

Izvješće o održivome poslovanju



Predgovor¹

S velikim vam zadovoljstvom i ponosom predstavljam Izvješće o održivome poslovanju tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska. Posebno je važno što smo ovo izvješće sastavili u 2018. godini, na 50. godišnjicu naše prisutnosti na hrvatskome tržištu.

Coca-Cola HBC Hrvatska svoje je prvo izvješće o održivom poslovanju objavila još 2003. kao pionir održivog i društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj. Ovo izvješće nastavlja tradiciju uporabe standarda Svjetske inicijative za izvješćivanje (Global Reporting Initiative, GRI), omogućujući nam da usporedimo naša postignuća s najboljom svjetskom praksom. Predvodnici smo u zajednici dionika koji zagovaraju i provode održivu poslovnu praksu u Hrvatskoj zahvaljujući i našoj uključenosti u rad Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR) i inicijative Ujedinjenih naroda Global Compact.

Održiva poslovna praksa u središtu je našega poslovanja. Omogućuje nam povezivanje naše vizije i misije s našim strateškim ciljevima i budućim obvezama. Naše tržišno vodstvo rezultat je našega stalnog zalaganja da budemo željeni poslodavac, potrage za mogućnostima da smanjimo naš ekološki otisak gdje god možemo, promicanja održive poslovne prakse, poštivanja ljudskih prava diljem opskrbnoga lanca i ulaganja u lokalne zajednice. Savjetovanje sa svim našim dionicima važan je dio onoga što radimo. Omogućuje nam da svoje obveze i dalje temeljimo na poslovnim aktivnostima koje naši dionici smatraju najvažnijima, uključujući i izvješćivanje.

Ponosni smo dio Skupine Coca-Cola HBC A.G. koja djeluje u 28 država na trima kontinentima. Coca-Cola HBC uvrštena je u Dow-Jonesov indeks održivosti te je već četiri uzastopne godine prepoznata kao predvodnik u našoj industriji u Europi i svijetu. U svemu što radimo vođeni smo trima ključnim strateškim ciljevima tvrtke: promicanje zdravlja i dobrobiti, smanjenje našega utjecaja na okoliš na najmanju mjeru te ulaganje u zajednicu. Naša predanost odražava se u našim ciljevima održivosti koje želimo postići do 2020. S ponosom mogu reći da je Coca-Cola HBC Hrvatska, kao i tvrtka u cjelini, na putu do ispunjenja većine tih ciljeva te već danas radimo na postavljanju još ambicioznijih ciljeva za budućnost.

Posvećenost održivom poslovanju uključuje posvećenost slušanju i reagiranju na povratne informacije dionika. Ovo izvješće predstavljamo kao dio našega trajnog dijaloga sa širom zajednicom te se veselimo sljedećim godinama zajedničkoga napretka, zaštite okoliša i društvenoga utjecaja u Hrvatskoj.

S poštovanjem
Ruža Tomić Fontana
glavna direktorica



O izvješću²

Izvješće o održivome poslovanju obuhvaća poslovnu godinu od 1. siječnja do 31. prosinca 2017. Gdje god je to moguće, financijske godine 2015. i 2016. također su upotrijebljene u usporedne svrhe kako bi se omogućila procjena naše uspješnosti tijekom vremena. Kao osnova za neke od naših ciljeva održivosti u obzir su uzeti i neki dijelovi izvješća iz 2010.



- 01** Kao i kod prethodnih izvješća o održivome poslovanju za 2004., 2005. – 2006., 2007. – 2008. i 2011., ovo je izvješće sastavljeno u skladu s najnovijim standardima izvješćivanja Svjetske inicijative za izvješćivanje (GRI). GRI je prepoznat kao svjetski predvodnik u osiguranju kvalitete i sveobuhvatnoga izvješćivanja o ekonomskim, okolišnim i društvenim utjecajima poslovanja diljem svijeta.
- 02** Ovo se izvješće temelji na objedinjenome skupu standarda Svjetske inicijative za izvješćivanje koji su u uporabi za izvješćivanje o održivosti, opće poznati standardi GRI-ja, izdanim 2016. Ovo je izvješće pripremljeno u skladu sa standardima GRI-ja: Temeljna opcija. Ta opcija omogućuje izvješćivanje o onim podacima koji su potrebni kako bi čitatelj razumio prirodu naše tvrtke, naše materijalne teme i povezane utjecaje te kako se njima upravlja.
- 03** U skladu sa standardima GRI-ja tablica na kraju izvješća pokazuje gdje se mogu pronaći relevantni podaci. Osnova za prikupljanje podataka o zaštiti okoliša standardi su Skupine Coca-Cola HBC u cjelini. U tome smislu objavljivanje podataka o okolišu upućuje na standarde GRI-ja, ali ih ne ispunjava u potpunosti. U budućim ćemo izvješćima nastojati savjesno izvješćivati o zaštiti okoliša u skladu s najnovijim objavama standarda GRI-ja.
- 04** Izbor onoga o čemu izvješćujemo odražava različitost materijalnih problema u smislu njihove važnosti za dionike te njihove društvene, ekološke i ekonomske utjecaje (vidi prikaz 1. u nastavku). Budući da je anketa na kojoj se tablica temelji završena prije nego što su novi standardi GRI-ja stupili na snagu, u tablici su upotrijebljene kategorije koje se temelje na prijašnjim standardima. Međutim, objave odabrane za izvješćivanje pod svakom materijalnom temom odnose se na najnovije standarde GRI-ja.
- 05** Nije bilo znatnih promjena u ograničenjima našega poslovanja u razdoblju od našega posljednjeg izvješća o održivome poslovanju.
- 06** Izvješće je sastavljeno uz pomoć dr. Paula Stubbsa i dr. Vedrana Rechera s Ekonomskoga instituta u Zagrebu uz usku suradnju s predstavnicima svih tvrtkinih odjela.
- 07** Najviši je odbor ili osoba koja formalno preispituje i odobrava izvješće o održivome poslovanju organizacije te osigurava da su obuhvaćene sve materijalne teme glavni direktor s timom voditelja Coca-Cole – poslovne jedinice Adria.
- 08** Izvješće su pregledali članovi Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR), a njihovu stručnu prosudbu o izvješću možete pronaći na 60. stranici.
- 09** Osoba je za kontakt za sva pitanja ili komentare o izvješću ili općenitije upite o našim rezultatima održivosti Boška Trbojević, direktorica Odjela za komunikacije i odnose s javnošću (PA&C) za Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu te Sloveniju (e-adresa: boska.trbojevic@cchellenic.com).

28



Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. (CC HBC Hrvatska) u većinskom je vlasništvu matične tvrtke Coca-Cola HBC A.G. (CC HBC, Skupina) koja posluje u 28 država te je jedan od najvećih punioničara pića tvrtke The Coca-Cola Company.

595


mil

2


bil

Coca-Cola HBC opskrbljuje tržište od oko 595 milijuna potrošača i prodaje više od 2 milijarde jedinica godišnje, što je čini jednim od vodećih proizvođača bezalkoholnih pića tvrtke The Coca-Cola Company.

1

Skupina se smatra predvodnikom održivosti industrije pića te je četiri godine bila na prvome mjestu svjetskome i europskome Dow-Jonesovu indeksu održivosti (DJSI), a također je uvrštena i u indeks FTSE4Good.

Dionice Coca-Cola HBC uvrštene su u najviši razred Londonske burze (LSE: CCH), a kotiraju i na Atenskoj burzi (ATHEX: EEE).

Za više podataka o Coca-Coli HBC A.G. posjetite mrežnu stranicu www.coca-colahellenic.com

1968

Coca-Cola HBC Hrvatska jedina je ovlaštena punionica u Hrvatskoj koja proizvodi, puni i distribuira proizvode tvrtke The Coca-Cola Company u Hrvatskoj punih pedeset godina. Prva boca Coca-Cole u Hrvatskoj proizvedena je 17. rujna 1968. u Ulici Milana Sachsa u Zagrebu, gdje se i danas nalazi sjedište tvrtke te njezino glavno proizvodno i distribucijsko središte.

Coca-Cola HBC posluje diljem Hrvatske. Ima jednu punionicu u Zagrebu te šest skladišta i distribucijskih centara u Zagrebu, Solinu, Rijeci, Zadru, Požegi i Baderni.



Trenutačno distribuiramo niz gaziranih i negaziranih bezalkoholnih pića, voda, energijskih napitaka i alkohola.

Dodatni su podaci o tvrtki dostupni na mrežnoj stranici <https://hr.coca-colahellenic.com/hr/>

Od ukupno 151,4 milijuna litara bezalkoholnih pića koje Coca-Cola HBC uvozi ili proizvodi za hrvatsko tržište 121,8 milijuna litara (80,5 %) proizvedeno je u Hrvatskoj.



UPRAVLJAČKA STRUKTURA⁴



Coca-Cola HBC Hrvatska ima tri ključna upravljačka tijela: Upravni odbor (jedan direktor), Nadzorni odbor (pet članova) i Skupštinu (jedan član).



- Tri pravna subjekta, Coca-Cola HBC Slovenija, Coca-Cola HBC Hrvatska i Coca-Cola HBC B-H Sarajevo, organizirana su u jednu poslovnu jedinicu, Coca-Cola HBC Adria.
- Četiri člana Nadzornoga odbora imenuje Skupina (glavni izvršni direktor Skupine Coca-Cola HBC, glavni direktor Odjela za pravne poslove Skupine i dva viša predstavnika Odjela za pravne poslove Skupine), a jednoga imenuju zaposlenici. Nadzorni odbor na godišnjemu zasjedanju imenuje glavnoga direktora uzimajući u obzir i njegove rezultate na području održivosti.
- Iako ne postoji postupak koji izričito ocjenjuje rad glavnoga direktora u odnosu na upravljanje ekonomskim, društvenim i ekološkim temama, to je jedan od čimbenika koji se uzima u obzir pri imenovanju glavnoga direktora i kojega ocjenjuje Nadzorni odbor. Isto tako, pri ocjenjivanju njegovih rezultata održivost poslovanja dio je cjelokupne procjene.
- Sadašnja je glavna direktorica za Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu te Sloveniju Ruža Tomić Fontana. Imenovana je 3. srpnja 2017. te je u radu podupire vodeći tim direktora iz devet odjela: Odjel za pravne poslove, Služba za poslovnu podršku u opskrbnome lancu (ICSC), Odjel za prodaju, Odjel za marketing, Odjel za financije, Odjel za komercijalnu izvrsnost, Služba za poslovna rješenja i sustave (BSS), Odjel za ljudske potencijale te Odjel za komunikacije i odnose s javnošću (PA&C).
- Odgovornost za pitanja povezana s održivošću raspoređena je u svim upravljačkim strukturama i ustrojbenim jedinicama, no vodeću odgovornost dijele direktor Odjela za komunikacije i odnose s javnošću, koji svoja izvješća podnosi glavnomu direktoru i rukovoditelj Službe za održivo poslovanje koji odgovara direktoru osiguranja kvalitete, sigurnosti na radu i zaštite okoliša.
- Odgovornost može biti na državnoj, područnoj i svjetskoj razini, ali i na srednjoj razini u okviru potpodručnog organizacijskog ustroja.

STRATEŠKI OKVIR I VRIJEDNOSTI

Naša vizija

Biti neosporivi predvodnik na svim tržištima na kojima poslujemo.

Naša misija

Osvježiti naše potrošače, sklopiti partnerstvo s našim kupcima i obogatiti život lokalnih zajednica u kojima djelujemo tako što ćemo ponuditi visoko kvalitetne proizvode i izgraditi povjerenje građana našim svakodnevnim radom kao našu najbitniju vrijednost.

Naše vrijednosti

Sve počinje s našim vrijednostima. One nas čine drukčijima, potiču nas, nadahnjuju i prožimaju energijom kako bismo mogli postići naše ciljeve.

- autentičnost: slijedimo duboko ukorijenjene vrijednosti, djelujemo vjerodostojno i činimo ono što je ispravno, ne samo jednostavno
- izvrsnost: nastojimo zadiviti, strašću i brzinom
- učenje: slušamo i prirodno smo znatiželjni
- briga za naše ljude: vjerujemo u naše ljude, ulažemo u njih i osnažujemo ih
- djelovanje kao jedan tim: vjerujemo u moć zajedničkoga rada doprinoseći u svakoj interakciji
- pobjeda s kupcima: naši su kupci u središtu svega što radimo

Naši ljudi igraju temeljnu ulogu u održivome rastu našega poslovanja. Stoga smo predani zapošljavanju, razvoju i privlačenju talenata te poticanju iznimno učinkovitoga načina razmišljanja diljem tvrtke. Sve je to dio našega strateškog okvira koji pokreću četiri strateška prioriteta: stjecanje povjerenja zajednice, povećanje tržišne ponude, odgovaranje na potrebe kupaca i troškovno vodstvo. U dobrome smo položaju za rast jer predstavljamo inherentno konkurentnu prodajnu organizaciju. Naš nas strateški okvir podsjeća na to da će uspjeh doći iz suradnje unutar cjelokupne tvrtke i s našim partnerom u rastu, tvrtkom The Coca-Cola Company.

Naši strateški prioriteti:

- stjecanje povjerenja zajednice
- povećanje tržišne ponude
- odgovaranje na potrebe kupaca
- troškovno vodstvo

Napomena: u tijeku je prerada ovoga okvira. Ovdje su navedeni strateški okvir i vrijednosti bili na snazi tijekom izvješćivanja 2017.

Naš pristup održivosti

S Coca-Colom HBC A.G. dijelimo svrsishodan, strateški pristup održivosti koji redovito prerađujemo kako bi odgovarao promjenjivim okolnostima. Radimo na tome da se održivost uklopi u svaki aspekt našega poslovnog modela. Naša je misija održivosti razvoj poslovanja na odgovoran, održiv i isplativ način uz procjenu rizika i prilika, donošenje odluka te ulaganje koje stvara društvenu vrijednost.

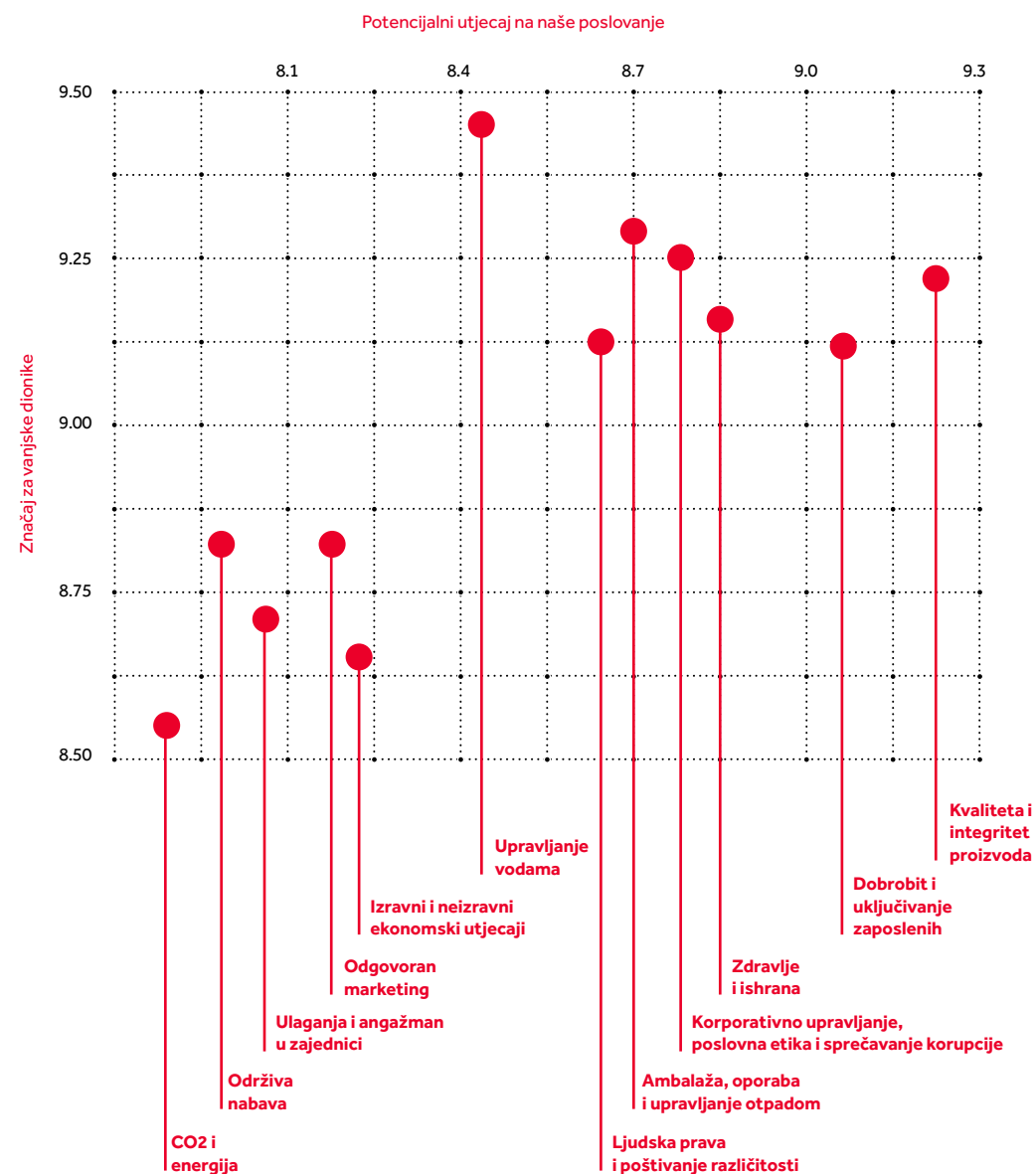
MATERIJALNA PITANJA⁵

Kako bismo analizirali razinu održivosti našega poslovanja, od ključne je važnosti odrediti ključne teme i probleme koji su od interesa za našu tvrtku i njezine dionike. Kako bismo prepoznali materijalna ekonomska, društvena i ekološka pitanja, u ožujku 2018. proveli smo anketu koja je uključivala 34 unutarnjih i 70 vanjskih dionika. Vanjski su dionici uključivali kupce, članove akademske zajednice, dužnosnike vladinih agencija, nevladine udruge, medije i dobavljače. Oni su odabrani na temelju njihova interesa za naš trenutni i mogući društveni, ekološki i/ili ekonomski utjecaj. Izbor unutrašnjih dionika uključivao je suradnju svih odjela Coca-Cole HBC

Hrvatska uzimajući u obzir odgovarajuću zastupljenost u cijeloj organizaciji.

Od vanjskih je dionika zatraženo da od 1 (nimalo važno) do 10 (vrlo važno) ocijene dvanaest različitih vidova našega poslovanja. Iste su teme na isti način rangirane od strane unutarnjih dionika u odnosu na njihov mogući učinak na naše poslovanje. Kombinirajući prosječne rezultate obiju skupina dionika, uspjeli smo sastaviti matricu materijalnosti (prikaz 1.).

Prikaz 1. Matrica materijalnosti
Coca-Cole HBC Hrvatska →



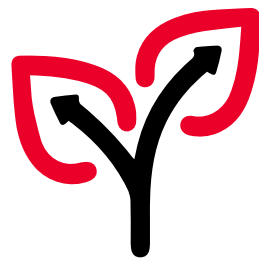
Svih je dvanaest pitanja ocijenjeno kao vrlo važno i sa znatnim utjecajem te su gotovo sva u prosjeku rangirane iznad 8,0 u objema dimenzijama. Međutim, jasno možemo razlikovati dvije skupine koje ćemo nazvati Pitanja povezana s velikim materijalnim utjecajem i Pitanja povezana s iznimno velikim materijalnim utjecajem.

⁵102-40; 102-42; 102-47



01 Kvaliteta i vjerodostojnost proizvoda

Naše poslovanje ovisi o kvaliteti naših proizvoda i zadržavanju vodećega položaja na tržištu. Naši prihodi te naš ugled i povjerenje u naše proizvode ovise o njihovoj kvaliteti. Moramo nastaviti ispunjavati promjenjive zahtjeve i očekivanja naših potrošača na iznimno konkurentnome i dinamičnome tržištu. Vrijednost robne marke ovisi o njezinoj dostupnosti, dizajnu, prezentaciji, kvaliteti, okusu i sigurnosti.



02 Zdravlje i prehrana

Razumijemo sve veću važnost zdravlja i dobrobiti za naše potrošače širom svijeta. Uravnotežena prehrana ključan je dio toga i odlučni smo pomoći potrošačima da odgovorno izaberu svoje napitke. Nudimo širok raspon napitaka u različitim pakiranjima povećavajući dostupnost napitaka koji ne sadržavaju šećer ili sadržavaju vrlo malo šećera. Pružamo jasne i providne prehrambene podatke o svim našim proizvodima usklađujući se, a katkad i nadilazeći relevantne propise Europske unije.



03 Dobrobit i uključenost zaposlenika

Uspjeh našega poslovanja ovisi o našoj sposobnosti zapošljavanja i zadržavanja darovite, zdrave, sretno i kreativne skupine ljudi koja radi za nas. Ulaganje u naše zaposlenike, njihov razvoj, motivaciju i uključenost, osiguravanje njihove dobrobiti i odanosti te sigurnog radnog okruženja, ključan su čimbenik naše korporacijske kulture.



05 Ljudska prava i raznolikost

Poštivanje ljudskih prava temelj je našega ugleda u smislu etičnoga poslovanja. Vjerujemo u stvaranje radne okoline koja potiče raznolikost i uključenost osiguravajući da se ljudska prava prepoznaju u potpunosti i poštuju u čitavome lancu vrijednosti našega poslovanja. U svjetskome poslovnom okruženju poštivanje ljudskih prava najveći je test društvenoga utjecaja tvrtka diljem svijeta.



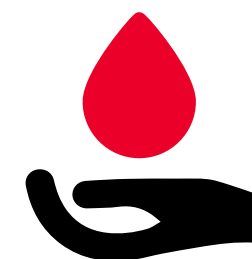
04 Korporacijsko upravljanje, poslovna etika i protukorupcijske mjere

Temeljenje svih naših poslovnih aktivnosti na načelima vjerodostojnosti, providnosti i etičke odgovornosti naš je prioritet. U svim vidovima našega korporacijskog upravljanja pridržavamo se našega strogog Kodeksa poslovnoga ponašanja i Protukorupcijske politike te temeljito i nepristrano istražujemo prijavljena kršenja i, u slučaju utvrđenih prekršaja, reagiramo na njih s nultom snošljivošću.



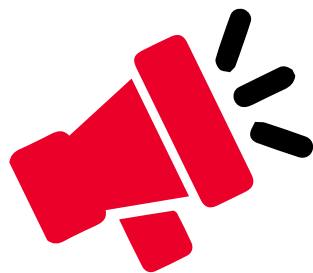
06 Ambalaža, uporaba i zbrinjavanje otpada

Coca-Cola HBC Hrvatska koristi se širokom paletom ambalažnoga materijala za svoje napitke, od kojih svi zadovoljavaju stroge standarde kvalitete. Kao ključna sastavnica naših proizvoda ambalaža je ključni element naših poslovnih procesa. Ujedno osiguravamo da se količina upotrijebljenoga materijala neprestano pregledava, a usto postajemo i sve vještiji u uporabi i ponovnoj uporabi ambalaže.



07 Promicanje zaštite voda

Voda je osnovni sastojak svih naših proizvoda. Nužna je za naš cjelokupni proces proizvodnje i rast poljoprivrednih kultura o kojima ovise mnogi, a vjerojatno i većina naših proizvoda. Kvalitetna, sigurna i pristupačna voda bitna je za održavanje širega ekosustava te zdravlja ljudi, održivih zajednica i gospodarskoga razvoja.



08 Odgovorni marketing:

Oglašavanje naših robnih maraka uistinu je jedna od najvažnijih poslovnih aktivnosti u cjelokupnome Coca-Colinu sustavu tvrtke. Naše odgovorne marketinške politike uređuju načine na koje se bavimo komercijalnim aktivnostima, a posebice kako i gdje oglašavamo. Primjerice, čvrsto smo uvjereni da osnovne škole nisu mjesto za promicanje tvrtka. Jednako je važno da svaka od naših limenka i boca sadržava podatke za potrošače o sastavu našega proizvoda i njegovoj kalorijskoj vrijednosti u odnosu na preporučeni dnevni unos kalorija.



10 Ulaganje u zajednice i uključenost:

Naš poslovni uspjeh ovisi u velikoj mjeri o snazi, otpornosti i dobrobiti zajednica u kojima poslujemo. Naša ulaganja i suradnja zajednice usredotočeni su na osnaživanje mladih, zaštitu okoliša, promicanje zaštite voda te ulaganje vremena, energije, predanosti i novca kao doprinosa dobrobiti zajednice.



12 Ugljikov dioksid i energija:

Klimatske su promjene rizik na svjetskoj razini koji predstavlja značajnu opasnost za naše poslovanje kroz povećane troškove energije, smanjenje održivih zaliha vode, nestašicu sirovina i prekid poslovanja zbog nepovoljnih vremenskih uvjeta. Za našu je tvrtku učinkovito upravljanje ispuštanjima ugljikova dioksida strateški prioritet. Svjesni smo potrebe za povećanim ulaganjem u energetske učinkovitost i tehnologije koje smanjuju ispuštanja ugljikova dioksida.

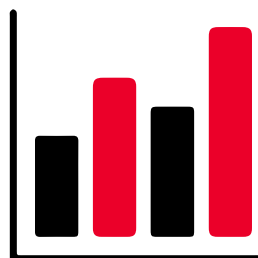
09 Izravni i neizravni ekonomski utjecaji:

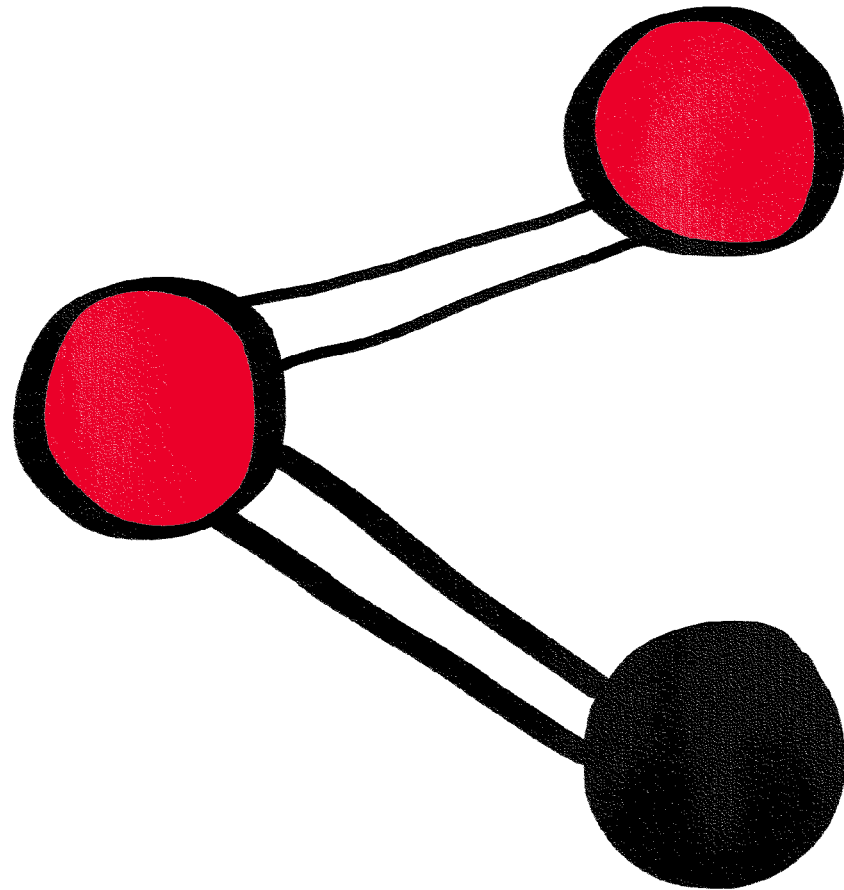
Poslujući u Hrvatskoj već pedeset godina, doprinosimo društveno-ekonomskom razvoju te poboljšavamo kvalitetu života u našim zajednicama. Mjerimo utjecaj u pogledu prihoda koji ostvarujemo u zajednici uključujući plaće naših zaposlenika, plaćene poreze, isplate dobavljačima i izvođačima radova te ulaganja u partnerstva utemeljena u zajednici u svrhu potpore društvenih i okolišnih tema. Nastojimo prilagoditi najuspješnije poslovne prakse i primijeniti ih na posebno tržišno okruženje u kojemu djelujemo.



11. Održiva nabava:

Izvori i nabava sirovina glavni je doprinos našem ekonomskom, operativnom i ekološkom utjecaju. Kao nužna sastavnica našega poslovnog modela naš se interes za poslovanje naših dobavljača izričito očituje u njihovu utjecaju na naše vlastite ciljeve i učinke održivosti. Dobivanje sirovina od ekoloških i društveno odgovornih dobavljača koji poštuju najviše standarde ljudskih prava i djeluju kao model poslodavca ključno je za naše obveze na području održivosti.





Povezivanje s mnogim i raznolikim dionicima ključan je dio naše predanosti održivom poslovanju. Dionici pružaju vrijedne uvide u naše poslovanje, zbog čega slušanje njihovih briga osigurava važne povratne informacije te nam omogućuje da se poboljšamo i donosimo kvalitetnije odluke. Uključivanjem u redovite vježbe označivanja dionika osiguravamo da ni jedan od naših dionika ne ostaje zanemaren. Rad s našim dionicima jača našu predanost u stvaranju održive budućnosti. Redovito se savjetujemo sa širim skupinama dionika, kao što smo to učinili i za gore spomenutu analizu važnosti. Također smo se sastali sa skupinom dionika kako bismo primili mišljenja i povratne informacije o našoj Studiji o društveno-ekonomskome utjecaju, koja će biti spomenuta u nastavku.

U njoj navodimo ključne dionike, objašnjavamo za što su nam važni i neke od načina na koje se odnosimo prema našim poteškoćama i njihovu rješavanju.

