



Tvrtku Coca-Cola HBC Hrvatska i Hrvatski paraolimpijski odbor povezuju višegodišnja suradnja i promicanje zajedničkih vrijednosti. To su optimizam, neprestana težnja za izvrsnošću u svemu te promicanje i stvaranje trajnih vrijednosti na dobrobit zajednice.

Fotografije objavljene u Izvješću o održivosti Coca-Cole HBC Hrvatska zahvala su Hrvatskomu paraolimpijskom odboru na dosadašnjoj suradnji i dar hrvatskim paraolimpijcima u povodu predstojećih Paraolimpijskih igara u Londonu 2012. godine.





Coca-Cola HBC Hrvatska i društveno odgovorno poslovanje

- 10 Organizacijski profil
- 16 Izvješćivanje o održivosti i za održivost
- 19 Struktura ovoga izvješća
- 20 Ciljevi i njihova ostvarenost
- 23 Upravljanje učinkom
- 30 Uključivanje načela održivosti u poslovanje
- 32 Suradnja s dionicima



Najvažniji zadaci održivoga razvoja

- 34 Očuvanje vodnoga bogatstva
- 38 Ušteda energije i sprečavanje klimatskih promjena
- 41 Upravljanje ambalažnim otpadom i uporaba
- 43 Očuvanje zdravlja potrošača
- 49 Razvoj zaposlenika
- 66 Suradnja s dobavljačima
- 71 Ulaganja u zajednicu



Naša postignuća na području održivosti

- 77 Provedba načela Svjetskoga sporazuma
- 79 Tablični prikaz pokazatelja utjecaja na okoliš u 2009. i 2010.
- 82 GRI₃ indeks
- 85 Upravljački pristup prema kategoriji
- 86 Nagrade i priznanja
- 90 Vanjska potvrda

Izjava glavnoga direktora

DRAGI DIONICI, s ponosom vam predstavljam najnovije izvješće o održivosti Coca-Cole HBC Hrvatska koje prikazuje naša postignuća u području održivosti u 2009. i 2010. godini u odnosu na ciljeve koje smo postavili. Zajedno s godišnjim izvješćem o društvenoj odgovornosti koje objavljuje naša punioničarska skupina Coca-Cola Hellenic ovo je izvješće potvrda naše predanosti cjelovitom, jasnom i pravodobnom izvješćivanju o svemu što činimo radi postizanja društveno odgovornoga poslovanja. Naše je izvješće napisano u skladu sa *Smjernicama G₃ Globalne inicijative za izvješćivanje* (GRI), koje su priznate kao svjetski standard u izvješćivanju o održivosti. Ono pojašnjava naša nastojanja u područjima vodnoga gospodarstva, uštede energije, ambalaže i uporabe te naše odnose sa zaposlenicima, potrošačima, dobavljačima i širom zajednicom. Svoje rezultate i dalje mjerimo u skladu s najvišim svjetskim standardima, unutar The Coca-Cola Company i unutar Europske unije. Kako se Hrvatska priprema postati 28. članicom Europske unije, pred njom su mnogi izazovi, ali i

mnoge prilike. Kao tvrtka koja posluje u 16 država Europske unije možemo Hrvatskoj pružiti podršku u potpunome usvajanju njezina zakonodavstva te joj savjetima pomoći u procesu usklađivanja njezina poslovnoga okružja s najboljom praksom Europske unije. Istodobno ćemo, na lokalnoj i na državnoj razini, nastaviti lobirati protiv nepravednih poreza i nameta koji su prepreka međunarodnoj konkurentnosti tvrtka koje posluju na hrvatskome tržištu. Hrvatsko tržište i dalje je pod utjecajem svjetske gospodarske krize. Neprestano moramo donositi teške odluke. Ipak, ponosni smo na svoju dugoročnu usmjerenost komunikaciji sa zaposlenicima putem Radničkoga vijeća kojoj je cilj stvaranje atmosfere obostranoga povjerenja i otpočinjanje pregovora usmjerenih pronalaženju najboljih mogućih rješenja. Nastavljamo graditi reputaciju poželjnoga poslodavca i pružati podršku onim zaposlenicima koji su prisiljeni napustiti tvrtku. Naša predanost izgradnji i nagrađivanju talenta prepoznata je kao



jedan od naših najjačih aduta u sve jačemu tržišnom natjecanju. Šireći svoju ponudu za potrošače, težimo sve višim standardima kvalitete te nastojimo odgovoriti na njihove potrebe koje se neprestano mijenjaju. Tijesno surađujemo s dobavljačima i kupcima u želji da se naš ugled i izvrsnost kojoj težimo odražava i u poslovanju naših dobavljača i u poslovanju onih koji prodaju naše proizvode na različitim prodajnim mjestima. Više no ikada ustrajemo na suradnji sa zajednicom na svojem putu prema održivom partnerstvu izgrađenu na zajedničkim obvezama te razmjeni znanja i stručnosti.

Neprestano tražimo nove načine da smanjimo svoj utjecaj na okoliš te ustrajemo na ulaganjima koja će nam omogućiti da trošimo manje vode i energije i upotrebljavamo manje ambalaže te da promičemo oporabu u svakome dijelu svojega poslovanja. Stručna opremljenost Skupine Coca-Cola Hellenic na brojnim tržištima omogućuje nam da u najvećoj mogućoj mjeri iskoristimo prednosti ušteda pri proizvodnji naveliko te

da promičemo brzo usvajanje novih tehnologija. Gledajući unatrag na deset godina izvješćivanja o društveno odgovornome poslovanju, možemo jasno reći da je naša usmjerenost održivosti postala važnim dijelom onoga što jesmo, dijelom našega genskog materijala, pri čemu je cijela tvrtka svjesna važnosti odgovorne poslovne prakse kao važnoga uvjeta poslovanja u današnjemu svijetu. Kao i prijašnja izvješća i ovo izvješće prepoznaje i naše uspjehe i ona područja u kojima nismo uspjeli dostići visoke standarde koje smo sami sebi postavili. Ta jasnoća utemeljena na našem dugogodišnjem iskustvu u izvješćivanju o održivosti možda je najvrednije što imamo kao vodeća tvrtka kad je riječ o društveno odgovornome poslovanju u Hrvatskoj. I dalje ćemo biti aktivni unutar organizacija i mreža koje se zalažu za širu primjenu održivih poslovnih praksa u Hrvatskoj i drugdje.

Naša praksa izvješćivanja dio je onoga na što smo se obvezali kako bismo mogli uspostaviti komunikaciju i sudjelovati u dijalogu sa svim svojim dionicima.

