pomoći. U posebnim kategorijama, na poslovima koji podrazumijevaju zakonski određene posebne uvjete rada, raspoređeno je prethodno raspoređenih 190 zaposlenika.

2.24.

Sigurnost i zdravlje naših zaposlenika, ponajprije u proizvodnji, jedan je od naših najvažnijih ciljeva. Tvrtka se ponosi iznimno dobrim rezultatima u području zdravlja i sigurnosti zaposlenika te uvelike brine o procjeni i sprečavanju rizika. Nadalje, tvrtka redovito, u cilju stalnoga poboljšanja procesa, prati i

nadzire sustave usmjerene očuvanju zdravlja i povećanju sigurnosti i njihovu učinkovitost. Broj ozljeda na radu u 2007. i 2008. godini prikazan je u tablici 2.6. Broj ozljeda ne uključuje neposredne ozljede koje se saniraju pružanjem prve pomoći.

2.25.

Ozljede na radu u Coca-Coli HBC Hrvatska u 2007. i 2008. godini

Tablica 2.6.

Pokazatelj	2007.	2008.
Broj zaposlenika ¹	725	724
Broj ozljeda	14	11
Broj smrtnih slučajeva	0	0
Broj skupnih ozljeda	0	0
Broj ozbiljnih ozljeda ²	6	6
Broj ozljeda na 1000 zaposlenika	19,3	15,9
Odnos između broja ozljeda na 1000 zaposlenih u društvu i djelatnosti	0,88	np

1 – prosjek zaposlenika na godišnjoj razini, 2 - ozbiljne se ozljede definiraju kao ozljede za koje je vrijeme oporavka dulje od 30 dana.

- 2.26. Stalno smanjenje ozljeda na radnome mjestu jedan je od temelja osiguranja kvalitete radnih uvjeta, stoga se iznimno ponosimo činjenicom da smo od samih početaka izvješćivanja uspješno smanjili stope ozljeda, koje su pokazatelj sigurnosti na radnome mjestu. Postotak učestalosti ozljeda pao je u 2008. godini u usporedbi s 2007. godinom za otprilike 18%. Prikaz kretanja stopa ozljeda donosi se u grafu 2.1. Broj ozbiljnih ozljeda također je znatno smanjen i, što je najvažnije, stalno smo znatno bolji od usporedivih prosjeka u našoj djelatnosti u Republici Hrvatskoj. Pokazatelji potvrđuju pozitivne trendove i nalaze se u tablici 2.7.

Tablica 2.7. Pokazatelji posljedica ozljeda u vidu izostanaka u 2007. i 2008. godini.

	2007.	2008.
SORM	1,89	1,51
SID	1.486,38	1.039,41
SI	11.891,04	8.315,24

Napomena: SORM – stopa ozljeda na radnome mjestu (odnos ukupnoga broja ozljeda i ukupnoga broja odrađenih sati); SID – stopa izgubljenih dana (odnos ukupnoga broja izgubljenih dana i ukupnoga broja odrađenih sati); SI – stopa izostanaka (odnos ukupnoga broja propuštenih dana ili dana u kojima je zaposlenik izostao s posla i ukupnoga broja odrađenih radničkih dana). Podaci za stopu profesionalnih bolesti nisu metodološki raspoloživi. Za više podataka, vidjeti GRI 3.

Graf 2.1. Ozljede na 1000 zaposlenika u razdoblju od 1999. do 2008.



- 2.27. U odnosu na 2007. godinu u 2008. godini broj radnih sati tijekom kojih su naši zaposlenici bili odsutni zbog bolovanja smanjen je za 2.360, što iznosi 31%. Temeljem analize zadovoljstva naših zaposlenika i stručnom analizom rezultata uveli smo program pomoći zaposlenicima koji omogućuje pravodobne i povjerljive savjete o svim važnim pitanjima, uključujući njihovu obitelj i privatne živote. Premda su se neki od dijelova programa pokazali neprivlačnima, poput programa besplatne pravne pomoći, aktivan pristup rješavanju problema i pomoći zaposlenicima znatno je utjecao na smanjenje propuštenoga broja radnih sati. Također, može se pretpostaviti je da je proces unapređenja standarda proizvodnje znatno utjecao na izostanke u sektoru proizvodnje.

Struktura propuštenoga broja radnih sati zbog bolovanja prema odjelima

Tablica 2.8.

2007. — pregled bolovanja prema odjelima		2008. — pregled bolovanja prema odjelima	
Odjel	Broj sati	Odjel	Broj sati
Distribucija	0	Distribucija	280
Financije	624	Financije	0
Prijevoz	1.472	Prijevoz	1.216
Proizvodnja ¹	4.096	Proizvodnja	2.800
Prodaja	1.328	Prodaja	1.024
Skladišta	160	Skladišta	0
Ukupno	7.680	Ukupno	5.320

Napomena: 1 – velik broj sati prouzročen pojedinačnim dugoročnim bolovanjima

Kako je najavljeno u prethodnome izvješću, sve su naše punionice certificirane i potvrđene OHSAS 18001 normom. Time smo sada upotpunili norme osiguranja kvalitete i sigurnosti proizvoda te zaštite

zdravlja i sigurnosti na radu. Stupanj normizacije procesa svrstava nas među vodeće tvrtke u Republici Hrvatskoj, a taj trend namjeravamo nastaviti i u budućnosti.

2.28.

Coca-Cola HBC Hrvatska trenutačno nema službene programe za pomoć radnicima, njihovim obiteljima ili zajednici u slučajevima ozbiljnih bolesti jer se postojeći programi odnose na pravno zastupanje. Me-

đutim, politika matične tvrtke o HIV-u/sidi primjenjuje se na naše zaposlenike, kao što se primjenjuju i sve ostale politike o uvjetima rada.

2.29.

Obučena radna snaga

Svaki zaposlenik naše tvrtke ima osobni primjerak **Kodeksa poslovnoga ponašanja** kojim prenosimo svoje temeljne vrijednosti. Pripremama za rad, obukom i

primjenom smjernica **Kodeksa poslovnoga ponašanja** svi su naši zaposlenici upoznati s ključnim stavovima tvrtke, uključujući različite aspekte ljudskih prava.

2.30.

Coca-Cola HBC Hrvatska tradicionalno posvećuje veliku pozornost programima obuke zaposlenika u cilju najveće moguće iskorištenosti potencijala svojih ljudi. Prosječan broj sati obuke zaposlenika od

2002. do 2008. godine nalazi se u tablici 2.8., dok je podrobnija struktura prosječnoga broja sati obuke po zaposleniku prikazana u tablici 2.9.

2.31.

Tablica 2.9. Sati obuke 2002. – 2008.

Godina	Prosječan broj sati obuke
2002.	20,7
2003.	25,0
2004.	17,0
2005.	11,1
2006.	25,1
2007.	32,61
2008.	21,92

Tablica 2.10. Struktura prosječnoga broja sati obuke zaposlenika

Odjel	Prosječan broj sati obuke	
	2007.	2008.
Proizvodnja	41,3	17,47
Distribucija	4,07	17,66
Skladište	7,58	4,32
Prodaja	37,81	29,75
Marketing	85,26	62,14
Financije	39,72	20,4
Ljudski potencijali	119,16	79,98
Informatika	22,51	37,27
Ostala administracija	22,77	23,4
Svi zaposlenici	32,61	21,92

- 2.32. Manji broj sati u 2008. godini povezan je s vrlo slabim kretanjem zaposlenika u posljednje dvije godine te s činjenicom da je ista populacija u 2006. i 2007. godini prošla većinu ključnih razvojnih aktivnosti. Stoga smo se u 2008. godine usmjerili na manji broj usko specijaliziranih radionica. Isto tako, u istoj godini usmjerili smo se na razvoj unutrašnjih snaga i sposobnosti većim brojem unutrašnjih radionica te na osposobljavanje naših zaposlenika za voditelje radionica (60% internih radioničkih sati).
- 2.33. U Coca-Coli HBC Hrvatska znanje i vještine zaposlenika procjenjuju se u cilju utvrđivanja trenutačne razine znanja i vještina zaposlenika, utvrđivanja njihovih razvojnih potreba te stvaranja individualnih planova razvoja. Izrada godišnjega plana usavršavanja provodi se redovito svake godine. Zaposlenici se usavršavaju ovisno o specifikacijama plana usavršavanja, njihovim trenutačnim obrazovnim potrebama ili na preporuku neposrednoga rukovoditelja. U posljednje dvije godine zanimanje je usmjereno na obrazovni program za linijske voditelje, koji su prepoznati kao ključna populacija zaposlenika u tvrtki. Riječ je o šestodnevnom programu od osam modula koji pruža znanja i podršku svima koji su odgovorni za vođenje ljudi. U 2007. godini taj je program pohađalo 12 zaposlenika, u 2008. broj rukovoditelja povećan je na 26, dok u 2009. planiramo uključivanje većega broja sudionika u taj program.

Sastavni dio naših programa obuke i pomoći zaposlenicima u unapređenju vještina zaposlenika su:

- unutrašnji tečajevi za osposobljavanje (npr. specijalizirane radionice za pojedine funkcije).
- vanjski tečajevi (npr. tečaj rukovanja viličarom, informatički tečajevi, tečaj engleskoga jezika i drugo)

Coca-Cola HBC Hrvatska ima razrađen sustav praćenja i mjerenja radnoga učinka koji obuhvaća: Forum razvoja ljudi – formalni godišnji proces, tj. ključan alat za učinkovito upravljanje profesionalnim razvojem pojedinca, a sastoji se od: razgovora, službenih sastanaka, procjene vještina, utvrđivanja potreba za razvojem, analize postojećih/potrebnih potencijala i planiranja organizacijskoga razvoja.

Godišnji plan nagrađivanja — uspješan i učinkovit sustav nagrađivanja u skladu je s poslovnom strategijom i uključuje specifična rješenja koja su prilagođena kulturi organizacije. Ovisno o utjecaju na poslovanje te sukladno radnomu mjestu na kojemu se zaposlenik nalazi jasno je određeno u koji je sustav nagrađivanja uključen. U našem sustavu 24% zaposlenika uključeno je u godišnje planove nagrađivanja. Cilj je godišnjih sustava povećanje angažiranosti zaposlenika koje se potiče prepoznavanjem i nagrađivanjem izvanrednoga učinka te individualnoga i poslovnoga doprinosa koji za posljedicu ima uspješno ostvarenje poslovnih ciljeva.

Tri su različita sustava nagrađivanja zaposlenika:

1. Plan nagrađivanja menadžera – kratkoročni, odnosno jednogodišnji plan nagrađivanja koji uključuje zaposlenike na rukovodećim položajima. Zaposlenike se nagrađuje razmjerno njihovu utjecaju na poslovanje.
2. Lokalni plan nagrađivanja – kratkoročni, odnosno jednogodišnji plan nagrađivanja koji uključuje zaposlenike na radnome mjestu voditelja, specijalista i

- pružanje financijske potpore za vanjsku obuku ili obrazovanje (dodiplomski i poslijediplomski studiji, stručna usavršavanja)
- obuka za unapređenje vještina upravljanja i komunikacije u poslovanju.

Prijelazni programi pomoći zaposlenicima koji odlaze u mirovinu ili im je prestao radni odnos omogućuju otpremninu. Pri isplati otpremnine uzimaju se u obzir godine službe zaposlenika.

analitičara. Zaposlenike se nagrađuje razmjerno, tj. 2.34. proporcionalno njihovu utjecaju na poslovanje.

3. Dugoročni plan nagrađivanja – trogodišnji plan nagrađivanja koji uključuje vrhunske menadžere.

Sustav procjene vještina za zaposlenike na operativnim radnim mjestima (npr. skladištari).

Poticajni dio plaće – 28% zaposlenika uključeno je u sustav nagrađivanja doprinosa zaposlenika poticajnom plaćom koja se ostvaruje na temelju mjesečnih rezultata, odnosno ispunjenja postavljenih ciljeva. Time se postiže mjerenje uspješnosti s pomoću ostvarenoga rezultata kod zaposlenika koji imaju izravan utjecaj na ključne mjesečne pokazatelje uspješnosti. Varijabilnom se plaćom potiče individualna i timska konkurencija prema ključnim pokazateljima koji ovise o organizacijskoj podjeli i radnome mjestu. Očit je izravan utjecaj zaposlenika na mjeru uspješnosti te je svakomu zaposleniku jasna veza između uspješnosti i poticajnoga dijela plaće. Prema navedenim kriterijima velik dio zaposlenika u prodaji te dio zaposlenika na poslovima naplate ima promjenljivi dio plaće.

Redoviti pregledni sastanci o ključnim pokazateljima poslovanja – sastanci mogu biti odjelni i međuodjelni, a obuhvaćaju pregled ostvarenih individualnih i timskih dnevnih/tjednih/mjesečnih ciljeva.

Primjenom svih navedenih alata svi naših zaposlenici primaju redovita izvješća o rezultatima i razvoju karijere. Podrobne individualne razvojne planove ima 23% zaposlenika.

2.36. U 2008. godini održana je cjelodnevna radionica pod nazivom Spretni za budućnost (eng. **Fit For The Future**) koja se tiče aspekata ljudskih prava, a odnosi se na naše potrošače. Na radionici je sudjelovalo 55 naših djelatnika (8%). U skladu s novou-

2.37. Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. među prvima je u Hrvatskoj dobila certifikat izvrsnosti u upravljanju ljudskim potencijalima **PoslodavacPartner**, koji dodjeljuje internetski portal MojPosao i Selectio grupa. Certifikat **PoslodavacPartner** dodjeljuje se za kvalitetno upravljanje ljudskim potencijalima organizacijama koje zadovolje unaprijed postavljene norme, a na temelju bodovanja kvalitete sljedećih područja i procesa:

- strategije
- regrutiranja i selekcije
- rada, motivacije i nagrađivanja
- usavršavanja i razvoja
- odnosa prema zaposlenicima.