Tablica 1. Ključni dionici Coca-Cole HBC Hrvatska →

| DIONICI | NJIHOVA VAŽNOST | NEKE METODE UKLJUČIVANJA |
|--|--|---|
| POSLOVNI PARTNERI (KUPCI, DOBAVLJAČI, IZVOĐAČI RADOVA) | <ul style="list-style-type: none"> • dio vrijednosti i opskrbnoga lanca • stvaranje zajedničke vrijednosti i društvenoga, ekonomskoga i ekološkoga utjecaja • zajednički ugled i rizici | <ul style="list-style-type: none"> • redovite konzultacije i posjeti • strateški dokumenti • zajedničke inicijative • redovite provedbe analiza i fokusne skupine • okrugli stolovi i forumi • infolinija i e-pošta |
| TVORCI POLITIKA U VLADINIM I REGULACIJSKIM AGENCIJAMA | <ul style="list-style-type: none"> • stvaranje okruženja za politiku unutar koje djelujemo • izrada zakona koji uređuju naše poslovanje | <ul style="list-style-type: none"> • osmišljeni dijalog • zagovaranje (preko poslovnih udruga) • zajednički projekti • osiguravanje slučajeva najbolje prakse • inicijative za oporabu i zbrinjavanje otpada |
| CIVILNO DRUŠTVO I NEVLADINE UDRUGE | <ul style="list-style-type: none"> • tvorcima društvene vrijednosti • mogu se temeljiti na javnome interesu i/ili stručnosti | <ul style="list-style-type: none"> • redoviti dijalog • partnerstvo • konzultacije o pitanjima od zajedničkoga interesa • okrugli stolovi i forumi • članstvo i vodstvo (npr. HR PSOR) |
| ZAJEDNICE (OPĆENITO) | <ul style="list-style-type: none"> • zajednička briga za društveni, ekološki i gospodarski utjecaj • osiguravanje ovlasnice za rad • trenutačni ili mogući potrošači | <ul style="list-style-type: none"> • posjeti punionici • ulaganja preko donacija, potpora i pokroviteljstava • partnerstvo • volonterske inicijative |
| ZAJEDNICE U BLIZINI NAŠIH USTROJBEH JEDINICA | <ul style="list-style-type: none"> • suočavanje s izravnim utjecajem naših poslovnih praksa • oblikovanje našega ugleda | <ul style="list-style-type: none"> • posjeti punionici • potpora događajima u susjedstvu • otvorena teretana u mjesnoj školi • ulaganja u mjesnu infrastrukturu • susreti zajednica |
| POTROŠAČI | <ul style="list-style-type: none"> • njihovi ukusi, odabir i zadovoljstvo našim proizvodima izravno utječu na sve vidove našega poslovanja | <ul style="list-style-type: none"> • besplatna infolinija i Pozivni centar za potrošače • interakcija na društvenim medijima • mrežne stranice • fokusne skupine |
| POSLOVNE UDRUGE | <ul style="list-style-type: none"> • legitimni predstavnici tvrtka poput naše okupljeni po područjima i/ili pitanjima | <ul style="list-style-type: none"> • članstvo i vodstvo • zalaganje za rješavanje ključnih pitanja • dijeljenje najboljih primjera iz prakse • državno, područno i svjetsko umrežavanje |
| AKADEMSKA ZAJEDNICA | <ul style="list-style-type: none"> • osiguravanje stručnosti i savjeta u vezi s pitanjima koja se izravno odnose na nas • obrazovanje postojećih i moguće budućih zaposlenika | <ul style="list-style-type: none"> • stručno vodstvo i savjeti • partnerstvo za poboljšanje poveznica između teorije i prakse • konferencije i okrugli stolovi |
| PREDSTAVNICI ZAPOSLENIKA I SINDIKATA | <ul style="list-style-type: none"> • legitimni predstavnici naših zaposlenika kao cjeline ili pojedinačno | <ul style="list-style-type: none"> • Radničko vijeće • pregovori i dijalog |
| NAŠI ZAPOSLENICI | <ul style="list-style-type: none"> • naša najvažnija vrijednost, a stalna ulaganja u njihov razvoj, zadržavanje, dobrobit i zadovoljstvo jamstvo su našega neprestanog uspjeha | <ul style="list-style-type: none"> • redoviti dijalog i komunikacija • Radničko vijeće • ankete o zadovoljstvu zaposlenika • osobni planovi razvoja • inicijative za obuku i obrazovanje • telefonska linija za zaposlenike |
| THE COCA-COLA COMPANY | <ul style="list-style-type: none"> • izvor robne marke i pokretač inovacije te promjene kad je to potrebno | <ul style="list-style-type: none"> • dnevna komunikacija i suradnja • zajednička politika i strateški dokumenti • zajednički projekti i zajedničko planiranje |

UPRAVLJANJE RIZICIMA⁷



U suvremenome, globaliziranome svijetu održivo poslovanje zahtijeva stalnu predanost procjeni, analizi i ublažavanju stvarnih i mogućih rizika. Ti se rizici pojavljuju na različitim razinama te mogu biti svjetski, područni, nadržavni, državni ili mjesni. Okruženje u kojemu djelujemo neprestano se mijenja, ne uvijek na predvidljive ili očekivane načine. Razumijevanje vjerojatnosti pojave posebnih uzroka i vjerojatan utjecaj na naše poslovanje od presudne su važnosti. Rano otkrivanje, sprječavanje i ublažavanje rizika ključni su ako želimo nastaviti djelovati na temelju održivih poslovnih načela i praksa.

Naravno, nisu svi rizici predvidljivi i ne mogu se svi spriječiti. Neki mogu biti izvan našega nadzora iako suradnjom dioničara gore navedenoga tipa naš pristup upravljanju rizikom postaje razrađeniji i sveobuhvatniji tijekom vremena. Neizbježno će u stvarnome svijetu biti zbivanja koja će izazvati znatne rizike za naše poslovanje. Stoga imamo jasan, postojan i učinkovit sustav upravljanja kriznim situacijama.

S druge strane jednadžbe također je važno da možemo prepoznati i iskoristiti mogućnosti. Svaki je rizik, u tome smislu, prilika da budemo bolji, da radimo više i da doprinesemo. S vremenom smo postali sve sposobniji i sigurniji u upravljanju rizicima i iskorištavanju prilika. Sustavi za njihovu uspješnu izvedbu ugrađeni su u naše poslovanje na svim razinama.

Tablica 2 u nastavku, iako daleko od sveobuhvatne, pruža pregled nekih najvažnijih rizika za naše poslovanje i naših obveza u području održivosti. Za svaku vrstu rizika zabilježili smo neke od najvažnijih mjera za ublažavanje rizika koji su trenutačno na snazi. Upravljanje rizikom nije znanstveno precizno, no stalno otkrivanje mogućih rizika ključan je dio našega strateškog pristupa.

| VRSTA RIZIKA / VAŽNOST | PRIRODA RIZIKA | UTJECAJ RIZIKA | UBLAŽAVANJE RIZIKA |
|---|--|---|---|
| zdravlje potrošača / zdravlje i prehrana; odgovorni marketing | nemogućnost prilagodbe našega portfelja napitaka suvremenim zdravstvenim trendovima te neuvažavanje zabrinutosti i zabluda o zdravstvenim utjecajima bezalkoholnih pića koja proizvodimo | <ul style="list-style-type: none"> šteta nanosena robnim markama i ugledu smanjena prodaja i prihodi smanjena sredstva za ispunjavanje ključnih ekonomskih, društvenih i ekoloških ciljeva | <ul style="list-style-type: none"> neprestane inovacije u svrhu proširenja naše ponude proširenje raspona napitaka s niskim udjelom šećera i beskaloričnih napitaka povećanje prodaje proizvoda u manjim pakiranjima smanjenje udjela kalorija u proizvodima jasnije označavanje program Red Ken promicanje zdravoga načina života |
| klimatske promjene i ekološki otisak / ugljikov dioksid i energija ⁸ ; ambalaža, uporaba i zbrinjavanje otpada; održivi izvor; promicanje zaštite voda | neuspjeh u ispunjavanju očekivanja dionika da znatno smanjimo naš ekološki otisak i smisleno pridoneseimo ciljevima ekološke održivosti | <ul style="list-style-type: none"> šteta za okoliš i nepredvidljivost klimatskih promjena šteta prouzročena robnim markama i ugledu gubitak utjecaja u promicanju održivoga poslovnog plana smanjena sredstva | <ul style="list-style-type: none"> programi za promicanje zaštite voda programi za upravljanje ugljikom i energijom inovativna rješenja za zbrinjavanje otpada održive politike javne nabave partnerstva u vezi s brigom za okoliš |
| kvaliteta proizvoda i vjerodostojnost | kad kvaliteta naših proizvoda padne ispod standarda koje zahtijevaju naši kupci ili kontaminacija naših proizvoda ima nepovoljan učinak na zdravlje i dobrobit | <ul style="list-style-type: none"> izravan nepovoljan utjecaj na pojedince ili skupine potrošača šteta prouzročena robnim markama i ugledu novčane kazne i/ili druge sankcije regulacijskih tijela smanjena sredstva | <ul style="list-style-type: none"> strogi postupci provjere kvalitete podvrgnuti su redovitim pregledima rani sustavi za upozoravanje postojani sustavi za upravljanje kriznim situacijama brzo odgovaraju na rješavanje temeljnih uzroka i umirivanje potrošača |
| zadovoljstvo zaposlenika, dobrobit i uključenost | neuspješno privlačenje i zadržavanje darovitih i predanih zaposlenika i/ili neuspješno motiviranje i uključivanje postojećih zaposlenika | <ul style="list-style-type: none"> brzi pad iskustva i kompetencija zaposlenika gubitak položaja kao najvrjednijega poslodavca neuspješno ostvarivanje ključnih ciljeva, uključujući ciljeve održivosti smanjena sredstva | <ul style="list-style-type: none"> ulaganje u ljudske potencijale, osposobljavanje i ocjenjivanje na temelju rezultata, ulaganje u robne marke poslodavca održavanje robne marke poslodavca programi za zapošljavanje i zadržavanje talenata |
| zakonski okvir / korporacijsko upravljanje, poslovna etika i protukorupcijske mjere | iznenadne, neočekivane zakonske promjene s nepovoljnim posljedicama za naše poslovne aktivnosti i povećana mogućnost nehotične nesukladnosti | <ul style="list-style-type: none"> šteta nanosena ugledu znatne financijske i nefinancijske kazne preusmjerenje vremena osoblja na pravna pitanja smanjena sredstva | <ul style="list-style-type: none"> daljnje praćenje mogućih promjena revizija Kodeksa poslovnoga ponašanja postojani unutarnji i vanjski sustav nadzora dijalog dionika i zagovaranje preko poslovnih udruga |

Tablica 2 Upravljanje rizikom i važnošću →

⁷102-47 • ⁸ Vodstvo tvrtke suglasno je kako za Hrvatsku ne postoji rizik u području klimatskih promjena. Stoga on nije obuhvaćen u našem registru rizika, no nalazi se u ciljevima naše matične tvrtke.

Imamo spremne postupke za upravljanje rizicima u vezi s održivošću. U našem je cjelokupnom poslovanju izvedena procjena rizika, a svi zaposlenici moraju proći obvezne obuke o Protikorupcijskoj politici Coca-Cole HBC i sukladnosti s propisima. Poduzete su mjere za povećanje općega znanja o ekonomskim, ekološkim i društvenim temama putem slanja obavijesti našem upravnom timu i mjesečnih sastanaka o novim pitanjima na tu temu. Oko stotinu zaposlenika iz vodstva tvrtke, Odjela za marketing, Odjela za prodaju, Odjela za komunikacije i odnose s javnošću i Odjela za pravne poslove te svi drugi zaposlenici koji mogu stupiti u kontakt s državnim službenicima ili drugim predstavnicima javnih tijela smatraju se zaposlenicima u području rizika i primaju dodatnu obuku o Protikorupcijskoj politici. Upućivanje na Protukorupcijsku politiku dio je svakoga sporazuma s dobavljačima koji mogu imati doticaj s javnim tijelima, a svi su dobavljači dužni postupati u skladu s tim politikama. Sve su politike priopćene općoj javnosti putem tvrtkinih mrežnih stranica.

U 2017. godini organizirali smo radionice Super Ambassador za 40 ključnih zaposlenika koji su u čestom kontaktu s vanjskom javnošću, s ciljem razvijanja vještina učinkovitog i jasnog komuniciranja. Osim toga, savjetovanje s dionicima i direktorima o ekonomskim, ekološkim i društvenim temama provodi se transparentno kroz razrađeni postupak koji usklađuje Odjel za komunikacije i odnose

s javnošću. Sva se savjetovanja provode transparentno u obliku službene korespondencije, sastanaka i dokumenata u suradnji s odgovarajućim strukovnim i poslovnim udrugama.

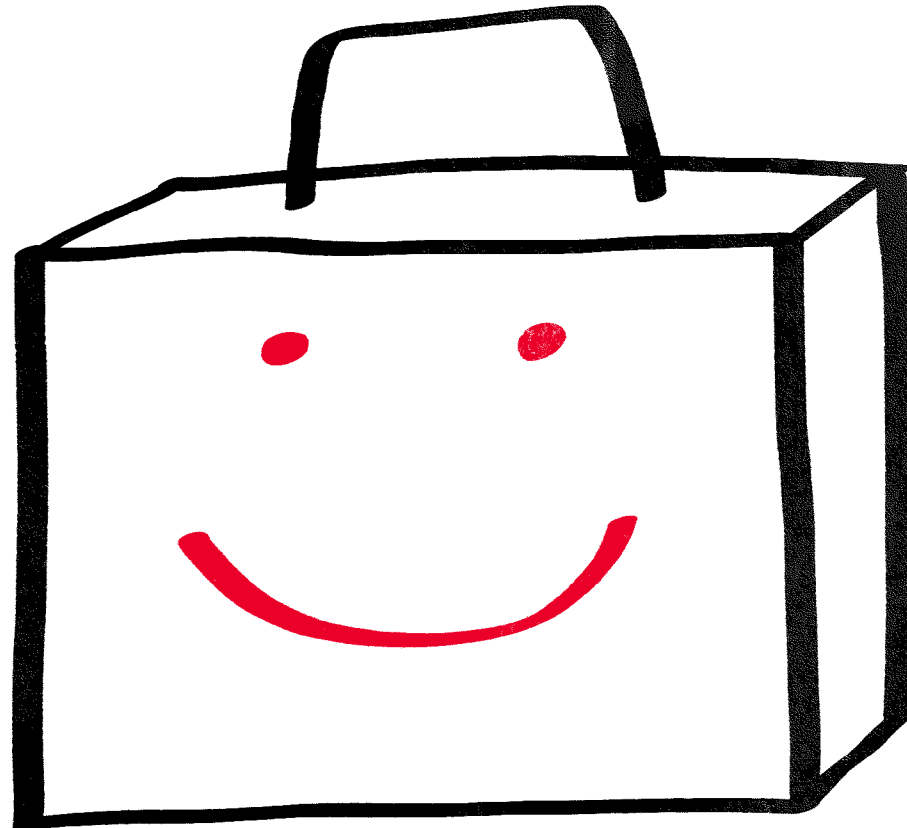
Iako naš glavni direktor nema izričito određenu samostalnu ulogu u prepoznavanju ekonomskih, okolišnih i društvenih problema i povezanih rizika, ima ulogu u upravljanju njima, što znači da se sve radnje povezane s učincima tih tema moraju biti prosljeđene članovima vodstva i glavnomu direktoru, koji ih trebaju odobriti i pratiti. Imamo spreman postupak za prosljeđivanje kritičnih pitanja glavnomu direktoru e-poštom ili usmeno na tjednim sastancima s mogućim utjecajem na poslovanje i predloženim mjerama. Godine 2017. rekonstrukcija tvrtke Agrokor izazvala je probleme koji su i danas rizični za dijelove našega poslovanja, o čemu se povremeno raspravljalo unutar naše tvrtke na različitim razinama te su poduzete objedinjene mjere kako bi se smanjio utjecaj rekonstrukcije. Budući da provodimo redovito označivanje ključnih dionika, neprestano osluškivanje interesa i briga dionika te njihovo uzimanje u obzir ključan je dio naše poslovne filozofije. Savjetujemo naše dionike da tijekom označivanja i redovitih savjetovanja prepoznaju i upravljaju ekonomskim, okolišnim i društvenim utjecajima, rizicima i mogućnostima.



Poštivanje svih primjenjivih zakona nije dovoljno za osiguranje predanosti etici i vjerodostojnosti u svemu što radimo. Želimo podići ljestvicu više od postojećih zakona. Težimo imati jasno osmišljene politike i postupke kako bismo osigurali poštivanje najviših etičkih standarda i standarda vjerodostojnosti u našoj poslovnoj praksi. Upravljanje tim etičkim standardima mora ispunjavati svoju svrhu te biti pravodobno, providno i pošteno. Unutar tvrtke u cjelini postoje jasna očekivanja da će naši voditelji, zaposlenici, dobavljači, kupci i izvođači radova u svakome trenutku poštivati te standarde.

Ovdje iznosimo pregled ključnih politika iz toga područja s poveznicama za one koji žele bolje razumjeti naša nastojanja.

S Coca-Colom HBC A.G. dijelimo svrsishodan, strateški pristup održivosti koji redovito prerađujemo kako bi odgovarao promjenjivim okolnostima. Radimo na tome da se održivost uklopi u svaki aspekt našega poslovnog modela. Naša je misija održivosti razvoj poslovanja na odgovoran, održiv i isplativ način uz procjenu rizika i prilika, donošenje odluka te ulaganje koje stvara društvenu vrijednost.



Kodeks je dostupan ovdje: <https://coca-colahellenic.com/media/1049/coca-cola-hbc-code-of-business-conduct-policy.pdf> i uključuje odjeljke o:

01 Vjerodostojnosti

suradnja, kvaliteta proizvoda, zdravlje i sigurnost na radu, financijska dokumentacija, vlasništvo tvrtke, uporaba zaštićenih podataka, sukob interesa itd.

02 Sredstvima tvrtke

resursi, oprema, vozila, računalna oprema i programska podrška itd.

03 Poštenomu tržišnom natjecanju

izbjegavanje stjecanja nepoštene prednosti u odnosu na konkurente.

04 Povjerljivosti

razvrstavanje i zaštita povjerljivih podataka.

Svi zaposlenici moraju potpisati Kodeks i pristati na poštivanje njegovih odredaba. Nudimo redovitu obuku u vezi s njima. Službenici za provjeru usklađenosti s Kodeksom, za većinu zaposlenika direktor Odjela za pravne poslove te, u nekim slučajevima glavni direktor, ključni su u pružanju smjernica o Kodeksu i osiguravanju prethodnoga pismenog odobrenja u nekim slučajevima. Visoki dužnosnici dužni su svoju zabrinutost u vezi s Kodeksom podijeliti s glavnim savjetnikom ili glavnim izvršnim direktorom tvrtke, ovisno o njihovom položaju u tvrtki. Oni koji ukažu na zabrinutost u vezi s mogućim kršenjem Kodeksa mogu odabrati ostati anonimni ili, ako otkriju svoj identitet kako bi pomogli u komunikaciji, tvrtka će poduzeti sve razumne mjere opreza kako bi zadržala identitet osobe povjerljivim zbog provedbe temeljite i poštene istrage te poštivanja hrvatskih zakona.

Ova politika obuhvaća našu politiku nulte snošljivosti prema podmićivanju općenito i podmićivanju u odnosu na državne dužnosnike. Prethodno pismeno odobrenje mjerodavnoga nadređenog voditelja potrebno je prije lobiranja, vođenja vladinih dužnosnika na ručak, predstavljanja proizvoda, obilazaka tvornica ili osiguravanja naknada za putne troškove.



Najnovija inačica priručnika dostupna je ovdje: <https://hr.coca-colahellenic.com/media/2400/coca-cola-hbc-anti-bribery-policy-and-compliance-handbook.pdf>.

Naši članovi upravnoga odbora u potpunosti su predani i obučeni za provedbu Protukorupcijske politike i povezanih postupaka tvrtke. Pridržavanje Kodeksa poslovnoga ponašanja i obuke u vezi s Protukorupcijskom politikom obvezni su za sve zaposlenike. Upućivanje na protukorupcijske mjere dio je svakoga sporazuma s dobavljačima koji mogu biti u doticaju s javnim tijelima, a svi su dobavljači dužni postupati u skladu s njima. Sve su politike priopćene općoj javnosti putem tvrtkinih mrežnih stranica.

Godine 2017. nije bilo potvrđenih slučajeva korupcije, otpuštanja ili kažnjavanja zaposlenika zbog korupcije. Također nije bilo potvrđenih incidenata kad su ugovori s poslovnim partnerima ukinuti ili nisu obnovljeni zbog kršenja propisa u vezi s korupcijom. Nadalje, nisu se vodili javni pravni slučajevi iz toga područja protiv tvrtke ili njezinih zaposlenika.

Nije bilo ni pravnih radnja u postupku ili završenih tijekom izvještajnoga razdoblja u vezi s protukorupcijskim ponašanjem i kršenjem Zakona o tržišnome natjecanju i monopolu u kojemu smo prepoznati kao sudionik.

Poštivanje ljudskih prava važan je dio našega djelovanja. Vođeni međunarodnim načelima, instrumentima i konvencijama o zaštiti ljudskih prava Coca-Cola HBC ima Politiku o ljudskim pravima u deset područja:



Naš rad usmjerava dodatnih jedanaest politika. Mnoge se odredbe tih politika izravno odnose na naše obveze u području održivosti gdje je to primjenjivo, bit će ponovno uvrštene u odgovarajući odlomak ili odjeljke ovoga izvješća. Zbog cjelovitoga pristupa ovdje navodimo poveznice na kojima se mogu pronaći i preuzeti:

- poštivanje ljudskih prava
- suradnja zajednice i dionika
- vrednovanje raznolikosti
- sloboda udruživanja i kolektivnoga pregovaranja
- sigurno i zdravo radno mjesto
- sigurnost na radnome mjestu
- prisilan rad i trgovina ljudima
- dječji rad
- radno vrijeme, plaće i pogodnosti
- smjernice i izvješćivanje za zaposlenike.

Najnovija inačica politike nalazi se ovdje: <https://hr.coca-colahellenic.com/media/2412/coca-cola-hbc-human-rights-policy.pdf>.

Načela Politike o ljudskim pravima također se primjenjuju na naše dobavljače, a ona su s drugim načelima sadržana u Glavnim smjernicama za dobavljače koje možete pronaći ovdje: https://hr.coca-colahellenic.com/media/2410/coca-cola-hbc-supplier-guiding-principles_2015.pdf.

Politika gospodarenja ambalažnim otpadom i oporabom
<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2404/coca-cola-hbc-post-consumer-packaging-waste-management-policy.pdf>

Politika u vezi s klimatskim promjenama
<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2405/coca-cola-hbc-climate-change-policy-statement.pdf>

Politika o zaštiti okoliša
<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2408/coca-cola-hbc-environmental-policy.pdf>

Politika o sigurnosti voznoga parka
https://hr.coca-colahellenic.com/media/2409/coca-cola-hbc-fleet-safety-policy_2010.pdf

Politika prema genetički modificiranim sastojcima – izvješće o stanju
<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2401/coca-cola-hbc-genetically-modified-organism-position-statement.pdf>

Politika o zdravlju i tjelesnoj spremi
<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2402/coca-cola-hbc-health-wellness-policy.pdf>

Politika o HIV-u/AIDS-u
<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2403/coca-cola-hbc-hiv-aids-policy.pdf>

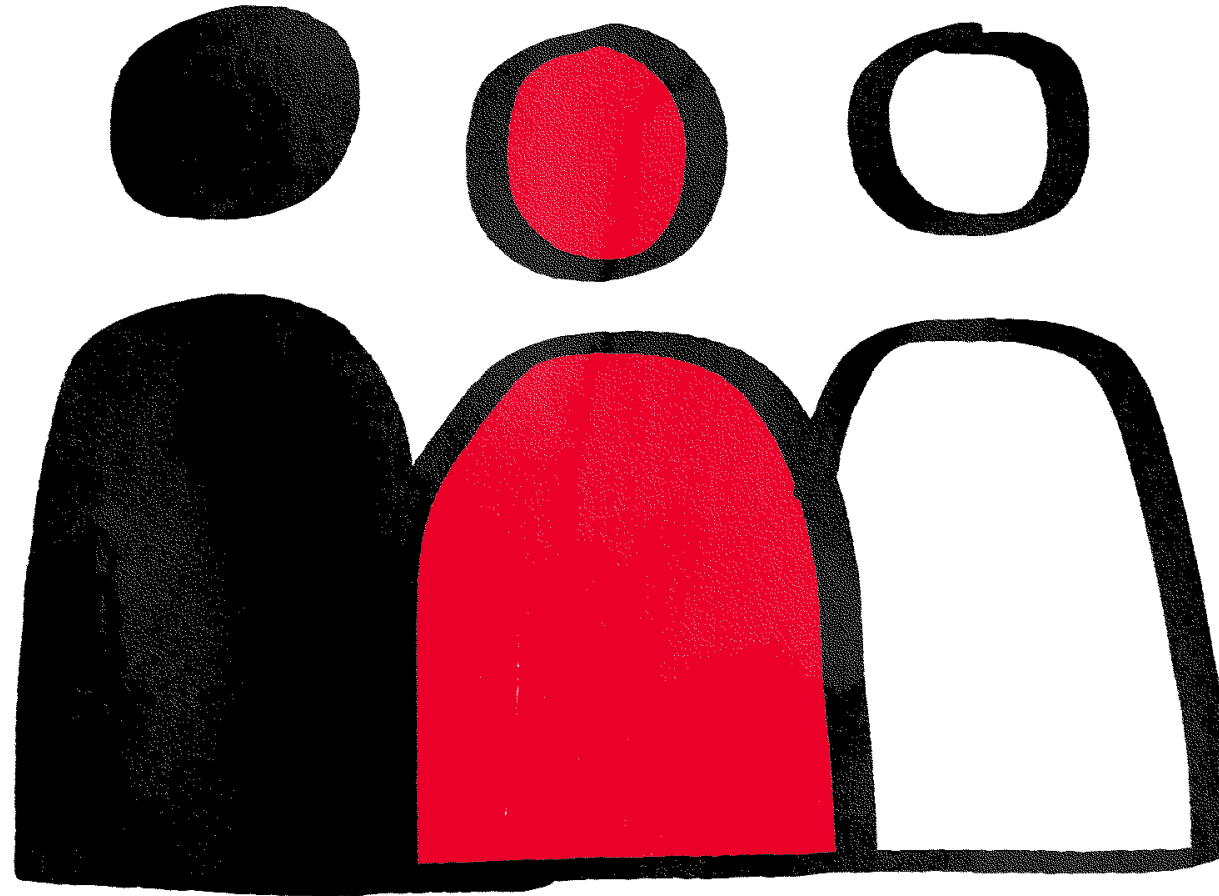
Politika o zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu
<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2413/cchbc-coca-cola-hellenic-health-and-safety-policy.pdf>

Politika odgovornoga marketinškog komuniciranja o proizvodima iz kategorije jakih alkoholnih pića
<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2411/coca-cola-hbc-responsible-marketing-policy-premium-spirits.pdf>

Politika kvalitete i zdravstvene ispravnosti hrane
<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2407/coca-cola-hbc-quality-and-food-safety-policy.pdf>

Politika o zaštiti i očuvanju vodnoga bogatstva
<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2414/coca-cola-hbc-water-stewardship-policy.pdf>

Predanost etici i vjerodostojnosti nema opipljivu vrijednost ako ne postoje odgovarajuće upravljačke strukture i linije odgovornosti. Najviše izvršno upravno tijelo skupine, njezin Operativni odbor, preuzima punu odgovornost za održivost u cijeloj tvrtki. Odobrava i ispituje vrijednosti, misiju i stratešku svrhu tvrtke. Kad god se provodi njihovo ispitivanje, osniva se radna skupina sastavljena od direktora odgovornih za prikupljanje podataka iz svih država u kojima tvrtka posluje. Skupina podnosi izvješće Operativnom odboru i sve promjene potvrđuje Upravni odbor. U širem smislu postoji sličan postupak za pregled strategija, politika i ciljeva povezanih s održivošću. U ovome se slučaju Radna skupina sastoji od voditelja iz relevantnih ustrojbenih jedinica na razini skupine uključujući Odjel za komercijalnu izvrsnost, Odjel za financije, Odjel za komunikacije i odnose s javnošću, Odjel za objedinjeni konkurentni opskrbni lanac itd. Oni pripremaju strategije i planove koje mora ponovno provjeriti Operativni odbor i odobriti Upravni odbor.



Sve se zaposlenike potiče da potraže savjet o etičkim i pravnim standardima koje tvrtka podržava putem linije Progovorite s povjerenjem ili putem portala Kodeksa poslovnoga ponašanja. Savjet mjerodavnoga rukovoditelja pravnih poslova može se zatražiti anonimno. Izvješće će obraditi relevantni rukovoditelj pravnih poslova, anonimno ako to bude zatraženo.

Odgovornost za politike održivosti i načela društvene odgovornosti ima vodstvo tvrtke. Upravljačka struktura uključuje direktore odjela i glavnoga izvršnog direktora, pri čemu Radničko vijeće djeluje kao savjetodavno tijelo i kao komunikacijski kanal između vodstva tvrtke, predstavnika sindikata i svih ostalih zaposlenika.

Tijekom razdoblja obuhvaćenoga ovim izvješćem došlo je do organizacijskih promjena u vodstvu tvrtke. U prvoj polovici 2017. sastojao se od šest žena i dvaju muškarca, a nakon organizacijskih promjena u drugoj polovici godine sastojao se od pet žena i triju muškaraca. Svaki član vodstva tvrtke ocjenjuje se na temelju svojega rada povezanoga s njihovim posebnim područjem odgovornosti uključujući dijelove povezane s održivošću. Za upravljanje aspektima društveno odgovornoga poslovanja izravno je zadužen Odjel za komunikacije i odnose s javnošću u čijemu su djelokrugu sva pitanja povezana s društveno odgovornim poslovanjem i povezivanjem s dionicima. Iako se u našem radu ne bavimo načelom opreza kao takvim, osmislili smo postupke koji našim potrošačima osiguravaju najveću sigurnost. Svaki incident povezan s robnom markom odmah pokreće postupak koji uključuje izvješćivanje sjedišta tvrtke

The Coca-Cola Company. U izvještajnome razdoblju nije bilo takvih incidenata ni bilo kakvih nepridržavanja propisa.

Uspostavljeni su postupci najviše upravnog tijela kako bi se izbjegao sukob interesa i kako bi se upravljalo njime ako do njega dođe. Naime, Kodeks poslovnoga ponašanja određuje slučajeve u kojima postoji sukob interesa i uspostavlja postupke za njihovo rješavanje koje provodi rukovoditelj pravnih poslova. Nadalje, svi mogući sukobi interesa moraju biti otkriveni svim zainteresiranim stranama uključujući članove drugih odbora, dobavljače i druge dionike.

Coca-Cola HBC Hrvatska potpisnica je povelje o raznolikosti, inicijative koju financira Europska unija, a provodi se u 16 država članica. Potpisivanjem povelje Coca-Cola HBC Hrvatska obvezuje se promicati raznolikost i jednake mogućnosti naših zaposlenika. Sadržaj joj se može pogledati ovdje: https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/tackling-discrimination/diversity-management/diversity-charters-eu-country/croatian-diversity-charter_en.