Pozivam vas da pročitate ovo izvješće te da nas upozorite na svaki uočeni problem kako bismo ubuduće ostvarili još bolje rezultate.



Ramon Weidinger
glavni direktor
Coca-Cole HBC Hrvatska d.o.o.

Vizija je naše tvrtke biti neupitno najboljima na svakome tržištu na kojemu se natječemo.

TO NASTOJIMO POSTIĆI:

- usavršavanjem svih svojih zaposlenika
- postizanjem izvrsnoga partnerskog odnosa s kupcima i zadovoljstva potrošača
- stalnim traženjem novih prilika za napredak
- postizanjem nadmoćne organizacijske sposobnosti i korištenjem tom prednošću

- izvrsnošću kad je riječ o fizičkoj i cjenovnoj dostupnosti, prihvatljivosti i promociji proizvoda
- stalnim zauzimanjem za postizanje isplativosti.

Najvažnije je da odgovornim djelovanjem želimo osigurati održivost svojega poslovanja, svojih zajednica i svijeta u kojemu živimo.

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

NAŠE SU TEMELJNE VRIJEDNOSTI:

- pošteno postupanje i ispunjavanje svih obećanja
- ustrajavanje u izvrsnosti u svemu što radimo
- natjecanje do pobjede utemeljeno na tiskome pristupu
- omogućivanje zaposlenicima da ostvare svoj osobni potencijal
- otvoren, pošten i pun poštovanja odnos prema svima.



BRANIMIR BUDETIĆ

atletičar, r. 1990. // kat. F 12 //

2008. Paraolimpijske igre, Peking, Kina:

srebro (bacanje koplja) // 2009. IBSA-ino

Otvoreno europsko prvenstvo, Rhodos,

Grčka: **srebro** (petoboj); IBSA-ino

Otvoreno europsko prvenstvo, Rhodos,

Grčka: **bronca** (bacanje koplja) // 2011.

IBSA-ino Svjetsko atletsko prvenstvo,

Antalya, Turska: **zlato** (petoboj);

IPC-ovo Svjetsko atletsko prvenstvo,

Novi Zeland: **srebro** (petoboj)

COCA-COLA
HBC HRVATSKA
I DRUŠTVENO
ODGOVORNO
POSLOVANJE



Organizacijski profil

Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. tvrtka je u stranome vlasništvu sa sjedištem u Zagrebu koja proizvodi, distribuira i prodaje bezalkoholna pića tvrtke The Coca-Cola Company u Hrvatskoj te distribuira pića tvrtka Brown-Forman i The Edrington Group.

Coca-Cola Hellenic Bottling Company S. A.

Coca-Cola Hellenic Bottling Company S. A. (u daljnjemu tekstu Skupina Coca-Cola Hellenic) jedna je od najvećih punionica proizvođača Coca-Cole u svijetu i najveća takva punionica u Europi. Tvrtka je osnovana 2000. godine sa sjedištem u Ateni i posluje u 28 država. Dva najveća vlasnika toga dioničkog društva su Kar-Tess Group, privatna tvrtka, i The Coca-Cola Company. Tvrtka kotira na atenskoj burzi, a sekundarne kotacije ima i na londonskoj, australskoj i njujorškoj burzi. Društveno odgovorno poslovanje dio je misije Skupine Coca-Cola Hellenic, što potvrđuje i redovito izvješćivanje o održivosti. Više podataka o tome dostupno je na mrežnim stranicama www.coca-colahellenic.com, a izvješće o održivosti za 2010. godinu dostupno je na stranicama csrreport.2010.coca-colahellenic.com.



The Coca-Cola Company

The Coca-Cola Company najveći je proizvođač napitaka u svijetu. Osnovana je 1886. godine i prisutna u više od 200 država svijeta. Sjedište je tvrtke u Atlanti, SAD, i tvrtka kotira na njujorškoj burzi. Misija je tvrtke osvježiti svijet, potaknuti trenutke optimizma, stvoriti nove vrijednosti i pokrenuti promjene. Politika je tvrtke posvećenost održivosti – poštovanju ljudi, zaštiti okoliša, podršci zajednicama i proizvodnji sigurnih i kvalitetnih proizvoda. Izvješće o održivosti tvrtke Coca-Cola dostupno je na mrežnim stranicama www.thecoca-colacompany.com/citizenship/index.html. Predstavnik tvrtke u Hrvatskoj je Coca-Cola Adria d.o.o., tvrtka koja je osnovana 1998. godine i usmjerena prodaji robnih marka tvrtke The Coca-Cola Company.

The Coca-Cola Company

Tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o. u većinskome je vlasništvu matične tvrtke, Skupine Coca-Cola Hellenic, koja djeluje u 28 zemalja. Godine 2008. Coca-Cola HBC Hrvatska obilježila je četrdeset godina postojanja i rada u Hrvatskoj. Naime, 17. rujna 1968. godine prva je boca Coca-Cole proizvedena u Ulici Milana Sachsa u Zagrebu, gdje je i danas sjedište tvrtke.

Danas je Coca-Cola HBC Hrvatska društvo s ograničenom odgovornošću za proizvodnju, prodaju i distribuciju bezalkoholnih pića (OIB: 00228269289), s temeljnim kapitalom od 233 429 400 HRK. Dokumenti i prilozi o vlasništvu i registraciji tvrtke javno su dostupni u sudskome registru Trgovačkoga suda u Zagrebu.

Coca-Cola HBC Hrvatska stalno proširuje svoju ponudu kako bi svojim kupcima ponudila što širi izbor robnih marka i napitaka.

Nakon preuzimanja tvrtke Gotalka d.o.o. Coca-Cola HBC Hrvatska započela je 2004. s prodajom prirodne izvorske vode pod robnom markom Bistra. Nova linija proizvoda Cappy na tržište je puštena 2005., a dvije godine nakon toga uvedena je Coca-Cola Zero. U srpnju 2009. započinje se s distribucijom alkoholnih pića tvrtke Brown-Forman, a u svibnju 2010. i s distribucijom alkoholnih pića tvrtke The Edrington Group. Cilj je Coca-Cole HBC Hrvatska svojim kupcima biti najpoželjniji dobavljač proizvoda te aktivno podupirati više od 31 000 kupaca koji ih prodaju potrošačima.

Coca-Cola HBC Hrvatska na kraju je 2010. zapošljavala 672 zaposlenika u trima glavnim proizvodnim središtima: u Zagrebu, Solinu u okolici Splita te u pogonu Bistre u Gotalovcu. Usto Coca-Cola HBC Hrvatska posluje i iz distribucijskih središta u Baderni, Metkoviću, Osijeku, Požegi, Rijeci i Zadru.