Raznolikost, jednake mogućnosti i nediskriminacija

2.38. Zakonski propisi u Republici Hrvatskoj usklađeni su s europskom praksom jamčenja nediskriminacije i jednakih mogućnosti. Budući da smo nacionalna tvrtka, politike i postupanja postupovna pravila naše matične tvrtke dodatno su jamstvo poštivanja međunarodnih i nacionalnih norma. U Članku 5. naše Politike o ljudskim pravima sastavljene u skladu s politikama tvrtka The Coca-Cola Company i Coca-Cola Hellenic Bottling Company, naša se tvrtka jasno obvezuje na nediskriminiranje na osnovi rase, socijalnoga statusa, etničnosti, religije, tjelesnoga invaliditeta, spola, seksualne orijentacije, članstva u sindikatu, političkoga mišljenja i starosti. Izričito se izjavljuje da tvrtka neće dopustiti ponašanja, djelovanja ili geste koje se smatraju spolnim napa-

svojenom politikom o ljudskim pravima sljedećih godina planiramo znatno opsežniju obuku zaposlenika o politikama i postupcima koji se tiču aspekata ljudskih prava.

Tijekom 2007. i 2008. godine obnovili smo status **PoslodavacPartner**, čime smo se još jednom potvrdili kao tvrtka koja zadovoljava sve norme upravljanja ljudskim resursima, a ujedno ima i prednost pred konkurencijom u nastojanju da se najboljemu kadru nametne kao poslodavac prvoga izbora.



stovanjem. Radeći u europskome okruženju, nismo utvrdili nikakav izravan rizik u smislu iskorištavanja dječjega rada te nametanja prisilnoga ili obveznoga rada. Primjenom smjernica prema dobavljačima prenosimo našu praksu i vrijednosti na dobavljače, ali se tim smjernicama i vodimo pri odabiru budućih dobavljača ili suradnika. Praksa je tvrtke korištenje unutrašnjim kapacitetima čime se, kada je to moguće, daje prednost unapređivanju i zapošljavanju postojećih zaposlenika unutar tvrtke. Zapošljavanje novih djelatnika u prvome je redu usmjereno nacionalnomu tržištu rada jer se putem naših internetskih stranica omogućuje stalno prijavljivanje potencijalnih zaposlenika.

Kodeks poslovnoga ponašanja matične tvrtke i naša unutrašnja postupovna pravila nalažu jasno i nedvosmisleno postupanje u slučajevima kršenja pravila ponašanja ili disciplinskih pitanja. Nužan je preduvjet disciplinskih ili s njima povezanih postupanja objektivnost i pravilna zastupljenost. Smjernicama je svim stranama omogućeno iznošenje argumenata, uz predočenje rezultata Radničkom vijeću. Tvrtka je odredila nositelje dužnosti povjerenika kao posrednika u slučaju da se primijete naznake zlostavljanja

na radnome mjestu ili za zaštitu „zviždača“. Postojeći postupovni protokoli, u cilju postizanja najvišega stupnja jasnoće, jasno pokazuju tko obnaša koju dužnost i koje su mu odgovornosti. U ozbiljnim je slučajevima krajnja mjera pokretanje postupka na sudu. Za vrijeme izvještajnoga razdoblja nije bilo nikakvih prijavljenih incidenata povezanih s diskriminacijom, ozbiljnim kršenjem jednakih mogućnosti ili kršenjem ljudskih prava zaposlenika.

2.39.

Upravljačka struktura naše tvrtke sastoji se od glavnoga direktora i članova višega menadžmenta. Viši menadžeri odgovorni su glavnome direktoru, koji je istodobno odgovoran regionalnomu menadžeru matične tvrtke. Nadzorni odbor zadužen je za nadzor nad poslovanjem. Glavni direktor u Hrvatskoj odlaskom je na novu funkciju 2008. godine zamijenjen grčkim državljaninom (obojica u dobnoj kategoriji 31 — 50 godina). Viši menadžment Coca-Cole HBC Hrvatska u 2007. godini sastojao se od 12 članova,

od čega je bilo 7 žena i 5 muškaraca, a to je 71% od ukupnoga broja članova. Svi su članovi, osim glavnoga direktora, iz Hrvatske. Međutim, samo su tri muška člana imala izvršne dužnosti unutar tima. U 2008. godini promijenjena je struktura tima te on sada uključuje 8 žena i 3 muškarca. Radničko vijeće kao predstavničko tijelo svih zaposlenika uključuje 5 muškaraca i 3 žene. Pregled strukture višega menadžmenta prikazan je tablicom 2.11.

2.40.

Struktura tima višega menadžmenta prema dobi i državljanstvu

Godina	Spol	31 — 50	51+	Omjer M/Ž	Ukupno	Državljanstvo
2007.	muškarci	4	1	0,7	5	RH – lokalno
	žene	6	1		7	RH – lokalno
	Ukupno	10	2		12	
2008.	muškarci	3	0	0,4	3	RH – lokalno/grčko
	žene	8	0		8	RH – lokalno
Ukupno	11	0			11	

Tablica 2.11.

Usporedba odnosa osnovice plaća muškaraca i žena prema kategorijama zaposlenja pokazuje da žene u prosjeku primaju 29% višu plaću od muškaraca. Osnovna se plaća temelji na radnome mjestu, što znači da je rad na tome radnom mjestu nagrađen jednako, neovisno o spolu, godinama ili bilo kojoj drugoj kategoriji. Međutim, u strukturi zaposlenika

žene su zaposlene na više administrativnih položaja nego muškarci koji većinom rade na prodajnim, proizvodnim ili operativnim radnim mjestima. Administrativna radna mjesta u pravilu imaju viši koeficijent u usporedbi s operativnim i ostalim radnim mjestima. Međutim, u smislu ukupne naknade koja nije uključena u ovaj izračun, muškarci imaju veću

2.41.

naknadu zbog višega iznosa stimulativnih naknada na radnim mjestima operativne ili terenske prirode. Prisutne su i dodatne poticajne mjere koje doprinose osobnim prihodima poput, primjerice, korištenja vo-

zilom ili naknade za terenski rad. Na administrativnim radnim mjestima dodatne se naknade ostvaruju prekovremenim radom. Ostale su povlastice jednake za sve zaposlenike.

Tablica 2.12. Struktura zaposlenika prema spolu

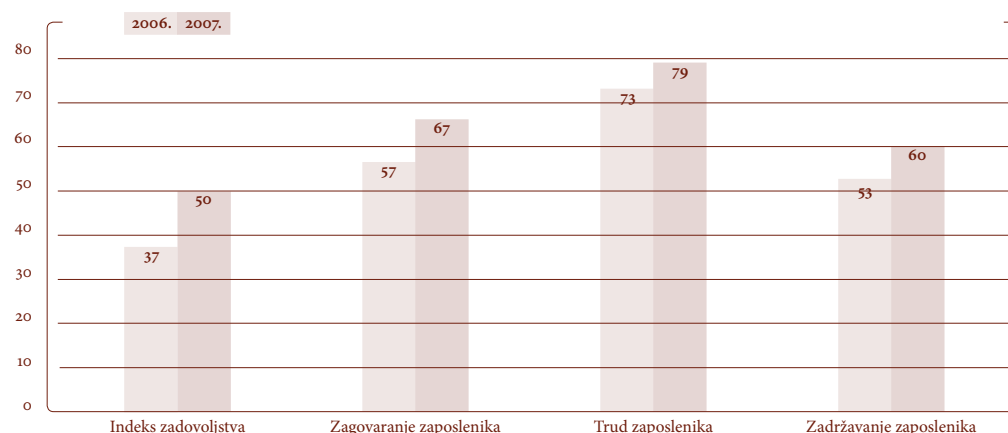
Godina	Spol	do 30	Omjer M/Ž	31 – 50	Omjer M/Ž	51+	Omjer M/Ž	Σ
2007.	muškarci	119	-21%	383	-31%	60	-38%	562
	žene	49		81		9		
	Ukupno	168		464		69		
2008.	muškarci	112	-22%	385	-36%	63	-28%	560
	žene	47		81		9		
	Ukupno	159		466		72		

Zadovoljstvo i uključenost zaposlenika

2.42. Zadovoljstvo zaposlenika među našim se zaposlenicima redovito istražuje. Svake se godine provodi opsežna anketa zaposlenika u cilju dobivanja redovitih podataka o zadovoljstvu zaposlenika, usporedivih

na nacionalnoj razini, ali i s podacima ostalih tvrtka unutar Grupe. Neki od rezultata provedenoga istraživanja nalaze se na slici 2.2.

Slika 2.2. Rezultati istraživanja zadovoljstva zaposlenika u 2006. i 2007. godini



Unatoč pozitivnim rezultatima istraživanja analiza je pokazala da ima mjesta za poboljšanje, i to u područjima „tvrtke kao mjesta na kojemu je zabavno raditi“ i „plaća i nagrade“. Međutim, svi su rezultati nadmašili rezultate iz 2006. godine i u prosjeku su bolji od prosjeka matične Grupe. Pokazalo se da je odaziv zaposlenika na svim lokacijama bio velik, ali i da strategija upravljanja pokazuje pozitivne rezultate. Naime, jedan je od praktičnih rezultata istraživanja analiza rezultata na temelju kojih tvrtka provodi mje-

re koje su izravno usmjerene rješavanju utvrđenih izazova. Tako su već u 2008. godini poduzete mjere usmjerene povećanju zadovoljstva u navedenim područjima, i to restrukturiranjem sustava nagrađivanja i poticanjem mjera koje bi trebale doprinijeti poboljšanju zadovoljstva s radnim mjestom. Neke su od tih mjera spomenute i u ovome izvješću. Budući da se rezultati provedenih mjera mogu očekivati tek nakon analiza, dakle u 2009. godini, njih ćemo prikazati u sljedećemu izvješću o održivosti.

2.43.

U prošlosti su izvješću prikazani rezultati ankete koji su se pokazali mješovitima, a ujedno su i odražavali posljedice neslaganja između Sindikata i Uprave zbog restrukturiranja poslovanja tvrtke. Izravna je posljedica bila iscrpno istraživanje o zadovoljstvu zaposlenika u 2007. godini kako bi se pokušalo prepoznati izvore zadovoljstva, ali i nezadovoljstva zaposlenika. To istraživanje nije bilo godišnje istraživanje zadovoljstva, već stručno istraživanje koje su

proveli vanjski stručnjaci s Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu te je provedeno putem odabranih skupina. To je istraživanje nadilazilo uobičajene okvire istraživanja jer je pokazalo nerazmjere prema lokacijama. Prouzročilo je izradu akcijskoga plana temeljem kojega su znatno povećani angažiranost i zadovoljstvo zaposlenika, a što je potvrđeno prikazanim godišnjim istraživanjem.

2.44.

NAJBOLJI STUDENTI USKORO NA PRAKSI U COCA-COLI HBC HRVATSKA

Predstavnici Coca Cole HBC Hrvatska potpisali su u 2008. godini ugovor o suradnji sa studentskom udrugom eSTUDENT u sklopu koje će najbolji studenti Sveučilišta u Zagrebu već početkom iduće godine imati priliku raditi na stvarnim poslovnim slučajevima. Najboljima među njima nudi se mogućnost obavljanja studentske prakse te zasad jedinstvena prilika rada s najužim timom tvrtkinih menadžera.

„Za najkvalitetnije studente spremni smo osigurati najpoticajnije prilike kakve se još uvijek rijetko mogu dobiti na tržištu rada. To uključuje i priliku za rad na projektima u timu naših vodećih menadžera i u uredu glavnoga direktora.“ (Martina Roša, specijalistica za obrazovanje i razvoj kadrova)

Kako je došlo do ideje o suradnji s udrugom eSTUDENT?

Martina Roša: Suradnju smo započeli prije svega zato što želimo biti najbolji poslodavac u Hrvatskoj. To je, uostalom, u skladu s našom vizijom da želimo biti predvodnik na svim tržištima na kojima se natječe-

mo, a upravo bi nam eSTUDENT mogao biti izvrstan partner koji će nam pomoći da se popnemo na ljestvici najpoželjnijih poslodavaca u Hrvatskoj.

Na koji način?

Martina Roša: Tvrtka „Moj Posao“ svake godine provodi istraživanje pod nazivom Poslodavac prvoga izbora. U 2007. godini našli smo se na 12. mjestu na ljestvici, što je porast od dva mjesta u odnosu na godinu prije. Pritom valja reći da smo trenutačno drugi na ljestvici tvrtki proizvođača robe široke potrošnje, odmah

iza Agrokora, što je izvrsno, no želimo se snažnije istaknuti i među tvrtkama iz drugih područja. Smatramo da je eSTUDENT idealna prilika da se predstavimo mladim obrazovanim ljudima te pritom popnemo na ukupnoj ljestvici najboljih poslodavaca.

Predviđa li se suradnja i izravan pristup mladim talentima?

Martina Roša: To je jedan od najbitnijih razloga naše suradnje jer, uz bolje mjesto na ljestvici Poslodavaca prvoga izbora, upravo izravnim pristupom mladim nadarenim ljudima želimo i dodatno ojačati našu

robnu marku i skratiti postupak odabira, ali se i razlikovati od poslodavaca sa slabijim menadžmentom ljudskih potencijala te pretočiti naše poslovne potrebe u ciljane projekte.

Među prvim projektima spominjete izrade poslovnih slučajeva. O čemu je zapravo riječ?