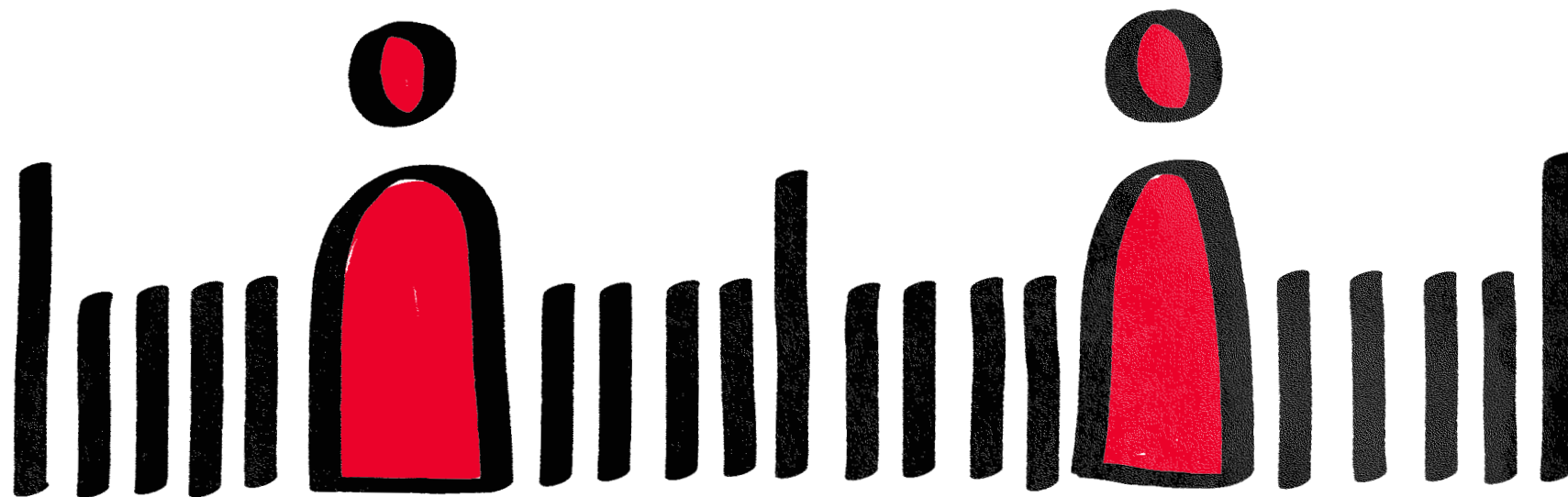
Osim toga, Coca-Cola HBC Hrvatska članica je sljedećih udruga:

- Američke gospodarske komore u Hrvatskoj (AmCham)
- Hrvatske udruge poslodavaca (HUP)
- Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj (HRPSOR)
- Hrvatske gospodarske komore (HGK)
- Gospodarskoga interesnog udruženja za pakiranje i zaštitu okoliša (GIUPAK)
- UN Global Compact Hrvatska (UNGC)

MJERENJE NAŠEGA DRUŠTVENO-EKONOMSKOG UTJECAJA

Tijekom siječnja i travnja 2017. profesor Ethan B. Kapstein u suradnji sa Sabine Dankbaar i Bernardom Leussinkom iz tvrtke Steward Redqueen proveli su istraživanje o društveno-ekonomskom utjecaju Coca-Colina sustava na hrvatsko

gospodarstvo u 2016. godini oslanjajući se na prethodno istraživanje iz 2013. godine. Uporabom ulaznih i izlaznih modela istraživanje je rezultiralo nizom važnih spoznaja u vezi s našim društveno-ekonomskim utjecajem.



8700
radnih mjesta

Dok su 2016. godine bile izravno zaposlene samo 463 osobe, Coca-Cola HBC Hrvatska u svojem poslovanju stvorila 8257 drugih radnih mjesta u cjelokupnom lancu vrijednosti u omjeru od 17 neizravnih radnih mjesta na jedno izravno radno mjesto. Ukupno 1007 radnih mjesta čine zaposlenici naših dobavljača ili dobavljača naših dobavljača, a 7250 radnih mjesta nalazilo se diljem naših mreža ili kanala za distribuciju. Coca-Colin je sustav, na ovaj ili onaj način, stoga stvorio 8700 radnih mjesta s punim radnim vremenom, tj. tvori oko 0,6 % ukupno zaposlenih u Hrvatskoj. Daljnjih 2351 radnih mjesta rezultat su potrošnje tih zaposlenika.



219 mil

Što se tiče dodane vrijednosti, Coca-Cola HBC Hrvatska izravno je ostvarila 219 milijuna kuna u 2016. godini. Izračuni ukazuju na to da smo posredno ostvarili dodatnih 1 milijardu i 581 milijuna kuna preko naših dobavljača (187 milijuna kuna) i distribucijskih lanaca (1 milijarda i 394 milijuna kuna). Ukupna dodana vrijednost stoga iznosi oko 1 milijardu i 800 milijuna kuna ili 0,5 % hrvatskoga BDP-a. Nadalje, 1 kuna koju ostvari Coca-Cola stvara 7 kuna dodane vrijednosti u hrvatskome gospodarstvu.

1%
ukupnih poreznih prihoda

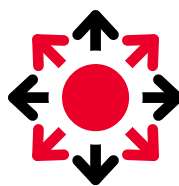
Ukupno se 1 milijarda i 800 milijuna kuna obračunava u plaćama (460 milijuna kuna, od čega su 110 milijuna izravne plaće Coca-Cole HBC Hrvatska), 166 milijuna dobiti (54 milijuna kuna izravno od Coca-Cole) te 1 milijardu i 173 milijuna kuna u porezima – taj iznos čini 1 % ukupnih poreznih prihoda za 2016. godinu (od čega je Coca-Cola izravno platila 109 milijuna kuna).

Cijelo istraživanje možete pronaći ovdje: https://hr.coca-colahellenic.com/media/2585/socio-economic-impact-study-of-coca-cola-in-croatia_2016.pdf.

NAŠI PROIZVODI¹³



Naša ponuda uključuje samo najkvalitetnije napitke prilagođene potrebama naših potrošača.



Neprestano tražimo prilike za širenje naše palete proizvoda u skladu s promjenjivom potražnjom potrošača.

Preostali dio našega tržišnog udjela proizlazi iz energijskih napitaka (Burn, Monster), negaziranih sokova (Cappy Pulpy), sokova/nektara (Cappy), gotovih ledenih čajeva (Nestea u 2017.), sportskih napitaka (Powerade), gazirane i negazirane vode (Römerquelle) te niza alkoholnih pića koja distribuiramo od srpnja 2019.

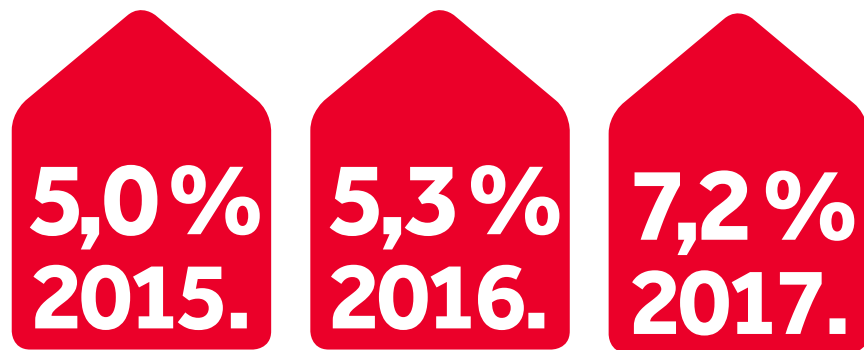


Sigurnost naših proizvoda naša je glavna briga, a djelujemo u skladu s najstrožim standardima za sigurnost hrane.

Osiguravamo tražene i točne podatke o sastavu i hranidbenoj vrijednosti naših proizvoda, pri čemu je njihova kalorijska vrijednost istaknuta na ambalaži.

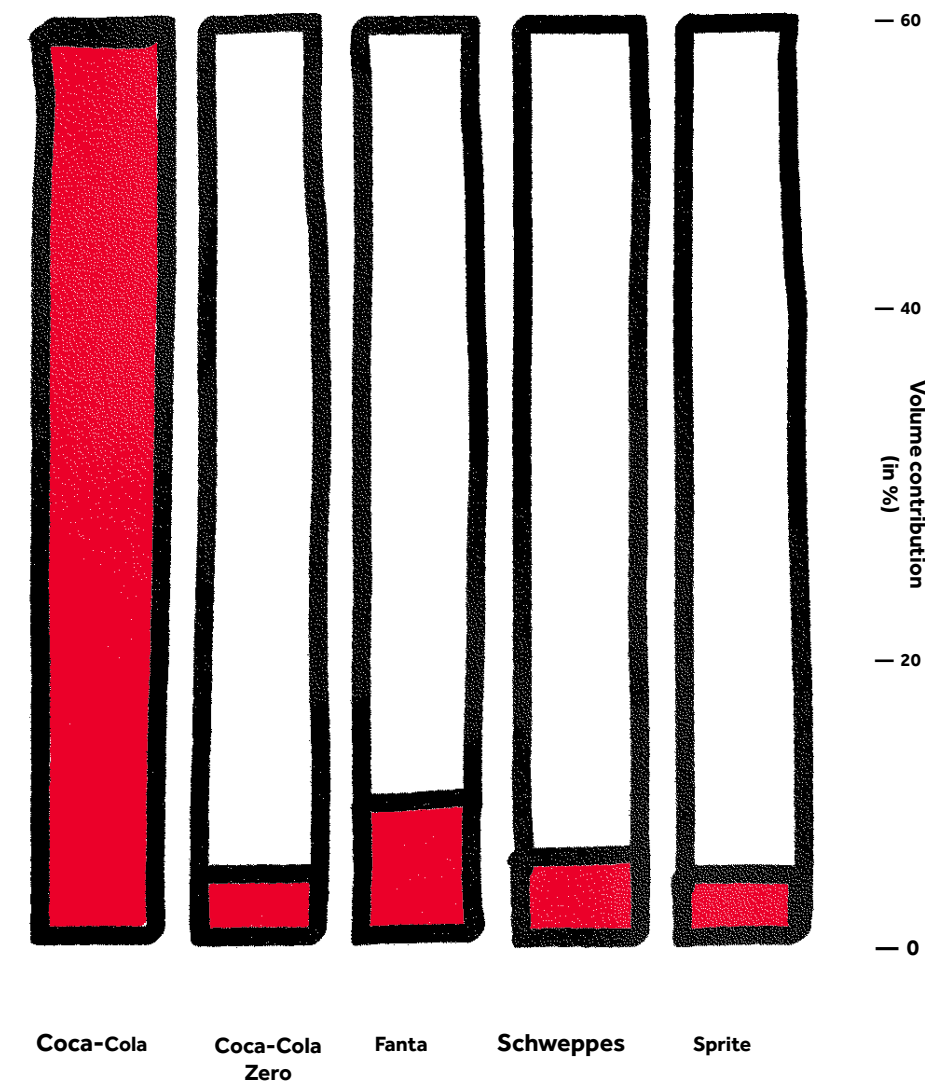
85 %

85 % našega tržišta obuhvaća prodaja gaziranih pića – Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta, Schweppes i Sprite, a Coca-Cola je i dalje, u velikoj mjeri, naš najvažniji proizvod.



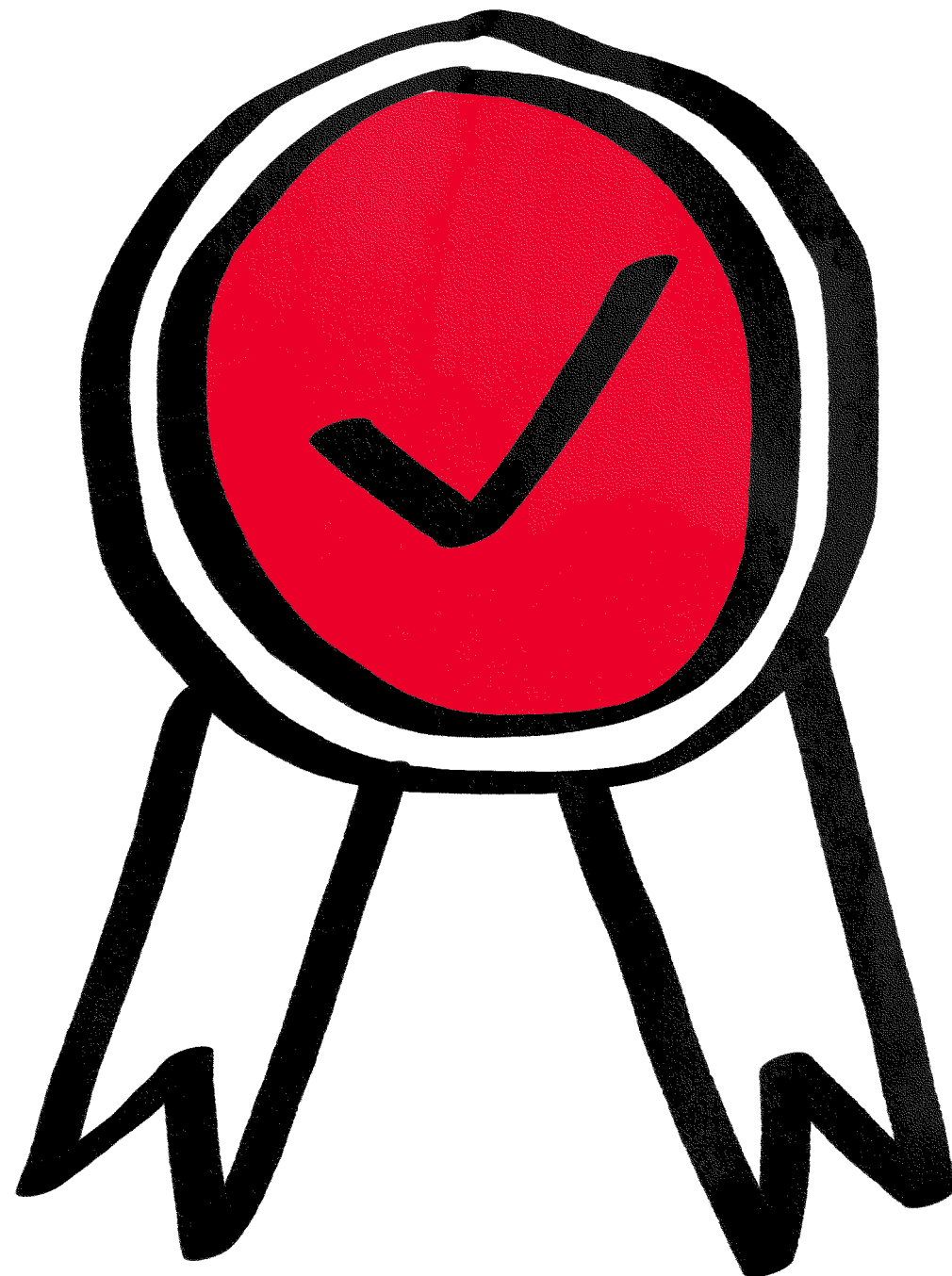
S vremenom je udio Coca-Cola Zero, beskaloričnoga napitka, u ukupnoj prodaji gaziranih napitaka porastao s 5,0 % u 2015., na 5,3 % u 2016. te na 7,2 % u 2017. godini.

Prikaz 2. Doprinos prodaje gaziranih napitaka Coca-Cole HBC Hrvatska



KVALITETA PROIZVODA

Provjerena naših proizvoda znači da u svakome trenutku možemo ponuditi najkvalitetnije proizvode i odgovoriti na potrebe naših kupaca i potrošača.



Proizvodni postupak zahtijeva nekoliko koraka kako bi se osigurala zdravstvena sigurnost proizvoda primjenom strogih kriterija za nadzor kvalitete.

Glavne faze proizvodnje uključuju pripremu vode i sirupa te punjenje i pakiranje proizvoda.

Imamo šest certifikata i poslujemo prema navedenim međunarodnim standardima:

ISO 9001

međunarodna norma koji uređuje zahtjeve sustava za upravljanje kvalitetom

ISO 22000

dobrovoljna norma za certificiranje sustava za upravljanje sigurnošću u sektoru za proizvodnju hrane

FSSC 22000

međunarodno priznata shema za certificiranje sustava za sigurnost hrane u opskrbenome lancu uključujući: ISO / TS 22002-1: 2009 – preduvjeti za sigurnost hrane, 1. dio: proizvodnja hrane, i ISO / TS 22002-4: 2013 – preduvjeti za programe sigurnosti hrane, 4. dio: proizvodnja ambalaže za hranu

ISO 14001

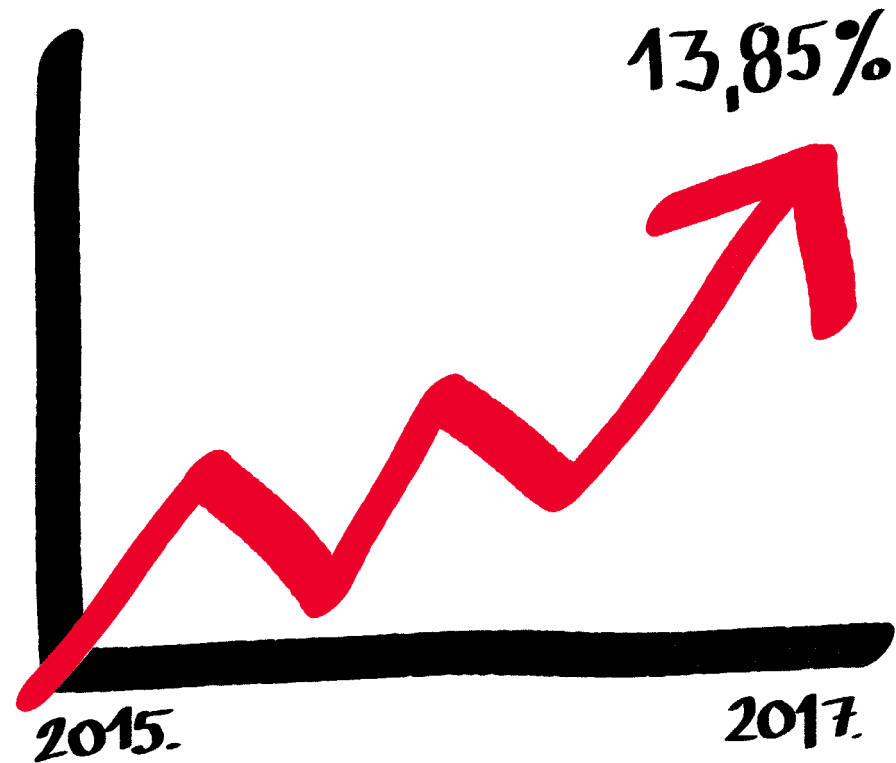
međunarodna norma za prepoznavanje zahtjeva za sustave upravljanja okolišem kako bi tvrtka mogla razviti i uvesti politike zaštite okoliša

OHSAS 18001

sustav koji osigurava odgovarajući nadzor nad zaštitom na radu i zdravlje zaposlenika

EWS

(European Water Stewardship)
certifikat za održivo upravljanje vodnim resursima s naglaskom na razumijevanju utjecaja korisnika na lokalni riječni sliv.



- Naši neto prihodi od prodaje postojano su rasli tijekom triju godina obuhvaćenih ovim izvješćem za 13,85 % između 2015. i 2017.

- Što se tiče naše gospodarske bilance, naši su prihodi postojano rasli tijekom izvještajnog razdoblja (tablica 5.), pri čemu je dobit smanjena 2016. i ponovno se oporavila 2017. godine (tablica 6.). U Skupini Coca-Cola HBC praksa je ne otkrivati precizne podatke o ekonomskim rezultatima svake pojedine države. Rezultate ukupne ekonomske uspješnosti tvrtke Coca-Cola HBC možete pronaći ovdje: <https://coca-colahellenic.com/en/investors/reports/2017-integrated-annual-report/>.

- Od posljednjega izvješća iz 2011. zatvorene su dvije punionice u Solinu i Gotalovcu, što je posljedica nepovoljnih kretanja na tržištu te važnosti objedinjavanja proizvodnje na središnjemu mjestu.

- Kao što je prikazano u tablici 8. u nastavku, za svaku smo od posljednjih triju godina zadržali dionički kapital i premije na dionice na istoj razini, pri čemu je naša zadržana dobit smanjena 2016. zbog povećanih troškova te plaća i naknada zaposlenika.

- Ukupna novčana vrijednost financijske pomoći koju smo primili tijekom izvještajnog razdoblja uključuje samo poreznu olakšicu, a u tablici 7. opisane su vrijednosti za posljednje tri godine.

- Svjesni smo da se naša održivost ne smije uzimati zdravo za gotovo te neprestano nastojimo poboljšati svoje poslovanje na svim područjima uključujući ulaganja koja

su se udvostručila 2017. u usporedbi s prethodnom godinom (tablica 3.).

- Domaći dobavljači dionici su našega poslovanja.

- Apsolutna potrošnja prema mjesnim dobavljačima povećala se 2017. u odnosu na 2015. godinu. Omjer domaćih i stranih dobavljača ostao je postojan tijekom razdoblja ocjenjivanja te je iznosio 83,51 % u 2015., 85,35 % u 2016. i 83,78 % u 2017.

- Na ravnotežu između stranih i domaćih dobavljača utjecala je promjena kategorije jednoga prijašnjeg domaćeg dobavljača u skupinu stranih dobavljača, brzo širenje poslovanja žestokih pića i poseban način na koji se prema svim partnerima u industriji žestokih pića postupa.

- Osim proizvodnje i distribucije svojih napitaka Coca-Colin sustav omogućuje neizravnu ekonomsku aktivnost u svojemu domaćem lancu vrijednosti koji uključuje vlastite dobavljače, trgovinske partnere i njihove dobavljače. Zbrojena vrijednost svih izravnih i neizravnih plaća, poreza i dobiti na koje je utjecao sustav u 2016. godini iznosi 241 milijuna eura, tj. 0,5 % ukupnoga BDP-a.

- Coca-Colin sustav izravno ostvaruje 29 milijuna eura dodane vrijednosti, a neizravno 211 milijuna eura dodane vrijednosti u hrvatskome gospodarstvu. To ukazuje na činjenicu da za svaki euro ostvarene dodane vrijednosti Coca-Colin sustav podržava stvaranje dodatnih 7 eura dodane vrijednosti u hrvatskome gospodarstvu.



157 mil BDP

- Svaki zaposlenik tvrtke Coca-Cola podržava dodatnih 18 radnih mjesta unutar lanca vrijednosti, što znači da Coca-Colin sustav u Hrvatskoj podržava ukupno 8700 radnih mjesta. To je 0,6 % ukupnoga broja radnih mjesta u državi. Većina radnih mjesta odnosi se na trgovinski sektor (5900), od čega 45 % na kanal za gostiteljstvo.

- Od ukupnoga doprinosa Coca-Colina sustava BDP-u 157 milijuna eura, odnosno 65 %, ostvari se plaćanjem poreza. Stoga je Coca-Colin sustav svojim izravnim i neizravnim doprinosom osigurao 1 % ukupnih poreznih prihoda u Hrvatskoj u 2016. godini (podaci za 2017. godinu još nisu dostupni).

Tablica 3. Opseg razvoja važnih infrastrukturnih ulaganja i usluga

KAPITALNI TROŠKOVI U MILIJUNIMA KUNA¹⁵

| | 2015. | 2016. | 2017. |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| Kapitalne investicije, tijekom novca | 17,133 | 15,728 | 33,721 |
| Objekti i zemljišta | | 0,756 | 0,594 |
| Proizvodna oprema | 1,832 | 3,068 | 8,040 |
| Hladnjaci | 7,788 | 9,447 | 11,150 |
| Ostala marketinška oprema | 1,390 | 1,716 | 2,141 |
| Uređaji za točenje pića, šankomati | 0,260 | 0,144 | 0,308 |
| Informacijski sustavi | 2,184 | 2,025 | 2,675 |
| Drugo | 0,008 | 0,106 | |

Tablica 4. Iznos potrošen na mjesne¹⁶ dobavljače

| Godina | Ukupan broj dobavljača kojima smo poslali narudžbenice u određenoj godini | Broj domaćih dobavljača kojima smo poslali narudžbenice u određenoj godini | Ukupan trošak (HRK) | Trošak za domaće dobavljače (HRK) | Postotak potrošnje za domaće / sve dobavljače |
|--------|---|--|---------------------|-----------------------------------|---|
| 2015. | 807 | 674 | 215 424 151 | 169 114 000 | 78 % |
| 2016. | 936 | 798 | 256 971 311 | 174 804 603 | 68 % |
| 2017. | 888 | 744 | 284 186 028 | 172 616 433 | 61 % |

Tablica 5. Ostvarena ekonomska vrijednost – trendovi

2015. = 100

| Izravno ostvarena ekonomska vrijednost | 2015. | 2016. | 2017. |
|--|-------|-------|-------|
| Prihodi | 100 | 104,5 | 113,6 |
| Zadržana dobit | 100 | 56,2 | 78,2 |
| Distribuirana ekonomska vrijednost | 2015. | 2016. | 2017. |
| Poslovni izdaci | 100 | 108,1 | 118,1 |
| Plaće i povlastice zaposlenika | 100 | 106,6 | 105,8 |
| Isplate vjerovnicima | - | - | - |
| Porezi | 100 | 82,2 | 76,2 |
| Ulaganja u zajednicu | 100 | 0 | 364,3 |
| Zadržana ekonomska vrijednost | 100 | 56,2 | 78,2 |

¹⁵ Prosječni godišnji tečaj HRK/EUR Hrvatske narodne banke upotrebljava se za konverziju iz eura.

¹⁶ Pridjev se mjesno odnosi na područje Republike Hrvatske

Tablica 6. Naša gospodarska bilanca – trendovi

| 2015. = 100 | 2015. | 2016. | 2017. |
|--------------------------|-------|-------|-------|
| Dobit prije kamata | 100 | 49,5 | 78,5 |
| Dobit nakon oporezivanja | 100 | 56,2 | 78,0 |

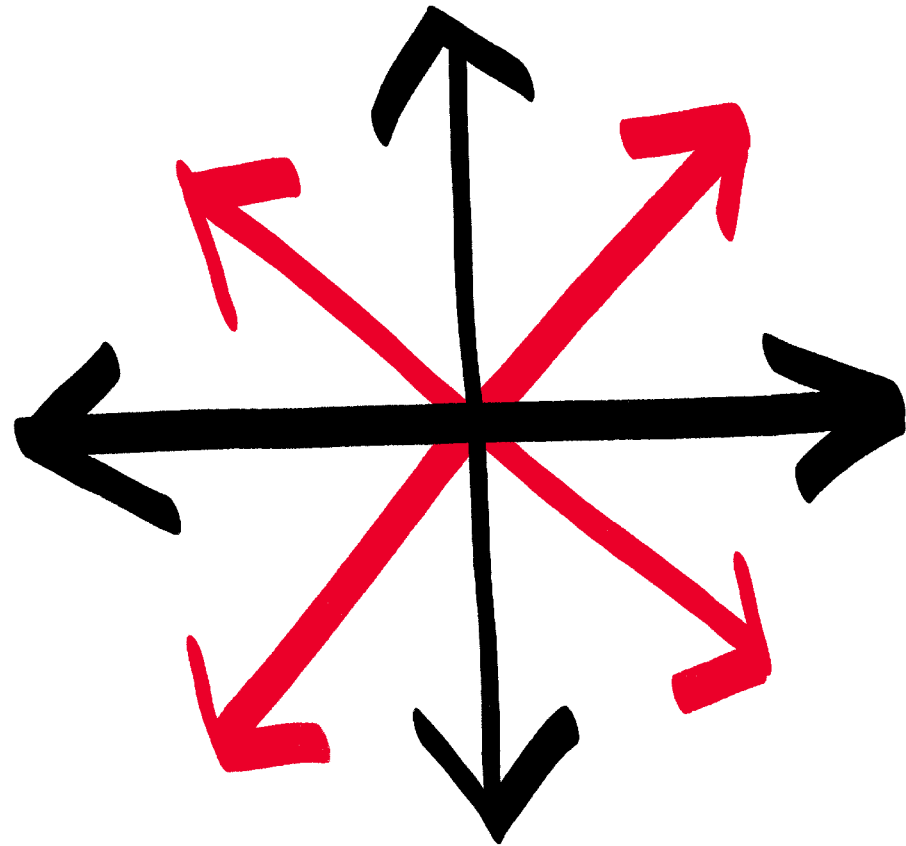
Tablica 7. Porezne olakšice

| Poticaji obrazovanja i osposobljavanja | Porezni kredit, u kunama |
|--|--------------------------|
| 2015. | 369 182 |
| 2016. | 362 111 |
| 2017. | 285 062 |

Tablica 8. Struktura temeljnoga kapitala i ostale strukture kapitala

| Kapital i rezerve (2015. = 100) | 31. 12. 2015. | 31. 12. 2016. | 31. 12. 2017. |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Temeljni kapital | 233 429 | 233 429 | 233 429 |
| Premija na dionice | 3132 | 3132 | 3132 |
| Ostale rezerve | 621 | 708 | 649 |
| Zadržana dobit | 52 294 | 29 390 | 40 874 |
| Ukupno | 289 476 | 266 659 | 278 084 |

NAŠI DISTRIBUCIJSKI KANALI¹⁷



- Naše proizvode nudimo širokom rasponu prodajnih kanala i kupaca diljem Hrvatske (tablica 9.).
- Neprestano tražimo nove mogućnosti za proširenje naše ponude i omogućujemo našim kupcima da uživaju u raznovrsnoj ponudi proizvoda.
- Naš je cilj biti najpoželjniji dobavljač proizvoda.
- Aktivno podržavamo više od 32 800 kupaca diljem Hrvatske.
- Naši su istaknuti kupci Billa, Blitz Cinestar, Burger King, Lidl, Konzum, Tisak, McDonald's, Spar i Kaufland.
- Naš opskrbni lanac obuhvaća različite dobavljače podijeljene po skupinama. Ključni dobavljači s kojima tvrtka najviše surađuje su partnerske tvrtke skupine Coca-Cola HBC (CC HBC Group companies), druga su skupina tvrtke povezane s Coca-Colom HBC (CC HBC related companies), a treća dobavljači Coca-Cole HBC za koje je zadužena Služba za nabavu (CC HBC suppliers). Ostali su dobavljači drugi vjerovnici Coca-Cole HBC (za koje je zadužen Odjel za financije) i kupci kao dobavljači Coca-Cole HBC za koje je zadužen Odjel za prodaju.
- Naša nabava podrazumijeva izravnu i neizravnu potrošnju. Svi dobavljači Coca-Cole HBC podijeljeni su na vrste industrije, ovisno o materijalu ili usluzi koju daju.