1. Upravno-proizvodno središte Zagreb; 2. Prodajno-distribucijsko središte Zagreb; 3. Proizvodno središte Gotalovec; 4. Proizvodno-distribucijsko središte Solin; 5. Prodajno predstavništvo Metković; 6. Prodajno predstavništvo Zadar; 7. Prodajno-distribucijsko središte Rijeka; 8. Prodajno predstavništvo Baderna; 9. Prodajno-distribucijsko središte Požega; 10. Prodajno predstavništvo Osijek



GLAVNI DIREKTOR
> regionalni direktor marketinga
> direktor Odjela za financije
> direktor Odjela za informatiku
> direktor Odjela za komunikacije i odnose s javnošću
> direktor Odjela za ljudske potencijale
> direktor Odjela za marketing
> direktor Odjela za operativne poslove
> direktor Odjela za osiguranje kvalitete
> direktor Odjela za pravne poslove
> direktor Odjela za prodaju
> direktor Odjela za upravljanje učinkom

Poslovnu politiku Coca-Cole HBC Hrvatska i načela društveno odgovornoga poslovanja provodi upravljački tim.

U organizacijskoj strukturi izdvajamo Nadzorni odbor tvrtke kao tijelo zaduženo za nadzor nad poslovanjem te Radničko vijeće kao savjetodavno tijelo zaduženo za mjesečnu komunikaciju između upravljačkoga tima i predstavnika sindikata te svih zaposlenika. Tijekom izvještajnoga razdoblja upravljački se tim sastojao od sedam žena i pet muškaraca.

Društveno odgovorno poslovanje jedan je od ključnih pokazatelja našega učinka. Ono je dijelom naše poslovne politike koju provodimo u suglasju s matičnom tvrtkom, Skupinom Coca-Cola Hellenic, i naš poslovni cilj. Više je podataka dostupno na mrežnim stranicama www.coca-colahellenic.com/sustainability. Svaki član upravljačkoga tima ocijenjen je temeljem učinka u svojem radu, između ostaloga i u području društveno odgovornoga poslovanja.

Od odjela izravno uključenih u upravljanje aspektima društveno odgovornoga poslovanja valja izdvojiti Odjel za komunikacije i odnose s javnošću, koji je među ostalim zadužen i za pitanja povezana s odgovornim poslovanjem u tvrtki, ali i za ostvarivanje kontakata s dionicima.

Ovo izvješće obuhvaća izvještajno razdoblje od 2009. do 2010. godine. Svjetska gospodarska i financijska kriza utjecala je na sve dijelove gospodarstva u Republici Hrvatskoj, tako da je tijekom izvještajnoga razdoblja, u 2010., zabilježen blagi pad prodaje od 4,9 % u odnosu na prethodnu godinu. Neto dobit nakon oporezivanja ostvarena u 2010. iznosila je 67,1 milijun kuna, dok je u 2009. iznosila 74,7 milijuna kuna. Troškovi su poslovanja 2 % niži u odnosu na 2009., što je u prvome redu rezultat pada prodajnog opsega, ali i smanjivanja operativnih troškova tijekom 2010.

IZRAVNO STVORENA I DISTRIBUIRANA EKONOMSKA VRIJEDNOST

	U TISUĆAMA HRK	2009.	2010.
izravno stvorena ekonomska vrijednost			
prihodi		988 246	961 717
distribuirana ekonomska vrijednost			
troškovi poslovanja		889 803	872 484
plaće i povlastice zaposlenika¹		139 340	135 960
plaćanja državi		253 055	241 882
ulaganja u zajednicu²		1 420	887
plaćanje dioničarima		42 033	49 713
EBIT		96 501	86 387
neto dobit		74 713	67 123
ROIC		15,55 %	20,79 %

¹ uključuje otpremnine i naknade zaposlenicima

² uključuje donacije

EBIT – prihod prije kamata i poreza

ROIC – povrat uloženoga kapitala

Kako je istaknuto, u Republici Hrvatskoj tijekom izvještajnoga razdoblja poslovanje je općenito bilo otežano zbog gospodarske i financijske krize svjetskih razmjera i činjenice da je kriza utjecala na poslovanje gotovo svih tvrtka u našem industrijskom sektoru. Istodobno je ulaganje u zajednicu održano na istoj razini. Premda je došlo do manjega smanjenja prodaje u izvještajnome razdoblju, za potrebe pokazatelja o održivome razvoju napominjemo kako tijekom izvještajnoga razdoblja nije primljena financijska pomoć od Vlade Republike Hrvatske.

Jedinični sanduk (eng. unit case) međunarodno je usporediva mjerna jedinica kojom se koristimo u izvješćivanju i koja iznosi približno 5,678 litara ili količinu dostatnu za 24 osobe u izvornim bocama Coca-Cole obujma 8 US fl oz, tj. 0,237 L.

Na tržište su tijekom izvještajnoga razdoblja pušteni ovi novi proizvodi:

- Cappy jabuka 100 %
- Coca-Cola – 1,5 L u plastičnoj (PET) ambalaži
- ponuda alkoholnih pića (Famous Grouse, Macallan)
- Fanta limun
- Nestea šumsko voće
- Burn – 0,485 L u limenci.

U srpnju 2009. godine započela je suradnja s tvrtkom Brown-Forman i distribucija alkoholnih pića na hrvatskome tržištu, a u svibnju 2010. ponuda alkohola proširuje se suradnjom s tvrtkom The Edrington Group i distribucijom njihovih proizvoda.



Udio gaziranih pića u ukupnoj prodaji krajem 2010. bio je 79 %, približno kao 2009. kad je iznosio 80 %. Tijekom izvještajnoga razdoblja najbolje je prodavani proizvod bio Coca-Cola.

voda	8 %
sportski i energijski napici	1 %
ledeni čajevi	6 %
voćni sokovi (udio voća < 25 %)	2 %
voćni sokovi (udio voća > 25 %)	5 %
Schweppes	5 %
Sprite	4 %
Fanta	12 %
Coca-Cola Zero	4 %
Coca-Cola	53 %

UDIO PIĆA U PONUDI 2009.



8 %	voda
1 %	sportski i energijski napici
6 %	ledeni čajevi
1 %	voćni sokovi (udio voća < 25 %)
4 %	voćni sokovi (udio voća > 25 %)
5 %	Schweppes
4 %	Sprite
11 %	Fanta
4 %	Coca-Cola Zero
56 %	Coca-Cola

UDIO PIĆA U PONUDI 2010.

Izvješćivanje o održivosti i za održivost

Naš je pristup društveno odgovornom poslovanju usklađen u svim zemljama u kojima posluje naša matična tvrtka, Skupina Coca-Cola Hellenic (www.coca-colahellenic.com).