Martina Roša: U ovoj je akademskoj godini prvi i najvažniji projekt u koji ćemo se uključiti projekt pisanja poslovnih slučajeva. Članovi udruge eSTUDENT svake godine imaju natjecanje u pisanju poslovnih slučajeva, a najnovije je raspisano za početak 2009. godine i traje od četiri do šest tjedana. Naša je uloga da odredimo teme poslovnih slučajeva te mentore koji

će raditi sa studentima. Ekonomski fakultet iz Zagreba za svaki tim određuje profesora mentora koji će studente obučiti za pisanje slučajeva, dok smo mi unutar tvrtke već izvijestili sektore marketinga, prodaje i operativnih poslova o projektu. Trenutačno radimo na definiranju tema.

Naši ciljevi

2.45.

U prethodnome izvješću postavili smo pet ciljeva u području radnoga mjesta za razdoblje 2007. – 2008. U tablici su prikazani rezultati naših napora.

Ciljevi za razdoblje 2007. – 2008.	Ostvarenost i napomene
1. Provesti OHSAS 18001 na svim našim radnim mjestima.	U potpunosti provedeno.
2. Postići bolje rezultate kad je riječ o ključnim aspektima angažiranosti zaposlenika.	U potpunosti provedeno, uvedene mjere za buduća poboljšanja.
3. Održati ili poboljšati izvješće o nesrećama.	U potpunosti provedeno.
4. U našem sljedećem izvješću o održivosti izvijestiti o svakome cilju.	U potpunosti provedeno.







OKOLIŠ

Naša predanost i pristup

U pristupu problematici okoliša Coca-Cola HBC Hrvatska slijedi načelo upravljanja okolišem tvrtke The Coca-Cola Company i matične tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company koje se temelji na stajalištu da poslovanje treba biti usmjereno zaštititi, očuvanju

Praktična je smjernica smanjivanje utjecaja na okoliš na najmanju moguću mjeru u svakodnevnomu poslovanju primjenom načela neprekidnoga pobolj-

U svim je našim punionicama uspješno primijenjen sustav upravljanja okolišem ISO 14001 te **eKO system** tvrtke The Coca-Cola Company, čime se osigurava učinkovitost upravljanja okolišem i naše stalno djelovanje u cilju postizanja održivoga razvitka. Strateška zauzetost za učinkovito upravljanje utjecajem na okoliš temelji se na cjelovitomu pristupu koji uključuje:

- prepoznavanje elemenata utjecaja na okoliš
- ciljeve i planove upravljanja okolišem
- strog sustav procjene rizika
- sustav unutrašnjega nadzora
- stalnu izobrazbu i podizanje ekološke svijesti naših zaposlenika

i unapređenju okoliša. Poslovno stajalište tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska kao vodeće hrvatske tvrtke u proizvodnji i distribuciji bezalkoholnih napitaka jest djelotvoran doprinos u osiguranju čistoga i zdravoga okoliša za sadašnje i buduće naraštaje.

šavanja. Upravljanje okolišem i načelo održivoga razvoja temelj su svih poslovnih odluka te je **Politika upravljanja okolišem** osnovni dokument.

- našu odlučnost da težimo stalnome poboljšanju
- izvješćivanje svih dionika naše tvrtke o upravljanju okolišem.

U svim punionicama i na razini tvrtke postoje definirani operativni planovi, postupovna pravila, radne upute, sustav nadzora nad svim važnim procesima u upravljanju okolišem te hijerarhijska kadrovska shema odgovornosti. U 2008. godini otvoreno je radno mjesto pod nazivom **specijalist za sustave upravljanja okolišem** u cilju još boljega usklađivanja svih poslova zaštite okoliša u našim punionicama i vođenja poslovanja sukladno zakonskim aktima Republike Hrvatske, koji se intenzivno usklađuju sa zakonodavstvom Europske unije.

3.

3.1.

3.2.

3.2.

- 3.3. Svjesni da će rezultati naših napora oko neprekidnoga poboljšavanja proizvodnih procesa i poslovne prakse imati izravnih posljedica na naš ukupni utjecaj na okoliš, neprekidno provodimo mjere usmjerene povećanju učinkovitosti tih napora. Tako je dio naše politike aktivan pristup razvoju svijesti naših dobavljača jer sa svim dobavljačima razmjenjujemo norme o zaštiti okoliša i dostavljamo im našu Politiku zaštite okoliša. Svi se vanjski izvođači radova na našim lokacijama moraju pridržavati visokih ekoloških normi, a njihov je rad nadziran. U svim područjima poslovanja usmjereni smo prema njegovu poboljšanju, tako da težimo smanjenju proizvedenoga otpada, ali i stalnom povećanju udjela oporabljenoga materijala u proizvodnji (vidjeti tablicu 3.2.).
- 3.4. Ulaganje u obrazovanje i optimizacija procesa rezultirala je aktivnijim pristupom zaštiti okoliša, primjerice tako da smo uložili sredstva u učinkovitija i ekološki prihvatljivija motorna vozila našega voznog parka, ali i za naše dostavljače. Međutim, sveobuhvatna politika podizanja svijesti naših zaposlenika o društveno odgovornome poslovanju rezultirala je i inovacijama na radnome mjestu, tako da zahvaljujući idejama i prijedlozima zaposlenika sada smanjuje mo količinu otpada na radnim mjestima koja nisu izravno povezana s proizvodnjom – primjerice ne upotrebljavamo velike količine čaša za jednokratnu uporabu. Taj naizgled malen pomak znak je jačanja svijesti naših zaposlenika o nužnosti stalnoga poboljšanja našega utjecaja na okoliš općenito. Pojedinačni iznosi ulaganja u projekte zaštite okoliša za 2007. i 2008. godinu nalaze se u tablici 3.1.

Tablica 3.1. Pregled dijela ulaganja u zaštitu okoliša prema vrsti ulaganja, 2007. i 2008.

2007.	Ulaganje, u HRK	2008.	Ulaganje, u HRK
Gospodarenje otpadom	120.000	Gospodarenje otpadom	190.000
Naknade za otpad (komunalne)	254.000	Naknade za otpad (komunalne)	250.000
Gospodarenje otpadnim vodama	457.000	Gospodarenje otpadnim vodama	380.000
Naknade za pročišćivanje i zaštitu voda	2.332.000	Naknade za pročišćivanje i zaštitu voda	2.569.000
Ostale djelatnosti u zaštiti okoliša	856.000		

- 3.5. U ovome se izvješću o održivosti, sukladno praksi izvješćivanja naše matične tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company, nastavljamo pridržavati Inicijative za globalno izvješćivanje (GRI) te tablično prikazujemo sve bitne podatke u čijemu se prikazu kao mjerna jedinica uzima litra proizvedenoga pića (l/lpb). Težnja da se dugoročno postigne usporedivost podataka nastavljena je u ovome izvješću, ali potrebno je naglasiti da to nije uvijek u potpunosti moguće provesti zbog promjena u metodologiji nadzora i sustava nadzora. Unatoč tomu, možemo primijetiti važne pomake i nekoliko izazova za budućnost. U ključnim područjima ekološkoga poslovanja postavljamo ciljeve za sljedeće dvije godine u dogovoru s matičnom tvrtkom. Redovito izvješćujemo matičnu tvrtku o svim važnim čimbenicima utjecaja na okoliš, uključujući sirovine, prijevoz, opremu za rashlađivanje pića i usklađenost sa zakonom.

Glavne su aktivnosti politike održivoga razvoja, usklađene s politikom matične tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company, sljedeće:

- stalno smanjivanje potrošnje vode
- obrada otpadnih voda

- stalno smanjivanje potrošnje energije
- stalno smanjivanje količine proizvedenoga otpada
- stalno povećavanje udjela oporabljena otpada
- najveće moguće smanjenje emisije stakleničkih plinova.

3.6.

Pregled politike održivoga razvoja koji primjenjujemo u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska sastoji se od izravnih i neizravnih učinaka i postupaka koje poduzimamo u cilju povećanja poslovne učinkovitosti, ali i dodatnoga pozitivnoga učinka na okoliš. U shemi 3.1 donosimo pregled mjera i učinaka kako bismo ilustrirali cjelovitost pristupa zaštiti okoliša i politike upravljanja okolišem, ali i međudjelovanje naše tvrtke s okolinom i pozitivne učinke kojima težimo.

3.7.

Pregled mjera i učinaka politike upravljanja okolišem

Shema 3.1.



POLITIKA ZAŠTITE OKOLIŠA

Tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. predana je odgovornom obavljanju svojih poslovnih aktivnosti uz dužno poštovanje učinka na okoliš i održivi razvoj. Tvrtka vjeruje da je okoliš odgovornost svih nas te su svi zaposlenici odgovorni za rezultate u zaštiti okoliša.

Naša politika zaštite okoliša odraz je prakse unutar **Coca-Cola Hellenic Bottling Company** kojoj pripadamo te **The Coca-Cola Company** od koje smo dobili ekskluzivno pravo punjenja širokog spektra gaziranih i negaziranih bezalkoholnih pića te izvorske vode.

Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. teži neprestanom ostvarivanju boljih rezultata u ispunjavanju svojih normi zaštite okoliša, istovremeno radeći na smanjenju negativnog učinka na okoliš na lokalnoj i globalnoj razini usporedo s razvojem poslovanja te tako teži i zadovoljenju očekivanja dionika.

Kako bi postigla ove ciljeve, tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. čini sljedeće:

- Obavlja poslovanje u skladu s važećim zakonima i propisima, a koji se odnose na aspekte okoliša tvrtke, te primjenjuje svoje visoke unutrašnje norme zaštite okoliša.
- Provodi i certificira ISO 14001, međunarodno priznati sustav upravljanja zaštitom okoliša u svom cjelokupnom poslovanju, u svrhu osiguranja odgovornosti i trajnog poboljšanja.
- Primjenjuje visoke ekološke standarde koji su postavljeni unutar **Coca-Cola Hellenic Bottling Company** i sustava **The Coca-Cola eKOsistem**.
- Uključuje strategije, opće i pojedinačne ciljeve zaštite okoliša u proces poslovnog planiranja kako bi osigurala da upravljanje utjecajem na okoliš bude sastavni dio njezinog poslovanja.
- Postavlja opće i pojedinačne ciljeve zaštite okoliša, prati rezultate i revidira procese u svrhu postizanja što boljih rezultata u odnosu na visoke norme zaštite okoliša.
- Utvrđuje i provodi načine boljeg korištenja materijala i resursa, smanjenja emisija na minimum te recikliranje otpada.
- Obvezuje se na zaštitu voda putem štednje i pročišćavanja otpadnih voda.
- Obvezuje se na zaštitu klime smanjenjem korištenja energije i emisija iz rashladnih tekućina.
- Ima vodeću ulogu u industriji bezalkoholnih napitaka u promicanju održive ambalaže putem smanjenja težine i recikliranjem ambalaže napitaka.
- Potiče i obučava svoje zaposlenike za prepoznavanje i djelovanje u poboljšanju učinkovitosti upravljanja zaštitom okoliša i otpadom u područjima u kojima rade.
- Suraduje sa zainteresiranim stranama u pronalaženju i razvijanju rješenja problema zaštite okoliša na koje tvrtka može imati značajan i trajan utjecaj.
- Prenosi svoje uvjete vezane uz zaštitu okoliša i rezultate dionicima.

Odjel za osiguranje kvalitete Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. odgovoran je za nadgledanje provedbe ove politike. Kao glavni direktor izražavam osobnu predanost politici zaštite okoliša tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. i osiguranju uspješne realizacije naših strategija i ciljeva. Svi zaposlenici tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o., na svim razinama i funkcijama, odgovorni su za uspješnu provedbu ove politike.

Nikolaos Kalaitzidakis
glavni direktor

13. ožujka 2009.



	Ukupno, 2007. godina 1000 litara	Relativni iznos, 2007.	Ukupno, 2008. godina 1000 litara	Relativni iznos, 2008.	
PROIZVODNJA					
Ukupna proizvodnja	152.942,00		161.521,00		
Solin	36.243,00		38.129,00		
Zagreb	104.650,00		110.601,00		
Gotalka	12.049,00		12.791,00		
MATERIJALI					
EN1	Upotrijebljeni materijali	kg	g/lpb	kg	g/lpb
	Šećer i fruktoza	18.815.714,00	123,03	19.740.562,00	122,22
	Koncentrat	2.282.585,00	14,92	2.186.628,00	13,54
	PET (boce)	4.151.701,00	27,15	3.955.221,00	24,49
	Plastika (zatvarači)	370.167,00	2,42	272.888,00	1,69
	Metal (zatvarači)	268.171,00	1,75	360.967,00	2,23
	PE (etikete i folije)	481.051,00	3,15	507.564,00	3,14
	Staklo	7.164.634,00	46,85	4.265.257,00	26,41
	Aluminij	114.182,48	0,75	94.984,50	0,59
	Papir (naljepnice)	45.041,00	0,29	44.190,00	0,27
	Karton	389.047,00	2,54	369.675,00	2,29
	Drvo	637.760,00	4,17	672.865,00	4,17
EN2	Udio materijala iz oporabljenih izvora	Više materijala potječe iz oporabljenih izvora, vidjeti točku 3.9.			
ENERGIJA					
EN3	Izravna potrošnja	MJ	MJ/lpb	MJ	MJ/lpb
	Električna energija	94.226.172,00	0,62	91.576.207,00	0,57
	Električna energija	53.910.619,00	0,35	52.895.596,00	0,33
	Lagana ulja za grijanje	19.742.308,00	0,13	19.441.032,00	0,12
	Teška ulja za grijanje	0,00	0,00	0,00	0,00
	Prirodni plin	16.024.324,00	0,10	17.995.311,00	0,11
	LPG	4.548.921,00	0,03	1.244.268,00	0,01
EN4	Neizravna potrošnja (primarna)	MJ	MJ/lpb	MJ	MJ/lpb
	Električna energija	156.340.795,10	1,0222	153.397.228,40	0,9497
	Fosilna goriva	13.000.000,00	0,0850	19.000.000,00	0,1176
EN19	Iskorištena energija i uređaji za hlađenje	MJ	MJ/lpb	MJ	MJ/lpb
	Ukupna potrošnja el. energije za uređaje	329.164.289,00	2,1522	352.242.950,00	2,1808