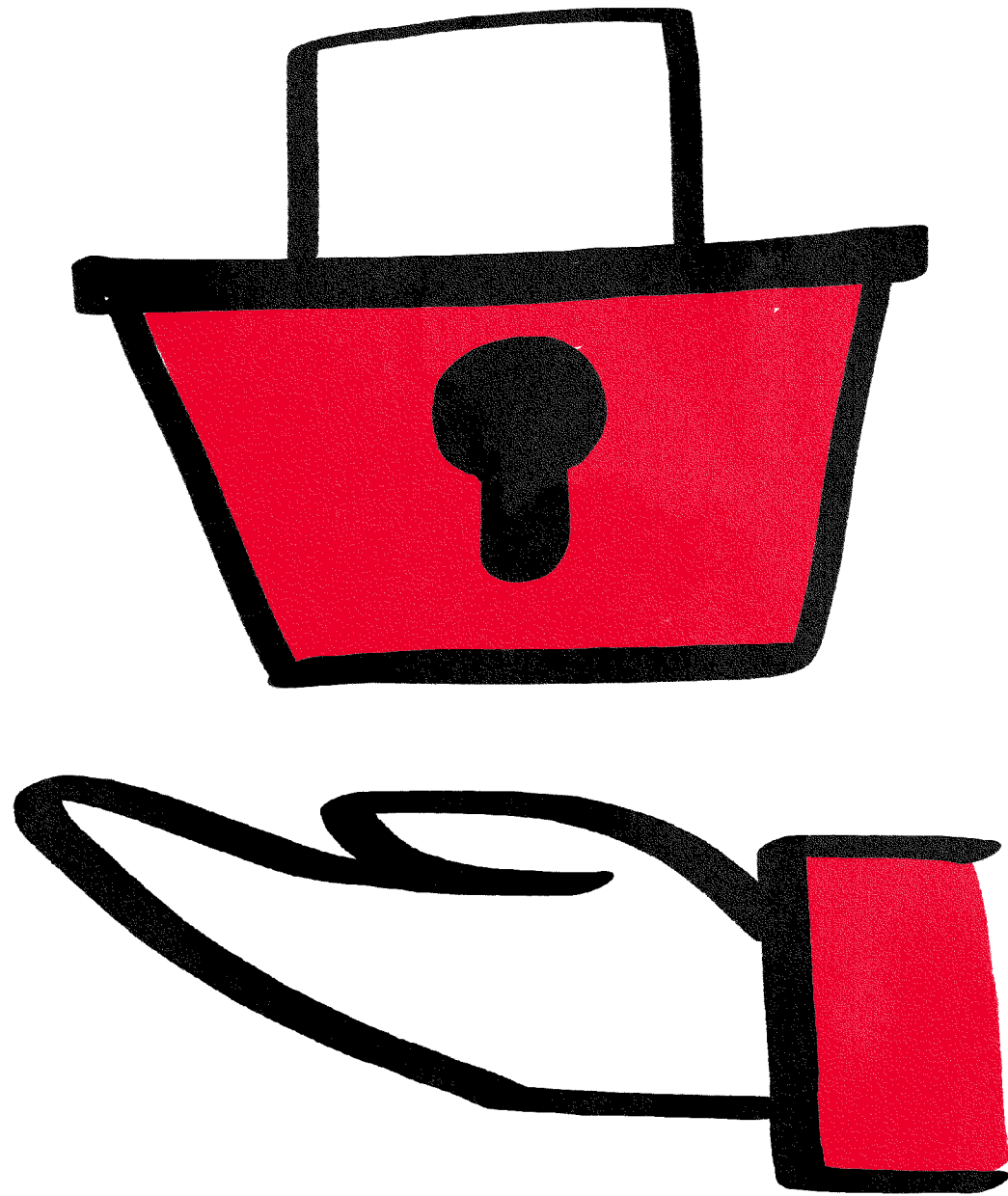
Tablica 9. Prodajni kanali u kojima Coca-Cola HBC Hrvatska distribuira svoje proizvode

| PRODAJNI KANAL | OBJAŠNENJE |
|---------------------------|--|
| Na poslu | npr. kantina u poslovnoj zgradi |
| Plati i nosi (cash&carry) | veleprodaja bez isporuke |
| Obrazovanje | kantina u obrazovnoj zgradi |
| Kanal za ugostiteljstvo | hoteli, restorani i kafići |
| Kiosci | male „pokretne“ trgovine koje većinom prodaju novine i cigarete |
| Kvartovske trgovine (I&T) | „lokalno i tradicionalno“ uobičajene su specijalizirane trgovine u susjedstvu koje prodaju općenite namirnice ili su specijalizirane, kao mesnice, pekare ili prodavaonice pića, s najviše 1000 četvornih metara |
| Moderna trgovina | supermarketi i hipermarketi |
| Gorivo | benzinske postaje |
| Veletrgovina | trgovci na veliko, uglavnom dobavljači prodajnih kanala za ugostiteljstvo, specijalizirani za isporuku robe |

- S nekim dobavljačima imamo pripremljen ugovor, no za druge je narudžbenica (PO) važeći dokument i može se smatrati ugovorom za određene materijale ili usluge.
- Naša Služba za nabavu usko surađuje s timom za nabavu Skupine Coca-Cola HBC, stoga unutar opskrbnoga lanca tvrtke postoji mnogo međunarodnih i mjesnih dobavljača.

- Naši dobavljači dolaze iz različitih zemljopisnih područja te iz 31 države.
- Kad je riječ o promjena unutar opskrbnoga lanca ili dobavljača, tijekom izvještajnoga razdoblja nije došlo do znatnih promjena.

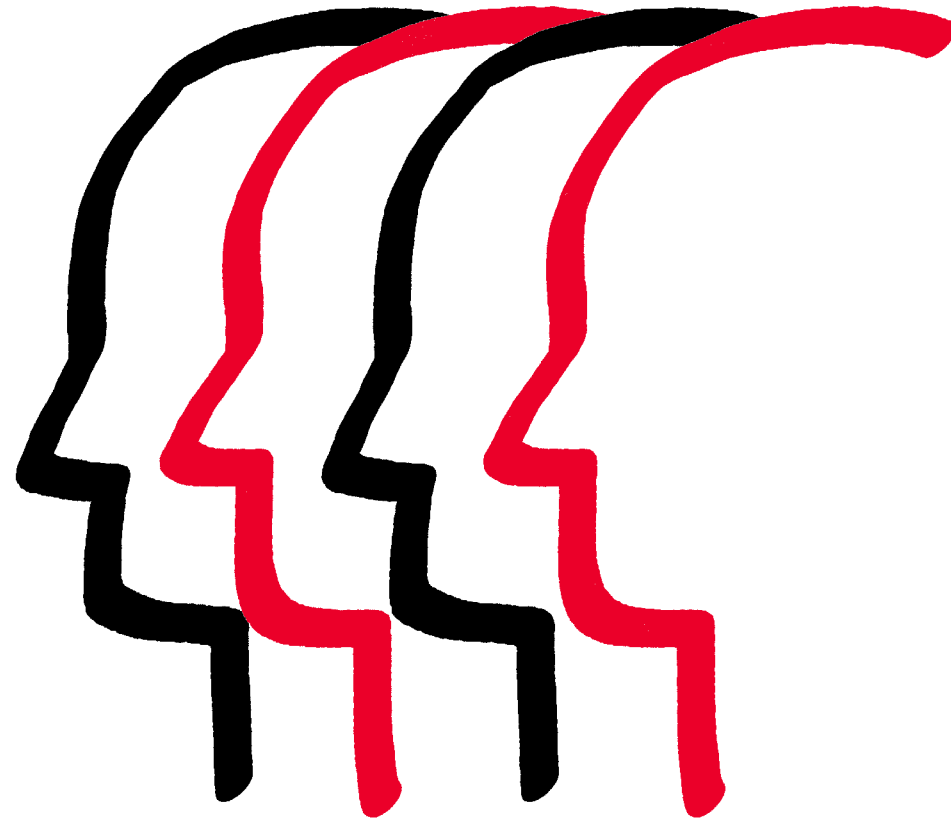
¹⁷102-6, 102-7, 102-9, 102-10-iii



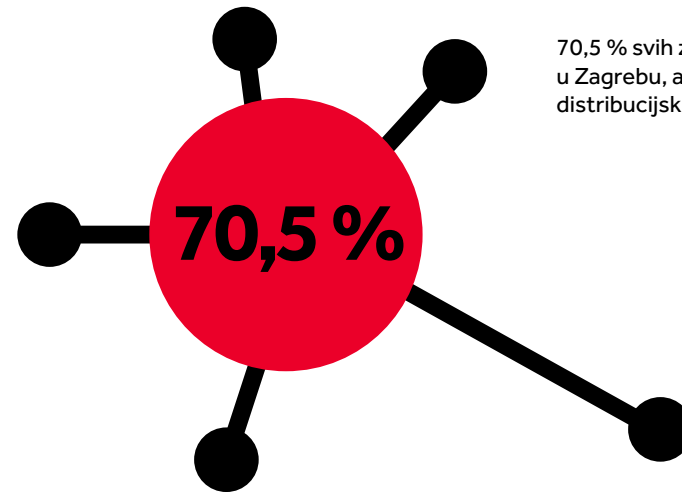
- Brinemo se za naše potrošače, a njihova sigurnost i zadovoljstvo jedan su od naših prioriteta.
- Zbog toga slijedimo stroga postupovna pravila u slučaju pritužbi i upita potrošača.
- Naši operateri u Pozivnome centru za potrošače primaju upite i pritužbe putem telefona i e-pošte te ih rješavaju u skladu s našim postupovnim pravilima.
- Ozbiljno shvaćamo naše potrošače i tri prigovora u jednome mjesecu, pri čemu je (i) isti proizvod, (ii) proizvod s istim datumom proizvodnje ili (iii) proizvod s istom ambalažom, uzrok su za pokretanje postupka rješavanja incidentnih i kriznih situacija.
- Kako bismo odgovorili na rastuća očekivanja naših dionika, nastojimo pružiti točne, jasne i lako dostupne podatke o našim proizvodima, njihovu sastavu i hranjivoj vrijednosti.
- U skladu s našom Politikom kvalitete i zdravstvene ispravnosti hrane pružamo specifikacije o:
 - podrijetlu sastojaka
 - sastavu proizvoda uključujući sastojke koji mogu utjecati na okoliš ili ljude
 - sigurnu uporabu proizvoda
 - sigurno skladištenje proizvoda
 - utjecaju odlaganja otpada na okoliš ili ljude.
- Potrošači mogu vidjeti najvažnije podatke o proizvodu na ambalaži proizvoda uz podatke koji su dostupni na tvrtkinoj mrežnoj stranici.
- Coca-Cola HBC Hrvatska pridržava se svih mjesnih zakonskih propisa povezanih s deklaracijom i ambalažom proizvoda te davanjem podataka o proizvodu potrošačima, zbog čega sva ambalaža naših proizvoda sadržava podatke o prosječnoj prehranbenoj vrijednosti (energija, masnoće i zasićene masne kiseline, ugljikohidrati i šećer, bjelančevine i sol), koji najbolje pokazuju količinu hranjivih sastojaka sadržanih u hrani uključujući sve čimbenike koji izazivaju odstupanja od stvarne vrijednosti.
- Tijekom 2015., 2016. i 2017. Coca-Cola HBC Hrvatska nije zabilježila nikakve pritužbe potrošača zbog nepoštivanja propisa kad je riječ o točnim i potpunim podacima o proizvodu, što je najbolji pokazatelj uspjeha i prakse koju tvrtka provodi u ovome dijelu poslovanja.
- Tijekom izvještajnoga razdoblja također nije bilo pritužaba povezanih s kršenjem privatnosti potrošača.

Radno mjesto

NAŠI ZAPOSLENICI¹⁹




Iako je broj zaposlenika s ugovorima na određeno vrijeme neznatno porastao, s 35 u 2015. i 40 u 2016. godini na 45 u 2017. godini, 90 % zaposlenih i dalje ima ugovor na neodređeno vrijeme.



 **450,55**

Coca-Cola HBC Hrvatska 31. prosinca 2017. zapošljavala je 450,55 ljudi (ekvivalent zaposlenih s punim radnim vremenom), što je blago povećanje u odnosu na 2015. (434,27 zaposlenih) i 2016. (445,37 zaposlenih).

Vodstvo tvrtke smješteno je u Upravno-proizvodnom središtu u Zagrebu, a 90 % vodstva tvrtke hrvatski su državljani.²⁰

90% 

- Većina zaposlenika (oko 73 %) ima između 31 i 50 godina, pri čemu je 11 % mlađe od 30 i 16 % starije od 50 godina. Udjeli se posljednjih godina nisu znatno promijenili. Zabilježeno je tek malo, prirodno povećanje onih koji pripadaju starijoj dobnoj skupini.
- 16 % ženske populacije mlađe je od 30 godina u usporedbi s 9 % muške populacije.
- Samo tri zaposlenika rade na skraćeno radno vrijeme, jedan muškarac i dvije žene.

- U usporedbi s 2010. godinom, kad smo zapošljavali ukupno 672 ljudi, s našim smo zaposlenicima sklopili ugovor usmjerivši se na našu osnovnu djelatnost. Mnogi vozači kamiona koji isporučuju napitke ili hladnjake i bivši čistači još rade za tvrtku, iako ne kao službeni zaposlenici.
- Pri svakomu zatvaranju radnih mjesta blisko smo surađivali s predstavnicima zaposlenika i, u slučajevima kad premještanje na novo radno mjesto nije bio moguće, ponudili velikodušne otpremnine i potporu u pronalaženju novih zaposlenja.



Godine 2017. 76 % svih zaposlenika bilo je muškoga spola, slično stanju iz 2015. ili 2016.

¹⁹102-7; 102-8; 102-10i; 202-2

²⁰U svrhu sastavljanja ovoga izvješća u izračun direktora uvrstavamo članove vodstva, a važnim mjestima poslovanja smatramo mjesta na kojima se nalaze naši zaposlenici.



- Želimo privući, motivirati i zadržati darovite ljude odajući im pošteno priznanje za njihov rad.
- Ostajemo jedan od najpoželjnijih poslodavaca u Hrvatskoj nudeći pakete nagrađivanja koji su poštteni, jasni i visoko konkurentni.
- Nagrade povezujemo s našim strateškim ciljevima i našim uspjehom u području održivosti.
- Zaposlenike nagrađujemo na temelju providnih platnih razreda nudeći promjenjivu plaću s obzirom na izvedbu.
- Dio plaće naših rukovoditelja povezan je s postizanjem poslovnih ciljeva uključujući kratkoročne i dugoročne poticaje za povećanje vrijednosti tvrtke i poboljšanje izvedbe održivosti. Procjena ispunjenja ključnih pokazatelja uspješnosti (KPI) rukovoditelja odvija se na mjesečnoj razini.
- Održivost je ključni dio planiranja ciljeva izvedbe i načina na koji će biti postignuti. Članovi vodstva tvrtke ocjenjuju se, između ostaloga, u skladu s napretkom postignutim u području društvene odgovornosti.
- Imamo kolektivni ugovor koji obuhvaća plaće i naknade uključujući dodatne isplate za godišnji odmor, naknade za godišnji odmor itd. Kolektivni ugovor odnosi se na sve zaposlenike.

Tablica 10. Udio godišnje ukupne naknade za najvišu plaću zaposlenika u tvrtki na ukupnu prosječnu godišnju naknadu za sve zaposlenike

| UKUPNA PROSJEČNA GODIŠNJA NAKNADA ZA SVE ZAPOSLENIKE (HRK) | 133 645 | 135 263 | 140 492 |
|---|---------|---------|---------|
| % prosječne naknade u odnosu na naknadu najviše plaćenoga pojedinca | 17,4 % | 16,9 % | 23,0 % |

- Standardne povlastice za zaposlenike s punim radnim vremenom uključuju naknadu za nepokretnost i invalidnost, roditeljski dopust i mirovinsko osiguranje.
- Svi zaposlenici imaju pokriveno zdravstveno osiguranje u skladu s mjesnim zakonodavstvom.
- Minimalna osnovna plaća prema kolektivnome ugovoru iznosi 3588,89 HRK neto i koristi se za izračun stopa renumeracija za određene poslove na temelju procjene složenosti i uvjeta rada.
- Najmanji broj tjednih obavijesti obično upućen zaposlenicima i predstavnicima zaposlenika prije primjene znatnih operativnih promjena iznosio je dvije obavijesti u cijelome izvještajnom razdoblju, što je više od zakonskoga minimuma.
- Otkazni rokovi i odredbe o konzultacijama i pregovorima nisu određeni kolektivnim ugovorom, nego se dogovaraju unutar tvrtke.
- Godine 2017. prosječna godišnja bruto plaća u tvrtki iznosila je 140 492 HRK, što je povećanje od 3,86 % u odnosu na 2016. godinu.
- Prosječna bruto mjesečna plaća stoga je iznosila oko 11 708 HRK, što je gotovo 23 % više od prosječne bruto plaće u području proizvodnje napitaka u Hrvatskoj.
- Godine 2017. omjer prosječne plaće u odnosu na bruto plaću najbolje plaćenoga zaposlenika u tvrtki iznosio je 0,23 : 1. Smanjenje toga omjera u 2017. godini posljedica je odlaska prethodno visoko plaćenoga zaposlenika (vidi tablicu 20.).
- Svi muškarci i žene jednako su plaćeni za isti posao. Na razini organizacijskih jedinica žene su u prosjeku zaradile više od muškaraca u njih šest (ljudski potencijali – 108 % plaće muškaraca, marketing – 125 %, ostala administracija – 109 %, proizvodnja, prodaja i skladištenje – 114 %) te manje od muškaraca u dvije jedinice (distribucija – 75 % i financije – 91 %). U svim se slučajevima razlike odnose na razlike u kvalifikacijama, zaduženjima i godinama zaposlenja.
- Za rukovodeće položaje osnovna se plaća određuje u bruto iznosu i postavlja se na razinu u skladu s tržišnom vrijednošću i situacijom (npr. razina vještina i iskustva, potražnja za vještinama, uspješnost uloge, tržišne okolnosti).
- Postotak plaće zaposlenih u mirovinskome fondu iznosi 20 %. Svi su zaposlenici uključeni u prvi i drugi stup mirovinskoga sustava. Prvi mirovinski stup odbija 15 % od iznosa bruto plaće, a drugi 5 %. Mirovinski je sustav u našoj državi obavezan, no postoji i treći stup koji je dobrovoljan.



Jedan je od naših prioriteta zdravlje i sigurnost naših zaposlenika. Temelji se na svakodnevnoj predanosti načelu „Sigurnost na prvome mjestu“. Neprestano radimo na podizanju svijesti naših zaposlenika i vanjskih suradnika, gdje god je to moguće, o svim pitanjima u vezi sa zdravljem i sigurnošću na radu. Imamo godišnju i tjednu kampanju o zdravlju i sigurnosti na radu. Ona se provodi u cijeloj Skupini Coca-Cola HBC te je provedena 2015., 2016. i 2017. u Coca-Coli HBC Hrvatska. Općenito gledano, gotovo je 50 % ispitanika u 2017. godini izjavilo da je obuka imala povoljan učinak.

Ostali programi provedeni u odnosu na zaštitu zdravlja i sigurnost na radu uključuju:

- **Deset najčešćih smrtnih slučajeva** – preventivni program usmjeren na deset čestih uzroka koji mogu dovesti do smrti ili ozbiljnih ozljeda na radu
- **Program za prevenciju padova** – uvođenje određenih preventivnih mjera za smanjenje padova na radu
- **Rasprave o sigurnosti na radu** – program unutrašnjih radionica na kojima vođitelji i zaposlenici raspravljaju o zdravstvenim i sigurnosnim temama; dosad je 28 vođitelja iz Jedinice za proizvodnju i Odjela za prodaju sudjelovalo u tim raspravama
- **Siguran korak** – program redovitoga praćenja bilo čega što bi moglo ugroziti zdravlje i sigurnost zaposlenika; odmah se poduzimaju korektivne mjere za ublažavanje tih rizika, a zaposlenici koji sudjeluju u tim inspekcijskim timovima također su svjesni pitanja u vezi sa zdravljem i sigurnosti
- **Zamalo nesreća** – program izvješćivanja za slučajeve u kojima je „zamalo“ došlo do nesreće; zabilježen je godišnji rast od 5 % zaposlenika koji su se prijavili za taj program; četiri puta godišnje nudimo nagradu unutar programa

- **Sigurna vožnja** – program koji nastoji utjecati na ponašanje naših zaposlenika i drugih u cestovnome prometu putem tehnologija MobilEye i GPS; svakoga mjeseca izdajemo izvješće o sigurnoj vožnji, a onima koji nisu u potpunosti ispunili uvjete sigurne vožnje, izdaje se upozorenje

- **program CAPEX** – odnosi se na kapitalna ulaganja u zaštitu zdravlja i sigurnost na radu uključujući nabavu nove opreme, nadogradnju postojećih sustava i poslove izgradnje u svrhu poboljšanja uvjeta rada

- **Nagrada za najboljega vozača** – dodijeljena četiri puta godišnje.

Općenito govoreći, imamo stalni unutarnji i vanjski nadzor, provodimo inspekcije i stalno pratimo ponašanje zaposlenika kako bi se osiguralo da svi poštuju propisana sigurnosna pravila.

U skladu s unutrašnjim pravilima i zakonskim obvezama svaki se nastali incident mora prijaviti izravnomu vođitelju ili osobi zaduženoj za zaštitu na radu. Nakon toga rukovoditelji na zajedničkom sastanku pripreme akcijski plan ispravljanja nedostataka za svaku pojedinačnu ozljedu i povremeno prate njegov napredak. Podaci o ozljedama šalju se svim relevantnim odjelima uključujući i vodstvo tvrtke te relevantnim javnim ustanovama (Inspektorat rada) i rukovoditeljima sigurnosti na radu u Coca-Coli HBC AG.

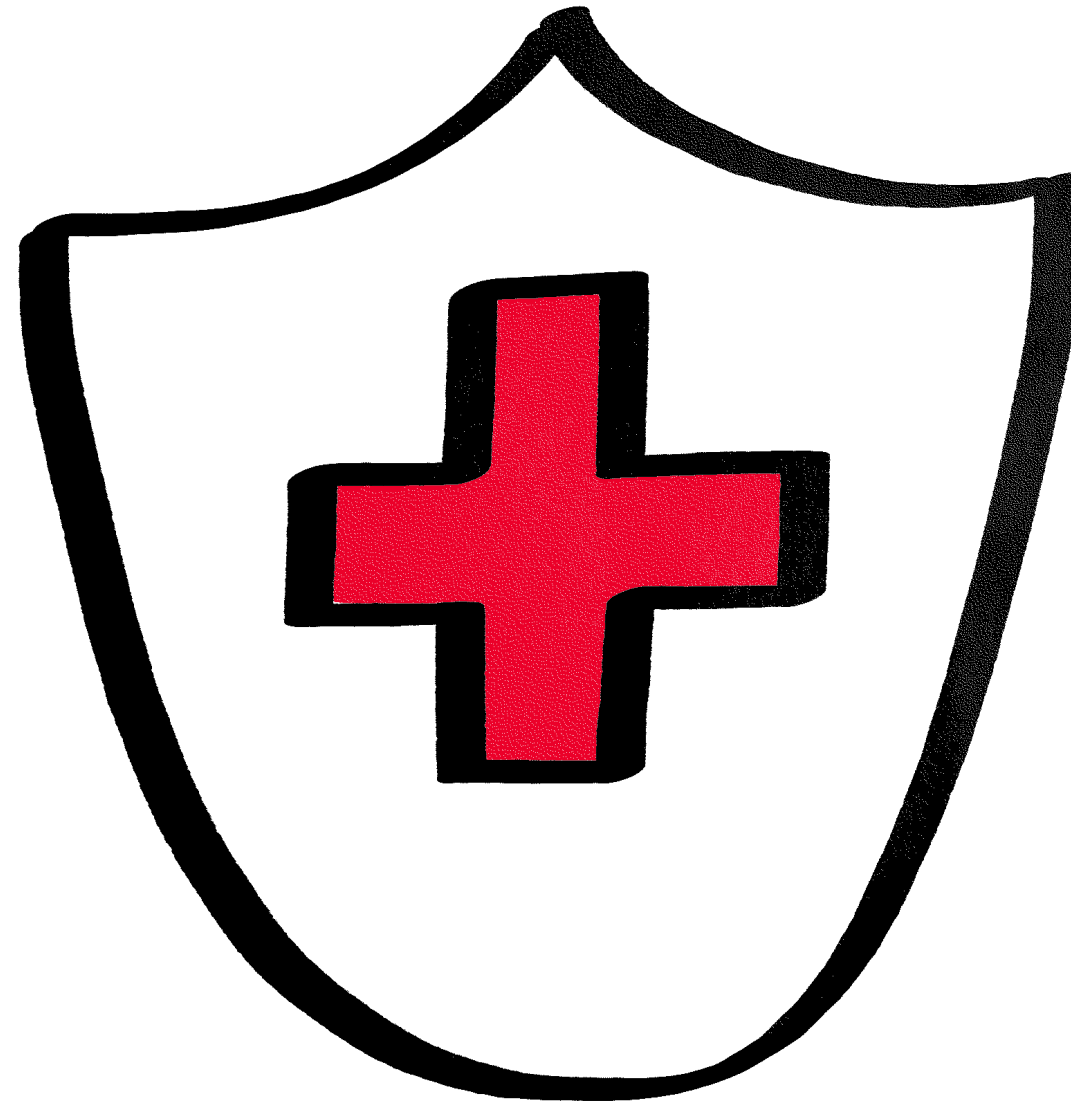
Stopa je ozljeda na radnome mjestu niska i smanjuje se. Godine 2015. bilo je ukupno 6 ozljeda na radnome mjestu (4 na poslu i 2 na putu do ili s posla), 2016. taj je broj smanjen na ukupno 6 ozljeda (sve na poslu), a 2017. prijavljena je samo jedna ozljeda (na putu do ili s posla). Udio ozljeda na poslu, formula koja omogućuje usporedbu između tvrtka i matičnoga sektora, pokazuje stopu od 1,44 % u 2015., 1,2 % u 2016. i 0,24 % u 2017. godini. Godine 2015. i 2016. stopa za zaposlenike bila je viša od one za zaposlenice, a 2017. jedina se prijavljena nesreća dogodila zaposlenici (prometna nesreća koja je i dalje najčešći uzrok ozljeda u svakoj izvještajnoj i referentnoj godini).

Što se tiče izgubljenih dana na poslu po zaposleniku zbog ozljeda, i ta se brojka znatno smanjila od 0,572 % u 2015. (kad je izgubljeno ukupno 247 dana), preko 0,239 % u 2016. (107 izgubljenih dana) do nevjerojatnih 0,035 % (16 izgubljenih dana) u 2017. godini. Iako nema nikakva prostora za samozadovoljstvo, u idućim godinama postoji velika mogućnost da će stopa nezgoda na poslu pasti na nulu.

Također pratimo ozljede na poslu naših dobavljača i izvođača radova koji su o svim nesrećama na poslu dužni izvijestiti odgovornoga odgovornoga rukovoditelja zaštite zdravlja i sigurnosti na radu. S izvođačima radova radimo na preventivnim programima, procjeni rizika i mjerama za ispravljanje nedostataka nakon nesreće. Voditelji su dužni svaki mjesec izvješćivati o ukupnome broju radnih sati naših vanjskih suradnika te su uspostavljeni isti postupci izvješćivanja o ozljedama na radu kao i za naše neposredne zaposlenike.

Redovite obuke o pitanjima povezanim sa zdravljem i sigurnošću nude se barem jednom godišnje zaposlenicima s podugovorom koji rade u skladištima, vozačima distribucijske mreže, čistačima, zaposlenicima u kuhinji, sigurnosnomu osoblju i drugima. Svakomu povremenom izvođaču radova također se pružaju savjeti, a katkad i obuka prije poduzimanja zadatka dogovorenoga podugovorom.

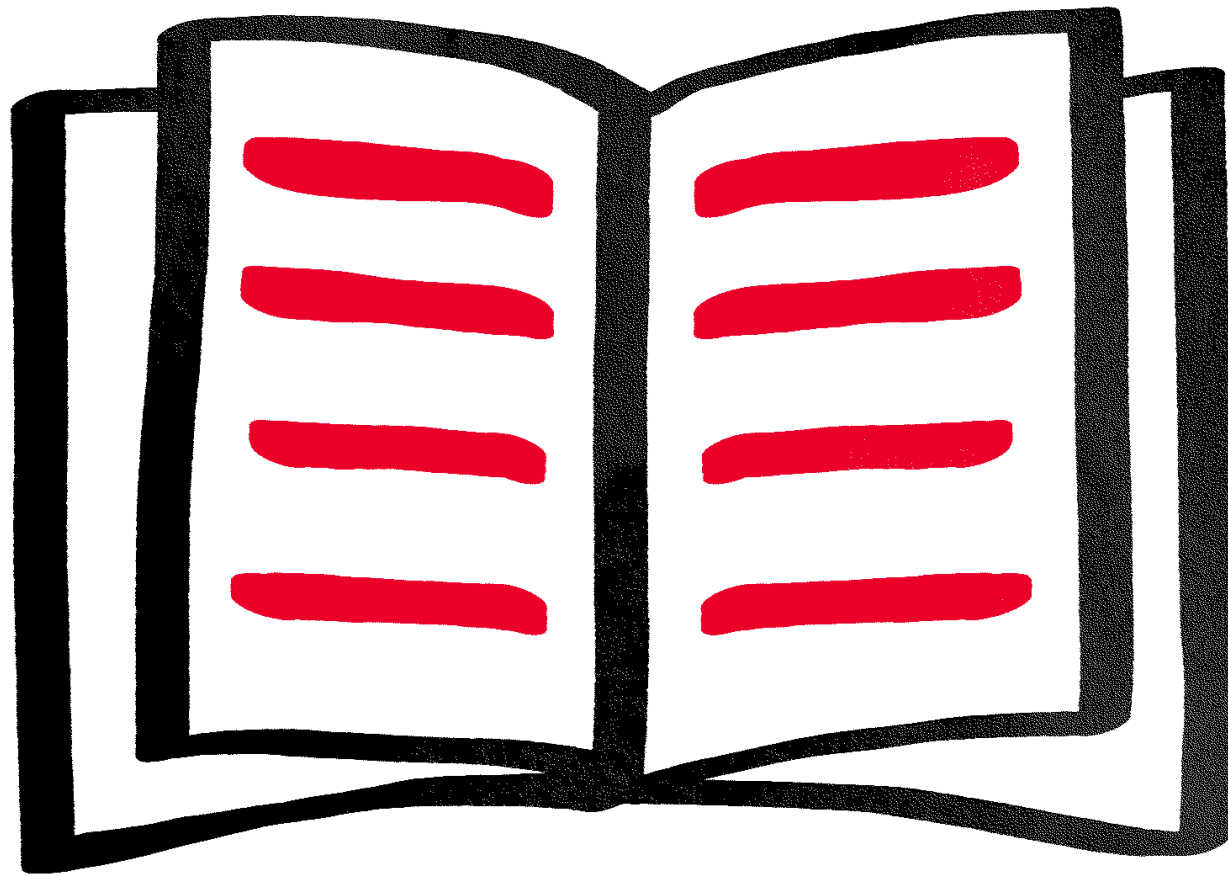
Što se tiče statistike, u 2015. godini došlo je do jedne nesreće na radu, 2016. dogodile su se dvije, a 2017. jedna. Tri od četiri dogodile su se u prijevozu, a jedna iz 2015. pri rukovanju robom.