Pristup društveno odgovornom poslovanju uključuje tri elementa: primjenu međunarodnih standarda u pristupu održivom razvoju i izvješćivanju o njemu, dijalog s dionicima te nadzor nad učinkom.

Primjena neovisnih međunarodnih standarda pridonosi jasnoći izvješćivanja i omogućuje usporedbu s ostalim tvrtkama na tržištu. Primjenom međunarodnih standarda također pridonosimo širenju najbolje prakse na tržištu i, u konačnici, promicanju zajedničkih načela društvene odgovornosti koja pridonose razvoju svakoga dijela tržišta na kojemu poslujemo.

Coca-Cola HBC Hrvatska već je niz godina predvodnik u društvenome izvješćivanju i izvješćivanju o održivosti u Hrvatskoj. Godine 2003. objavljeno je prvo socijalno izvješće na temelju smjernica proizišlih iz najboljih svjetskih praksa okupljenih u *Globalnoj inicijativi za izvješćivanje* (GRI), što je bio prvi pokušaj takve vrste u Republici Hrvatskoj. Dobra je praksa nastavljena

izradom prvoga cjelovitog izvješća o održivosti prema GRI smjernicama 2005. godine. Usklađivanje s najboljim svjetskim praksama nastavljeno je 2007. godine izradom izvješća o održivosti sukladno novim GRI₃ smjernicama, što je bila još jedna novost na tržištu. Dugoročna je politika tvrtke zadržati predanost dvogodišnjemu izvješćivanju o obvezama i postignućima u području održivosti, ali i stalno pratiti najbolju praksu u tome području i primjerom uvoditi nove međunarodne prakse u Republici Hrvatskoj.

Ovo se izvješće odnosi na izvještajno razdoblje od 2009. do 2010. godine i u njemu su treći put primijenjene GRI₃ smjernice za izvješćivanje o održivosti na razini GRI G₃ A standarda izvješćivanja. Također, ponovno objavljujemo izvješće o napretku u provedbi Svjetskoga sporazuma (<http://unglobalcompact.undp.hr/>). U ovome izvješću prvi put primjenjujemo komplementarnu metodologiju koja proizlazi iz razumijevanja Svjetskoga sporazuma i GRI smjernica kao uzajamno dopunjujućih dijelova iste cjeline.

Aktivna suradnja s dionicima temeljno je načelo poslovanja tvrtke koje pridonosi širenju naših načela poslovanja na tržištu, ali i prikupljanju podataka s tržišta usmjerenomu stalnomu poboljšavanju naše prakse i poslovanja.

Temeljito nadziremo učinak u području društveno odgovornoga poslovanja i financijske pokazatelje učinka. Nadziremo učinak i stalno postavljamo nove ciljeve u okviru svih četiriju stupova društvene odgovornosti tvrtke – tržišta, okoliša, radnoga mjesta i zajednice, pridržavajući se sedam najvažnijih zadataka održivosti. Ti su zadaci:

- očuvanje vodnih bogatstava
- ušteda energije i sprečavanje klimatskih promjena
- upravljanje ambalažnim otpadom i uporaba
- očuvanje zdravlja potrošača
- razvoj zaposlenika
- suradnja s dobavljačima
- ulaganja u zajednicu.

U ovome izvješću, koje obuhvaća izvještajno razdoblje od 2009. do 2010. godine, predstavljamo svoje rezultate i strategiju održivosti u zasebnim dijelovima teksta kako bismo što preglednije pokazali učinak u svakome od najvažnijih područja te olakšali razumijevanje svojega pristupa upravljanju rizicima u poslovanju.

U skladu s GRI smjernicama nastavljamo nastojati da podaci dani u našim izvješćima budu usklađeni, usporedivi, točni, pravodobni, jasni, pouzdani, razumljivi i dostupni. Pozivamo sve dionike da nam dostave svoje komentare i mišljenja koji se odnose na postignuća na području održivosti i društveno odgovornoga poslovanja. Osoba za kontakt je:

Boška Trbojević

Odjel za komunikacije i odnose s javnošću

Coca-Cole HBC Hrvatska d.o.o.

Milana Sachsa 1, 10 000 Zagreb, Republika Hrvatska

e-adresa: drustvena.odgovornost@cchellenic.com

Izvješće o održivosti odnosi se na poslovanje Coca-Cole HBC Hrvatska, njezinih punionica i drugih poslovnih središta na području Republike Hrvatske. U njemu smo posvetili pozornost i svojim dionicima, u prvome redu svojim kupcima i dobavljačima. Dugoročna predanost društveno odgovornomu poslovanju znači da smo i u ovome izvješću težili standardizaciji danih podataka kako bi se postigao visok stupanj usporedivosti s drugim izvješćima.

U ovome izvješću nastavljamo dobru praksu iz prethodnih izvješća da novčane podatke dajemo u hrvatskim kunama (HRK). Potpuni GRI indeks treći je dio ovoga izvješća i u njemu se navode pojedini GRI pokazatelji i drugi podaci važni za potpuno izvješćivanje o održivosti. Ovo izvješće i dodatni podaci koji se odnose na postignuća tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska na planu održivosti bit će objavljeni na mrežnim stranicama <http://www.coca-colahellenic.hr/>. Također upućujemo na izvješće o održivosti matične tvrtke koje je dostupno na mrežnim stranicama <http://csrreport.2010.coca-colahellenic.com/>.

MIHOVIL ŠPANJA

plivač, r. 1984. // kat. S 7, SB 6, SM 7 //

2004. Paraolimpijske igre, Atena, Grčka: **bronca** (100 m leđno), **bronca** (200 m mješovito), **bronca** (400 m slobodno) // 2009. IPC-ovo Europsko prvenstvo, Reykjavik, Island: **zlato** (100 m prsno), **zlato** (200 m mješovito), **srebro** (400 m slobodno), **srebro** (100 m leđno); IPC-ovo Svjetsko prvenstvo (25 m), Rio de Janeiro, Brazil: **zlato** (100 m leđno), **zlato** (200 m mješovito), **srebro** (100 m mješovito), **srebro** (100 m prsno) // 2010. IPC-ovo Svjetsko prvenstvo (50 m), Eindhoven, Nizozemska: **zlato** (100 m prsno), **zlato** (400 m slobodno), **srebro** (100 m leđno), **srebro** (200 m mješovito) // 2011. IPC-ovo Europsko prvenstvo, Berlin, Njemačka (50 m): **zlato** (200 m mješovito), **srebro** (400 m slobodno), **srebro** (100 m leđno), **srebro** (50 m leptir), **bronca** (100 m prsno)



Struktura ovoga izvješća

Nakon više od desetljeća rada na izvješćivanju o održivosti sa sigurnošću možemo tvrditi da smo društveno odgovorno poslovanje učinili dijelom svojega poslovanja. Vodeće mjesto na tržištu naša je prednost, ali iz njega proizlazi i velika odgovornost. Primjerom pokazujemo kako društveno odgovornim poslovanjem možemo ostvariti svoje poslovne ciljeve, ali i obogatiti život zajednice u kojoj poslujemo.