	Hladnjaci	315.491.464,00	2,0628	340.223.796,00	2,1064
	Hlađeni aparati	6.487.873,00	0,0424	6.250.039,00	0,0387
	Fontane	7.184.952,00	0,0470	5.769.115,00	0,0357
	Ušteda energije u punionicama	vidjeti tekst			
	VODA	1000 litara	l/lpb	1000 litara	l/lpb
EN8	Ukupna potrošnja vode	346.924,00	2,27	342.572,00	2,12
	Iskorištena voda, po izvoru				
	(% iz javnih crpilišta)	91,21%		91,89%	
	Solin	112.272,00	3,10	100.344,00	2,63
	Zagreb	204.173,00	1,95	214.460,00	1,94
	Gotalka	30.479,00	2,53	27.768,00	2,17
EN9	Izvori vode znatno ugroženi crpljenjem	0		0	
EN10	Udio oporabljene i ponovno upotrijebljene vode	20.000,00 (6%)	0,13	28.500,00 (8%)	0,18
	EMISIJE, OTPADNE VODE I OTPAD				
EN16	Emisije stakleničkih plinova	u tonama	g/lpb	u tonama	g/lpb
	Emisije CO ₂ , izravne (punionice i vozni park)	5.290,00	34,59	5.139,00	31,82
	Emisije CO ₂ , neizravne (električna energija)	5.674,00	37,10	4.574,00	28,32
	Emisije HFC	0,08	0,00	0,08	0,0005
	CO ₂ za karbonizaciju napitaka	2.290,00	14,97	2.476,00	15,33
EN17	CO ₂ iz aparata za hlađenje	35.418,00	231,58	38.046,00	235,55
EN19	Emisije tvari koje uništavaju ozon	kg		kg	
	CFC i HCFC (kg)	0,00		25,00	
EN20	Ostale važne emisije u zrak	kg	mg/lpb	Kg	mg/lpb
	NOX	883,05	5,77	906,70	5,61
	SO ₂	4,55	0,03	4,98	0,03
	Čestice	12,92	0,08	13,26	0,08
EN22	Kruti otpad	u tonama	g/lpb	u tonama	g/lpb
	Ukupno krutoga otpada	5.276,00	34,50	2.170,00	13,43
	Oporaba i povrat energije	4.804,00	31,41	1.885,00	11,67
	Stvoreni opasni otpad	32,50	0,21	26,50	0,16

EN21	Ispusne vode		l/lpb		l/lpb
	Količina otpadnih voda (1000 litara)	193.982,00	1,27	181.051,00	1,12
	Prosječna potrošnja kemijskoga kisika (COD)	34,03		52,00	
EN25	Staništa pogodoena ispusnim vodama	nema		nema	
EN23	Izljevi kemikalija, ulja i goriva	nema		nema	
PROIZVODI I USLUGE					
EN27	Udio povratne ambalaže	ovisno o vrsti, regulirano zasebnim zakonom i pravilnicima			
PRIDRŽAVANJE PROPISA					
EN28	Prekršaji i kazne	nema		nema	
PRIJEVOZ					
	Učinak prijevoza na okoliš	n/a		n/a	
	Broj vozila	350	ml/lpb	320	ml/lpb
EN29	Potrošnja goriva (u litrama)	1.034.062,00	6,76	1.016.057,00	6,29
	Transport	u litrama	l/lpb	u litrama	l/lpb
	Dizel	995.778,00	0,0065	1.010.236,00	0,0063
	Benzin	38.284,00	0,0003	5.821,00	0,0000
	Procjena dizela u vanjskim ili leasing vozilima		0,0000		0,0000

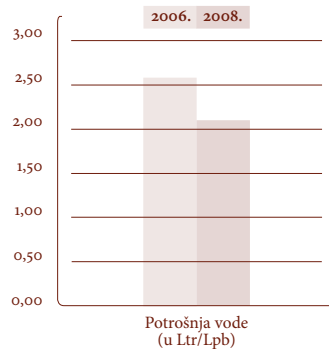
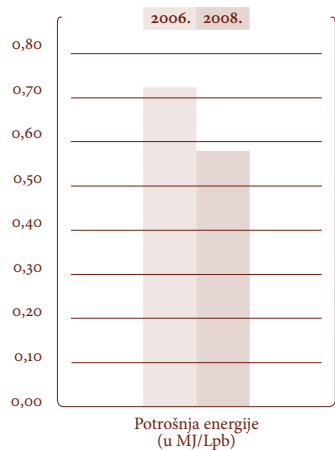
Tablica 3.1. odnosi se na izvještajno razdoblje 2007. – 2008. godine i u njoj se uzimaju u obzir GRI 3 pokazatelji učinka. U posljednjemu smo izvješću identificirali nedostatke u sustavu izvješćivanja. Ovoga puta

poduzete su dodatne mjere kako bi prikazani podaci bili što opsežniji i pregledniji. Zbog toga su svi podaci svedeni na učinak po litri proizvedenoga pića.

3.8.

Poboljšanje učinkovitosti u iskorištavanju energije i materijala

- 3.9. Kako je i navedeno u prethodnim izvješćima, posebnost je našega poslovanja u tome što možemo izdvojiti tri ključna izvora potrošnje energije, materijala i emisija, a to su: punionice, prijevoz i oprema za rashlađivanje pića. U izvještajnome je razdoblju proizvodnja u našim punionicama porasla za 14,3%, ali je istodobno smanjenje direktne potrošnje energije od oko 11,7% i smanjenje indirektno potrošnje energije od oko 12,3%. Također, za potrebe proizvodnje upotrebljava se ugljikov dioksid (CO₂) koji u potpunosti potječe iz oporabljanih izvora, i staklena ambalaža, od koje je, prema dostupnim podacima naših dobavljača, 15% iz oporabljanih izvora. Nadalje, stalna poboljšanja proizvodnoga procesa u našim punionicama prouzročila su smanjenje potrošnje energije s 0,75 MJ/lpb u 2006. godini na 0,57 MJ/lpb u 2008. godini. Posebno je važno naglasiti poboljšanja u sustavu proizvodnje plastične ambalaže, prouzročena u prvome redu povećanjem uporabe materijala u proizvodnome procesu, ali i centralizacijom u punionici Zagreb, čime je racionalizirana potrošnja električne energije. Sva naša postrojenja prešla su na energetski učinkovitiju rasvjetu. U skladištima smo ugradnjom uređaja za opskrbu viličara ukapljenim naftnim plinom dodatno unaprijedili prijevozna sredstva. Trenutačno se to odnosi na skladišta u Zagrebu, ali se planira provesti i na ostalim lokacijama.
- 3.10. Potrošnja energije naših hladnjaka na tržištu povećala se zbog povećanja broja postavljenih hladnjaka. Svjesni potrebe za racionalizacijom potrošnje energije svake godine nabavljamo sve više nove opreme potrebne za rashlađivanje pića naših kupaca koja je energetski učinkovitija, prihvatljivija, a sadržava samo za ozon neštetne plinove. Tako smo u 2007. godini nabavili 3.074, a u 2008. godini 3.105 novih hladnjaka. U odnosu na razdoblje 2005. – 2006. godine, u 2007. i 2008. godini izravna emisija CO₂, kao glavnoga stakleničkog plina smanjena je u apsolutnome (u kg) i u relativnome iznosu (g/lpb). U 2006. godini emisija iz punionica i iz voznoga parka bila je 6.381 tonu CO₂ ili 46,06 g/lpb, dok je u 2008. godini emisija CO₂ iz istih izvora iznosila 5.139 tona ili 31,82 g/lpb, čime smo ispunili očekivanja o smanjenju emisija iz prethodnoga izvješća.
- 3.11. Smanjili smo izravnu potrošnju električne energije i potrošnju fosilnih goriva, pogotovo izraženu u MJ/lpb. U ovome izvješću uz potrošnju električne energije na tržištu postavljene opreme za hlađenje pića, samoposlužnih uređaja i uređaja za točenje pića prikazujemo i neizravnu emisiju CO₂ nastalu zbog proizvodnje električne energije koju je utrošila naša oprema na tržištu. Treba naglasiti da je to neizravna, procijenjena emisija. Međutim, treba dodatno istaknuti kako su plinovi sadržani u našoj opremi za rashlađivanje pića neštetni za ozon, tako da ne oštećuju ozonski omotač. Izražene emisije dušikova oksida (NOX), sumporova dioksida (SO₂) i krutih čestica odnose se na emisije iz stacionarnih izvora, odnosno na emisije od rada kotlovnica naših punionica. U izvještajnome razdoblju smanjen je broj korištenih vozila, s time da postoji sustav nadzora nad trošenjem pogonskoga goriva i optimizacijom dostavnih putova kako bi se količina goriva smanjila na najmanju moguću mjeru. Primjena uređaja za opskrbu viličara ukapljenim plinom pokazala se kao dobar izvor uštede. Zadani ciljevi daljnega smanjenja izravne potrošnje energije u iznosu od 2% do 5% godišnje te projekt ekološki ekonomične vožnje upućuju na to da ćemo i u budućnosti ostvarivati sve bolje rezultate.



Poboljšanje iskorisćenosti vode i obrada otpadnih voda

Voda koju upotrebljavamo u proizvodnji crpi se iz vlastitih izvora u punionici vode u Gotalovcu, što čini 8% iznosa ukupne potrošnje, dok je 92% iz javnoga vodoopskrbnog sustava. Potrošnju vode smanjili smo s 2,56 l/lpb u 2006. godine na 2,12 l/lpb u 2008. godini, što je u vrhu rezultata cijele Coca-Cola Hellenic Bottling Company grupe. Rezultat je tim bolji kad se uzme u obzir da smo u svojoj punionici vode uveli proizvodnju aromatizirane vode **Bistra Emotion** te da je struktura proizvodnje u punionici u Solinu takva da velik dio naših proizvoda u punionici u Solinu čine proizvodi koji zbog manjih proizvodnih serija i

Otpadne vode obrađujemo fizikalno-kemijsko-biološkim postupcima u postojećim postrojenjima za obradu otpadnih voda na svim lokacijama. Kvalitetu otpadnih voda dokazuju bazeni s ribama kroz koje obvezatno moraju prolaziti otpadne vode prije ispuštanja. Izgrađene bazene s ribama imaju sve naše punionice. Ispusti pročišćenih otpadnih voda punionica u Zagrebu i Solinu u sustavu su javne odvodnje,

pakiranja te procesa proizvodnje pića i punjenja zahtijevaju veću potrošnju vode. Uvođenjem sustava ponovne uporabe ulazne vode te sustavnim praćenjem potrošnje vode u 2007. godini uštedjeli smo oko 20.000 m³ vode, a u 2008. godini oko 28.500 m³. Planovi za budućnost su ambiciozni, što se očituje u postavljanju godišnjih ciljeva za daljnju racionalizaciju potrošnje vode (poboljšanje 2 — 5% godišnje). Uz dodatna tehnička rješenja, sustav nadzora, razvoj svijesti naših zaposlenika i unapređenjem planiranja proizvodnje i samih procesa punjenja pića očekujemo još bolje rezultate.

dok pročišćene otpadne vode punionica vode u Gotalovcu ispušta u potok Topličica. Tvari u otpadnim vodama su biorazgradive nakon obrade, a uglavnom uključuju talog tekućina i materijala upotrijebljenih tijekom proizvodnoga procesa. Racionalizacijom potrošnje i uporabom vode poboljšali smo i omjer otpadnih voda s 1,29 l/lpb na 1,12 l/lpb.

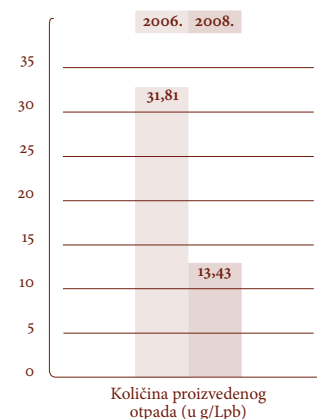
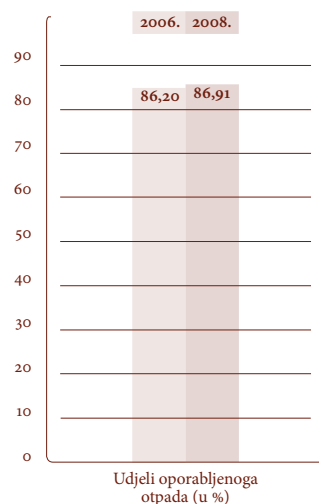
3.12.

3.13.

3.14. Smanjenje količine krutoga otpada i povećanje oprabe

Količinu proizvedenoga otpada smanjili smo u odnosu na 31,81 g/lpb u 2006. godini na 13,43 g/lpb u 2008. godini. Veliko smanjenje količine proizvedenoga otpada rezultat je zamjene starih povratnih staklenih boca novima u 2007. godini, uz napomenu da su sve stare staklene boce iskorištene za oporabu. Također, količina proizvedenoga otpada smanjena je uporabom u proizvodnji metalnih kutija (koje se mogu više puta upotrijebiti) umjesto kartonskih kutija te smanjenjem potrošnje uredskog papira. Znatno smo unaprijedili i postupke odvajanja korisnoga otpada pogodnoga za oporabu, čime je postotak oporablje-

noga otpada porastao s 86,20% u 2006. na 86,91% u 2008. godini. Taj naizgled mali postotak povećanja udjela oporabljenoga otpada u proizvedenome otpadu zapravo znači da mnogo manje proizvedenoga komunalnog otpada završava na odlagalištima. Tako je 2006. godine 608 tona otpada završilo kao komunalni otpad, dok je 2008. godine odloženo samo 285 tona komunalnoga otpada. Povećanje udjela oporabljenih materijala i smanjenje količine otpada samo je jedan od načina smanjenja našega utjecaja na okoliš i klimatske uvjete.