Peteročlani Odbor za zaštitu zdravlja i sigurnost na radu nadgleda naše zdravlje i sigurnost na radu. Sastoji se od jednoga člana kojega imenuje poslodavac, jednoga predstavnika za zaštitu zdravlja i sigurnost na radu, jednoga predstavnika kojega imenuje Radničko vijeće, liječnika medicine rada te stručnjaka za zaštitu zdravlja i sigurnost na radu. Odbor može upravljati novim inicijativama te također ima važnu ulogu savjetovanja i revizije, nadgledanja politika, programa, trendova, pojedinačnih izvješća itd.

Na temelju kolektivnoga ugovora svi zaposlenici imaju pravo na godišnji liječnički pregled²⁵. Trenutačno 69 zaposlenika (14 % zaposlenih) obavlja dodatne preglede na temelju procjene da njihovo radno mjesto izaziva dodatni rizik. Nakon primitka relevantnih izvješća s pregleda izrađuju se akcijski planovi gdje je to potrebno i, u nekim slučajevima, uvode se promjene na radnome mjestu kako bi se smanjili rizici za zdravlje. Ugovaraju se godišnje kupnje ergonomskih stolova, opreme koja je lakša za rukovanje te zaštitne odjeće i pomagala kako bismo unaprijedili zdravstvene i sigurnosne uvjete rada.

Svi zaposlenici, ovisno o trenutačnim potrebama, imaju se priliku obrazovati u različitim programima obuke.



- Naš pristup razvoju zaposlenika usmjeren je na učenje na radnome mjestu (pristup 70-20-10), što znači da svi zaposlenici prolaze određenu razinu obuke tijekom čitave godine.
- Svi zaposlenici uključeni u upravljanje učinkom i ciklus razvoja imaju prilagođene osobne razvojne planove koji određuju obuku i usavršavanje kroz koje će proći u tekućoj godini.
- Tablica 11. prikazuje ukupan broj sati obuke naših zaposlenika i pokazuje našu predanost razvoju njihova punoga potencijala.
- Kako bismo ubrzali razvoj naših zaposlenika s potencijalom vođe, nudimo iskustveno učenje za izgradnju novih vještina s pomoću naših programa traženja talenata. Godine 2017. doradili smo tri programa Fast Forward – programe ubrzanoga razvoja i pripreme za buduća radna mjesta.
- Također smo nadogradili naš program za pripravnike (Management Trainee Program) kako bismo ga približili novoj generaciji diplomanata i učinili učinkovitijom ulaznom točkom za našu mrežu vodstva tvrtke.
- Naše vodstvo ima ključnu ulogu u osiguravanju da na svakome položaju imamo najbolje ljude, pri čemu je svaki direktor i rukovoditelj odgovoran za privlačenje, razvoj, zadržavanje i uključenost pravoga talenta, a potom i za osnaživanje u provedbi naše strategije.
- Broj sudionika u obama programima naveden je u tablici 12.
- Zahvaljujući poboljšanim i pojednostavljenim programima i alatima obuke i razvoja dodatno je povećana motiviranost i uključenost naših rukovoditelja.
- Prepoznali smo kada je bilo potrebno učenje, kako bismo postigli najveći utjecaj, i kad je bio potreban razvoj usredotočujući se na prioritetne vještine i raznovrsne učinke koji mogu ubrzati rad svih naših zaposlenika.
- Naši programi vodstva (Passion to Lead, LEAP, EXCEL) sve se više kombiniraju s prenošenjem znanja i vještina izravno nadređenih, uz uporabu tehnologije za uključivanje šire zajednice. Na taj način sustavno podržavamo profesionalni razvoj naših zaposlenika i omogućujemo učenje iz ključnih radnih iskustava u najvećoj mogućoj mjeri.
- Također provodimo programe za pronalaženje novoga radnog mjesta koji su na raspolaganju zaposlenicima u slučaju raskida ugovora (u konkretnim slučajevima raskida ugovora kao što je preustroj). Postupak se odvija uz pomoć vanjske agencije.
- Standardi radnog učinka za svaku razinu vodstva u tvrtki stvaraju vidljivu povezanost između naših vrijednosti i naših rezultata.
- U 2017. godini je postotak zaposlenika koji su bili uključeni u redovite procjene radnog učinka i plan razvoja povećan za 27 postotnih bodova, nakon što su u postupak procjene uključeni i prodajni predstavnici. (tablica 13.).

Tablica 11. Ukupan broj sati obuke za zaposlenike Coca-Cole HBC Hrvatska

| BROJ SATI OBUKE | 2015. | 2016. | 2017. |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Ukupno | 5913 | 3587 | 5485 |
| Razina upravljanja - upravljanje sobom | 3455 | 1724 | 1772 |
| Razina upravljanja - upravljanje sobom | 1631 | 1317 | 722 |
| Razina upravljanja - upravljanje rukovoditeljima | 695 | 511 | 2867 |
| Razina upravljanja - upravljanje direktorima odjela | 124 | 25 | 121 |
| Žene: | n/p | 1330 | 1298 |
| Muškarci: | n/p | 2256 | 4186 |

Tablica 12. Broj sudionika u programima Fast Forward te programima vođenja i upravljanja

| | 2015. | 2016. | 2017. |
|--|--------------|--------------|--------------|
| BROJ SUDIONIKA U PROGRAMU FAST FORWARD (UKUPNI) | 0 | 17 | 13 |
| Broj sudionika u FFWD 1 | 0 | 7 | 6 |
| Broj sudionika u FFWD 2 | 0 | 10 | 3 |
| Broj sudionika u FFWD 3 | 0 | 0 | 4 |
| Programi vođenja i upravljanja | 2015. | 2016. | 2017. |
| LEAP | 0 | 3 | 5 |
| Excel | 1 | 2 | 1 |
| Passion 2 Lead | 0 | 16 | 8 |

Tablica 13. Postotak zaposlenika koji su uključeni u redovitu procjenu radnog učinka i plan razvoja

| GODINA | 2015. | 2016. | 2017. |
|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| % UKUPNOGA BROJA ZAPOSLENIKA | 33 % | 36 % | 63 % |
| Spol | | | |
| Muški | 64 % | 59 % | 77 % |
| Ženski | 36 % | 41 % | 23 % |
| KATEGORIJA ZAPOSLENIKA | | | |
| Upravljanje sobom (MS) | 43 % | 41 % | 65 % |
| Upravljanje drugima (MO) | 42 % | 43 % | 23 % |
| Upravljanje rukovoditeljima (MoM) | 11 % | 12 % | 9 % |
| Upravljanje direktorima odjela (FM) | 4 % | 4 % | 3 % |

PROGRAM ZA PRIPRAVNIKE CAREER FROM THE BOTTLE

Career from the bottle dvogodišnji je pripravnički program koji je 2016. pokrenula Coca-Cola HBC Hrvatska da privuče i razvije mlade i darovite stručnjake za ključne položaje u našem budućem poslovanju.

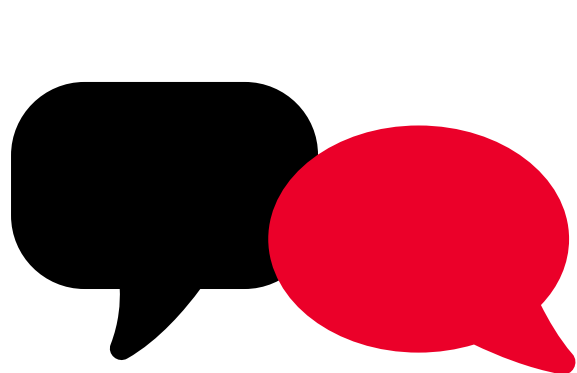


U prvoj godini provedbe programa Coca-Cola HBC Hrvatska zaposlila je četvero mladih ljudi koji nastavljaju graditi svoje karijere unutar Coca-Colina sustava.

Godine 2017. nastavili smo s programom, a od gotovo 500 kandidata nakon postupka odabira zaposlili smo pet pripravnika koji će se pripremiti za dugoročnu karijeru u Coca-Coli HBC radom na velikim projektima, mentorstvom i suradnjom s vodećim zaposlenicima.

Naša su ciljna skupina mladi i visokoobrazovani kandidati s manje od dvije godine iskustva, koji pokazuju potencijal za ubrzani razvoj preuzimanjem rukovodećih položaja u tvrtki. Mentori im programa pomažu u upravljanju njihovim karijerama i razvoju potrebnih vještina, a mentori ih projekta podržavaju u osmišljavanju dodijeljenoga projekta iz određenoga područja. Pripravnici prolaze razvojni ciklus praćenja zaposlenika prepoznajući njihove ključne prednosti i područja razvoja te prilagođujući njihov razvojni plan kako bi se osigurao najveći učinak na trenutačnome radnom mjestu i ubrzala spremnost za preuzimanje sljedećega posla. Taj je program jedinstven na razini svih 28 država Skupine Coca-Cola HBC, a sudionici programa prolaze kroz standardizirani program obuke, sastanke s vodstvom tvrtke, događanja na kojima se ostvaruje poslovna suradnja i druge slične aktivnosti.

BRIGA ZA NAŠE ZAPOSLENIKE²⁷



19%



37%

- Obično dva tjedna prije obavijestimo zaposlenike i izabrane predstavnike zaposlenika o provedbi važnih operativnih promjena koje bi uvelike mogle utjecati na njih.
- Rokovi za obavješćivanje i odredbe o savjetovanju i pregovorima nisu određene kolektivnim ugovorom, nego se dogovaraju međusobno.
- Obično osiguramo više vremena nego što je zakonski propisano.
- Rodiljni dopust važan je dio brige za naše zaposlenike.
- Godine 2017. šest je zaposlenika iskoristilo rodiljni dopust, a 11 se zaposlenika vratilo s rodiljnoga dopusta. Jedan nije zadržan 12 mjeseci nakon povratka na

posao. U odnosu na prethodnu godinu ukupna je stopa zadržavanja povećana s 80 % na 91 %. Nezadržavanje je izazvano organizacijskim promjenama tijekom odsutnosti zaposlenika (tablica 14.). Osim zadržavanja naših zaposlenika također smo predani privlačenju novih mogućih mladih talenata.

- Godine 2016. zaposlili smo 19 % više novih zaposlenika u odnosu na 2015., a 2017. zaposlili smo 37 % više u odnosu na 2016.
- Od 52 nova zaposlenika u 2017. godini 56 % imalo je 30 godina ili manje, a ostali su zaposlenici imali između 30 i 50 godina.
- Taj se udio kretao između 50 i 60 posto u 2015. i 2016. godini, uvijek u korist mlađih zaposlenika.

- Broj novih zaposlenika u 2015. godini obuhvaćao je 7 % ukupnoga broja zaposlenika, 9 % u 2016. i 12 % u 2017. godini.
- Godine 2015. 75 % zaposlenika bilo je muškoga roda, u 2016. 67 %, a u 2017. 60 %.
- Raspodjela je novih zaposlenika po mjestima rada prikazana u tablici 15.
- Godine 2017. tvrtku je napustilo 45 zaposlenika, većinom iz naših ustrojbenih jedinica u Zagrebu (67 %) i Rijeci (18 %). Većina ih je bila stara između 30 i 50 godina.

Tablica 14. Rodiljni dopust u Coca-Coli HBC Hrvatska

| GODINA | SPOL | Ukupno broj zaposlenika koji su imali pravo na rodiljni dopust | Ukupno broj zaposlenika koji su iskoristili rodiljni dopust | Ukupno broj zaposlenika koji se vratilo na posao nakon završetka rodiljnoga dopusta | Ukupno broj zaposlenika koji je zadržan 12 mjeseci nakon povratka na posao nakon iskorištenoga rodiljnoga dopusta | Ukupna stopa povratka na radno mjesto (nakon rodiljnoga dopusta) | Ukupna stopa zadržavanja (nakon rodiljnoga dopusta) |
|--------|--------|--|---|---|---|--|---|
| 2015. | M | 331 | 0 | 0 | 0 | 0 % | 0 % |
| | Ž | 104 | 16 | 14 | 14 | 88 % | 100 % |
| | Ukupno | 434 | 16 | 14 | 14 | 88 % | 100 % |
| 2016. | M | 336 | 1 | 1 | 1 | 100 % | 100 % |
| | Ž | 109 | 13 | 12 | 11 | 92 % | 92 % |
| | Ukupno | 445 | 14 | 13 | 12 | 93 % | 92 % |
| 2017. | M | 344 | 1 | 1 | 1 | 100 % | 100 % |
| | Ž | 106 | 12 | 10 | 9 | 83 % | 90 % |
| | Ukupno | 451 | 13 | 11 | 10 | 85 % | 91 % |

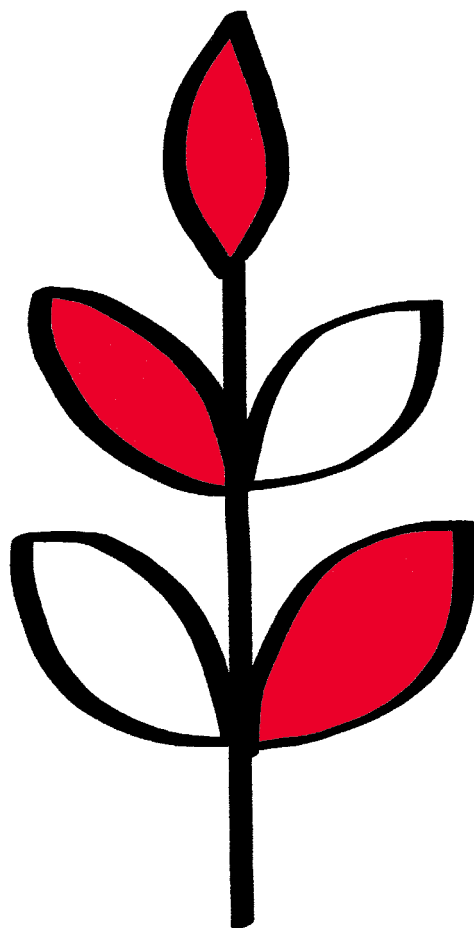
Tablica 15. Raspodjela novih zaposlenika po mjestima rada

| Dob | Zagreb - Žitnjak | Metković | Požega | Rijeka | Solin | Zadar | Zagreb | Sveukupno |
|-----------|------------------|----------|--------|--------|-------|-------|--------|-----------|
| 30 – 50 | 65 % | 62 % | 86 % | 80 % | 74 % | 84 % | 76 % | 76 % |
| iznad 50 | 31 % | 38 % | 9 % | 12 % | 19 % | 9 % | 14 % | 15 % |
| ispod 30 | 4 % | 0 % | 5 % | 8 % | 7 % | 6 % | 10 % | 9 % |
| Sveukupno | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |

²⁷402-1;401-1; 401-3

Okoliš

NAŠ EKOLOŠKI OTISAK²⁸



Zaštita okoliša i održiva uporaba prirodnih resursa jedan je od glavnih izazova s kojima se suočavaju sve tvrtke koje žele razvijati dugoročnu održivost njihova poslovanja. Upravljanje našim ekološkim otiskom i sprečavanje onečišćenja okoliša te ispuštanja ugljikova dioksida jedna je od naših najvažnijih obveza. Nastojimo u najvećoj mjeri povećati zajedničko djelovanje s nizom dionika kako bismo razvili pristup održivosti okoliša koji je dosljedan, razrađen i daje rezultate.

Kao što je to izneseno u anketi o materijalnim pitanjima, naši se prioriteti na državnoj razini podudaraju s općim prioritetima Coca-Colina sustava ističući četiri ključne teme zaštite okoliša, od kojih su sve od ključne važnosti za naše poslovanje:

- upravljanje vodnim resursima
- ušteda energije i zaštita klime
- održiva ambalaža i oporba
- zbrinjavanje otpada.

Naši su glavni ciljevi u vezi s okolišem:

- neprestano smanjivati izravni utjecaj našega poslovanja na okoliš i smanjiti neizravni utjecaj naših dobavljača i partnera
- biti predvodnikom u održivoj upotrebi vode, energije i ambalaže te u području zaštite klime.

Tablica 16. u nastavku prikazuje glavne trendove u vezi s našom ekološkom učinkovitošću. Godinu 2010. uspoređujemo s 2017. jer se 2010. koristi kao osnovna godina za procjenu našega učinka na zaštitu okoliša u vezi s dugoročnim ciljevima tvrtke do 2020. Što je važnije, sve naše brojke izražavamo po litri proizvedenoga pića (Lbp) jer samo tako možemo stvarno usporediti jednu godinu s drugom, bez obzira na ukupnu prodaju.

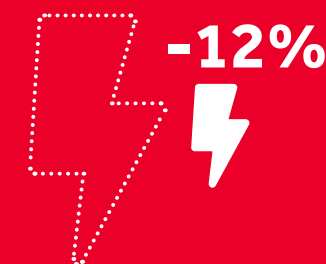
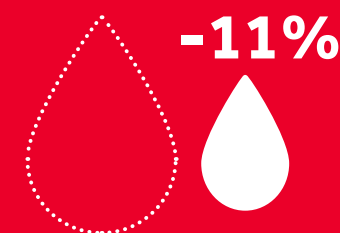
Tablica 16. Potrošena voda i energija te proizvodnja otpada

| | Potrošnja vode (L/Lbp) | | Potrošnja energije (MJ/Lbp) | | Proizvedeni otpad (g/Lbp) | | Oporabljeni otpad (%) | |
|---------------------|------------------------|-------|-----------------------------|-------|---------------------------|-------|-----------------------|-------|
| | 2010. | 2017. | 2010. | 2017. | 2010. | 2017. | 2010. | 2017. |
| Punionica u Zagrebu | 1,78 | 1,58 | 0,40 | 0,42 | 8,82 | 4,37 | 93,87 | 98,44 |

Između 2010. i 2017. godine uspjeli smo postići:

- smanjenje potrošnje vode od 11 %
- smanjenje prikupljenoga otpada od 50 %
- povećanje oporabe/obnove otpada od 5 %.

Nažalost, u istome smo razdoblju svjedočili povećanju potrošnje energije od 5 %. Međutim, ako usporedimo potrošnju energije iz 2015. s 2017. godinom, ostvarili smo smanjenje vlastite potrošnje energije od oko 12 %.





Radimo u skladu s važećim zakonima Republike Hrvatske i propisima koji se odnose na zaštitu okoliša. U rujnu 2016. dobili smo okolišnu dozvolu koja pokriva sve aspekte našega okolišnog otiska. U travnju i svibnju 2017. naša punionica u Zagrebu bila je predmetom usklađenoga inspekcijskog nadzora. Ukupno je provedeno sedam inspekcija zaštite okoliša radi sprečavanja ili smanjenja rizika za okoliš na najmanju moguću te sprječavanja nesreća koje bi mogle ugroziti ljudsko zdravlje i/ili oštetiti okoliš. Inspekcijski nadzor je uspješno proveden bez ijednog negativnog nalaza.

Kako bismo smanjili naš utjecaj na okoliš, djelujemo u skladu s međunarodno priznanim sustavom norma za zaštitu okoliša ISO 14001 te u skladu s nizom unutrašnjih Coca-Colinih HBC politika i pravila:

Politika zaštite okoliša

<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2408/coca-cola-hbc-environmental-policy.pdf>

Politika prema klimatskim promjenama

<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2405/coca-cola-hbc-climate-change-policy-statement.pdf>

Politika gospodarenja ambalažnim otpadom i oporaba

<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2404/coca-cola-hbc-post-consumer-packaging-waste-management-policy.pdf>

Politika zaštite i očuvanja vodnih resursa

<https://hr.coca-colahellenic.com/media/2414/coca-cola-hbc-water-stewardship-policy.pdf>

Politika sigurnosti voznoga parka

https://hr.coca-colahellenic.com/media/2409/coca-cola-hbc-fleet-safety-policy_2010.pdf

Svi su zaposlenici dionici naše predanosti zaštiti okoliša. Svaki novi zaposlenik nakon primanja na radno mjesto dobiva uvodnu obuku koja uključuje obvezni dio o zaštiti okoliša.

Tijekom 2017. održali smo niz obuka namijenjenih poboljšanju vještina naših zaposlenika na tome području. Te su obuke uključivale:

- obuku o zaštiti okoliša i izvješćivanju mogućih i stvarnih gubitaka ekoloških resursa
- obuku o dobroj praksi u proizvodnji i skladištenju uključujući aspekte koji se odnose na okoliš
- obuku o upravljanju opasnim kemikalijama i ostalim opasnim tvarima u kombinaciji s obukom za hitne slučajeve u slučaju izlivanja.



NAŠI EKOLOŠKI PARAMETRI

U našim se punionicama prate sljedeći ekološki parametri:



Potrošnja vode
(u litrama po litri
proizvedenoga napitka)



**Oporabljeni/
obnovljeni otpad**
(postotak
oporabljenoga/
obnovljenoga otpada
u odnosu na ukupni
prikupljeni/proizvedeni
otpad)



Potrošnja energije
(u MJ i kWh po litri
proizvedenoga napitka)



**Količina otpada
zbrinuta na odlagalištu
komunalnoga otpada**
(u gramima po litri
proizvedenoga napitka).



**Ukupan prikupljeni/
proizvedeni otpad**
(u gramima po litri
proizvedenoga napitka)

Tvrtke Coca-Cola HBC i Coca-Cola HBC Hrvatska uvele su 2014. novi vodeći parametar okoliša – zamalo gubitak (Near loss). Novi je parametar uveden radi podizanja svijesti zaposlenika i poboljšanja rezultata drugih parametara, a sastoji se od otkrivanja mogućih gubitaka ekoloških resursa i njihova pravodobnoga rješavanja. Uporabom toga parametra tijekom posljednje tri izvještajne godine ostvarili smo odlične rezultate izražene postotkom uspješno završenih zadataka: 2015. godine 76 %, 2016. godine 77,7 % i 2017. godine 97,7 %.

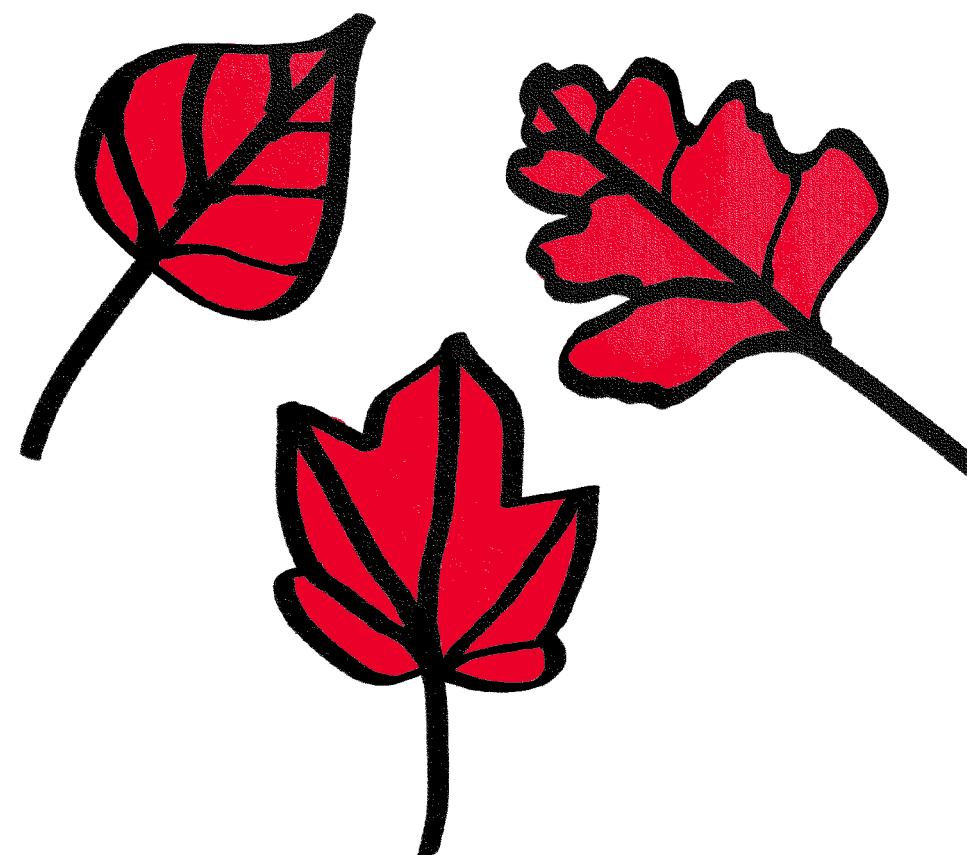
Naši napori za postizanjem ciljeva u vezi sa smanjenjem potrošnje energije, vode i količine proizvedenoga otpada i povećanjem postotka oporabljenoga/obnovljenoga otpada doprinose postizanju dugoročnih ciljeva na razini cjelokupne skupine Coca-Cola HBC AG. Više pojedinosti o tome navedeno je u završnome dijelu izvješća. Postizanje ciljeva prati se na tjednoj, mjesečnoj, četveromjesečnoj i godišnjoj razini, a izvješća o njima podnose naši voditelji i skupina Coca-Cola HBC. Važno je naglasiti da su svi odjeli uključeni u planiranje, praćenje i ispunjavanje naših ekoloških ciljeva: uprava, proizvodnja i skladištenje.

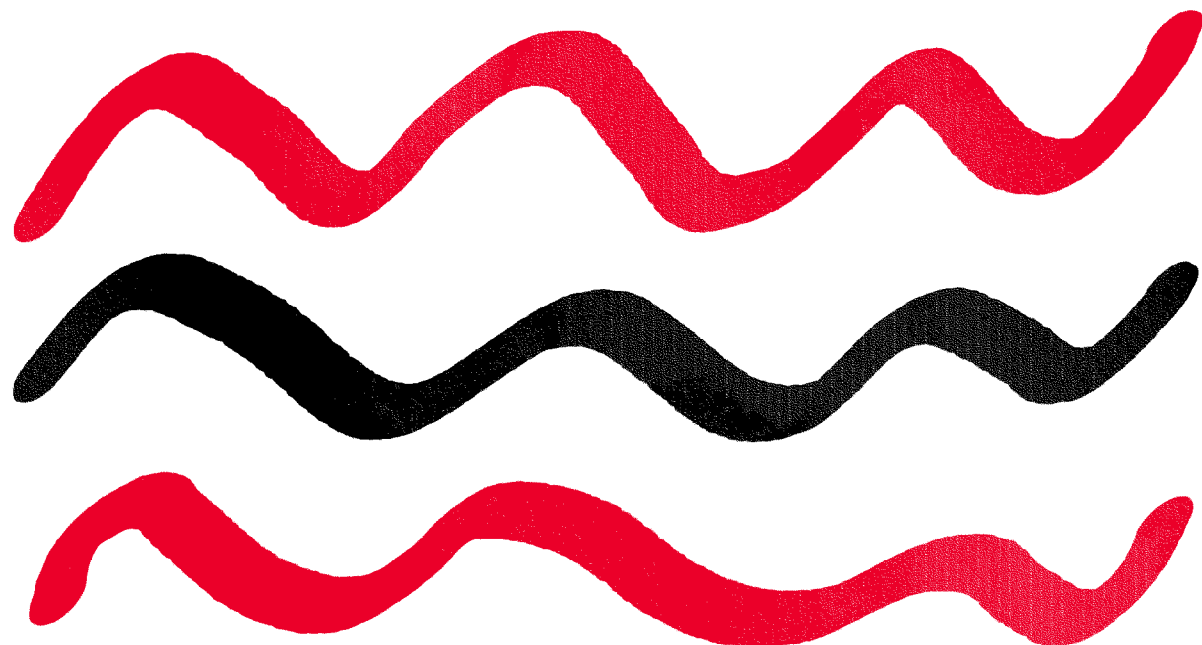
BIOLOŠKA RAZNOLIKOST³⁰

S najvećom pozornošću pratimo utjecaj našega poslovanja na zaštićena područja i područja iznimne biološke raznolikosti. Coca-Cola HBC Hrvatska zauzima ukupnu površinu 26 000 m², a prema podacima Hrvatske agencije za okoliš i prirodu unutar kruga od 25 km od naše punionice postoje mjesta koja su podložna najvišim razinama zaštite okoliša – parkovi prirode Medvednica i Žumberak te Samoborsko gorje, 7 prirodnih spomenika, 27 spomenika parkovne arhitekture, 13 područja očuvanja važnih za

određeno bilje te tri Natura 2000 područja ekološke mreže Republike Hrvatske, koja su posebno važna za život ptica i njihovo očuvanje.

Sve naše radnje u punionici obavljaju se u skladu s priznatim standardima za zaštićena staništa i prirodna područja. Nije bilo zabilježenih primjera našega nepovoljnog utjecaja na tim područjima. Na državnome i IUCN-ovu popisu nema ugroženih vrsta u blizini naše punionice.

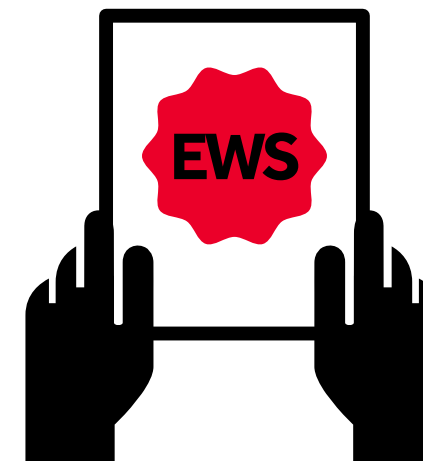




Upravljanje vodnim bogatstvom jedan je od ključnih čimbenika u postupku održavanja i poboljšanja održivosti našega poslovanja. Osim što je glavni sastojak naših proizvoda, voda je također važna u našem proizvodnom postupku te od ključne važnosti za uzgoj poljoprivrednih proizvoda koji postaju našim sastojkom. Voda je također važna za zajednicu u kojoj smo prisutni, a zbog svega toga odgovorno je upravljanje vodom u svim našim procesima i opskrbnome lancu od velike važnosti.

Za tvrtku Coca-Cola HBC provedena je iscrpna analiza procjene ranjivosti izvora (SVA) na temelju koje je razvijen Plan zaštite izvora vode (SWPP) u svrhu osiguravanja održivosti. Na međunarodnoj razini tvrtka Coca-Cola HBC AG jedna je od potpisnica inicijativa UN Global Compact i CEO Water Mandate. Njihova je svrha upravljanje pitanjima u vezi s održivošću vodnoga bogatstva u području djelovanja, opskrbnome lancu i zajednicama te bliska suradnja s vladinim i nevladinim organizacijama u oblikovanju javnih politika na tome području. Coca-Cola HBC također surađuje s Water Footprint Network, svjetskom krovnom organizacijom koja povezuje različite zainteresirane strane u održivoj i učinkovitoj uporabi vodnih resursa.

Više o CEO Water Mandate možete pronaći ovdje: <https://ceowatermandate.org>, a o Water Footprint Network ovdje: <http://waterfootprint.org/en/>.