Dionici s kojima redovito komuniciramo već su gotovo navikli na redovito i pravodobno obavješćivanje o našem poslovanju, izazovima i planovima. Usprkos činjenici da se načelni rizici u poslovanju (utjecaj naših proizvoda na zdravlje, raspolaganje vodnim bogatstvom, utjecaj na okoliš i zajednicu te pristup klimatskim promjenama) nisu promijenili u odnosu na prethodno izvješće, naš se pristup upravljanju rizicima i dijalogu s dionicima prilagođuje promjenjivim uvjetima u našem okružju. U ovome izvješću, vođeni najvažnijim zadacima održivoga razvoja svoje matične tvrtke, nastojimo jasno i sažeto predstaviti novosti i napredak koji smo postigli u odnosu na prethodna izvješća o održivosti.

U prvome smo dijelu saželi ključne podatke o svojoj tvrtci kako bismo dionicima ukratko predstavili složeni poslovni sustav u Republici Hrvatskoj i rezultate koje postižemo na tržištu. Svoje ciljeve i svoja postignuća u održivosti poslovanja u odnosu na prethodno izvješće o održivosti opisujemo u prvome dijelu kako bismo sažeto i jasno prikazali napredak, ali i izazove koji nam ostaju za budućnost. Također, u prvome dijelu opisujemo ključne elemente svojega pristupa društveno odgovornom poslovanju i strategiju kojom pristupamo

poboljšanju učinka u svim područjima društveno odgovornoga poslovanja.

U drugome dijelu iscrpnije prikazujemo djelovanje i postignute rezultate u svakome od najvažnijih područja društveno odgovornoga poslovanja: u očuvanju vodnoga bogatstva, uštedi energije i sprečavanju klimatskih promjena, upravljanju ambalažnim otpadom i oporabom, očuvanju zdravlja potrošača, razvoju zaposlenika, suradnji s dobavljačima i ulaganju u zajednicu.

U trećemu dijelu donosimo brojčane pokazatelje napretka u području zaštite okoliša prema GRI metodologiji. Prvi smo put uključili izjavu o provedbi načela Svjetskoga sporazuma Ujedinjenih naroda usporedno s GRI pokazateljima koje primjenjujemo u ovome izvješću o održivosti. U posljednjemu smo dijelu naveli nagrade i priznanja koje smo primili tijekom izvještajnoga razdoblja i na koje smo ponosni. Vanjska se potvrda nalazi na samome kraju ovoga izvješća kao dodatna potvrda radu na ovome izvješću, ali i priznanje za napor uloženi u rad na društveno odgovornom poslovanju tijekom posljednjih dviju godina.

Ciljevi i njihova ostvarenost

OSTVARENOST CILJEVA
U RAZDOBLJU 2009. – 2010.

CILJEVI	
BROJČANI POKAZATELJI	OSTVARENOST
1. Povećanje indeksa zadovoljstva naših zaposlenika	Tijekom izvještajnog razdoblja taj je indeks smanjen. Provedene su dodatne analize i u tijeku je provedba akcijskoga plana za povećanje indeksa zadovoljstva zaposlenika.
2. Smanjenje broja ozljeda na radnome mjestu i koeficijenta odsutnosti	Ostvareno je smanjenje prosječnoga broja ozljeda sa 17 na 10 ozljeda na 1 000 zaposlenika. Zamijećeno je povećanje broja ozljeda u prometu, zbog čega su organizirane radionice o sigurnosti u prometu i obuka o sigurnoj vožnji.
3. Povećanje broja radnih sati obuke naših zaposlenika	Broj sati smanjen je tijekom izvještajnog razdoblja zbog smanjene pokretljivosti zaposlenika te zbog velikoga ulaganja u obrazovanje tijekom prethodnoga izvještajnog razdoblja.
4. Održavanje razine financiranja programa u zajednici na razini od najmanje 1,5 % neoporezive dobiti	Razina financiranja povećana je; u 2010. godini ukupno je uloženo 3 710 719,91 HRK.
5. Smanjenje potrošnje vode i energije (cilj je smanjenje 2 % – 5 % ukupno, u lpb*)	Svi su pokazatelji učinkovitosti u proizvodnji poboljšani. Promijenili smo metodologiju praćenja količine vode koja se upotrebljava u proizvodnji, tako da je smanjena količina upotrijebljene vode, a pokazatelj uključuje svu vodu kojom se koristimo.
INICIJATIVE	OSTVARENOST
1. Pokretanje projekta iskorištavanja otpadnih proizvoda u procesu proizvodnje	Projekt je pokrenut.
2. Provođenje novih modela obavješćivanja naših kupaca o zaštiti okoliša	Izravno komuniciramo s kupcima. Tijekom izvještajnog razdoblja provedeno je nekoliko akcija obavješćivanja.
3. Usavršavanje mehanizama unutrašnje komunikacije	Neprekidno radimo na poboljšavanju komunikacije. Tijekom izvještajnog razdoblja zaposlenicima su dijeljene tiskane obavijesti te je organiziran niz seminara i radionica.
4. Usavršavanje sustava nagrađivanja	Program je proširen te uključuje i poticanje putem osobnih dohodaka.
5. Poticanje kulture inoviranja	Poboljšan je sustav nagrađivanja inovacija naših zaposlenika.
AKTIVNOSTI	OSTVARENOST
1. Razvoj Coca-Colina kluba volontera	U prethodnome izvještajnomu razdoblju pokrenuta je inicijativa za osnivanje Coca-Colina kluba volontera, a u ovome izvješću ističemo da je klub tijekom izvještajnog razdoblja bio iznimno aktivan. Oko 50 naših zaposlenika pomagalo je u projektima suradnje s lokalnom zajednicom.
2. Ekobrošura kao doprinos obavješćivanju dionika	Provedeno tijekom izvještajnog razdoblja.
3. Projekt ekološke i ekonomske vožnje	Sva vozila zadovoljavaju visoke ekološke standarde. U pripremi je nastavak projekta kako bi se povećala učinkovitost vožnje.
4. Prijenos upravljačkih znanja na ključne projekte u zajednici	Provedeno tijekom rada na projektima zaštite rijeke Gacke i rijeke Save.
5. Poster za kupce o pravilnome skladištenju i izlaganju naših proizvoda	Provedeno tijekom izvještajnog razdoblja.
6. Poticanje međupodručnih partnerstava u projektima ulaganja u razvoj zajednice	Pokrenut je projekt <i>Lijepa naša Sava</i> .
7. Izvješće o napretku za Svjetski sporazum u 2010. godini	Sastavni je dio ovoga izvješća.