3.15. Količinu proizvedenoga opasnoga otpada, uključujući i elektronički i električni otpad sukladno zakonskoj regulativi, s 38,36 tona u 2006. godini smanjili smo na 26,5 tona u 2008. godini. Krajem 2008. godine potpisali smo ugovor za kompostiranje mulja dobi-

venoga od biološke obrade otpadnih voda te je taj otpad iskorišten kao korisna organska sirovina. Time smo, s obzirom na to da je mulj prije bio zbrinjavan u inozemnim spalionicama, u punoj mjeri racionalizirali gospodarenje otpadom.

Poštovanje bioraznolikosti

Djelovanje naše tvrtke ne utječe ni na jednu vrstu navedenu na Crvenome popisu Međunarodne unije za zaštitu prirode (IUCN-a) ili na nacionalnim popisima ugroženih vrsta sa staništima u područjima obuhvaćenima poslovnim djelatnostima prema razini opasnosti od istrebljenja. Naša tri pogona zauzimaju ukupnu površinu od 95.500 m². Samo se punionica vode u Gotalovcu nalazi u blizini Parka prirode Ivančica, u području biološke raznolikosti, te zbog toga posebnu pozornost poklanjamo svim procesima u punionici vode. Punionica vode u

Gotalovcu ima certifikat ISO 14001 i posluje prema strogim Coca-Colinim normama koje se odnose na ekološke sustave (**The Coca-Cola Company eKO system**). Procjene rizika i uspostavljen i dokumentiran sustav upravljanja okolišem jamac su očuvanja okoliša. Studije utjecaja na okoliš te navedeni sustavi upravljanja osiguravaju učinkovitost. Posljedično tomu, ni na jednoj od naših lokacija nisu uočeni veći utjecaji našega djelovanja na zaštićena ili osjetljiva područja.

3.16.

NAJVAŽNIJI ZADATAK — ZAŠTITA VODA

Gospodarenje vodom najvažniji je zadatak zbog ograničenih vodnih resursa i ovisnosti našega posla o dostupnosti vode. Stoga je razumljiva naša podrška

svakoj akciji razvijanja svijesti o važnosti vode, njezinoj čistoći i primjerenom gospodarenju njome.

NACIONALNI PROJEKT RIJEKA GACKA

Trogodišnji projekt Coca-Cole u Hrvatskoj i Programa Ujedinjenih naroda u Hrvatskoj (UNDP) usmjeren je na zaštitu vodnoga bogatstva sliva rijeke Gacke te promicanje očuvanja voda u Hrvatskoj. Usto, stvaranjem prepoznatljive turističke robne marke lokalnih proizvoda koje su razvili marketinški stručnjaci iz Coca-Cole, mjesno će se stanovništvo poticati i osposobljavati za razvoj turizma.

Jedan od dugoročnih ciljeva tog projekta koji će trajati tri godine jest izgradnja centra za vode na Gackoj – izvora informacija o hrvatskim rijekama, pitkoj vodi i moru namijenjenoga lokalnomu stanovništvu, građanima i turistima.

MEĐUNARODNI PROJEKT ZA OČUVANJE SAVE I DUNAVA

Međunarodno povjerenstvo za očuvanje Dunava i njegovih pritoka, među koje spada i Sava, poziva poduzeća čija je djelatnost izravno povezana s Dunavom da ulažu u tu regiju. Coca-Cola se 2008. godine prvi put uključila u proslavu Dana rijeke Save i u projekt za spas rijeke Dunava, kao partner Ministarstva regionalnog razvoja, šumarstva i vodnoga gospodarstva, Hrvatskih voda te Međunarodna komisija za sliv rijeke Save (Savska komisija) i Međunarodna komisija za zaštitu rijeke Dunava (ICPDR).

Godine 2005. Međunarodno je povjerenstvo za očuvanje Dunava zajedno s tvrtkama Coca-Cola Hellenic Bottling Company i The Coca-Cola Company pokrenulo partnerstvo **Zeleni Dunav** koje podupire najveći riječni festival na svijetu **Dan Dunava**. Usto nastao je i medijski materijal nazvan **Dunavska kutija** koji uključuje obrazovni materijal o Dunavu na sedam jezika. Podrška tvrtke projektu **Poslovni prijatelji Dunava** pokazatelj je zauzetosti za zaštitu i očuvanje vodnih resursa u svih 28 zemalja u kojima matična tvrtka posluje.

Naši ciljevi

- 3.17. U Izvješću za razdoblje 2007. – 2008. godinu postavili smo pet ciljeva u području ekološkoga poslovanja. U tablici 3.2. prikazani su rezultati naših napora.

Ciljevi za razdoblje 2007. – 2008.	Ostvarenost i napomene
1. Smanjenje omjera potrošnje vode u našim punionicama na 2,46 l/lpb do 2008.	U potpunosti ostvareno.
2. Smanjenje omjera obujma otpadnih voda iz naših punionica na 1,21 l/lpb do 2008.	U potpunosti ostvareno.
3. Smanjenje izravne potrošnje energije u našim punionicama na 0,72 MJ/lpb do 2008.	U potpunosti ostvareno.
4. Smanjenje omjera krutoga otpada iz naših punionica na 29,9 g/lpb do 2008.	U potpunosti ostvareno.
5. U našem sljedećem izvješću o održivosti sveobuhvatno treba obraditi te i ostale pokazatelje povezane s okolišem primjenom pokazatelja GRI 3.	U potpunosti ostvareno.





Coca-Cola®

HYUNG-KORONA
2
1912

HYUNG-KORONA
1912



ZAJEDNICA

Naša predanost i pristup

4.

Coca-Cola HBC Hrvatska svjesna je odgovornosti koja dolazi s vodećim položajem na tržištu. Slijedom toga težimo vodstvu u promicanju korporacijske društvene odgovornosti u Hrvatskoj svojim djelo-

vanjem u okviru Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj i **Svjetskoga sporazuma** Ujedinjenih naroda u Hrvatskoj.

4.1.

Naš odnos sa zajednicom temelji se na stvaranju dugoročnih odnosa i partnerstva, ali ulažemo sve više napora u izravan obostrano koristan kontakt sa zajednicom. Uspostavljamo partnerstva ako u njima možemo čemu pridonijeti svojim znanjem i iskustvom, predanošću i ulaganjima. Posebno smo

usmjereni na stvaranje dugoročnih partnerstava na područjima zaštite okoliša i voda, razvoja i odgoja mladeži, sporta i tjelesne aktivnosti, pomaganja zajednicama pogođenim elementarnim nepogodama te zaštite kulturne baštine.

4.2.

Strateške smjernice i programi dugoročnih odnosa sa zajednicom

Smjernica	Programi
1. Odgoj mladeži, sport i tjelesna aktivnosti	partner u projektu Bistrino državno prvenstvo školskih športskih društava koje organizira Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa u suradnji s tvrtkom Coca-Cola Adria te projekti Bistrine sportske igre mladih i Bistra i bicikl (2006. Zagreb, 2007. Zadar, 2008. Varaždin)
2. Pomoć pri ublaživanju posljedica prirodnih katastrofa	donacije vode vatrogascima tijekom ljetnih požara, pomoć i donacije obiteljima unesrećenih vatrogasaca, pošumljivanje opožarenih područja
3. Odgoj djece i mladeži	projekt Turistička kultura u školama, Bistrini istraživači , projekti revitalizacije područja teže pogođenih ratom (Vinkovci), pomoć školama u neposrednome susjedstvu
4. Zaštita kulturne baštine	potpora za lokalnu zajednicu važnim događanjima kao što su Riječki festival, Makarsko ljeto, proslava Nove Godine u Dubrovniku, Špancirfest
5. Zaštita okoliša i voda	projekt Svaka kap je važna — oživimo rijeku Gacku (u suradnji s tvrtkom Coca-Cola Adria), projekt Lijepa naša Sava i obilježavanje Dana Dunava, obrazovni programi u dubrovačkim vrtićima

- 4.3. U skladu s prethodnim izvješćem nastavljamo s aktivnim radom na izgradnji jasnih struktura komunikacije sa zajednicama koje su u izravnome ili neizravnome dodiru s nama ili se nalaze u blizini naših proizvodnih i drugih lokacija. Svjesni smo da je dijalog s lokalnim dionicima ključan dio našega uspjeha. Imamo stalne dobre odnose s ljudima koji žive blizu naših pogona i distributivnih središta, te redovito komuniciramo s čelnim ljudima zajednica, predstavnicima zajednica, škola i vrtića. Pravodobno odgovaramo na molbe za pomoć i brinemo se za zajednicu. Nije bilo potrebe osnivati dodatna službena tijela za komunikaciju sa zajednicom jer su tijekom vremena izgrađeni dobrosusjedski odnosi i povjerenje. Mali, ali znakoviti primjeri su pošumljivanje okolice naših pogona u Zagrebu te činjenica da je Coca-Cola postala glavni pokrovitelj **Hrvatskoga paraolimpijskog odbora**.
- 4.4. Svjesni smo da je u tranzicijskoj zemlji kao što je Hrvatska svaka uspješna tvrtka koja djeluje u konkurentnome sektoru, kao što je sektor hrane i pića, izložena znatnim rizicima među kojima se mogu pojaviti mito i korupcija, a gospodarska moć može imati nedopustivi utjecaj na donošenje političkih odluka. Njeguujemo nultu toleranciju prema mitu i korupciji, sukladno našoj unutrašnjoj politici, ali i u skladu s

politikom ponašanja naše matične tvrtke. Bavimo se lobiranjem samo u okviru poslovnih udruga i ne dajemo donacije političkim strankama, opcijama, in-

stitucijama, vjerskim institucijama ni inicijativama te subjektima koji nejasno raspodjeljuju donacije i prihode od akcija usmjerenih maloljetnicima.

Naši rezultati

Dijalog sa zajednicom

U usporedbi s prethodnim izvješćem naše su ukupne donacije znatno porasle i u 2008. godini iznosile su 2.895.253 HRK, u usporedbi s 2.034.800 HRK u 2007. godini. Treba napomenuti da se taj iznos odnosi samo na izravne novčane donacije i ulaganja u zajednicu te isključuje ostale donacije i aktivnosti koje su provedene u okviru ostalih programa, poput promotivnih aktivnosti. Ukupni iznosi svih donacija navedeni su u tablici 1.1. Znatni porast novčanih donacija velik je napredak u odnosu na prethodno izvještajno razdoblje, postignut u prvome redu zbog naše orijentacije prema većemu broju ciljnih akcija,

ali i zbog centralizacije sustava donacija u zajednici. Usmjerenost prema većem broju ciljnih inicijativa u zajednici razvidna je iz tablice 4.2., koja pokazuje povećanje ukupnoga i pojedinačnih iznosa donacija, što zapravo odražava činjenicu da je broj inicijativa znatno povećan i opsegom i u ukupnim iznosima. Najveći godišnji porast u 2008. godini rezultat je našega glavnog pokroviteljstva Hrvatskoga paraolimpijskog odbora. Time smo u potpunosti ispunili ciljeve iz prethodnoga izvješća jer su naše donacije stalno na razini iznad milijun kuna godišnje.

4.5.

Donacije u izvještajnome razdoblju 2007. - 2008. godine.

		Broj	Iznos	Prosjek
2007.	Donacije	69	849.884	12.317
	Ulaganja u zajednicu	13	1.184.916	91.147
	Ukupno	82	2.034.800,44	24.815
2008.	Donacije	58	1.317.810	22.721
	Ulaganja u zajednicu	35	1.577.443	45.070
	Ukupno	93	2.895.253,39	31.132

Tablica 4.1.

Napomena: Donacije u tablici se odnose samo na novčana ulaganja u programe razvitka i ne predstavljaju ukupne iznose donacija tvrtke. Ukupan iznos donacija nalazi se u tablici 1.1. Uzeta je prosječna protuvrijednost tečaja HNB (2007. - 2008.).

Projekt uključivanja i naših zaposlenika u dobrovoljni rad i poticanja na njega urodio je iznimno pozitivnim i ohrabrujućim rezultatima. Projekt pomoći turističkoj zajednici na rijeci Gackoj pokazao se iznimno uspješnim u 2007. godini te smo svoje aktivnosti proširili prema organiziranju Coca-Colina kluba volontera kako bismo poticali dobrovoljne ak-

tivnosti koje bi se odvijale jednom godišnje, a time i poticali naše zaposlenike na uspostavljanje odnosa sa širom zajednicom. Angažiranost i sudjelovanje naših zaposlenika u dobrovoljnome radu nije zabilježeno u ovome izvješću u obliku novčanoga iznosa, ali svaka-ko je riječ o dodatnome obliku djelovanja u zajednici u kojoj poslujemo i ulaganja u nju.

4.6.