Zlatni certifikat prema standardu EWS (European Water Stewardship), koji je dobila Coca-Cola HBC Hrvatska, prvi je EWS-ov certifikat dodijeljen u Hrvatskoj.

Program EWS certificiranja provodi Europsko partnerstvo za vode (EWP) i osmišljen je kako bi podržao ciljeve Europske unije na području očuvanja naših vodnih resursa te nastoji potaknuti tvrtke da razviju održivu politiku i prakse u području zaštite voda. EWS procjenjuje tvrtke na temelju sljedećih kriterija: optimizacija potrošnje vode za proizvodnju pića, proizvodni postupak, kemijska kvaliteta i biološki sastav vode, odgovorna uporaba vodnoga bogatstva, zaštita izvoda vode i oporaba vode. Certifikat se može dodijeliti u jednoj od triju kategorija: brončanoj, srebrnoj i zlatnoj. Nakon inspekcija u 2016. godini, od siječnja 2017. godine naš pogon u Zagrebu ponosi se zlatnim EWS certifikatom.

Dodjeljivanje certifikata pokazatelj je koliko smo bili uspješni u upravljanju potrošnjom vode u proizvodnome postupku i u smanjenju utjecaja naših otpadnih voda na ekosustav, utjecaju naših aktivnosti na vodne putove i stvaranju prostora za poboljšanje naših praksa i aktivnosti na ovome području i u daljnjoj budućnosti.

Više o EWS-u možete pronaći ovdje: <http://ews.info>.

Postojanje dovoljnih količina pristupačne vode dobre kvalitete od ključne je važnosti za zdravlje ljudi i ekosustav. Skupina Coca-Cola HBC obećala je smanjiti potrošnju vode po litri proizvedenoga napitka za 30 % u razdoblju od 2010. do 2020.

Uzimajući u obzir prirodu našega poslovanja, usredotočeni smo na povećanje učinkovitosti potrošnje vode u našim procesima smanjujući njezinu uporabu, povećavajući oporabu i ponovnu uporabu, a sve to postižemo stalnim ulaganjem u nove inovativne tehnologije. Čineći sve navedeno, naši su ciljevi:

- održiva i učinkovita potrošnja vode
- smanjenje potrošnje vode
- obrada otpadnih voda
- smanjenje uporabe vode u opskrbnome lancu
- zaštita lokalnih izvora vode i površinske vode
- podizanje svijesti o važnosti odgovornoga upravljanja vodnih resursa.

Zahvaljujući provedenim inicijativama između 2010. i 2017. potrošnja je vode po litri proizvedenoga pića u našoj punionici smanjena za 11 %.

Neke od naših najvažnijih nedavnih radnja za smanjenje potrošnje vode u proizvodnome postupku uključuju:

- smanjenje količine koncentriranoga klora u obradi vode od 6 – 8 ppm do 1 – 3 ppm
- prikupljanje vode iz opreme za čišćenje plastičnih (PET) boca i njezino vraćanje u komunalnu vodoopskrbu
- zajedničko prikupljanje preostale vode nakon čišćenja opreme za proizvodnju i njezino vraćanje u komunalnu vodoopskrbu
- vraćanje vode iz ugljenoga filtra za ispiranje u komunalnu vodoopskrbu
- uporaba vode iz pranja rabljenih staklenih boca za pranje plastičnih sanduka
- optimizacija postupka CIP (čišćenje na mjestu).

Voda koju upotrebljavamo u našoj punionici dovodi se cijevima iz javnoga vodovoda pogona za vodoopskrbu Petruševac udaljenoga oko 5 km istočno od naše punionice. Ima ukupno šest zdenaca koji opskrbljuju cijeli istočni dio Grada Zagreba i neke granične općine unutar Zagrebačke županije.

Kao što je prikazano u tablici 17. u nastavku, 2017. povećali smo potrošnju vode i nismo uspjeli održati postotak oporabljene vode.

Tablica 17. Upotrijebljena voda od strane punionice u Zagrebu

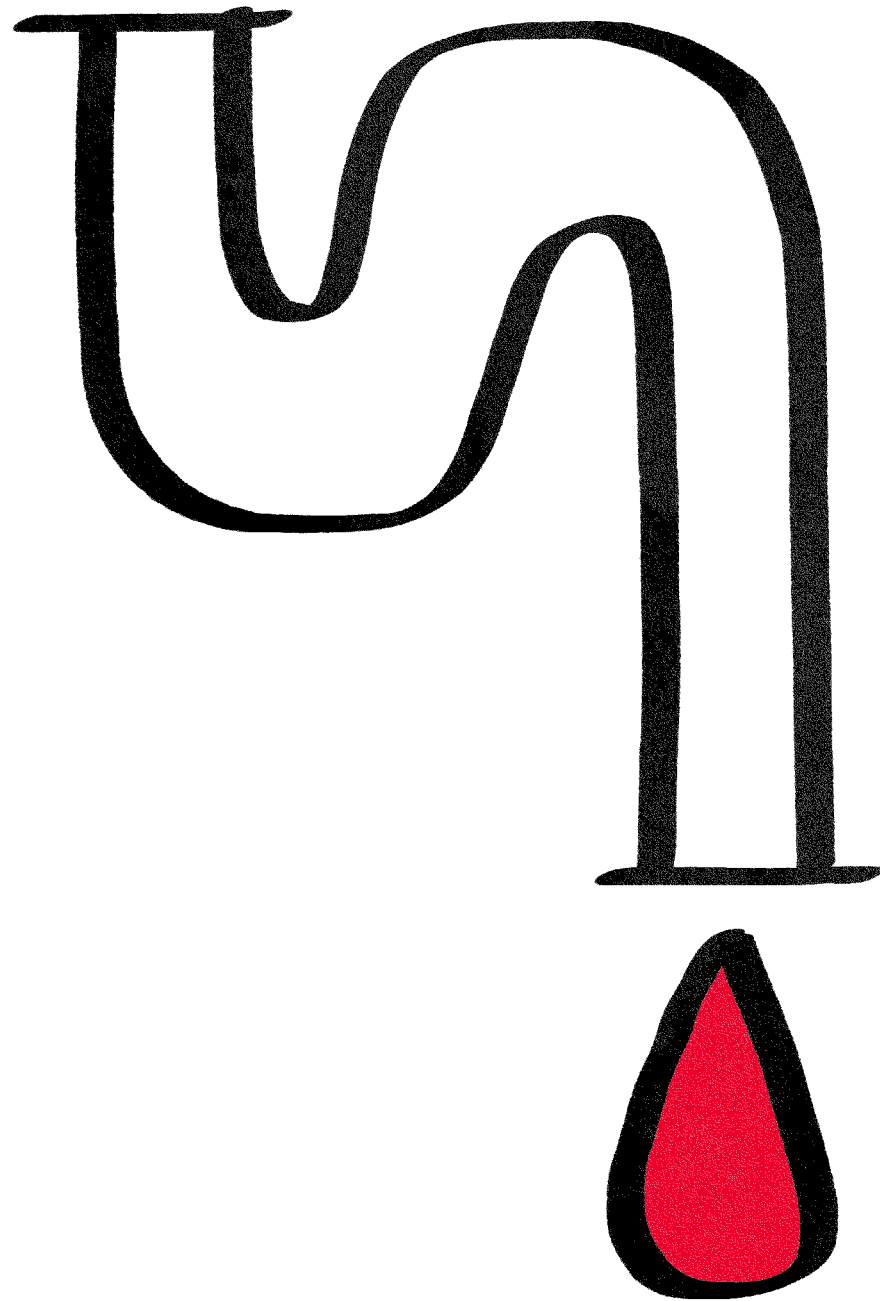
| U 1000 L | PUNIONICA U ZAGREBU | | |
|--|---------------------|---------|---------|
| | 2015. | 2016. | 2017. |
| UPOTRIJEBLJENA VODA | | | |
| Upotrijebljena voda iz javnoga vodovoda | 230 775 | 233 345 | 244 608 |
| Procijenjena oporabljena i ponovno upotrijebljena voda | 30 | 34 | 30 |
| % ukupne oporavljene i ponovno upotrijebljene vode iz javnoga vodovoda | 13 % | 15 % | 12 % |

Kao što je već spomenuto u ovome izvješću, Coca-Cola HBC Hrvatska također ima distribucijske centre u Zagrebu – Žitnjak i Solin. Naši distribucijski centri u Požegi, Rijeci, Zadru i Badernu nisu u vlasništvu tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska, stoga postupak skladištenja i distribucije naših proizvoda provode podizvođači, a distribucija se iz Metkovića odvija putem sustava unakrsnoga pretovara (cross-docking).

Tablica 18. u nastavku prikazuje potrošnju vode u dva distribucijska centra u našem vlasništvu. Kao što možete vidjeti, između 2015. i 2016. iznimno je pala potrošnja vode, a u 2017. iznosila je tek oko 32 % razine iz 2015.

Tablica 18. Upotrijebljena voda od strane punionice u Zagrebu

| POTROŠNJA VODE – DISTRIBUCIJSKI CENTRI | JEDINICA | DC ZAGREB-ŽITNJAK I SOLIN ZAJEDNO | | |
|---|----------|-----------------------------------|-------|-------|
| | | 2015. | 2016. | 2017. |
| Upotrijebljena voda iz javnoga vodovoda | 1000 L | 2 869 | 882 | 927 |



Otpadne vode iz Coca-Cole HBC Hrvatska prolaze kroz unutarnji sustav za upravljanje otpadnim vodama prije nego što se ispuste u središnji pogon za pročišćavanje otpadnih voda u Zagrebu. Naša punionica ima vlastiti pogon za pročišćavanje otpadnih voda. Kvaliteta otpadnih voda redovito se provjerava u našem unutrašnjem laboratoriju u skladu sa zahtjevima našega certifikata o zaštiti okoliša te se često šalje i na zahtjev vanjskim akreditiranim ustanovama. Nakon što zadovoljimo sve zakonske zahtjeve i stroge standarde KORE tvrtke The Coca-Cola Company, vodu ispuštamo u javni sustav odvodnje i kao površinsku vodu. Neprestano pratimo trendove povezane sa smanjenjem količine otpadne vode i njezina kemijskog onečišćenja. Naša je prerađena otpadna voda sigurna za floru i faunu te se može ispustiti u prirodni vodotok, u našem slučaju u rijeku Savu.

U pogledu vode u atmosferi i kišnice u punionici smo postavili razdjelnike za ulja kako bismo spriječili moguće zagađenje tijekom utovara i istovara kamiona, parkiranja i uporabe viličara. Stoga nema mogućnosti da neobrađena voda dođe do prirodnoga prijemnika. Na svim mjestima na kojima postoji mogući rizik od izlivanja ulja ili curenja kemikalija dostupna je oprema za sprečavanje izlivanja i, naravno, provode se redovite provjere.

Podaci o kemijskoj potrošnji kisika (COD) pokazuju kvalitetu obrađene otpadne vode mjerenjem količine kisika potrebne za oksidaciju raspadnutih organskih tvari u vodi. Tablica 19. prikazuje vrijednosti za 2015., 2016. i 2017.

Tablica 19. Ukupna ispuštena voda

| | PUNIONICA U ZAGREBU | | |
|---|---------------------|--------|--------|
| | 2015. | 2016. | 2017. |
| Ukupna ispuštena voda (m ³) | 71 911 | 76 924 | 76 221 |
| COD nakon čišćenja (mg/L) | 97 | 71 | 86 |

Dopuštena je granica COD-a za ispuštanje otpadnih voda u prirodni prijemnik 125 mg/L, a u javnome sustavu odvodnje otpadnih voda 700 mg/L. Iz gornje je tablice vidljivo da pročišćena otpadna voda pogona u Zagrebu zadovoljava zahtjeve COD-a za izravno ispuštanje u prirodni prijemnik.

Coca-Cola HBC Hrvatska, u suradnji s dobavljačem kemikalija Ecolab, predvodnik je u dobroj proizvođačkoj praksi koja podrazumijeva uporabu poslovnoga modela za smanjenje potrošnje kemikalija zbog gospodarskih interesa korisnika i proizvođača istodobno smanjujući štetan utjecaj na okoliš.

Coca-Cola HBC Hrvatska neprestano prati svoje procese i podrobno bilježi uporabu sirovina i drugih materijala koji sudjeluju u proizvodnome postupku. Tablica 20. u nastavku navodi sve naše sirovine, ambalažni materijal i druge materijale koji se koriste u našem proizvodnom postupku.



Vidljivo je da smo između 2015. i 2017. znatno povećali uporabu plastičnih (PET) boca nakon uporabe, više nego udvostručili postotak stakla iz oporabljenih izvora i zadržali postotak čelika koji upotrebljavamo iz oporabljenih izvora.



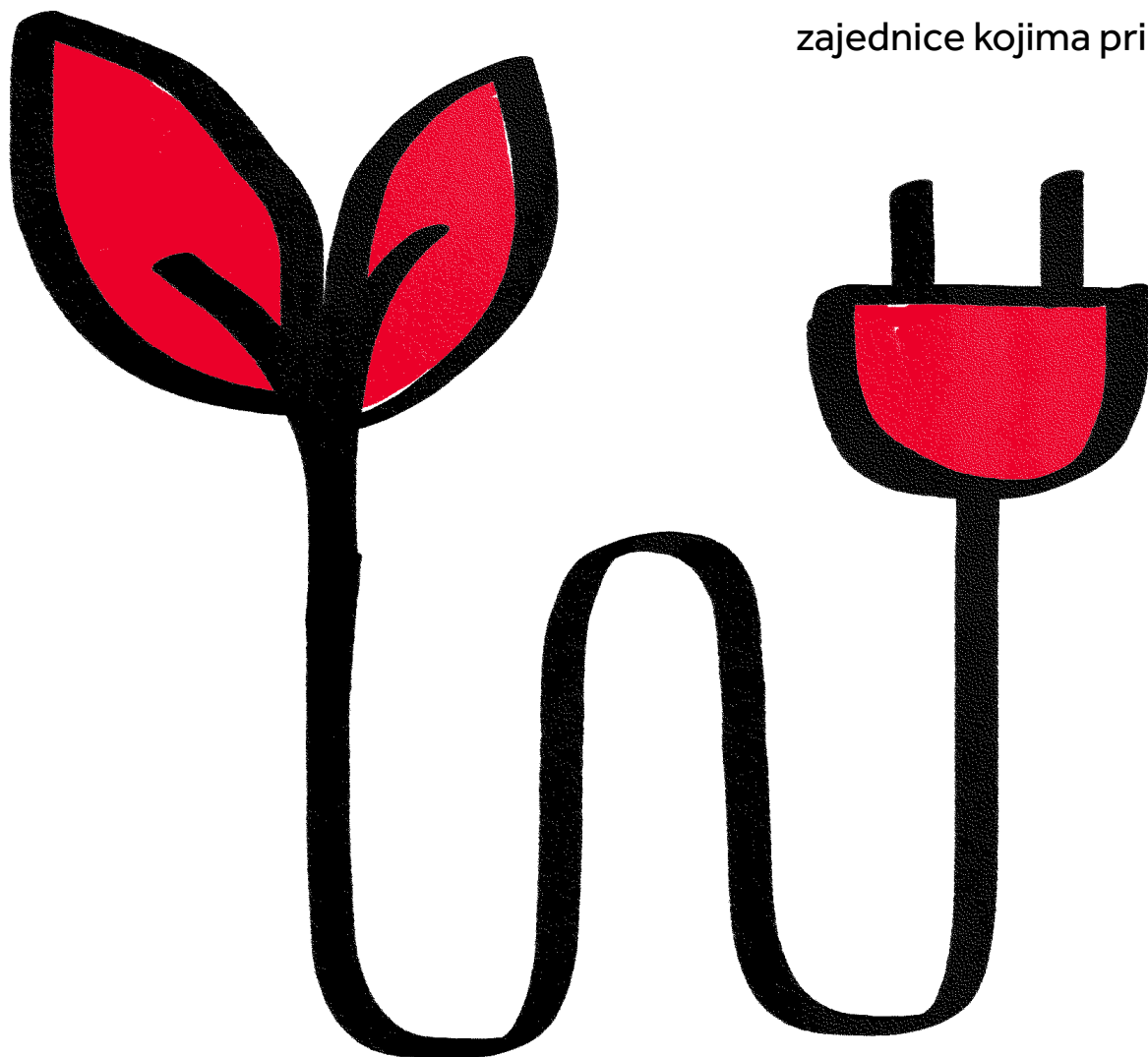
Također smo sveli uporabu drvenih paleta na nulu i znatno smanjili našu uporabu kemikalija te prepolovili uporabu plastičnih (PET) listića i smole.

Pogon Alpla Croatia proizvodi za punionicu u Zagrebu predoblike od 33,7 g i imamo sklopljen ugovor za kupnju određene količine plastičnih (PET) listića za navedenu proizvodnju. Ta se količina u prošle tri godine smanjila, a najveću količinu plastičnih (PET) listića za proizvodnju predoblika od 33,7 g Alpla kupuje izravno na tržištu.

Tablica 20. Sirovine

| PUNIONICA U ZAGREBU | | JEDINICA | 2015. | 2016. | 2017. |
|-------------------------------|--|-----------|-----------|-------------------|-------------------|
| SASTOJCI | Sladila (HFS) | kg | kg | 19 813 070 | 19 560 140 |
| | Koncentrat | kg | kg | 672 785 | 665 880 |
| | Ugljikov dioksid (CO2) | kg | kg | 1 951 417 | 2 001 060 |
| | Dušik (N2) | kg | kg | 100 | 50 |
| PRIMARNA AMBALAŽA | plastični (PET) listići i smola za vlastitu uporabu | kg | kg | 3 213 315 | 4 441 897 |
| | plastični (PET) listići za druge punionice | kg | kg | 339 100 | 47 853 |
| | plastični (PET) predoblici za vlastitu uporabu | kg | kg | 585 964 | 391 325 |
| | Ukupno plastične (PET) ambalaže | kg | kg | 3 799 279 | 4 833 223 |
| | Oporabljeni plastični (PET) materijali nakon uporabe | kg | kg | 104 000 | 330 585 |
| | | % | % | 2,74 % | 6,84 % |
| | Staklene boce | kg | kg | 368 594 | 996 145 |
| | % stakla iz oporabljenih izvora | % | % | 20 % | 20 % |
| | Željezo (čepovi ili limenke) | kg | kg | 136 868 | 168 393 |
| | % željeza iz oporabljenih izvora | % | % | 24 % | 24 % |
| Plastični zatvarači (PE i PP) | kg | kg | 316 501 | 272 790 | |
| NALJEPNICE | Plastične naljepnice | kg | kg | 46 625 | 51 352 |
| | Papirnatih naljepnica | kg | kg | 27 656 | 26 590 |
| SEKUNDARNA I DRUGA AMBALAŽA | PE folija za omatanje i sakupljanje | kg | kg | 366 265 | 368 589 |
| | Karton | kg | kg | 251 722 | 218 316 |
| | Drvo (palete) | kg | kg | 326 692 | 0 |
| KEMIKALIJE | Ukupno kemikalija | kg | kg | 230 385 | 174 739 |
| UKUPNO: | | kg | kg | 28 307 958 | 29 337 266 |

Klimatske promjene donose moguće rizike za naše poslovanje u smislu smanjenja raspoloživih izvora (npr. vode, voća i šećera) i povećanja cijena energije, no također su rizične za naše dobavljače, kupce i zajednice kojima pripadamo.



Rješavanje izazova klimatskih promjena vodi nas do otvorenoga dijaloga s dobavljačima kako bi se smanjilo ispuštanje ugljikova dioksida u lancu vrijednosti, od proizvodnje sirovina i upravljanja rashladnim uređajima do samoga tržišta.

Kako bi u tome uspjela, skupina se Coca-Cola HBC obvezala smanjiti svoj ugljični otisak iz izravnih ispuštanja (opseg 1 i 2) izmjerena ugljikova dioksida u G/Lpb za 50 % te smanjiti ispuštanje ugljikova dioksida u svim dijelovima vlastita rada, izravnim i neizravnim (opseg 1, 2, i 3) za 25 %.

Naš pristup ovoj složenoj temi podrazumijeva:

povećanje energetske učinkovitosti našega poslovanja

prijelaz na čiste izvore energije

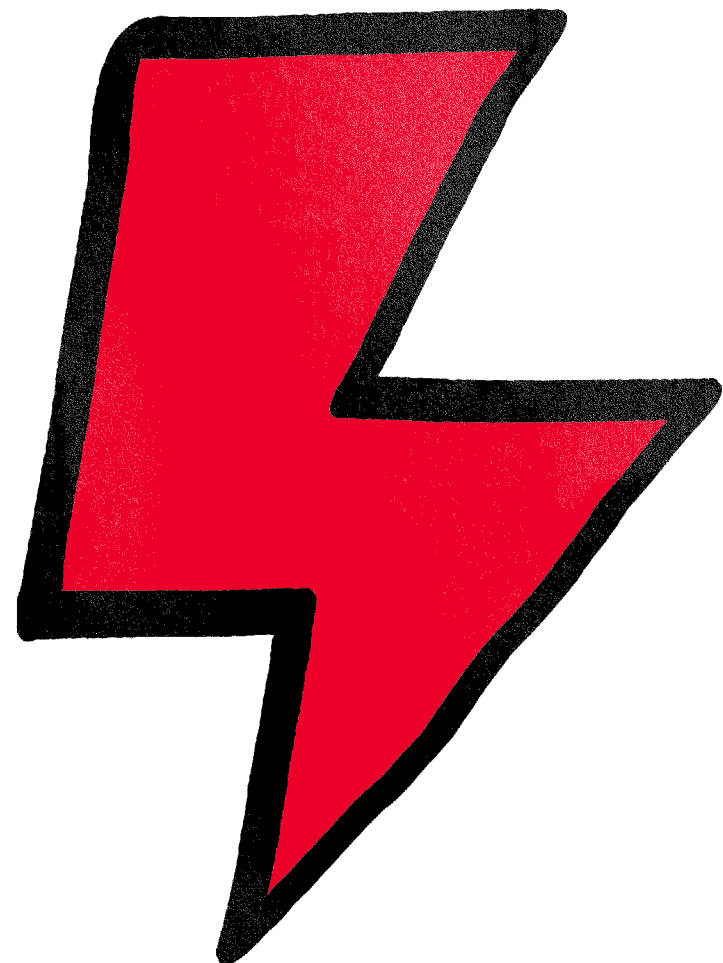
smanjenje ispuštanja u lancu vrijednosti

uvođenje novih tehnologija s niskim ispuštanjima ugljikova dioksida

promicanje dobre prakse i podizanje svijesti o važnosti klimatskih promjena.

Coca-Cola HBC sad upotrebljava električnu energiju samo iz obnovljivih izvora. Od donošenja strateške odluke 2015. punionica u Hrvatskoj upotrebljavala je samo električnu energiju dobivenu iz obnovljivih izvora, uključujući hidroelektrane i vjetroelektrane, čime su znatno smanjena ispuštanja ugljikova dioksida.

Coca-Cola HBC Hrvatska obvezala se smanjiti potrošnju energije i sveukupni utjecaj svojih ispuštanja. Najveća količina potrošene energije u našem poslovanju dolazi iz punionice, voznoga parka i rashladne opreme. Od 2015. sva električna energija za Coca-Colu HBC Hrvatska potječe iz obnovljivih i čistih izvora.



Proveli smo niz projekata, čiji je cilj smanjenje potrošnje energije u proizvodnome postupku:

- učinkovitije osvjjetljenje putem LED rasvjete
- novi energijski učinkovit visokotlačni kompresor
- ugradnja sustava za nadzor energije „Mraving“
- smanjenje stlačenoga niskog tlaka zraka
- poboljšanje izolacije svih cijevi za toplu i hladnu vodu
- smanjenje visokotlačne opreme za proizvodnju plastičnih (PET) boca s 40 na 35 bara

- program Air Hunter za otkrivanje i uklanjanje gubitaka komprimirnoga zraka i ugljikova dioksida
- novi, energijski učinkovitiji plinski kotao.

Primjenom različitih mjera za racionalizaciju potrošnje energije, ukupna potrošnja energije po litri proizvedenoga pića u našoj punionici smanjena je za 15 % tijekom razdoblja od deset godina.

Dvije tablice (21. i 22.) u nastavku prikazuju našu potrošnju energije u punionici u Zagrebu te naša dva distribucijska centra u našem vlasništvu.

Tablica 21. Izravna potrošnja energije

| PUNIONICA U ZAGREBU | | | |
|--|------------|------------|------------|
| IZRAVNA POTROŠNJA ENERGIJE | 2015. | 2016. | 2017. |
| Električna energija (MJ) | 41 669 208 | 39 549 600 | 40 852 800 |
| Prirodni plin (MJ) | 24 068 832 | 23 895 163 | 22 278 581 |
| Propan (LPG) (MJ) | 653 250 | 698 100 | 1 170 026 |
| Ukupna potrošnja energije (MJ) | 66 391 290 | 64 142 863 | 64 301 407 |
| VOZNI PARK | | | |
| | 2015. | 2016. | 2017. |
| Dizelsko gorivo (MJ) | 19 036 017 | 18 880 992 | 19 711 185 |
| Ukupno (MJ) | 85 427 307 | 83 023 855 | 84 012 592 |
| % promjene u ukupnoj potrošnji energije (MJ) | ... | -3 % | 1 % |

Tablica 22. Potrošnja energije, distribucijski centri

| Zagreb - Žitnjak i Solin zajedno | | | | |
|--|----------|-----------|-----------|-----------|
| Potrošnja energije – distribucijski centri | Jedinica | 2015. | 2016. | 2017. |
| Električna energija | MJ | 2 337 062 | 2 368 253 | 2 405 686 |
| Ukupno | MJ | 2 337 062 | 2 368 253 | 2 405 686 |

ISPUŠTANJA UGLJIKOVA DIOKSIDA³⁵

U svojim se ciljevima održivosti za 2020. Coca-Cola HBC obvezala:

-50%

Smanjiti izravne emisije ugljikova dioksida (opseg 1 i 2) za 50%.

-25%

Smanjiti neizravne emisije ugljikova dioksida za 25%.

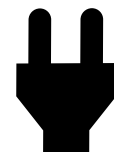
Na temelju našega Programa za sprječavanje onečišćenja zraka i emisija štetnih plinova određujemo redovite akcije i osmišljavamo plan za praćenje emisija u redovitim intervalima.



Naši ključni ciljevi u vezi sa smanjenjem štetnih ispuštanja uključuju:



smanjenje emisija iz distribucije i voznoga parka



smanjenje emisija iz kupljene električne energije



smanjenje emisija iz primarne ambalaže



smanjenje emisija iz punionice.

Tablica 23. Ispuštanja ugljikova dioksida

| | JEDINICA | 2015. | 2016. | 2017. | OPSEG |
|---|------------|---------|---------|---------|---------|
| Ukupna proizvodnja (po obujmu) | 000 litara | 141 949 | 141 820 | 154 172 | |
| CO2 iz punionica (fosilna goriva) | t | 1253 | 1247 | 1192 | Opseg 1 |
| CO2 iz voznoga parka tvrtke (fosilna goriva) | t | 1318 | 1307 | 1353 | |
| Ugljični proizvodi (gubici pri ispuštanju) | t | 796 | 850 | 896 | |
| CO2 iz rashladne opreme | t | 766 | 825 | 908 | |
| CO2 iz distribucijskih centara (Inas i Solin) (potrošeno gorivo) | t | 303 | 288 | 337 | |
| CO2 iz kupljene ili iznajmljene električne energije iz punionice | t | 1986 | 0 | 0 | |
| CO2 iz kupljene ili iznajmljene električne energije iz distribucijskih centara (Inas i Solin) | t | 111 | 0 | 0 | Opseg 2 |
| CO2 u proizvodnji (proizvodi koji se ne oporabljaju) | t | 1155 | 1151 | 1249 | |
| Ispuštanja CO2 iz električne energije korištene u procesima hlađenja | t | 20 119 | 19 282 | 15 143 | |
| Ukupna ispuštanja CO2 u prijevozu trećih strana (gorivo) | t | 2656 | 2507 | 2193 | Opseg 3 |
| CO2 iz primarne ambalaže | t | 11 051 | 13 565 | 6967 | |
| CO2 iz sekundarne ambalaže | t | 1062 | 1041 | 1134 | |
| CO2 iz šećera | t | 141 949 | 141 820 | 154 172 | |

U usporedbi s 2015., 2017. godine smanjili smo ispuštanja ugljikova dioksida iz punionice za 5%. Također smo ostvarili stopostotno smanjenje ispuštanja ugljikova dioksida iz kupljene električne energije (jer ukupna količina dolazi iz obnovljivih izvora) te od prijevoznika naših partnera za 18%. Emisije ugljikova dioksida iz primarne ambalaže smanjena su za znatnih 37% u 2017. godini u usporedbi s 2015.

ISPUŠTANJA ŠTETNIH PLINOVA³⁶

Akreditirani laboratorij treće strane nadzire ispuštanja štetnih plinova iz naše punionice u skladu sa zakonski propisanom učestalošću jednom u dvije godine kako bi dokazao da naš plamenik (nepokretni izvor) ispunjava zahtjeve iz članka 100. Uredbe o graničnim vrijednostima ispuštanja onečišćujućih tvari u zrak iz nepokretnih izvora (NN 117/2012. i NN 97/2013.). Redovito se provode provjere izolacije za ugljikov dioksid i plinovoda za prirodni plin. Izmjereni rezultati za 2015. i 2017. prikazani su u tablici 24. u nastavku.



Tablica 24. Onečišćujuće tvari

| Onečišćujuće tvari (mg/m ³) | 2015. | 2017. | Granične vrijednosti ispuštanja onečišćujućih tvari u skladu s člankom 100. Uredbe o graničnim vrijednostima ispuštenih onečišćujućih tvari u zrak iz nepokretnih izvora (NN 117/12, NN 90/14) | Usklađenost |
|--|-------|--------|--|-------------|
| Dušikovi oksidi izraženi kao NO ₂ | 124 | 111,53 | 200 | da |
| CO | 0 | 0,43 | 100 | da |
| Dim | 0 | 0 | 1 | da |

U skladu s izvršenim mjerenjima izračunani su godišnja količina prirodnoga plina za grijanje i proizvodni postupak, ukupni radni vijek plamenika punionice (nepokretni izvor) i ukupne godišnje količine ispuštanja, a u skladu sa zakonskim zahtjevima godišnje se količine ispuštanja iz punionica koje su jednake ili premašuju graničnu vrijednost prijavljuju do 31. ožujka tekuće godine za prethodnu godinu u Registru onečišćivača okoliša Hrvatske agencije za okoliš i prirodu. Prema ispuštenim količinama i kad one premašuju godišnje granice navedene u Registru onečišćivača okoliša, Ministarstvo zaštite okoliša određuje naknadu za zaštitu okoliša. Naknada za zaštitu okoliša upotrebljava se za pružanje podrške različitim inicijativama za zaštitu okoliša u Hrvatskoj.