* lpb je oznaka za litru proizvedenoga napitka

BROJČANI POKAZATELJI

1. Provođenje novih modela obavješćivanja kupaca
 2. Nastavak usavršavanja mehanizama unutrašnje komunikacije
 3. Povećanje indeksa zadovoljstva zaposlenika
 4. Održavanje financiranja programa u zajednici na razini od najmanje 1,5 % neoporezive dobiti
-

INICIJATIVE

1. Nastavak projekta iskorištavanja otpadnih proizvoda u procesu proizvodnje
 2. Provođenje novih modela obavješćivanja naših kupaca o zaštiti okoliša
 3. Usavršavanje sustava nagrađivanja
 4. Poticanje kulture inoviranja
-

AKTIVNOSTI

1. Razvoj Coca-Colina kluba volontera
 2. Nastavak projekta racionalizacije potrošnje vode
 3. Prijenos upravljačkih znanja na ključne projekte u zajednici
 4. Izvješće o napretku za Svjetski sporazum u 2012. godini
-



DARKO KRALJ

atletičar, r. 1971. // kat. F 42 //

2008. Paraolimpijske igre, Peking, Kina:

zlato (bacanje kugle) // 2009. IWAS-ovo

Svjetsko atletsko prvenstvo, Bangalore,

Indija: **zlato** (bacanje kugle) // 2011.

IWAS-ovo Svjetsko atletsko prvenstvo,

Sharjah, UAE: **zlato** (bacanje kugle); IPC-ovo

Svjetsko atletsko prvenstvo, Novi Zeland:

srebro (bacanje kugle)

Upravljanje učinkom



Društveno odgovorno poslovanje sastavnim je dijelom našega poslovanja. Održivost poslovanja ključni je dio planiranja učinka i načina njegova postizanja te nadzora nad njim. Svi članovi upravljačkoga tima ocjenjuju se, među ostalim, i prema napretku postignutomu u području društvene odgovornosti.

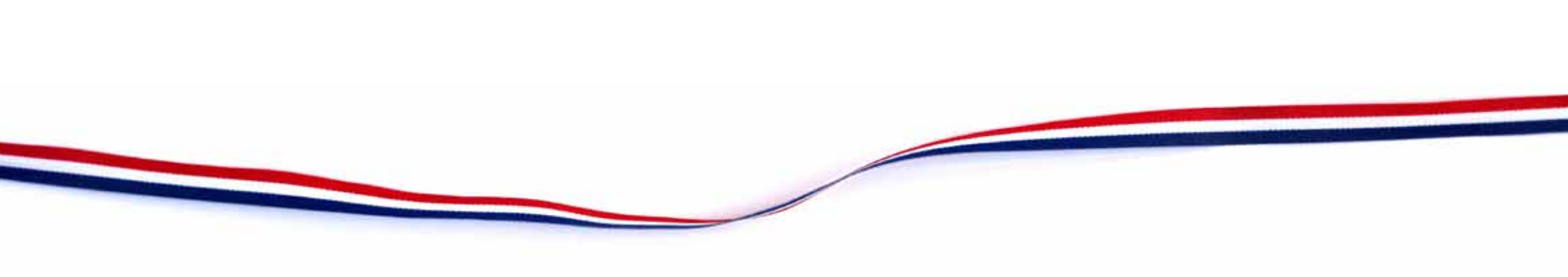
U ovome dijelu prikazujemo standarde i prakse koje primjenjujemo u pojedinim područjima svojega poslovanja i koji utječu na naše rezultate u području održivosti. Cilj nam je prikazati kako smo uključili svijet koji nas okružuje i praktične aspekte održivosti u složen sustav poslovanja svoje tvrtke. To je nepovratan proces koji, kao i sve što radimo, stalno poboljšavamo kako bismo opravdali svoje nastojanje da budemo najbolji u svemu čime se bavimo.

TRŽIŠTE

Zadržavanje vodeće uloge na tržištu podrazumijeva odgovoran i ozbiljan pristup partnerstvu sa svim dionicima kako bismo ispunili njihova očekivanja i stalno proizvodili visokokvalitetne napitke koji su, odgovorno predstavljeni i utemeljeni na partnerstvu s dobavljačima i kupcima, odraz načina na koji poslujemo. Načelo odgovornoga ponašanja ugradili smo u sve aktivnosti tvrtke. Cjelokupan proces proizvodnje, distribucije i prodaje osmišljen je i izgrađen u skladu s najvišim standardima u prehrambenoj industriji. Uz to što su sukladni zakonskim zahtjevima, svi se procesi proizvodnje, skladištenja i distribucije proizvoda provode u skladu

sa zahtjevima tvrtke The Coca-Cola Company (sustavom kvalitete tvrtke The Coca-Cola Company) od koje smo dobili dopuštenje za proizvodnju i distribuciju njihovih zaštićenih marka.

U proizvodnji, skladištenju i distribuciji proizvoda primjenjujemo sustave osiguranja kvalitete i sigurnosti hrane u skladu s međunarodnim normama ISO 9001:2008 i ISO 22000:2007, sustav očuvanja okoliša u skladu sa zahtjevima norme ISO 14000:2004 te sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu prema zahtjevima norme OHSAS 18001:2007. U izvještajnome razdoblju, tijekom 2009. i 2010. godine, uspješno smo uveli i certificirali sustav osiguranja sigurnosti hrane PAS 220, koji je dopuna već postojećega sustava ISO 22000:2007, te FSCC 22000, međunarodnu normu o upravljanju sigurnošću hrane. Sve je uvedene sustave potvrdila certifikacijska kuća Lloyd's Register Quality Assurance, koja provodi redoviti godišnji nadzor nad sustavom. Time je uspostavljen sustav osiguranja zaštite zdravlja i sigurnosti na radu za naše zaposlenike te sustav osiguranja zdravstvene ispravnosti proizvoda tijekom cjelokupnoga životnog ciklusa proizvoda. Time smanjujemo rizike poslovanja, ali i stalno usavršavamo standarde proizvodnje i kvalitete. Važan je dio našega poslovanja stalna komunikacija s kupcima i potrošačima.