Tablica 4.2. Najvažnije novčane donacije u 2007. i 2008. godini

Primatelj	Svrha	Iznos
2007. godina		
1. obitelji	pomoć obiteljima stradalih vatrogasaca na Kornatima	202.738
2. Javno poduzetništvo Hrvatskih šuma	pošumljivanje opožarenih šuma	101.373
3. Šibenska gimnazija, manastir sv. Lovre	obnova manastirskog vrta	101.373
4. škole Splitsko-dalmatinske županije	poticanje turističke kulture	70.959
5. Grad Dubrovnik	program Naše lice grada	50.683
6. Crveni križ grada Vinkovaca	financiranje programa	70.026
7. Dobrovoljno vatrogasno društvo Požega	obnova vatrogasnoga doma	50.683
8. Znanstveno-edukacijski centar Višnjan	program mladih znanstvenika	50.683
9. Hrvatski helsinški odbor	škola o ljudskim pravima za mlade	20.276
10. donacije NVO-u i udrugama građana	pomoć u programima	292.566
2008. godina		
1. Hrvatski paraolimpijski odbor	glavni pokrovitelj	500.000
2. Savska komisija	projekt zaštite Dunava i Save	200.000
3. Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu	program Posvoji učionicu	50.683
4. Udruga Bicikl	program Od petka do petka	30.414
5. dubrovački vrtići	program obrazovanja o zaštiti voda	30.414
6. Grad Šibenik	kulturno obrazovanje	30.414
7. Gradska knjižnica grada Solina	nabava multimedijske opreme	30.414
8. Sveučilište u Splitu	radionica Decentralizacija kulture	20.276
9. Pegaz poduka	program terapijskoga jahanja za osobe s invalidnošću	15.207
10. Hrvatska udruga za odnose s javnošću	objavljivanje stručne literature	15.207

Lobiranje i s njim povezane aktivnosti

- 4.7. Coca-Cola HBC Hrvatska lobira u sklopu više poslovnih udruga uključujući GIUPP (Gospodarsko-interesno udruženje proizvođača pića) i GIUPAK (Gospodarsko-interesno udruženje za pakiranje i zaštitu okoliša) koji se bavi održivim rješenjima u uporabi ambalažnoga otpada. Coca-Cola HBC Hrvatska vodeći je član Hrvatske gospodarske komore kao i korporacijski član Američke trgovačke komore u Hrvatskoj (AmCham). Kao što je u navedeno u prethodnome tekstu, u skladu s našim pravilima i pravilima naše matične tvrtke, ne dajemo donacije političkim strankama ili političkim kampanjama.

Kao i u prethodnim izvješćima, ostajemo svjesni svojega vodećeg položaja na tržištu gaziranih bezalkoholnih pića te odgovornosti koju nosi takav položaj za izbjegavanje svih oblika nekonkurentnoga ponašanja. Tržište na kojemu poslujemo postaje sve konkurentnije, s novim sudionicima kad je riječ o ponudi i učvršćivanjem položaja velikih maloprodajnih tvrtki u području potražnje. Mi se u takvom okruženju brinemo za to da naši zaposlenici budu poštteni u svojim poslovnim aktivnostima. **Kodeks poslovnoga ponašanja** podsjeća na smjernice tvrtke koje se odnose na etično poslovanje, uključujući jasnu zabranu mita, korupcije i donacija bilo kojoj po-

litičkoj stranci. Svi zaposlenici upoznati su s odredbama **Kodeksa** i imaju svoj primjerak te su upućeni u njegov sadržaj i posljedice njegova kršenja. **Kodeks** uključuje problematiku sukoba interesa, financijske evidencije, primanja darova, zaštite podataka i dobroga korporacijskog ponašanja. Treba istaknuti da je u okviru inicijative za strategiju zaštite osobnih podataka matične tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska imenovala povjerenika za zaštitu osobnih podataka i izdala priručnik. Coca-Cola HBC Hrvatska nije bila predmetom nikakve sudske tužbe za monopolističke aktivnost, niti je ikakav takav slučaj u pripremi.

4.8.

Promicanje korporacijske društvene odgovornosti

4.9.

Coca-Cola HBC Hrvatska je jedan od osnivača **Svjetskoga sporazuma** Ujedinjenih naroda u Hrvatskoj. Osim toga, nastavljamo s promicanjem korporacijske društvene odgovornosti djelovanjem u okviru Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR

PSOR) i Zajednice za održivi razvoj pri Hrvatskoj gospodarskoj komori (HGK).



KOMUNIKACIJA I DJELOVANJE U ZAJEDNICI

Obilježavajući 40 godina rada u Hrvatskoj, Coca-Cola HBC Hrvatska postala je u ožujku 2008. godine glavni pokrovitelj Hrvatskoga paraolimpijskog odbora. Tako će u sljedeće četiri godine Coca-Cola u statusu glavnog pokrovitelja financirati rad Hrvatskoga paraolimpijskog odbora s 500 tisuća kuna godišnje, odnosno s ukupno dva milijuna kuna. Za HPO to je prvo takvo pokroviteljstvo i dosad najveći potpisani ugovor. Osim financijske potpore radu HPO-a, cilj je suradnje upozoriti javnost na potrebe i loše uvjete u kojima se paraolimpijci spremaju za

svoja natjecanja, ali i na izvanredne rezultate koje postižu.

Četrdesetogodišnjicu Coca-Cole u Hrvatskoj počeli smo obilježavati krajem 2007. godine kupnjom 40.000 sadnica za pošumljavanje područja Hrvatske koja su izgorjela u ljetnim požarima. Četrdeset hektara gospodarske jedinice Žeževica u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Hrvatske šume — podružnica Split zasadile su sadnicama čempresa, rijetkoga crnog bora, smrika, drača, crnoga jasena, bjelograbića, te trajne vegetacije.

COCA-COLIN KLUB VOLONTERA

Budući da su se zaposlenici u bezbroj navrata u velikome broju, i organizirano i neorganizirano, odazvali na pozive lokalnih zajednica, i radili da bi pomogli drugima, unutar tvrtke je, trgom uspješnih akcija i želje za doprinosom razvoju civilnoga društva, nastala inicijativa za pokretanje kluba volontera. Primjerice, u 2008. godini zaposlenici Coca-Cole u dvije su velike akcije pomogli čišćenju korita rijeke

Gacke te diljem Hrvatske u koordiniranim akcijama pomogli različitim obrazovnim ustanovama u uljepšavanju njihova okoliša i obnavljanju inventara. Za svoje volonterske aktivnosti u Osječko-baranjskoj županiji, Coca-Cola HBC Hrvatska dobitnik je nagrade «Volonter godine Osječko-baranjske županije» za 2008. godinu.

NAGRADA HGK-a I HR PSOR-a — INDEKS DOP-a



Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj i Hrvatska gospodarska komora u prosincu 2008. godine dodijelili su nagrade najboljim tvrtkama u području društveno odgovornoga poslovanja. Tvrtke koje su dobile nagradu Indeks DOP-a navodimo abecednim redom: Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o., Dalmacijacement d.d., Ericsson Nikola Tesla d.d., Hauska & Partner d.o.o., Holcim (Hrvatska) d.d., Končar Institut za elektrotehniku d.o.o. i Vetropack straža d.d. Dodjela nagrada održala se pod pokroviteljstvom Vlade Republike Hrvatske. Indeks DOP-a zajednički je projekt HR PSOR-a i HGK-a započet prije dvije godine. Cilj je projekta omogućiti jasan uvid u primjenu dobrovoljnih društveno odgovornih praksi poslovno najuspješnijih malih, srednjih i velikih hrvatskih tvrtki po kriterijima Zlatne kune. Indeks DOP-a metodologija je koja hrvatskim tvrtkama omogućuje procjenu društveno odgovornih praksi i njihovu usporedbu u odnosu na druge tvrtke. Metodologija definira niz kriterija za ocjenjivanje u šest osnovnih područja: ekonomska održivost, uključenost društveno odgovornoga poslovanja u poslovnu strategiju, radna okolina, zaštita okoliša, tržišni odnosi i odnosi sa zajednicom. Rađena je po uzoru na slične metodologije, kao što su Dow Jones Sustainability

Index i Business in the Community CR Index. Ispunjavanje upitnika je dobrovoljno. Upitnik je upućen u 1364 tvrtke, a sadržava 119 pitanja za velike i srednje tvrtke i 61 pitanje za male tvrtke iz navedenih šest područja društveno odgovornog poslovanja (DOP). Projekt su financijski i stručno podržali Američka agencija za međunarodni razvoj (USAID) i Program Ujedinjenih naroda za razvoj (UNDP). Upitnik je bio dostupan tvrtkama na internetskim stranicama HGK-a i ispunjavan je na mreži. Upitnik su otvorile 152 tvrtke, a 32 tvrtke su ga uspješno ispunile i zaključile. Od 32 tvrtke 11 ih spada u kategoriju velikih (250 i više zaposlenika), 12 u kategoriju srednjih (od 50 do 249 zaposlenika), i 9 u kategoriju malih (do 49 zaposlenika) tvrtki. Stručno povjerenstvo projekta donijelo je odluku da će se priznanja dodijeliti svim tvrtkama koje su uspješno ispunile upitnik. Posebna nagrada dodijeljena je onim tvrtkama koja su sakupivši više od 75% bodova pokazale zavidan stupanj uključivanje prakse DOP-a u svojim poslovanju. Želja je organizatora potaknuti što veći broj hrvatskih tvrtki na sudjelovanje u Indeksu DOP-a i nastaviti razvoj društveno odgovornih i dugoročno održivih poslovnih praksi u Hrvatskoj.

Internet: <http://www2.hgk.hr/dop/dobitnici.asp>

Naši ciljevi

U Izvješću za 2007. i 2008. godinu, postavili smo četiri cilja u području djelovanja u zajednici. U tablici 4.2. predstavljeni su rezultati naših napora.

4.10.

Ciljevi iz izvješća za 2007. i 2008.

Ostvarenost i napomene

1. Održati razinu donacija u 2007. i 2008. na razini od najmanje milijun kuna godišnje.

U potpunosti ostvareno – donacije na razini od gotovo dva milijuna HRK.

2. Uvesti program koji bi omogućio našim zaposlenicima da dio svojega vremena te znanja i iskustva posvete općemu dobru dobrovoljnim radom i s njim povezanim aktivnostima.

U potpunosti ostvareno – akcije čišćenja korita rijeke Gacke i pomaganja obrazovnim ustanovama širom Hrvatske.

3. Zadržati vodeću ulogu u promicanju i potpori korporacijske društvene odgovornosti u Hrvatskoj putem HR PSOR-a, **Svjetskoga sporazuma** i drugih aktivnosti.

U potpunosti ostvareno – Coca-Cola HBC Hrvatska dobitnik je nagrade Indeks DOP-a za 2008. godinu.

4. U svojem sljedećem izvješću o održivosti sveobuhvatno obraditi ove aktivnosti.

U potpunosti ostvareno.





4. dio:



Temeljni zadaci za budućnost

Ispunjavanje obveza iz prethodnoga izvješća

U prethodnome smo izvješću pripremili niz obveza koje su ukratko opisane na kraju svakoga pojedinog dijela ovoga izvješća. U ovome smo dijelu za svaku

obvezu zabilježili napredak koji smo dosad postigli i, zaključno, postavili nove ciljeve za 2009. i 2010. godinu.

Tržište

1.

Završiti ISO 22000 obuku u svim područjima našega poslovanja

Uz sukladnost sa zakonskim zahtjevima svi procesi proizvodnje, skladištenja i distribucije proizvoda odvijaju se u skladu sa zahtjevima tvrtke The Coca-Cola Company (sustav kvalitete tvrtke The Coca-Cola Company) od koje smo dobili dopuštenje za proizvodnju i distribuciju njihovih zaštićenih marki.

U proizvodnji, skladištenju i distribuciji proizvoda primjenjujemo sustave osiguranja kvalitete i sigurnosti hrane u skladu s međunarodnim normama ISO 9001:2008 i ISO 22000:2005, očuvanja okoliša u skladu sa zahtjevima norme ISO 14000:2004 te sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu prema zahtjevima norme OHSAS 18001:2007.

1.1.

Ostvariti ISO 22000 certifikaciju u svim našim proizvodnim centrima

Sve usvojene sustave potvrdila je certifikacijska kuća Lloyd's Register Quality Assurance, koja provodi redovite godišnje provjere sustava. U izvještajnome

razdoblju uspješno smo uveli i certificirali sustav osiguranja sigurnosti hrane ISO 22000:2005 tijekom 2007. godine te sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu OHSAS 18000:2007 tijekom 2007. i 2008. godine u svim našim punionicama.

1.2.

Ocijeniti učinak dobavljača u odnosu na smjernice za dobavljače Coca-Cola Hellenic Bottling Company

Primjenjujemo smjernice za dobavljače kojima im dajemo jasnu sliku što se od njih očekuje. Svi naši ugovori, i ugovori sklopljeni na lokalnoj razini i krovni ugovori, sadržavaju socijalne i etičke odredbe. Osim spomenutih odredaba u prilogu je našim ugovorima i politika zaštite okoliša te odredbe povezane s očuvanjem okoliša. Kako smo već spomenuli,

svi dobavljači koji podliježu obvezi **The Coca-Cola Company** da moraju poslovati prema konvencijama o zaštiti ljudskih prava. U tu svrhu provode se redovite godišnje provjere. Ako dobavljač na toj provjeri ne dobije prolaznu ocjenu, daje mu se određeni rok u kojemu ima priliku ispraviti pogrešku. Ako i nakon toga vremena problem nije uklonjen, dobavljač gubi odobrenje za rad s nama.

1.3.

2. Radno mjesto

1. Ispuniti OHSAS 18001 na svim našim radnim mjestima

Cilj je u potpunosti ispunjen, vidjeti odgovor pod 1.1.

2. Postići bolje rezultate u ključnim područjima uključenosti zaposlenika

Zadovoljstvo naših zaposlenika redovito se istražuje. Svake se godine provodi opsežno anketiranje zaposlenika u cilju dobivanja redovitih podataka o njihovu zadovoljstvu, usporedivih i na nacionalnoj razini i s podacima ostalih tvrtka unutar Grupe. Unatoč pozitivnim rezultatima istraživanja analiza je pokazala da ima prostora za poboljšanje, osobito u područjima „tvrtka kao mjesto na kojemu je zabavno raditi“ i „plaća i nagrade“. Međutim, svi su rezultati nadmašili rezultate iz 2006. godine i u prosjeku su bolji od prosjeka matične Grupe. Već u 2008. godi-

ni poduzete su mjere usmjerene prema poboljšanju, stanja u navedenim područjima, restrukturiranjem sustava nagrađivanja i poticanjem mjera usmjerenih povećanju zadovoljstva s radnim mjestom.