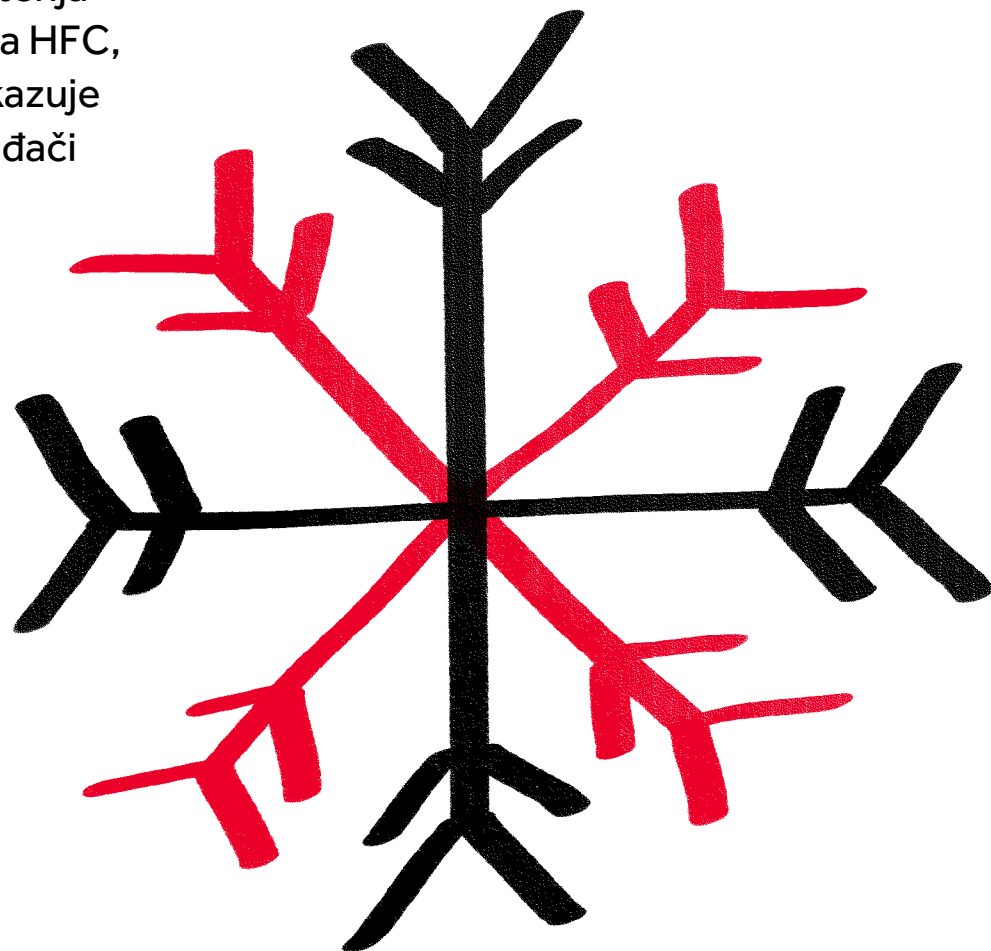
U tablici u nastavku navedena su godišnja ispuštanja iz punionice u Zagrebu od 2015. do 2017. koje se redovito prijavljuju u Registar te ih provjerava Agencija za zaštitu okoliša i za koje su plaćene ekološke naknade.

Tablica 25. NO₂ i CO₂

| Onečišćivači okoliša (kg/god.) | 2015. | 2016. | 2017. | Granične vrijednosti ispuštenih onečišćujućih tvari u skladu s odjeljkom 2. Pravilnika o registru onečišćivača okoliša NN 87/15 (kg/god.) | Prijavljeni u Registru onečišćivača okoliša i potvrđeni od Agencije za zaštitu okoliša |
|--|--------------|-----------|--------------|---|--|
| Dušikovi oksidi izraženi kao NO ₂ | 659,69 | * | 1529,28 | 600 | da |
| CO ₂ | 1 180 410,88 | 1 192 139 | 1 159 358,26 | 450 000 | da |
| CO | 211,47 | 668,2 | 599,31 | 200 | da |

OPREMA ZA HLAĐENJE³⁷

Coca-Cola HBC Hrvatska slijedi odluku tvrtke The Coca-Cola Company o uporabi nove opreme za hlađenje bez hidrofliorouglijika (bez HFC-a). Prestankom korištenja stare opreme, koja upotrebljava HFC, tvrtka se brzo prilagođava i pokazuje drugima načine na koje proizvođači bezalkoholnih napitaka mogu povoljno utjecati na zaštitu klime.



Prijelaz na opremu bez HFC-a smanjit će izravna ispuštanja stakleničkih plinova za 99 %. Svi novi rashladni uređaji koje Coca-Cola HBC Hrvatska stavlja na tržište ne sadržavaju HFC. Trenutačno su u uporabi dva nova načina hlađenja. Oprema za hlađenje s pomoću ugljikovodika služi za hlađenje slabijega kapaciteta, a ugljikov dioksid koristi se za veće kapacitete. Ugljikov dioksid sigurna je, pouzdana i energijski učinkovita alternativa s pozitivnim značajkama rashladnoga uređaja. Ne utječe na ozonski omotač te je 1430 puta manje štetna za klimu u usporedbi s HFC-om.

Coca-Cola HBC Hrvatska u 2017. godini smanjila je dio opreme za hlađenje s pomoću HFC-a za 17 % i povećala udio opreme koja sadržava ugljikov dioksid za 44 % (u usporedbi s 2015.) udvostručivši broj takvih uređaja.

Sve uređaje s rashladnim plinovima (oprema za hlađenje, uređaji za uporabu nakon miješanja, klimatizacijski uređaji, hladnjaci) odražavaju ovlaštteni serviseri ovlaštenih tvrtka (ovlastila ih je Hrvatska agencija za zaštitu okoliša i prirode). Oni također redovito nadziru količine plinova u uređajima, a otpisanu opremu uništavaju tijela za zbrinjavanje opasnoga otpada.

Pri kupnji nove opreme za hlađenje uzima se u obzir njihova energijska učinkovitost. Nova generacija opreme za hlađenje opremljena je elektroničkim upravljanjem uređajima (EMD) i svjetlosnim diodama (LED) koje smanjuju potrošnju energije.

Tablica 26. Broj uređaja za hlađenje na hrvatskome tržištu s različitim rashladnim plinovima

| | 2015. | 2016. | 2017. |
|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CFC / HCFC | 113 | 3 | 3 |
| HFC | 23 548 | 20 100 | 19 425 |
| HC | 5196 | 8361 | 11 209 |
| CO2 | 177 | 316 | 352 |
| Ukupno | 29 034 | 28 780 | 30 989 |

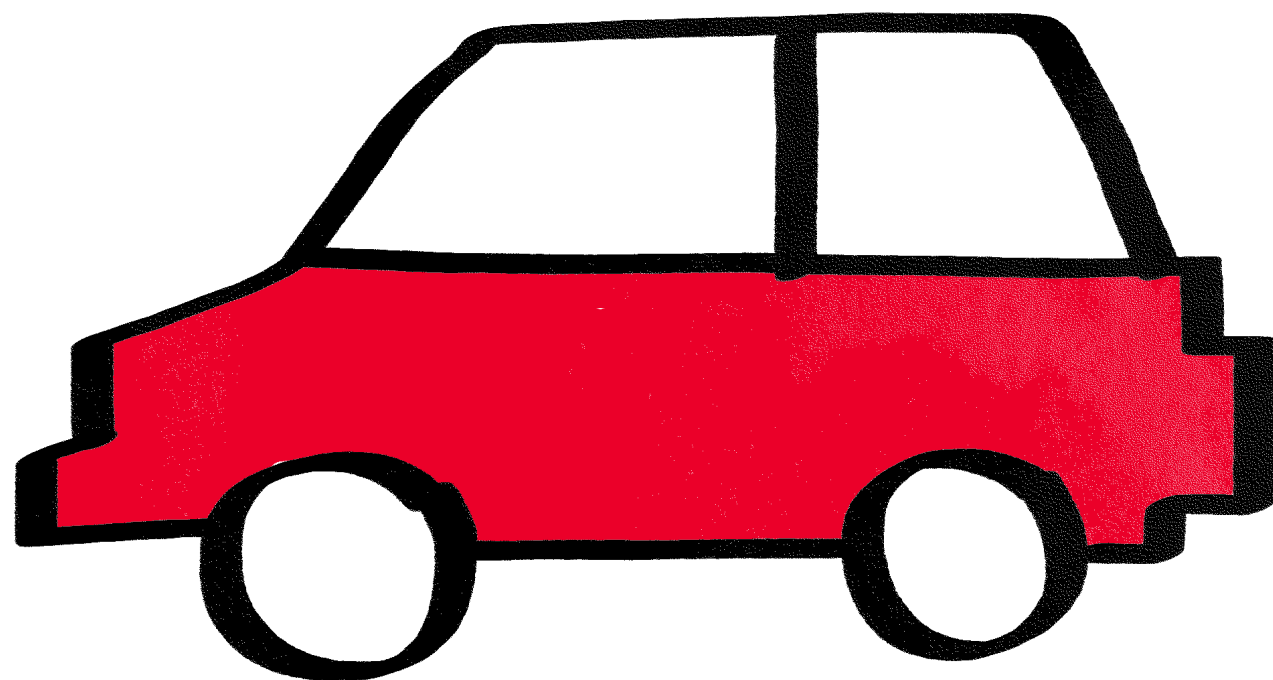
Tablica 27. Energijska učinkovitost

| Broj rashladnih uređaja s višom energijskom učinkovitošću na tržištu | | 2015. | 2016. | 2017. |
|--|-----------|--------|--------|--------|
| EMD | S EMD-om | 3806 | 3904 | 6783 |
| | Bez EMD-a | 25 228 | 24 876 | 22 491 |
| LED | S LED-om | 3502 | 8642 | 7355 |
| | Bez LED-a | 25 532 | 20 138 | 21 919 |

NAŠ VOZNI PARK³⁸

Najvažniji su prepoznati utjecaji na okoliš koji nastaju pri distribuciji naših proizvoda potrošnja goriva i emisije plinova.

U skladu s Politikom sigurnosti voznoga parka tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska naša vozila ne smiju biti starija od četiri godine. Sva naša vozila moraju zadovoljavati nužne zahtjeve norme Euro 5.



Za vozni park tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska, koji se sastoji od laganih vozila, pratimo potrošnju goriva i kilometražu kako bi se emisije štetnih plinova mogla svesti na najmanju mjeru.

Tablica 28. Vozni park

| Naš vozni park | 2015. | 2016. | 2017. |
|---|---------|---------|---------|
| Broj vozila koji upotrebljava tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska | 265 | 279 | 280 |
| Ukupna potrošnja goriva* – dizelsko gorivo (L) | 490 092 | 485 174 | 507 099 |

Tablica 29. Ispuštanja plinova voznoga parka i kilometraža

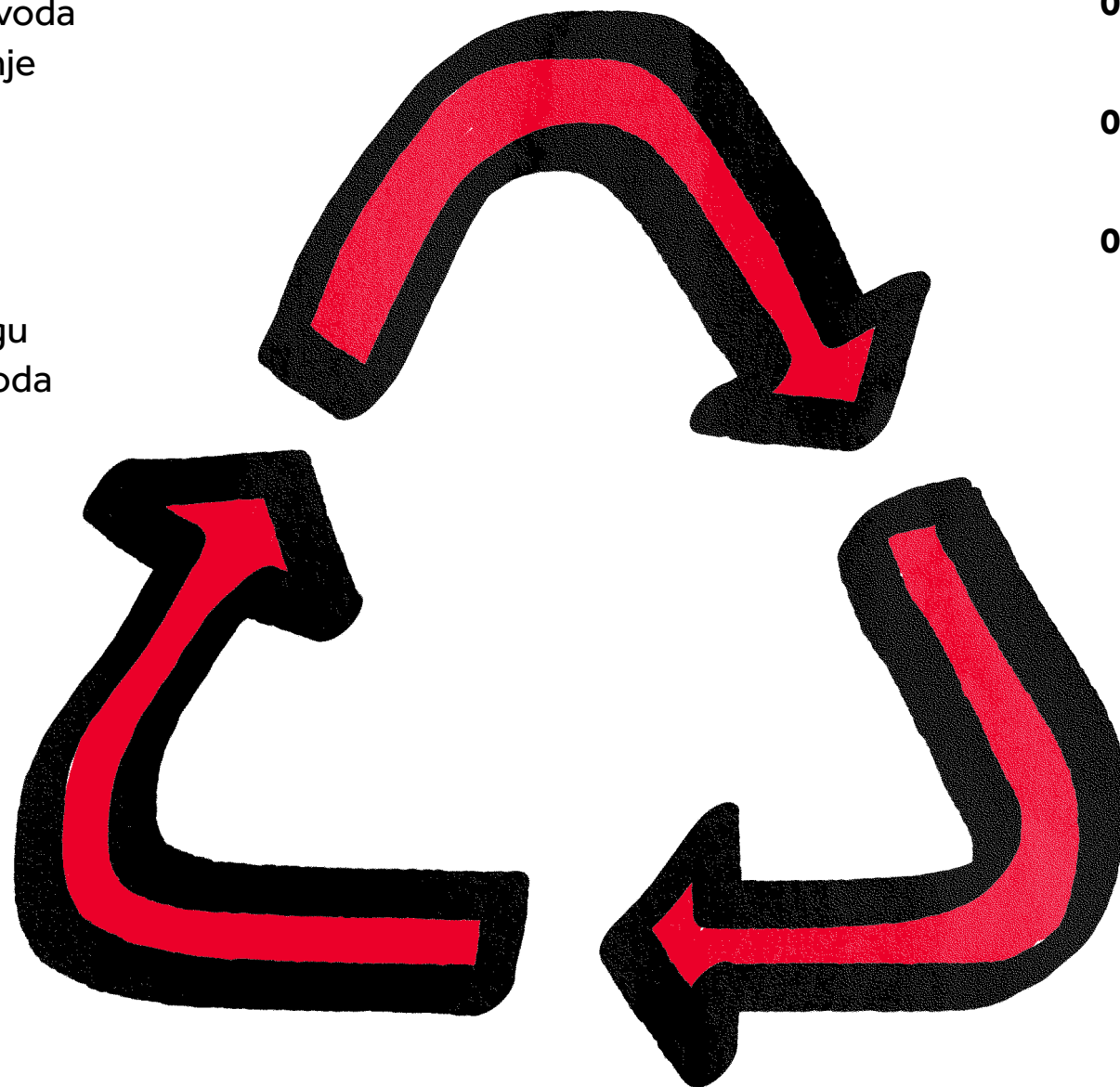
| | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Ukupna prosječna potrošnja L/100 KM | 6,38 | 6,18 | 6,28 |
| Ispuštanja CO ₂ vozila koje upotrebljava tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska (u tonama) | 1318 | 1307 | 1353 |
| Emisije CO ₂ – vozila podizvođača (u tonama) | 2656 | 2507 | 2193 |
| Ukupna ispuštanja CO ₂ (u tonama) | 3974 | 3814 | 3546 |
| Kilometraža – vozila koja upotrebljava tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska | 7 677 363 | 7 862 997 | 8 070 548 |
| Kilometraža teretnih vozila podizvođača ** | 2 550 744 | 2 698 960 | 2 785 084 |

* Vozila Coca-Cola HBC Hrvatska imaju samo dizelske motore.

** Teretna vozila u vlasništvu su podizvođača.

Ambalaža igra ključnu ulogu u održavanju vrhunske kvalitete i sigurnosti naših proizvoda u opskrbnome lancu i, u konačnici, za krajnje potrošače.

Coca-Cola HBC Hrvatska neprestano radi na promicanju održive ambalaže te traži odgovarajuće veličine i materijale koji mogu optimizirati i smanjiti utjecaj svojih proizvoda za pakiranje tijekom proizvodnoga postupka i nakon potrošnje.



Naš je rad usmjeren na tri područja:

- 01** neprestan razvoj ambalaže koja ima manju težinu, čime se može smanjiti količina otpada
- 02** uporabu oporavljenih materijala za ambalažu/materijala s mogućnošću uporabe, gdje god je to tehnički moguće
- 03** poticanje potrošača da pravilno odlažu ambalažu nakon potrošnje naših proizvoda podižući svijest o važnosti odvojenoga prikupljanja materijala za ambalažu, uglavnom putem akcija koje financira država, ali i vlastitom kampanjom podizanja svijesti o onečišćenju.

Te inicijative također utječu na smanjenje operativnih troškova našega poslovanja.

Programom uporabe laganijih materijala tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska dosad je smanjila težinu plastičnih (PET) boca od 2 L za 22 %, a plastičnih (PET) boca od 0,5 L za 19 %. S pomoću programa uporabe laganijih materijala uveli smo novi, kraći tip navojnoga dijela plastične (PET) boce „1881“, što nam je omogućilo da smanjimo težinu plastičnih zatvarača na našim bocama za do 15 %. Težina boca za višekratnu uporabu u kategoriji ključnih proizvoda smanjila se za 9 %.

UPRAVLJANJE PROIZVODNOM I GOSPODARENJE AMBALAŽNIM OTPADOM⁴⁰

Zbrinjavanje otpada ključni je dio sustava upravljanja okolišem ISO 14001 uspostavljenim u našoj punionici i provodi se u skladu s Politikom zaštite okoliša tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska, zahtjevima mjesnoga zakonodavstva za zaštitu okoliša i zahtjevima KORE-EOSH tvrtke The Coca-Cola Company.



Naš pristup zbrinjavanju otpada usmjeren je na:

- sprječavanje stvaranja otpada
- smanjenje količine otpada
- ponovnu uporabu
- oporabu.

U skladu s našim pristupom postavljamo ciljeve i povećavamo učinkovitost projekata za smanjenje proizvodnje otpada i povećanje stope uporabe. Naš je krajnji cilj postići „nultu stopu otpada“ pohranjenoga na gradskim odlagalištima. Naše su staklene boce djelomično proizvedene od oporabljena stakla. Plastična se (PET) ambalaža također proizvodi od 10 % oporabljene smole.

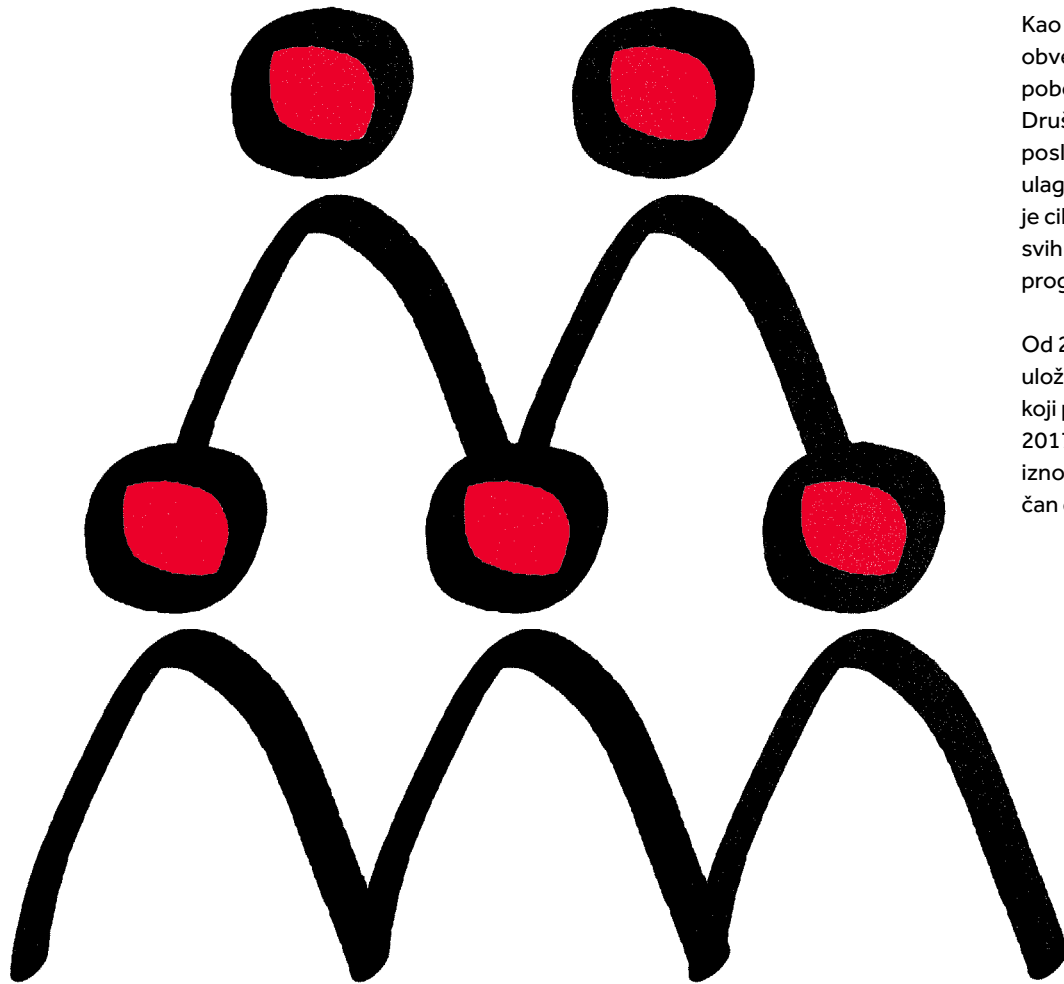
Vodimo evidenciju o svim vrstama otpada koje se pojavljuju tijekom naših proizvodnih i poslovnih procesa. Kako bismo vodili evidenciju o uklanjanju i odlaganju otpada ovlaštenim tvrtkama za upravljanje otpadom, koristimo se programskom podrškom Green Technology koja automatski proizvodi popratne listove za sve vrste bezopasnoga i opasnoga otpada, obrasce ONTO, planove gospodarenja otpadom i ostale pravne dokumente za zbrinjavanje otpada.

Sav otpad koji se može ponovno upotrijebiti predaje se ovlaštenim tvrtkama za zbrinjavanje otpada. Sve tvrtke koje sudjeluju u zbrinjavanju otpada iz naših se ustrojbenih jedinica redovito procjenjuju na godišnjoj osnovi i uvijek prije početka poslovne suradnje.

Tablica 30. Otpad

| PUNIONICA U ZAGREBU | | GODINA | | |
|---|----|-----------|---------|---------|
| | | 2015. | 2016. | 2017. |
| UKUPNA TEŽINA OTPADA/MJERNA JEDINICA | | | | |
| Bezopasan otpad | kg | 1 129 822 | 730 982 | 657 926 |
| Opasan otpad | kg | 3971 | 2902 | 24 771 |
| Ukupna količina otpada | kg | 1 133 793 | 733 884 | 682 697 |
| Pohranjen na gradskim odlagalištima * (bezopasan otpad) | kg | 15 290 | 9290 | 9960 |
| Kompostirani otpad (bezopasan) | kg | 3700 | 11 810 | 4240 |
| Količina oporabljena bezopasnog otpada | kg | 727 560 | 622 009 | 641 840 |
| % količine oporabljena bezopasnog otpada | % | 98,58 % | 98,64 % | 98,44 % |
| Količina oporabljena opasnog otpada | kg | 3096 | 2204 | 24 207 |
| % količine oporabljena opasnog otpada | % | 78,0 | 75,9 | 97,7 |

NAŠE OBVEZE



Kao ključni dio našega strateškog pristupa obvezujemo se uložiti u lokalnu zajednicu i poboljšati kvalitetu života onih koji u njoj žive. Društvena odgovornost i načela održivoga poslovanja nisu u potpunosti ostvarivi bez ulaganja u zajednicu u kojoj poslujemo. Naš je cilj odgovorno ponašanje i uključivanje svih dionika, uključujući i lokalnu zajednicu, u programe održivoga razvoja.

Od 2012. do 2016. Coca-Cola HBC Hrvatska uložila je više od 9 milijuna kuna u projekte koji podupiru lokalnu zajednicu. Od 2015. do 2017. naša su ulaganja u opsežne projekte iznosila oko 4 milijuna i 781 tisuću kuna. Točan godišnji iznos prikazan je u nastavku:

Tablica 31. Ulaganja u zajednicu

| U HRK | 2015. | 2016. | 2017. |
|-----------------|---------|-----------|-----------|
| Ukupna ulaganja | 839 953 | 1 301 945 | 2 638 322 |
| Indeks | 100 | 155 | 314 |

Kao što možete vidjeti, naša su se ulaganja u zajednicu trostruko povećala između 2015. i 2017. U sve tri godine dosljedno smo podržali dva projekta: Lijepa naša Sava i Pokret za radost. Osim toga, u 2017. godini podržali smo i dva nova projekta: Coca-Colina podrška mladima i projekt osvjetljenja pješačkoga mosta u Osijeku.

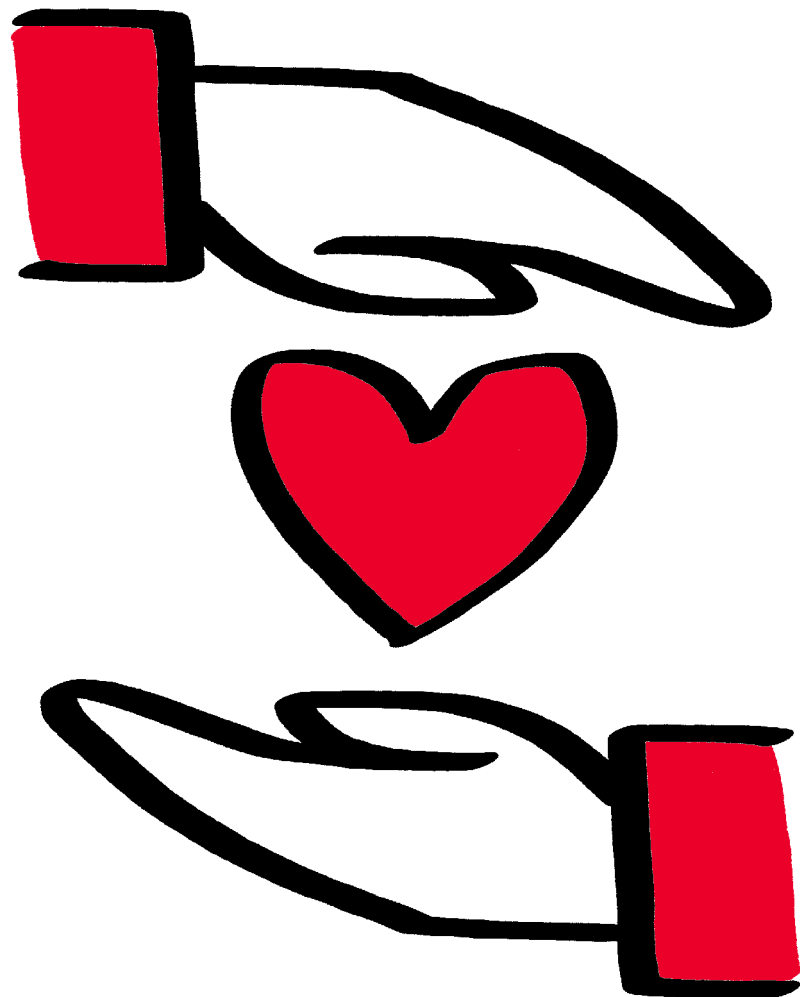
Godine 2017. ukupno je 45 naših zaposlenika dobrovoljno odradilo 634 sati, a sve u sklopu projekta Coca-Colina podrška mladima. To je gotovo 10 % ukupno zaposlenih.

Već gotovo jedno desetljeće naša je politika, u skladu sa širokim strateškim smjernicama Coca-Cole HBC kao cjeline, odmaknuti se od velikoga broja malih donacija s plemenitim ciljem te se umjesto toga usredotočiti na dugoročna ulaganja i ulagati u partnerstva u svrhu društvene vrijednosti. Usredotočili smo se na podršku na četiri šira područja:

- poticanje razvoja mladih
- zaštita okoliša i promicanje zaštite voda
- razvoj zajednice i podrška u kriznim situacijama
- dobrobit zajednice.

RAZVOJ ZAJEDNICE I PODRŠKA U KRIZNIM SITUACIJAMA

U suradnji s Hrvatskim Crvenim križem brzo možemo priteći u pomoć zajednici u slučaju potrebe za pitkom vodom. Također općenito surađujemo s Crvenim križem i Crvenim polumjesecom na projektima razvoja zajednice u obrazovanju građana o zdravstvenim pitanjima i u prikupljanju sredstava. Kad su 2014. Hrvatsku i Bosnu i Hercegovinu pogodile razorne poplave, posvetili smo 600 sati dobrovoljnoga rada kako bismo pomogli stradalima, a cijeli je Coca-Colin sustav prikupio oko 17 milijuna američkih dolara humanitarne pomoći.



COCA-COLINA PODRŠKA MLADIMA

Jedno je od naših ključnih područja društvene odgovornosti ulaganje u razvoj mladih. U suradnji s našim partnerima ulaganjem u mladež nastojimo pridonijeti društvenom napretku i pomoći mladima da lakše prođu svoj put. Suočeni s visokom stopom nezaposlenosti mladih u mnogim državama u kojima Coca-Cola posluje, uključujući Hrvatsku, pokrenuli smo niz aktivnosti kako bi se pružila podrška zajednici, osnažila mladež i dao doprinos rješavanju problema. Prema podacima Hrvatskoga zavoda za zapošljavanje stopa nezaposlenosti mladih u 2017. godini iznosila je 26,7 %. Nedostatak radnoga iskustva, vještina i samopouzdanja najveće su zapreke za zapošljavanje mladih.

Coca-Colina podrška mladima obrazovni je program namijenjen mladim nezaposlenim osobama koje su motivirane za učenje kako bi mogle lakše konkurirati na tržištu rada. Tijekom trodnevnih radionica i s pomoću obrazovne platforme mladima se pruža prilika da nauče vještine potrebne za zapošljavanje i bolje pozicioniranje na tržištu rada. Pružanjem osnovnih životnih i poslovnih vještina, kao što su razvoj samopouzdanja i

stvaranje dugoročnih poslovnih suradnji, cilj je projekta doprinijeti rješavanju problema nezaposlenosti mladih u Hrvatskoj. Životne vještine uključuju komunikacijske vještine, umrežavanje, samorazvoj i samoprocjenu, primanje i davanje povratnih informacija, a poslovne vještine financijsku pismenost, poslovno planiranje, upravljanje projektima te prodajne i pregovaračke vještine. Program je namijenjen mladima u dobi od 18 do 30 godina s naglaskom na nezaposlene osobe izvan sustava obrazovanja i osposobljavanja te ranjive mlade ljude. Uspješni voditelji tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska dijele sa sudionicima svoja profesionalna iskustva i pružaju im praktične savjete kako bi ih približili onomu što se događa u poslovnome svijetu.