Pravodobne i provjerljive informacije o mišljenju kupaca i potrošača važan su dio našega poslovanja. U svakome izvješću predstavljamo rezultate Pozivnoga centra za kupce. Pristup kupcima, kojih je u Hrvatskoj više od 30 000, temelji se na usklađivanju njihovih želja i mogućnosti, ali i zajedničkim naporima usmjerenima dostizanju zajedničkih vrijednosti, neovisno o veličini naših kupaca i mjestu na kojemu se oni nalaze. Potrošači su sljedeća važna karika našega poslovanja te smo strateški usmjereni stalnoj komunikaciji radi pravodobnoga reagiranja na povratne informacije s tržišta.

Komunikacija s kupcima i potrošačima provodi se na tri načina: kontaktnim linijama, izravnom dvosmjernom komunikacijom u koju su uključeni naši zaposlenici i neovisnom provjerom koju provodi vlasnik tržišne marke, The Coca-Cola Company.

Kontaktne linije za kupce i potrošače postoje već niz godina. Podaci o kontaktnim linijama nalaze se na svim našim proizvodima i rashladnim uređajima. Kontaktne linije kupcima i potrošačima omogućuju dobivanje obavijesti o svim aspektima poslovanja naše tvrtke. Redovito provodimo ankete kojima provjeravamo njihovo zadovoljstvo.

Naši zaposlenici u izravnome kontaktu s potrošačima i kupcima nadograđuju partnerske odnose s tržištem. U tome komunikacijskom kanalu kupce obavješćujemo putem promocijskih aktivnosti ili tiskanih obavijesti, npr. *Vodiča za osobe zadužene za raspoređivanje robe na policama*, koje na obostranu korist dijelimo kupcima.

Neovisnu provjeru kvalitete naših proizvoda i usluga provodi The Coca-Cola Company, vlasnik tržišne marke, mjesečnom anketom kojom se provjerava zadovoljstvo našim uslugama i njihova kvaliteta. Svakoga se mjeseca uzimaju uzorci naših proizvoda te nakon provedenih analiza dobivamo izvješća o kvaliteti svojih proizvoda i pakiranja u kojima se ona prikazuje s pomoću indeksa kvalitete.

Dobavljači su važna karika u osiguranju vrhunske kvalitete naših proizvoda. Odnos s dobavljačima nije samo tržišni jer razmjenom iskustava i poštovanjem načela međusobnoga poslovanja osiguravamo dugoročne odnose utemeljene na povjerenju i jasnoći poslovanja. Budući da poslujemo u skladu s najvišim tržišnim standardima, od svojih dobavljača očekujemo pravedan i temeljit pristup poslovanju u kojemu aktivno sudjelujemo. Upravo zbog povjerenja i jasnoće poslovanja u suradnji s dobavljačima primjenjujemo

Smjernice za dobavljače svoje matične tvrtke koje se primjenjuju na svjetskoj razini i razvijaju kao rezultat suradnje između naše tvrtke, naše matične tvrtke i The Coca-Cola Company. The Coca-Cola Company kao vlasnik tržišne marke provodi neovisne provjere dobavljača temeljem provjere poštovanja načela rukovođenja za dobavljače. Provjere su u potpunosti neovisne o našem poslovanju, ali redovito primamo izvješća o učinku svojih dobavljača, a to podrazumijeva da se u slučajevima nepridržavanja načela poduzimaju ispravni postupci. Taj je postupak doprinos jačanju kapaciteta i konkurentnosti lokalnih dobavljača u skladu s općom politikom matične tvrtke. U njemu se ogleda težnja prenošenju najbolje prakse i težnja partnerskim odnosima te poticanju regionalne konkurentnosti. The Coca-Cola Company zadržava pravo raskida ugovornoga odnosa u svakome trenutku ako analize pokažu da dobavljači ne posluju sukladno očekivanjima i društveno odgovornoj praksi. Pri obilježavanju proizvoda koje stavljamo na tržište primjenjujemo najbolje europske prakse i pridržavamo se postojećih zakonskih obveza propisanih u Republici Hrvatskoj.

Republika Hrvatska u sljedećih će nekoliko godina pristupiti Europskoj uniji. Naša je tvrtka već niz godina u procesu prilagodbe očekivanim promjenama u poslovanju te je usklađivanje s najboljim praksama Europske unije već dulje vrijeme važan dio našega poslovanja. Konkurencija koju očekujemo ulaskom na zajedničko tržište Europske unije izazov je koji nam tek predstoji, ali važno je napomenuti da je društveno odgovorno poslovanje jedan od čimbenika koji će osigurati naš uspjeh i dugoročnu održivost poslovanja.

RADNO MJESTO

Tijekom izvještajnoga razdoblja ponovno smo primili nagrade i priznanja za kvalitetan odnos sa zaposlenicima. Nastavljamo biti jedan od najtraženijih poslodavaca u Hrvatskoj, što je pokazatelj naših dobrih odnosa sa zaposlenicima dosad, ali i potvrda stajališta da su upravo zaposlenici ključ poslovnoga uspjeha. Radno mjesto svakoga zaposlenika mora omogućiti da se ispune i nadmaše s njim povezana očekivanja te pružiti mogućnosti za razvoj karijere. Zakonske obveze temelj su našega pristupa radnomu mjestu. Naši su naponi usmjereni neprekidnomu poboljšavanju zdravoga i sigurnoga radnog okružja, što znači

smanjivanju rizika od nesreća i ozljeda i promicanju kulture netolerancije prema svakoj vrsti diskriminacije. Zaposlenicima je omogućeno sindikalno djelovanje, a putem Radničkoga vijeća radimo na poboljšavanju i razvoju dijaloga.

Svakomu je zaposleniku nizom razvojnih aktivnosti dana prilika za ostvarivanje punoga profesionalnog potencijala i postizanje najboljih rezultata te su omogućeni vrhunski uvjeti za uspješno napredovanje u profesionalnoj djelatnosti. Među programima kojima potičemo razvoj karijera učenje su i usavršavanje na radnome mjestu koje se ostvaruje putem mentorstva, obučavanja i rada na projektima, promaknuća unutar tvrtke te hijerarhijska i međunarodna promaknuća. Naše vodstvo i rukovoditelji istaknuti su i priznati stručnjaci koji svoja znanja prenose studentima i zaposlenicima te im pomažu na putu do uspjeha i u izgradnji karijere.