3. Održati na istoj razini ili poboljšati izvješće o nesrećama

Stalno smanjenje broja ozljeda na radnome mjestu je jedan od temelja osiguranja kvalitete uvjeta na radu, stoga se iznimno ponosimo činjenicom da se od samih početaka izvješćivanja stalno smanjuje pokazatelj sigurnosti na radnome mjestu, stopa ozljeda. Postotak učestalosti ozljeda pao je u 2008. godini u usporedbi s 2007. godinom za otprilike 18%. Broj ozbiljnih ozljeda također je znatno smanjen i, što je najvažnije, stalno smo znatno bolji od usporedivih prosjeka u svojoj djelatnosti u Republici Hrvatskoj.

3. Okoliš

1. Smanjiti omjer potrošnje vode u našim postrojenjima za punjenje boca na 2.46 l/lpb do 2008. godine.

Potrošnju vode smanjili smo s 2,56 l/lpb u 2006. godine na 2,12 l/lpb u 2008. godini, što je u vrhu rezultata cijele Coca-Cola Hellenic Bottling Company.

2. Smanjiti omjer količine otpadnih voda u našim postrojenjima za punjenje boca na 1.21 l/lpb do 2008. godine.

Racionalizacijom potrošnje i oporabom vode poboljšali smo i omjer otpadnih voda s 1,29 l/lpb na 1,12 l/lpb.

3. Smanjiti izravno iskorištavanje energije u našim postrojenjima na 0.72 MJ/lpb do 2008. godine.

Stalna poboljšanja u proizvodnome procesu u našim punionicama imala su za posljedicu smanjenje potrošnje energije s 0,75 MJ/lpb u 2006. godini na 0,57 MJ/lpb u 2008. godini.

4. Smanjiti omjer krutoga otpada u postrojenjima za punjenje boca na 29.9 g/lpb do 2008. godine.

Proizvedeni smo otpad u odnosu na 31,81 g/lpb u 2006. godini smanjili na 13,43 g/lpb u 2008. godini.

4. Zajednica

1. Održati donacije u 2007. i 2008. godini na razini od najmanje milijun kuna godišnje.

U usporedbi s prethodnim izvještajnim razdobljem naše su ukupne donacije znatno porasle i u 2007. i 2008. godini iznosile su više od dva milijuna kuna.

2. Uvesti raspored koji bi omogućio zaposlenicima da dio svojega vremena i stručnosti posvete općemu dobru putem dobrovoljnoga rada i sličnih aktivnosti.

Projekt pomoći turističkoj zajednici na rijeci Gackoj pokazao se iznimno uspješnim u 2007. godini te smo svoje aktivnosti proširili na organiziranje kluba dobrovoljaca kako bi dobrovoljni rada poticali kao uobičajenu godišnju aktivnost, a time poticali i naše zaposlenika na uspostavljanje odnosa sa širom zajednicom.

3. Nastaviti imati vodeću ulogu u promicanju i podupiranju širenja korporacijske društvene odgovornosti u Hrvatskoj putem HR PSOR-a, Svjetskoga sporazuma i drugih aktivnosti.

Coca-Cola HBC Hrvatska jedan je od osnivača Svjetskoga sporazuma Ujedinjenih naroda u Hrvatskoj. U ovome izvješću u zasebnome dijelu izvješćujemo o načelima Sporazuma. Usto nastavljamo s promicanjem korporacijske društvene odgovornosti djelovanjem u okviru Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR). 2008. godine bili smo jedan od dobitnika nagrade Indeks DOP-a kao jedna od najboljih tvrtka u Republici Hrvatskoj u području društveno odgovornoga poslovanja.

5. Izvješćivanje

1. Primjenom pokazatelja Globalne inicijative za izvješćivanje 3 (GRI 3) u 2009. godini sastaviti cjelovito Izvješće o održivosti, koje se odnosi na naš radni učinak u 2007. i 2008. godini.

Objavljivanjem ovoga izvješća za izvještajno razdoblje 2007. i 2008. godine nastavljamo praksu stalnoga poboljšavanja standarda izvješćivanja.

2. Posuvremeniti naše mrežne stranice važnim dodatnim informacijama povezanim s učinkom društvene odgovornosti.

Internetske stranice Coca-Cole HBC Hrvatska sadržavaju posebno označene informacije povezane s održivošću, točnije s područjem održivoga razvitka, društvene i ekološke učinkovitosti te donacija i sponzorstva. Javno je dostupno posljednje izvješće za 2005. i 2006. godinu, a i ovo će izvješće biti dostupno svim našim dionicima.

Naše obveze u 2009. i 2010. godini

- 1.2. Ovdje sažimljemo konkretne obveze navedene u ovome izvješću.

Brojčani ciljevi

1. Povećanje indeksa zadovoljstva naših zaposlenika.
2. Smanjenje pokazatelja ozljeda na radnome mjestu i koeficijenta odsutnosti.
3. Povećanje broja radnih sati obuke naših zaposlenika.
4. Održavanje razine financiranja programa u zajednici na razini od najmanje 1,5% neoporezivane dobiti.
5. Smanjenje potrošnje vode i energije (cilj je smanjenje 2 – 5% ukupno, u lpb.

Incijative

1. Pokretanje projekta iskorištavanja otpadnih proizvoda u procesu proizvodnje.
2. Provođenje novih modela informiranja naših kupaca o zaštiti okoliša.
3. Unapređenje unutrašnje komunikacijske platforme.
4. Daljnje unapređivanje sustava nagrađivanja.
5. Daljnje poticanje kulture inoviranja.

Aktivnosti

1. Razvoj Coca-Colina kluba volontera.
2. Smjernice za sigurnu vožnju i pravila ekovožnje kao poboljšanje u obavješćivanju dionika.
3. Projekt ekološki ekonomične vožnje.
4. Prenošnje upravljačkih znanja na ključne projekte u zajednici.
5. Poster za kupce o pravilnome skladištenju i izlaganju naših proizvoda.
6. Poticanje međudjelnih partnerstava u projektima ulaganja u razvoj zajednice.
7. Izvješće o napretku za **Svjetski sporazum** u 2010. godini.





Coca-Cola®

Profil	Opis	Mjesto u tekstu
PROFIL		
1.	Strategija i analiza	
1.1	Izjava osobe koja je na najvišem položaju u organizaciji o važnosti održivosti za organizaciju i njezinu strategiju	uvod
1.2	Opis ključnih utjecaja, rizika i prilika	različiti
2.	Organizacijski profil	
2.1	Ime organizacije	I 1.1., 1.2.
2.2	Primarne robne marke, proizvodi i/ili usluge	I 1.3., 1.6.
2.3	Operativna struktura organizacije, uključujući glavne odjele tvrtke kćeri, podružnice, zajednička ulaganja i druge tvrtke u vlasništvu	II 1.1., 1.2., 1.3.
2.4	Sjedište organizacije	I 1.1.
2.5	Broj zemalja u kojima organizacija djeluje i imena onih zemalja u kojima se odvijaju ili glavne djelatnosti ili one djelatnosti koje su posebno važne za pitanja održivosti obuhvaćena izvješćem	I 1.1.
2.6	Struktura vlasničkih odnosa	I 1.2.
2.7	Tržišta na kojima organizacija posluje (uključujući geografsku strukturu, sektore unutar kojih posluje i vrste kupaca/korisnika)	I 1.4.
2.8	Veličina organizacije	I 1.4.
2.9	Važne promjene za vrijeme izvještajnoga razdoblja u veličini, strukturi ili vlasništvu	I 1.2.
2.10	Nagrade primljene u izvještajnome razdoblju	III, II 2.37., III 4.
PROFIL IZVJEŠĆA		
3.	Parametri izvješća	
3.1	Izvještajno razdoblje za iznesene informacije	I 2.1.
3.2	Datum posljednjega prethodnog izvješća	I 2.1.
3.3	Izvještajni ciklus	I 2.1.
3.4	Osoba za kontakt zadužena za pitanja u vezi s izvješćem i njegovim sadržajem	I 2.2.
OPSEG I GRANICA IZVJEŠĆA		
3.5	Proces definiranja sadržaja izvješća	I 3.
3.6	Granica izvješća	I 2.3.
3.7	Navođenje svakoga specifičnog ograničenja opsega ili granica izvješća	I 2.3.
3.8	Osnova za izvješćivanje o ulaganjima	I 2.4.
3.9	Tehnike mjerenja podataka i osnove za izračune	I 2.4.

3.10	Objašnjenje učinka svake prethodno iznesene prepravljene informacije te razlozi	npr
3.11	Važne promjene u odnosu na prethodna izvještajna razdoblja s obzirom na opseg i granicu izvješća ili metode mjerenja primijenjene u izvješću KAZALO SADRŽAJA GRI-JA	I 2.3.
3.12	Tablica koja navodi gdje se nalaze pojedini standardni podaci VERIFIKACIJA	dodatak 1.
3.13	Politika i trenutačna praksa s obzirom na vanjsku verifikacije izvješća UPRAVLJANJE	I 2.5.
4.	Upravljanje, obveze i uključenost	
4.1	Upravna struktura organizacije	II 1.1.
4.2	Naveći ako predsjednik najvišega upravnog tijela ima i izvršnu funkciju unutar organizacije	npr
4.3	Za organizacije koje imaju jedinstvenu upravljačku strukturu navesti broj članova najvišega upravnog tijela koji su nezavisni i/ili nisu članovi izvršne strukture organizacije	npr
4.4	Mehanizmi za davanje preporuka ili smjernica dioničara i zaposlenika nadzornomu odboru	II 2.2., različiti
4.5	Povezanost naknada članovima najvišega upravnog tijela, višim i izvršnim menadžerima i učinka organizacije	npr
4.6	Postojeća postupovna pravila unutar najvišega upravnoga tijela kojima se osigurava izbjegavanje sukoba interesa	II 2.1., III 2.1.
4.7	Procesi određivanja kvalifikacija i stručnosti članova najvišeg upravnoga tijela s obzirom na strateško usmjeravanje	II 2.3.
4.8	Izjave o misiji ili vrijednostima, za unutrašnje potrebe razvijeni kodeksi ponašanja i načela važna za ekonomski, okolišni ili društveni učinak te status njihove provedbe	II 2.2.
4.9	Postupci najvišega upravnog tijela za nadzor nad upravljanjem ekološkim, okolišnim i društvenim učinkom	II 2.2.
4.10	Procesi ocjenjivanja učinka najvišega upravnog tijela, osobito u pogledu ekonomskoga, okolišnoga i društvenoga učinka OBVEZE PREMA VANJSKIM INICIJATIVAMA	II 2.3.
4.11	Obrazloženje pristupa načelu opreza te kako se to načelo primjenjuje u praksi	

4.12	Ekonomske, okolišne i društvene povelje, načela ili druge inicijative nastale izvan organizacije, koje organizacija potpisuje ili podupire	III 4.9.
4.13	Članstva u udrugama UKLJUČENOST DIONIKA	III 4.7.
4.14	Popis dioničkih skupina koje je organizacija uključila	II 3.1.
4.15	Osnova za određivanje i odabir dionika za sudjelovanje	II 3.1.
4.16	Pristupi sudjelovanju dionika, uključujući učestalost sudjelovanja prema vrsti i prema dioničkoj skupini	II 3.1.
4.17	Ključne teme i problemi proizašli iz procesa sudjelovanja dionika te način na koji je organizacija odgovorila, uključujući i proces izvješćivanja EKONOMSKA DIMENZIJA ASPEKT: EKONOMSKI UČINAK	II 3.2.
EC1	Izravna, stvorena i distribuirana ekonomska vrijednost	III 1.7.
EC2	Financijske posljedice te drugi rizici i prilike za djelovanje organizacije povezane s klimatskim promjenama	različiti
EC3	Obveze organizacije koje se odnose na definirani mirovinski plan	III 2.12.
EC4	Važna financijska pomoć primljena od vlade ASPEKT: TRŽIŠNA PRISUTNOST	III 1.7.
EC5	Raspon omjera standardne početničke plaće u usporedbi s lokalnom minimalnom plaćom u važnim mjestima poslovanja	III 2.11.
EC6	Politika, praksa i udio potrošnje na proizvode i usluge domaćih dobavljača u važnim mjestima poslovanja	III 1.12., 1.16
EC7	Postupci za zapošljavanje domaće radne snage i udio domaćega stanovništva u redovima višega menadžmenta u mjestima važnih poslovnih djelatnosti AKPEKT: NEIZRAVNI EKONOMSKI UTJECAJI	III 2.38.
EC8	Razvoj i utjecaj ulaganja u infrastrukturnih ulaganja i usluga pruženih ponajprije radi ostvarivanja koristi putem komercijalne, nenovčane ili pro bono angažiranosti	III 4.5.
EC9	Razumijevanje i opis važnih neizravnih ekonomskih utjecaja, uključujući i njihov opseg OKOLIŠNI POKAZATELJI UČINKA ASPEKT: MATERIJALI	III 1.13.
EN1	Upotrijebljeni materijali prema težini ili obujmu	III 3.2., 3.9.
EN2	Postotak upotrijebljenoga materijala koji je oporabljivi ulazni materijal	III 3.2., 3.9., 3.14.