Coca-Cola HBC Hrvatska 2017. u pet trodnevnih radionica obrazovala je ukupno 250 mladih ljudi u četiri hrvatska grada: Zagreb, Sisak, Osijek i Split. Održane su uz potporu Hanza Medije, medijskoga pokrovitelja Grupe Selectio, pod pokroviteljstvom Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta, Ministarstva za demografiju, obitelj,

mlade i socijalnu politiku, Ministarstva rada i mirovinskoga sustava, Hrvatske udruge poslodavaca i Hrvatskoga zavoda za zapošljavanje te uz prijateljsku podršku studentske udruge AIESEC, Instituta za stručno usavršavanje mladih ISUM, PRONI Centra za socijalno podučavanje te gradova Siska i Osijeka. U 2018. godini Coca-Cola HBC Hrvatska namjerava obrazovati ukupno 1000 mladih tijekom 20 radionica u 11 hrvatskih gradova šireći svoj utjecaj u zajednici te slijedeći uspjeh i zanimanje mladih za program uz još više partnera i potporu institucija.

DOBROBIT ZAJEDNICE

U okviru naše strategije aktivnoga načina života podržavamo projekte i događanja čiji je cilj poticanje tjelesne aktivnosti. Organiziranjem sportskih događanja stvaramo prilike za sportske aktivnosti i doprinosimo razvoju bolje kvalitete života u zajednici. Godine 2017. podržali smo brojne sportske događaje u Republici Hrvatskoj koji su uključivali više od 17 000 ljudi.

POKRET ZA RADOST

Kao dio našega društveno odgovornog projekta Pokret za radost 2016. počeli smo graditi vježbališta na otvorenome, tzv. aktivne zone. Tijekom 2016. otvoreno je ukupno deset aktivnih zona, a ukupno je 400 000 građana glasovalo u o tome koji bi gradovi trebali ugostiti aktivne zone. Projekt je nastavljen 2017. kad je glasovalo gotovo pola milijuna građana te smo otvorili još deset dodatnih zona u odabranim gradovima. Jedna je od aktivnih zona tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska bila u neposrednome susjedstvu naše punionice, u Folnegovićevu naselju. Ovom akcijom zatvorili smo ovu fazu projekta s ukupno 21 aktivnom zonom. Pritom je glasovalo gotovo 900 000 ljudi unutar dvije godine. Antonija Blaće i Mirza Džomba pružili su podršku kao veleposlanici projekta.

OČUVANJE VODNIH RESURSA

Očuvanje okoliša važna je obveza za svaku tvrtku koja nastoji djelovati u skladu s održivim razvojem. Naša je glavna aktivnost na području zaštite okoliša gospodarenje vodama, odnosno zaštita i očuvanje vodnoga bogatstva, ne samo u Hrvatskoj, nego i na svjetskoj razini. Tako pokušavamo smanjiti potrošnju vode po litri proizvedenoga napitka tijekom proizvodnje, primjereno postupati s otpadnom vodom (vidi prethodni odjeljak o okolišu) i aktivno ulagati u projekte razvoja lokalne zajednice, čiji je cilj zaštita vode. Naše su aktivnosti usmjerene prema Savi, Dunavu i drugim rijekama te njihovim riječnim slivovima, pri čemu zaštita i očuvanje između ostaloga uključuju i močvarna staništa biljnih i životinjskih vrsta te područja biološke različitosti. U suradnji sa Svjetskim fondom za zaštitu prirode (WWF) 2014. potpisali smo sedmogodišnji ugovor o suradnji u obnovi močvarnih staništa i poplavnih područja duž Dunava u šest europskih država (Austrija, Bugarska, Hrvatska, Mađarska, Rumunjska i Srbija).

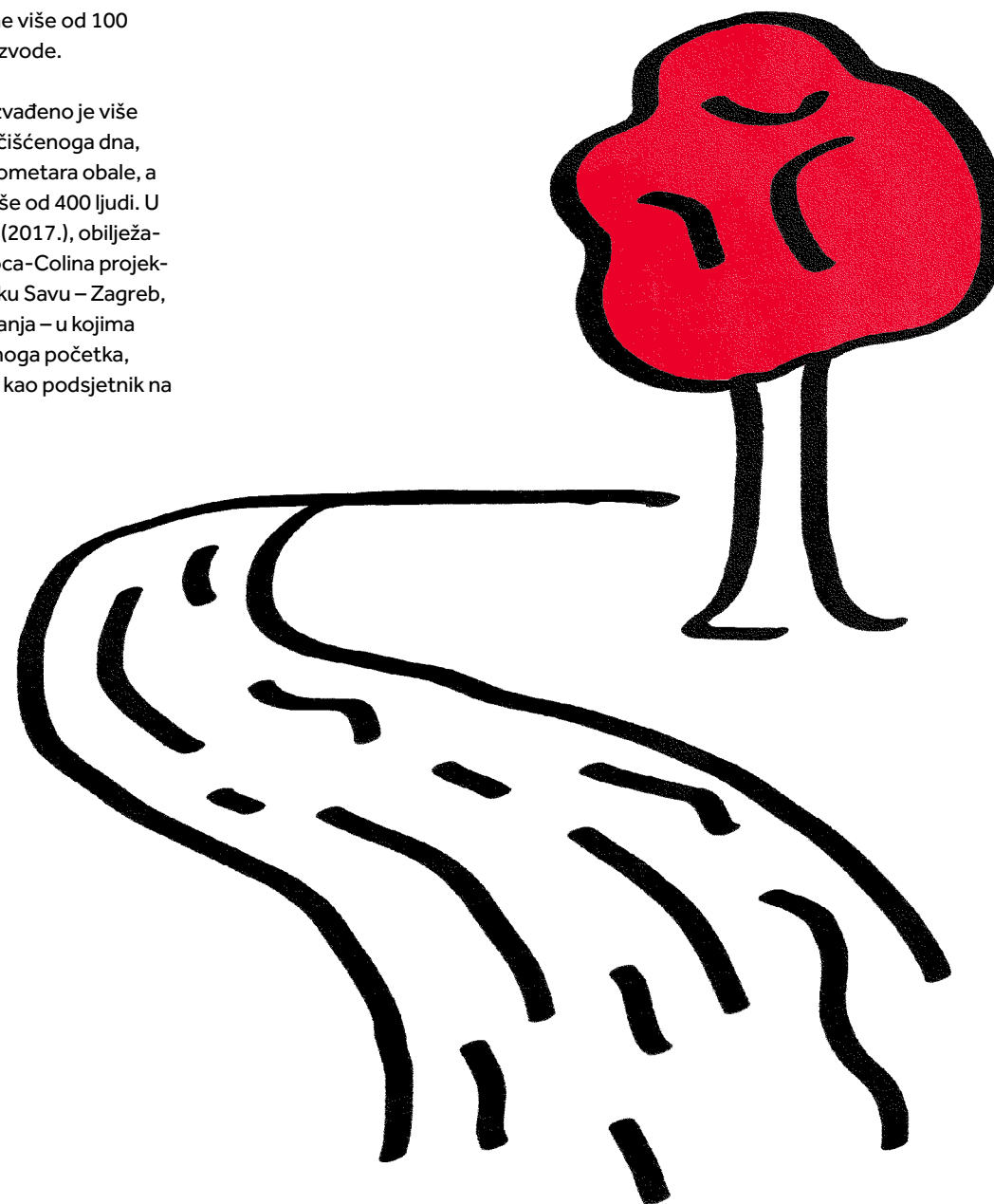
LIJEPA NAŠA SAVA

Projekt Lijepa naša Sava plod je društveno odgovorne suradnje između tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska, Međunarodne komisije za sliv rijeke Save, Ministarstva za poljoprivredu, Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture te Hrvatskih voda koja je počela 2007. Cilj je projekta promicanje svijesti o važnosti zaštite okoliša i vodnoga bogatstva u Hrvatskoj te promicanje održivoga kontinentalnog turizma. Godine 2017. projekt je obilježio desetu godišnjicu postojanja. Tijekom deset godina projekta okupljeno je 56 partnera – 11 državnih partnera i 45 partnera na mjesnoj razini.

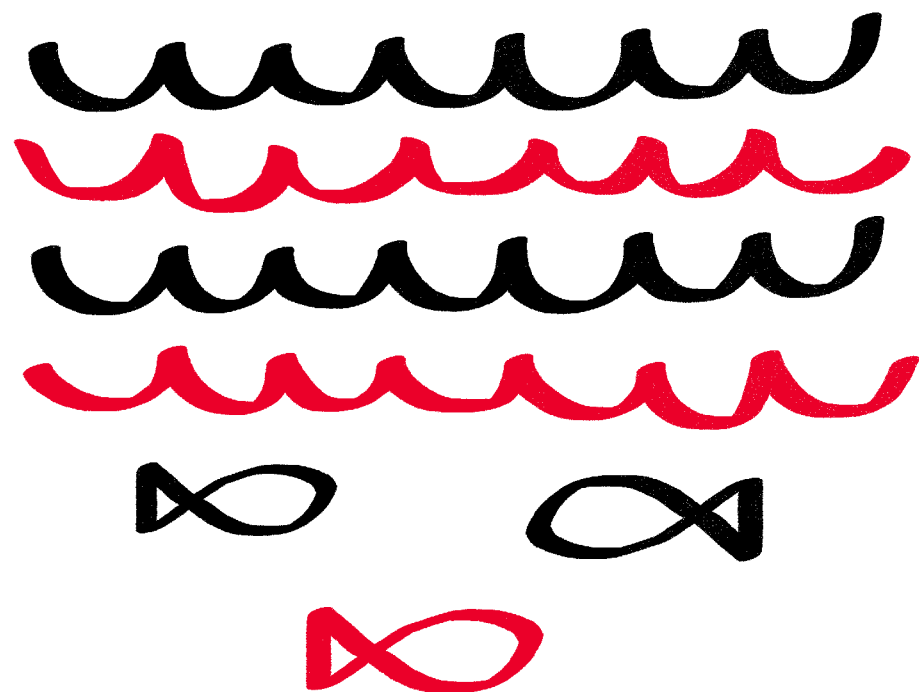
Tijekom cijeloga projekta održano je 28 sajmovi u četirima gradovima na rijeci Savi: u Zagrebu, Sisku, Slavonskome Brodu i Županji. Projektne aktivnosti svake su godine od početka projekta privukle 20 000 domaćih i stranih posjetitelja. U tih su deset godina sajmovi okupili više od 150 izlagača tradicionalnih obrta, vještina, rukotvorina i suvenira

iz savskoga porječja, kulturno-umjetnička društva i folklorne glazbenike iz okružja, djecu i mlade, oko 100 izvođača i 100 000 posjetitelja. Svake je godine više od 100 izlagača izlagalo svoje proizvode.

U nekoliko akcija čišćenja izvađeno je više od dvije tone smeća iz onečišćenoga dna, očišćeno je gotovo šest kilometara obale, a u akcijama je sudjelovalo više od 400 ljudi. U posljednjoj godini projekta (2017.), obilježavajući desetu obljetnicu Coca-Colina projekta, mreža je gradova uz rijeku Savu – Zagreb, Sisak, Slavonski Brod i Županja – u kojima se projekt provodio od samoga početka, predstavila pametnu klupu kao podsjetnik na dugogodišnje partnerstvo.



OD IZVORA DO MORA



Ove godine u kojoj obilježavamo 50 godina uspješnoga poslovanja u Republici Hrvatskoj, Coca-Cola HBC Hrvatska pokreće novi projekt Od izvora do mora, čiji je cilj održavanje i čišćenje područja duž hrvatskih voda, uključujući rijeke, jezera i obalu Jadranskoga mora. U okviru ovoga projekta nastojimo potaknuti i poduprijeti akcije čišćenja ambalažnoga otpada s obala, a s nevladinim udrugama i javnim ustanovama nastojimo podići svijest građana o važnosti odgovornoga zbrinjavanja ambalaže i zaštite okoliša općenito.

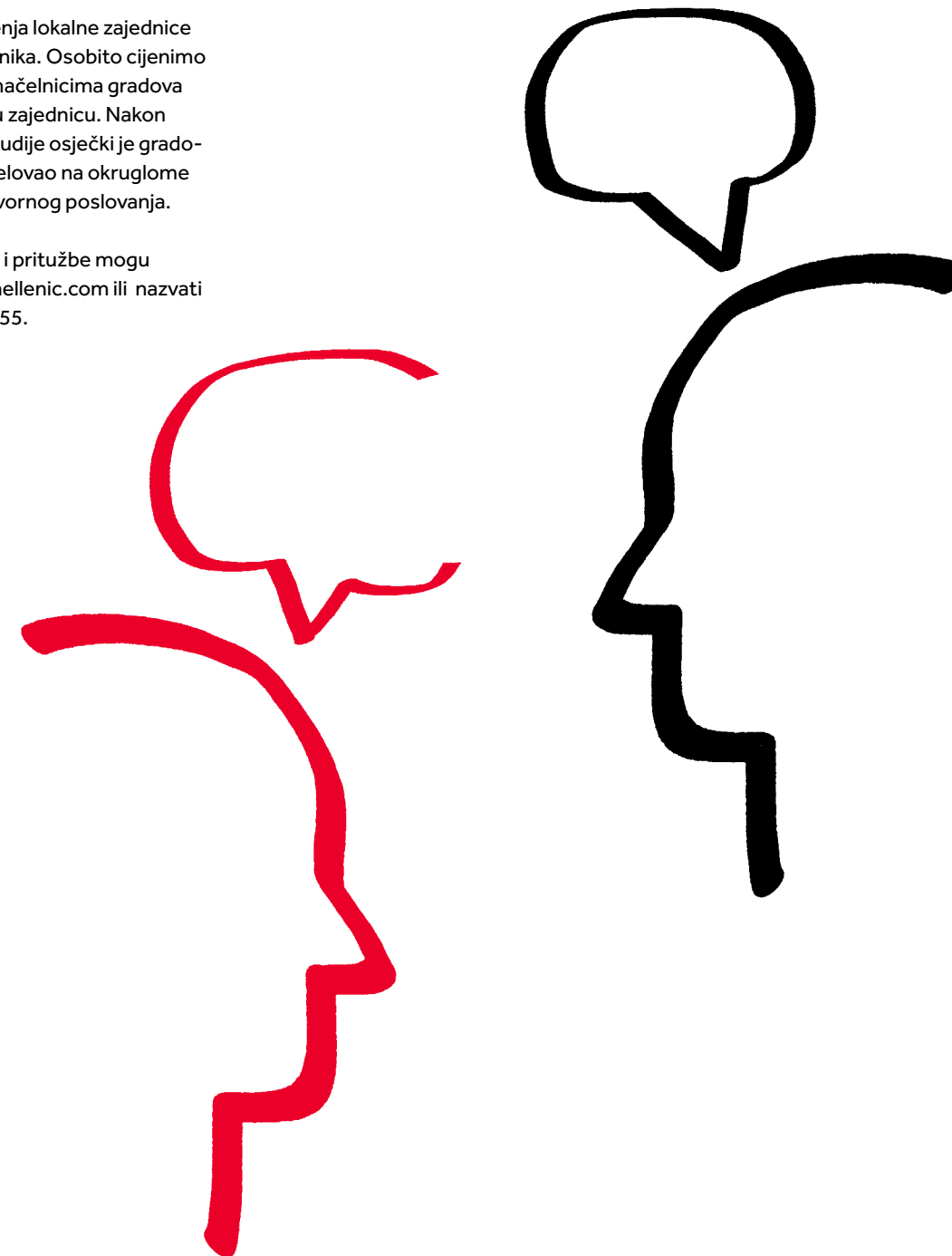
Projekt Od izvora do mora podržava Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, Ministarstvo za poljoprivredu, Ministarstvo turizma, Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost, Hrvatska zajednica županija, Udruga gradova u Republici Hrvatskoj, Hrvatske vode, Savska komisija i Institut Ruđer Bošković.

Ovaj je projekt dio nastojanja tvrtke Coca-Cola kao predvodnika u društveno odgovornom poslovanju u svrhu doprinosa odgovornoj uporabi ambalaže i njezina sigurna odlaganja. Voda je važan prirodni resurs i stoga je neprihvatljivo odlaganje ambalaže tamo gdje joj nije mjesto. Coca-Colin sustav pokrenuo je kampanju Svijet bez otpada koja nas obvezuje da prikupimo i oporabimo 100 % primarne ambalaže koju stavljamo na tržište.

SAVJETODAVNI POSTUPCI NA RAZINI ZAJEDNICE

Redovito tražimo stavove i mišljenja lokalne zajednice kao jednoga od naših ključnih dionika. Osobito cijenimo našu suradnju s izabranim gradonačelnicima gradova u kojima smo sudjelovali ulažući u zajednicu. Nakon prezentacije Socioekonomske studije osječki je gradonačelnik s drugim dionicima sudjelovao na okruglo stolu o važnosti društveno odgovornog poslovanja.

Potrošači u Hrvatskoj svoje upite i pritužbe mogu poslati e-poštom na info.hr@cchellenic.com ili nazvati našu besplatnu infoliniju 0800 0455.



Naše obveze u području održivosti

Coca-Cola HBC je ukupno postavila 12 ciljeva održivosti koje želi postići do 2020. godine. Kao jedan dio Skupine, nastojimo pomoći u ostvarenju tih ciljeva. Trenutačno se procjenjuje da je na razini Skupine deset od tih ciljeva na putu da budu ispunjeni ili su, zapravo, već ispunjeni. Jedan je cilj djelomično na putu do ostvarenja, a drugi će cilj zahtijevati dodatni napor kako bi se ispunio. Ovdje razlažemo te ciljeve i navodimo, gdje god je to moguće, napredak koji je postignut na razini države.

Do 2020. godine tvrtka se obvezuje da će:

40 % UKUPNE ISKORIŠTENE ENERGIJE BITI IZ OBNOVLJIVIH I ČISTIH IZVORA ENERGIJE

Punionica u Hrvatskoj od 2015. godine dobiva 100 % električne energije iz obnovljivih izvora, većinom energiju iz hidroelektrana i vjetroelektrana. U 2017. godini 65,5 % ukupne potrošene energije došlo je iz obnovljivih izvora.

OPORAVITI ZA OPORABU OKO 40 % UKUPNE AMBALAŽE STAVLJENE NA NAŠE TRŽIŠTE

Ovdje nema podataka za posebno određenu državu.

PRIKUPITI 20 % UKUPNE ISKORIŠTENE PLASTIČNE (PET) AMBALAŽE IZ OPORABLJENE PLASTIČNE (PET) AMBALAŽE I/ILI PLASTIČNE (PET) AMBALAŽE OD OBNOVLJIVIH MATERIJALA

Trenutačno u punionici oko 10 % plastične (PET) ambalaže dolazi od oporabljene (PET) ambalaže ili obnovljivih materijala. Cilj nam je povećati taj udio na 18,2 % do 2020.

SMANJITI KOLIČINU PRIMARNE AMBALAŽE ZA 25 % PO LITRI PROIZVEDENOGA NAPITKA

U Hrvatskoj smo postigli smanjenje od 17 % i nastojat ćemo ga poboljšati do 2020.

POTVRDITI VIŠE OD 95 % KLJUČNIH SA-STOJAKA POLJOPRIVREDNOGA PODRIJETLA U ODNOSU NA COCA-COLIN SUSTAV VODEĆIH NAČELA ODRŽIVE POLJOPRIVREDE.

Ovaj je cilj izračunan po robi i po dobavljaču na razini skupine, zbog čega nema podataka za posebno određenu državu.

ULOŽITI 2 % GODIŠNJE DOBITI PRIJE OPOREZIVANJA U ZAJEDNICE

Godine 2017. tvrtka je u zajednice diljem Hrvatske uložila oko 5,8 % dobiti prije oporezivanja.

UDVOSTRUČITI BROJ ZAPOSLENIKA KOJI SUDJELUJU U INICIJATIVAMA VOLONTIRANJA TIJEKOM RADNOGA VREMENA ZA 10 %

Godine 2017. ukupno je 10 % ili brojkom 45 zaposlenika u Hrvatskoj dobrovoljno poklonilo svoje vrijeme. Cilj nam je povećati taj postotak u budućnosti.

SMANJITI IZRAVNE EMISIJE UGLJIKOVA DIOKSIDA ZA 50 % U ODNOSU NA 2010. GODINU

Do 2017. godine u Hrvatskoj smo smanjili emisije ugljika za 60 % u odnosu na 2010. godinu. Cilj nam je povećati taj postotak do 2020.

SMANJITI EMISIJE UGLJIKOVA DIOKSIDA U LANCU VRIJEDNOSTI ZA 25 % U ODNOSU NA 2010.

U Hrvatskoj smo u 2017. godini smanjili emisije ugljika u lancu vrijednosti za 48 % u odnosu na 2010. godinu. Cilj nam je održati ili još malo povećati taj postotak do 2020.

SMANJITI UPORABU VODE U POGONIMA ZA 30 % U ODNOSU NA 2010. GODINU

Na temelju L/lpb u Hrvatskoj smo smanjili uporabu vode za 11 % u odnosu na 2017. Cilj nam je povećati tu brojku do 2020. godine.

DOBITI CERTIFIKAT PREMA STANDARDU EWS

Hrvatska punionica dobila je zlatni certifikat 2016. godine i zadržala ga i u 2017.

10 %-TNO SMANJENJE DODANOGA ŠEĆERA NA 100 ML GAZIRANIH NAPITAKA U EUROPSKOJ UNIJI I ŠVICARSKOJ

Rad je na ispunjenju ovoga cilja započeo 2017. godine, a preuređenje je recepata za mnoge proizvode na temelju ove obveze u tijeku.

Potvrda vanjskih revizora

S velikim smo zadovoljstvom ponovno nakon sedam godina stanke pročitali Izvješće o održivosti Coca-Cole HBC Hrvatska, prvo izvješće pripremljeno prema novim standardima GRI-ja. Coca-Cola je izvješće pripremila prema bitnim odrednicama, a i izdvojila dio koji govori o okolišnim utjecajima koji se odnosi samo na standarde GRI-ja. Izuzimanje je obrazloženo prekratkim vremenom koje je bilo na raspolaganju za pripremu izvješća te nije bilo dovoljno vremena za prikupljanje svih potrebnih podataka koji bi zadovoljili temeljnu razinu izvješćivanja. Pozdravljamo ovako odgovoran pristup u razumijevanju i korištenju standarda GRI-ja koji doprinosi ozbiljnomu i kvalitetnomu pristupu izvješćivanju. Vjerujemo da će već izvješće za iduću godinu zadovoljiti sve temeljne zahtjeve.

Ovo se izvješće razlikuje od prethodnih izvješća o održivosti po tome što su prethodna bila zasebna i isključivo su govorila o utjecaju Coca-Cole u Hrvatskoj, a novo se nadovezuje na izvješće skupine te se u mnogim podacima na njega poziva. Razumljiv je to razvoj pristupa izvješćivanju jer pokazuje da je nakon inicijative iz Zagreba cijela skupina

prepoznala važnost i počela s izvješćivanjem, no s druge strane zakida ovo izvješće za neke važne podatke upućivanjem na skupne dokumente, što otežava čitanje i samim time razumijevanje utjecaja tvrtke. Izvješće iscrpno prikazuje kako su raspoređene odgovornosti za upravljanje nefinancijskim utjecajima, postupak nadzora i upravljanja te koji su odjeli najviše uključeni u te procese. Izvješće nadalje pokazuje kako je Coca-Cola vrlo svjesna trendova u prehrani te su prikazani znatni napori u razvoju postojećih proizvoda i razvoju novih koji će zadovoljiti sve veće zahtjeve kupaca za zdravim i energijski manje intenzivnim pićima i napicima.

Iako je izvješće pregledno i lako čitljivo, bilo bi lakše usporedivo s drugim nefinancijskim izvješćima sastavljenim po standardima GRI-ja kad bi pratilo njihove ključne teme. Coca-Cola objašnjava nepodudaranje činjenicom da su materijalne teme određene na razini skupine prije izlaska novih standarda, no nadamo se da će se u idućem razdoblju ipak ključne teme preoblikovati kako bi bile usklađene sa standardima GRI-ja, što će

olakšati praćenje usklađenosti, ali i ono još važnije, povećat će usporedivost sa sličnim izvješćima drugih tvrtka u okruženju i općenito. Izvješće također opisuje postupak savjetovanja s dionicima koji je solidno strukturiran te je napravljena detaljna analiza ključnih dionika tvrtke. Slijedi prikaz politika skupine koje se odnose na upravljanje pojedinim nefinancijskim utjecajima.

Posebno je zanimljiv sažetak prije provedene socioekonomske studije, predstavljene tijekom godine, koja vrlo iscrpno prikazuje socioekonomski utjecaj Coca-Cole u Hrvatskoj te koristi u vidu broja izravnih i neizravnih radnih mjesta koje tvrtkino poslovanje otvara. Osim zadivljujućih podataka i velike koristi koja je prikazana, smatramo da je ta studija iznimno važna i za druge industrije i cjelokupno hrvatsko gospodarstvo. Njezina se važnost u stvaranju blagostanja u društvu često zaboravlja i zanemaruje. Nakon studije slijedi niz ekonomskih pokazatelja koji nadopunjuju sliku o povoljnim ekonomskim Coca-Colinim utjecajima.

Slijedi prikaz društvenih i okolišnih utjecaja. U području upravljanja radnom okolinom vidljivi su mnogi podaci koji svjedoče o dodatnim povlasticama za zaposlenike, znatna ulaganja u obrazovanje te vrlo visok udio zaposlenika kojima se pristupa pojedinačno u vrednovanju i razvoju karijere. S druge strane, već napomenuti okolišni utjecaji nisu prikazani korištenjem svih propisanih objava, no istodobno je iz iznesenih podataka vidljiv temeljit pristup mjerenjima te promišljanju potencijala i njihove učinkovitosti u postupke uporabe energije i ispuštanja ugljikova dioksida, ali i kad se govori o ambalaži, što je prepoznato kao jedan od najvećih izazova za Coca-Colu.

Izvješće koje je Coca-Cola predstavila obiluje podacima te svjedoči o odgovornome pristupu tvrtke prema upravljanju nefinancijskim utjecajima, odnosno mnogim, ponajprije društvenim i ekonomskim utjecajima koje stvara u Hrvatskoj. Budući da ima prostora za napredak u primjeni standarda GRI-ja, preporučujemo dodatne napore u prikupljanju i, u idućim godinama, objavi dodatnih podataka, ponajprije u području zaštite okoliša.

Zahvaljujemo Coca-Coli na izvješću koje svjedoči o odgovornome poslovanju i naprednim upravljačkim praksama, čestitamo na prvome izvješću nakon stanke te vjerujemo da ćemo u idućim godinama svjedočiti daljnjemu napretku u pristupu izvješćivanju.

Komisija UV-a HR PSOR-a



Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj
Croatian Business Council for Sustainable Development

KAZALO SADRŽAJA GRI-JA

| Objave GRI-ja | Stranica i/ili URL | Dodatni podaci | Objave GRI-ja | Stranica i/ili URL | Dodatni podaci | Objave GRI-ja | Stranica i/ili URL | Dodatni podaci | Objave GRI-ja | Stranica i/ili URL | Dodatni podaci |
|---------------|--------------------|----------------|---------------|--------------------|---|---------------|--------------------|---|---------------|------------------------|---|
| 102-1 | 6 | | 102-30 | 7 | | 102-55 | | posljednja stranica | 302 | 41, 50 | |
| 102-2 | 24 | | 102-31 | 7 | | 102-56 | | vanjsko osiguranje – umetnuti kad pregledava HR PSOR | 303 | 41, 44 | |
| 102-3 | 6 | | 102-32 | 5 | | 201-1 | 29 | Zbog politike tvrtke apsolutni iznosi nisu otkriveni, ali su indeksi povezani s izvješćem iz 2015. | 304 | 43 | |
| 102-4 | 6 | | 102-33 | 17 | | 201-2 | 16 | | 305 | 46, 50, 51, 52, 53, 55 | |
| 102-5 | 6 | | 102-34 | 17 | | 201-3 | 33 | navedeni su samo odgovarajući dijelovi objave | 306 | 47, 56 | |
| 102-6 | 26, 29 | | 102-35 | 34 | Ove su brojke navedene kao omjer jer politika skupine ne podržava navođenje brojka za svaku državu pojedinačno. | 201-4 | 26 | | 307 | 42 | |
| 102-7 | 26, 29, 32 | | 102-36 | 33 | | 202-1 | 33 | | 401-1 | 39 | |
| 102-8 | 32 | | 102-37 | 33 | | 202-2 | 32 | | 401-2 | 34 | nije primjenjivo, sve je određeno zakonom |
| 102-9 | 29 | | 102-38 | 33 | | 203-1 | 26 | | 401-3 | 39 | |
| 102-10 | 26, 29, 32 | | 102-39 | 33 | | 203-2 | 26 | | 402-1 | 34 | |
| 102-11 | 21 | | 102-40 | 9 | | 204-1 | 26 | | 403-1 | 34, 35 | |
| 102-12 | 21 | | 102-41 | 33, 34 | | 205-1 | 17 | | 403-2 | 34, 35 | |
| 102-13 | 21 | | 102-42 | 9 | | 205-2 | 19 | | 403-3 | 36 | |
| 102-14 | 4 | | 102-43 | 12 | | 205-3 | 19 | | 404-1 | 36 | |
| 102-15 | 17, 22, 23 | | 102-44 | 9, 10, 11 | | 206-1 | 19 | | 404-2 | 36 | |
| 102-16 | 18 | | 102-45 | | nije primjenjivo, nema objedinjenih financijskih izvješća | 301 | 48, 55 | Neki podaci nisu dostupni jer se standardi skupine Coca-Cola razlikuju od onih iz objava GRI-ja (odnosi se i na objave 302 – 307). Kao što je gore navedeno, u ovome smislu objave 301 – 307 upućuju na standarde GRI-ja, ali ih ne slijede u potpunosti. | 404-3 | 36 | |
| 102-17 | 18, 21 | | 102-46 | 9, 10, 11 | | | | | 405-1 | 7 | |
| 102-18 | 7, 18, 21 | | 102-47 | 9, 15, 16, 17 | | | | | 405-2 | 33 | |
| 102-19 | 7 | | 102-48 | | nije primjenjivo, nema prepravljaja | | | | 413 | 58 | |
| 102-20 | 7 | | 102-49 | 5 | | | | | 416 | 21 | |
| 102-21 | 7, 17 | | 102-50 | 5 | | | | | 417 | 30 | |
| 102-22 | 7 | | 102-51 | 5 | | | | | 418 | 30 | |
| 102-23 | 7 | | 102-52 | 5 | | | | | | | |
| 102-24 | 5, 7 | | 102-53 | 5 | | | | | | | |
| 102-25 | 23 | | 102-54 | 5 | | | | | | | |
| 102-26 | 18, 21 | | | | | | | | | | |
| 102-27 | 17 | | | | | | | | | | |
| 102-28 | 8 | | | | | | | | | | |
| 102-29 | 17 | | | | | | | | | | |