ASPEKT: ENERGIJA		
EN3	Izravna potrošnja energije prema primarnome izvoru energije	III 3.2., 3.10.
EN4	Neizravna potrošnja energije prema primarnome izvoru energije	3.2.
EN5	Energija uštedena zbog poboljšanja postignutih štednjom i energetsom učinkovitošću	III 3.10.
EN6	Inicijative za stvaranje energetske učinkovitih proizvoda i usluga ili proizvoda i usluga zasnovanih na obnovljivoj energiji te smanjenje potreba za energijom kao rezultat tih inicijativa	III 3.11.
EN7	Inicijative za smanjenje neizravne potrošnje energije i ostvarena smanjenja	III 3.11.
ASPEKT: VODA		
EN8	Ukupno crpenje vode po izvoru	III 3.2., 3.12.
EN9	Izvori vode znatno pogođeni crpenjem vode	III 3.2., 3.12.
EN10	Postotak i ukupni obujam oporabljene i ponovno upotrijebljene vode	III 3.2., 3.12., 3.13.
ASPEKT: BIOLOŠKA RAZNOLIKOST		
EN11	Lokacija i veličina zemljišta u vlasništvu, najmu ili pod upravom na zaštićenim područjima ili njihovoj neposrednoj blizini te na područjima visoke vrijednosti u pogledu biološke raznolikosti izvan zaštićenih područja	III 3.16.
EN12	Opis znatnih utjecaja djelatnosti, proizvoda i usluga na biološku raznolikost na zaštićenim područjima ili područjima visoke vrijednosti s obzirom na biološku raznolikost izvan zaštićenih područja	III 3.16.
EN13	Zaštićena ili obnovljena staništa	III 3.16.
EN14	Strategije, tekuće djelatnosti i planovi za upravljanje utjecajima na biološku raznolikost	III 3.16.
EN15	Broj vrsta uvrštenih na Crveni popis IUCN-a i nacionalni popis ugroženih vrsta sa staništima na područjima pogođenima poslovnim djelatnostima prema razini opasnosti od istrebljenja	III 3.16.
ASPEKT: EMISIJE, OTPADNE VODE I OTPAD		
EN16	Ukupne izravne i neizravne emisije stakleničkih plinova prema težini	III 3.2., 3.10.
EN17	Druge važne neizravne emisije stakleničkih plinova prema težini	III 3.2., 3.11.
EN18	Inicijative za smanjenje emisija stakleničkih plinova i ostvarena smanjenja	III 3.9., 3.10., 3.11.
EN19	Emisije tvari koje uništavaju ozon prema težini	III 3.2., 3.10.
EN20	NO _x , SO _x i druge važne emisije prema vrsti i težini	III 3.2., 3.11.

EN21	Ukupno ispuštanje voda prema kakvoći i odredištu	III 3.2., 3.12., 3.13.
EN22	Ukupna težina otpada prema vrsti i načinu zbrinjavanja	III 3.2., 3.14., 3.15.
EN23	Ukupan broj i obujam znatnih izlivanja	III 3.2.
EN24	Težina prevezenoga, uvezenoga, izvezenoga ili obrađenoga otpada koji se smatra opasnim prema uvjetima Baselske konvencije, Dodatak I., II., III. i VIII. te postotak prevezenoga otpada otpremljenoga u inozemstvo	III 3.2.
EN25	Identitet, veličina, zaštićen status i vrijednost s obzirom na biološku raznolikost voda i povezanih staništa koja su u znatnoj mjeri pogođena ispuštanjem i istjecanjem vode organizacije koja izvješćuje ASPEKT: PROIZVODI I USLUGE	III 3.2.
EN26	Inicijative za ublažavanje utjecaja na okoliš proizvoda i usluga te opseg ublažavanja utjecaja	III 3.2., 3.12.-3.15.
EN27	Postotak preuzetih prodanih proizvoda i njihovih ambalažnih materijala, prema kategoriji ASPEKT: PRIDRŽAVANJE PROPISA	III 3.2.
EN28	Vrijednost većih novčanih kazni i ukupan broj nenovčanih sankcija zbog nepridržavanja zakona i propisa o zaštiti okoliša ASPEKT: PRIJEVOZ	III 3.2.
EN29	Znatan utjecaj na okoliš prouzročen prijevozom proizvoda i drugih roba i materijala upotrijebljenih za djelatnost organizacije te prijevoza radne snage ASPEKT: OPĆE	III 3.2.
EN30	Ukupni izdaci i ulaganja u zaštitu okoliša prema vrsti DRUŠTVENA DIMENZIJA ASPEKT: ZAPOSŁJAVANJE	III 3.4.
LA1	Ukupna radna snaga prema vrsti zaposlenja, ugovoru o zapošljavanju i regiji	III 2.6., 2.7., 2.40.
LA2	Ukupan broj i stopa kretanja zaposlenika prema dobnoj skupini, spolu i regiji	III 2.8.
LA3	Pogodnosti osigurane zaposlenicima koji rade puno radno vrijeme, a koje nisu osigurane zaposlenicima zaposlenima privremeno ili na djelomično radno vrijeme, prema glavnim poslovnim djelatnostima ASPEKT: ODNOSI ZAPOSLENIKA I MENADŽMENTA	III 2.7.
LA4	Postotak zaposlenika obuhvaćenih kolektivnim ugovorima	III 2.14.

LA5	Najmanje razdoblje u kojemu se unaprijed obavješćuje o važnim promjenama u poslovanju, uključujući i podatak jesu li ti rokovi određeni kolektivnim ugovorima ASPEKT: ZDRAVLJE I SIGURNOST NA RADU	III 2.16.
LA6	Postotak ukupne radne snage zastupljene u formalnim zajedničkim odborima za zdravstvena i sigurnosna pitanja koja se odnose na predsjednika uprave i radnike te koja pomažu pri praćenju programa zaštite zdravlja i sigurnosti na radu i savjetovanju o njima	III 2.23.
LA7	Stope ozljeda, profesionalnih bolesti, izgubljenih dana i izostanaka te broj smrtnih slučajeva povezanih s nesrećama na radu prema regiji	III 2.25, 2.26., 2.27.
LA8	Programi obrazovanja, obuke, savjetovanja, prevencije i nadzora nad rizikom namijenjeni pružanju pomoći zaposlenicima, njihovim obiteljima ili članovima zajednice kad je riječ o ozbiljnim bolestima	III 2.24.
LA9	Zdravstvena i sigurnosna pitanja obuhvaćena formalnim sporazumima sa sindikatima ASPEKT: OBUKA I OBRAZOVANJE	III 2.19.
LA10	Prosječan godišnji broj sati obuke po zaposleniku prema kategoriji zaposlenika	III 2.31., 2.32., 2.33.
LA11	Programi za stjecanje vještina i cjeloživotno učenje koji podupiru stalnu mogućnost zapošljavanja zaposlenika te im pomažu u uspješnome okončanju radnoga vijeka	III 2.34.
LA12	Postotak zaposlenika koji primaju redovitu ocjenu radnoga učinka i individualnoga razvitka ASPEKT: RAZNOLIKOST I JEDNAKE MOGUĆNOSTI	III 2.35.
LA13	Sastav upravljačkih tijela te struktura zaposlenika prema kategorijama, po spolu, dobnoj skupini, pripadnosti manjinskoj skupini i drugim pokazateljima raznolikosti	III 2.40.
LA14	Omjer osnovne plaće muškaraca i žena prema kategoriji zaposlenika LJUDSKA PRAVA ASPEKT: PRAKSE ULAGANJA I NABAVE	III 2.41.
HR1	Postotak i ukupan broj ugovora o važnim ulaganjima, koji sadržavaju stavke o ljudskim pravima ili su podvrgnuti analitičkome pregledu s obzirom na ljudska prava	III 1.12., 1.13.

HR2	Postotak većih dobavljača i podgovarača podvrgnutih analitičkome pregledu s obzirom na ljudska prava te poduzete mjere	III 1.15., 1.17.
HR3	Ukupan broj sati obuke zaposlenika o politikama i postupcima koji se tiču vidova ljudskih prava važnih za djelatnosti, uključujući postotak obučanih zaposlenika ASPEKT: NEDISKRIMINACIJA	III 2.36.
HR4	Ukupan broj slučajeva diskriminacije i poduzete mjere ASPEKT: SLOBODA UDRUŽIVANJA I KOLEKTIVNO PREGOVARANJE	III 2.39.
HR5	Djelatnosti prepoznate kao one u kojima bi u većoj mjeri moglo biti ugroženo ostvarivanje prava na slobodu udruživanja i kolektivnoga pregovaranja te mjere poduzete u cilju podupiranja tih prava ASPEKT: DJEČJI RAD	III 2.14.
HR6	Djelatnosti prepoznate kao one koje u većoj mjeri sadržavaju opasnost od slučajeva dječjega rada te mjere poduzete radi doprinosa ukidanju dječjega rada ASPEKT: PRISILNI I OBVEZNI RAD	III 2.13.
HR7	Djelatnosti prepoznate kao one koje u većoj mjeri sadržavaju opasnost od slučajeva prisilnoga ili obveznoga rada te mjere poduzete radi doprinosa ukidanju prisilnoga ili obveznoga rada ASPEKT: SIGURNOSNE PRAKSE	III 2.20., 2.38.
HR8	Postotak zaštitarskoga osoblja obuhvaćenoga obukom o politikama ili postupcima organizacije u vezi s aspektima ljudskih prava koji su važni za djelatnosti ASPEKT: PRAVA STAROSJEDILAČKOGA STANOVNIŠTVA	III 2.22.
HR9	Ukupan broj slučajeva kršenja prava stanovništva i poduzete mjere DRUŠTVO ASPEKT: ZAJEDNICA	III 2.21.
SO1	Narav, opseg i učinkovitost programa ili opće prakse kojima se procjenjuju utjecaji poslovnih djelatnosti na zajednice, uključujući fazu ulaska, djelovanja i izlaska, i upravljanjima ASPEKT: KORUPCIJA	III 3.2.
SO2	Postotak i ukupan broj poslovnih jedinica podvrgnutih analizi korupcijskoga rizika	III 2.17.

SO3	Postotak zaposlenika obuhvaćenih obukom o antikorupcijskim politikama i postupcima organizacije	III 2.17., 2.19.
SO4	Mjere poduzete kao odgovor na slučajeve korupcije ASPEKT: JAVNA POLITIKA	III 2.19.
SO5	Stajališta organizacije povezana s određenim javnim politikama te sudjelovanje u razvoju javnih politika i lobiranju	III 4.4., 4.7.
SO6	Ukupna vrijednost novčanih i nenovčanih priloga danih političkim strankama, političarima i srodnim institucijama, raščlanjena prema zemljama ASPEKT: PONAŠANJE PROTIVNO NAČELU SLOBODNOGA TRŽIŠNOG NATJECANJA	III 4.7.
SO7	Ukupan broj pravnih postupaka pokrenutih zbog ponašanja u suprotnosti s načelom slobode tržišnoga natjecanja, trustovske i monopolističke prakse te njihovi ishodi ASPEKT: PRIDRŽAVANJE PROPISA	III 1.7., 4.8.
SO8	Vrijednost većih novčanih kazni i ukupan broj nenovčanih sankcija za nepridržavanja zakona i propisa ODGOVORNOST ZA PROIZVOD ASPEKT: ZDRAVLJE I SIGURNOST KUPACA	III 2.39.
PR1	Faze životnoga ciklusa proizvoda i usluga u kojima se ocjenjuje poboljšanje njihova utjecaja na zdravlje i sigurnost te postotak važnih kategorija proizvoda i usluga podvrgnutih tim postupcima	III 1.1.
PR2	Ukupan broj slučajeva nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost za vrijeme svojega životnog ciklusa, prema vrsti ishoda ASPEKT: INFORMACIJE I OZNAKE NA PROIZVODIMA I USLUGAMA	III 1.18., 1.19., 1.25.
PR3	Vrsta podataka o proizvodu i usluzi, zahtijevanih organizacijskim postupcima te postotak važnih proizvoda i usluga podložnih takvim informacijskim zahtjevima	III 1.18.
PR4	Ukupan broj slučajeva nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s podacima o proizvodu i usluzi te označivanjem, prema vrsti ishoda	III 1.18.
PR5	Praksa povezana sa zadovoljstvom kupaca, uključujući rezultate upitnika za mjerenje zadovoljstva kupaca	III 1.3., 1.20.

ASPEKT: MARKETINŠKE KOMUNIKACIJE

PR6	Programi za poštivanje zakona, norma i dobrovoljnih kodeksa koji se odnose na marketinške komunikacije, uključujući oglašavanje, promidžbu i pokroviteljstvo	III 1.18.
PR7	Ukupan broj slučajeva nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s marketinškim komunikacijama, uključujući oglašavanje, promidžbu i pokroviteljstvo, prema vrsti ishoda	III 1.18.
ASPEKT: POŠTIVANJE PRIVATNOSTI KUPACA		
PR8	Ukupan broj potkrijepljenih pritužbi koje se odnose na povrede privatnosti kupaca ili gubitak osobnih podataka o kupcu	III 1.20., 1.24.
ASPEKT: PRIDRŽAVANJE PROPISA		
PR9	Vrijednost većih novčanih kazni za nepridržavanje zakona i propisa koji se tiču ponude i upotrebe proizvoda i usluga	III 1.25.

Napomena: Mjesto u tekstu označeno je brojem dijela (I, II. i III.) te točkom na koju se pokazatelj odnosi. Neki okolišni pokazatelji učinka nalaze se u Tablici 3.1., označenoj T 3.1. Neki se pokazatelji odnose i na politike i prakse naše matične tvrtke Coca-Cola Hellenic Bottling Company S.A. zato upućujemo čitatelje na Korporativno izvješće o društvenoj odgovornosti za 2008. godinu, <http://www.coca-colahellenic.com/sustainability/csreport/>

OZNAKE

■	-	ključni pokazatelj
np	-	nije poznato (primjenjuje se samo na dodatne pokazatelje)
npr	-	ne primjenjuje se
različito	-	pokazatelj je naveden na više mjesta u izvješću
uvod	-	uvodni dio izvješća

Dodatak 2.

Upravljački pristup prema kategoriji

	Broj poglavlja
Gospodarski	III 1., 2.
Prema zaštiti okoliša	III 3.
Društveni: prakse rada i pošten posao	III 2.
Društveni: ljudska prava	III 2.
Društveni: društvo	III 4.
Društveni: odgovornost proizvoda	III 1.