Politika upravljanja ljudskim potencijalima u našoj tvrtki u Republici Hrvatskoj omogućuje da privlačimo najbolje ljude koji će dugoročno pridonijeti održanju vodećega mjesta na tržištu. Društveno odgovorno ponašanje uključuje i brigu za naše bivše zaposlenike i za naše umirovljenike. Sustav nagrađivanja, aktivan

dijalog u procesima preustroja i poticanje dobrih međuljudskih odnosa stvaraju okružje koje sve zaposlenike potiče na ostvarivanje najboljih rezultata. Kako bismo poboljšali radne uvjete i pravodobno odgovorili na potrebe i pitanja svojih zaposlenika, redovito provodimo istraživanja o njihovu zadovoljstvu te redovito komuniciramo sa svim zaposlenicima, izravno na skupovima zaposlenika, unutrašnjom elektroničkom komunikacijom i putem Radničkoga vijeća. U prethodnome izvještajnom razdoblju uočili smo nedostatke u prenošenju strateških odluka tvrtke te pokrenuli sustavne promjene kako bismo osigurali da s važnim strateškim odlukama, i negativnima i pozitivnima, pravodobno i valjano budu upoznati svi naši zaposlenici, neovisno o radnome mjestu.

Sigurnost na radnome mjestu najvažniji je zadatak našega poslovanja jer u svakome proizvodnome procesu postoje rizici na radnome mjestu. Pokazatelji sigurnosti na radnome mjestu tijekom izvještajnoga su razdoblja nastavili pozitivno kretanje. Također, stalno radimo na obuci svih zaposlenika i obrazovanju o važnosti zaštite na radnome mjestu kako bi se rizik od ozljeda sveo na najmanju moguću mjeru.

Primjer je informativna kampanja o važnosti uporabe zaštitnih sredstava na radu pod nazivom *Nosite li zaštitu?* i natjecanje među trima punionicama čiji je cilj promicanje i usavršavanje zaštite zdravlja i sigurnosti na radu. Također smo pokrenuli projekt *Ekosmjernice za sigurnu vožnju* usmjeren svim zaposlenicima koji se vozilima koriste u službene svrhe, a u cilju promicanja sigurnosti u vožnji i smanjenja učinka na okoliš. Projekt se u prvome redu ostvaruje putem tiskanih materijala te seminara i radionica.

OKOLIŠ

Poslovno nastojanje Coca-Cole HBC Hrvatska kao vodeće hrvatske tvrtke za proizvodnju i distribuciju bezalkoholnih pića usmjereno je davanju učinkovita doprinosa osiguranju čistoga i zdravoga okoliša za sadašnje i buduće generacije. U pristupu upravljanju utjecajem na okoliš Coca-Cola HBC Hrvatska slijedi načelo upravljanja okolišem tvrtke The Coca-Cola Company i matične punioničarske skupine Coca-Cola Hellenic. Praktična je smjernica koje se pridržava nastojanje da se primjenom načela neprekidnoga poboljšavanja u svakodnevnome poslovanju smanji

utjecaj na okoliš na najmanju moguću mjeru. Upravljanje okolišem i načelo održivoga razvoja temelj su svim poslovnim odlukama utemeljenim na osnovnome skupu smjernica uključenom u *Politiku upravljanja okolišem*. Strateška predanost učinkovitomu upravljanju utjecajem na okoliš temelji se na cjelovitome pristupu koji uključuje:

- očuvanje vodnoga bogatstva
- uštedu energije i sprečavanje klimatskih promjena
- upravljanje ambalažnim otpadom i oporabu.

U svim je našim punionicama uspješno uveden sustav upravljanja okolišem ISO 14001 i eKO system tvrtke The Coca-Cola Company, čime se osigurava učinkovito upravljanje okolišem i naša predanost održivomu razvoju. Norme i postupovna pravila temelj su cjelovitu pristupu upravljanju učinkom na okoliš, ali i smanjenju rizika povezanih s proizvodnjom. Tako i u svim punionicama i na razini tvrtke postoje točno utvrđeni operativni planovi, postupovna pravila, radne upute, sustav nadzora nad svim važnim procesima upravljanja okolišem te hijerarhijska podjela odgovornosti. Budući da smo svjesni da će rezultati naših napora usmjerenih neprekidnomu poboljšavanju

proizvodnih procesa i poslovne prakse imati izravan odraz na naš ukupan utjecaj na okoliš, neprekidno provodimo mjere usmjerene njihovu poboljšanju. Sastavnica je naše politike i aktivan pristup razvoju svijesti naših dobavljača jer sa svim dobavljačima razmjenjujemo standarde koji se odnose na zaštitu okoliša i upoznajemo ih sa smjernicama svoje *Politike zaštite okoliša*. Svi se vanjski izvođači radova u našim organizacijskim jedinicama pridržavaju visokih ekoloških standarda, a njihov se rad nadzire. U svim smo poslovnim područjima usmjereni napretku, tako da težimo smanjivanju količine proizvedenoga otpada, ali i stalnomu povećavanju količine oporabljenoga materijala u proizvodnji. Primjerice, CO₂ koji se upotrebljava u proizvodnji iz potpuno je oporabljenih izvora, dok je staklena ambalaža iz izvora čija je obnovljivost 17 %. Stoga je u izvještajnome razdoblju 2009. – 2010. godine zabilježen napredak u ključnim pokazateljima potrošnje vode i energije, proizvodnje otpada i udjelu u uporabi proizvedenoga otpada.

Coca-Cola HBC Hrvatska posluje u nekoliko organizacijskih jedinica na području Republike Hrvatske. Tri proizvodna pogona, u Zagrebu, Solinu i Gotalovcu, zauzimaju ukupnu površinu od 95 500 m².

Pritom je potrebno istaknuti kako djelovanje tvrtke ne utječe ni na jednu vrstu s IUCN-ova *Crvenoga popisa* i nacionalnoga popisa ugroženih vrsta sa staništima u područjima obuhvaćenima poslovnim djelatnostima, tj. na one vrste kojima prijeti opasnost od istrebljenja. Punionica Gotalovec nalazi se u blizini Parka prirode Ivančica i u području biološke raznolikosti te zbog toga posebnu pozornost poklanjamo svim procesima koji se u njoj odvijaju. Punionica Gotalovec ima certifikat ISO 14001 i posluje prema strogim *The Coca-Cola Company eKO system standardima*. Sve stroge procjene rizika te uspostavljen i dokumentiran sustav upravljanja okolišem jamac su očuvanja okoliša.

Studije utjecaja na okoliš i navedeni sustavi upravljanja okolišem osiguravaju učinkovitost upravljanja okolišem i ni u jednoj od naših organizacijskih jedinica nisu uočeni znatniji utjecaji našega djelovanja na zaštićena ili osjetljiva područja. Pojedinačna ulaganja u projekte zaštite okoliša za 2009. i 2010. godinu navedena su prema strukturi ulaganja. Izvješća o održivosti, sukladno praksi izvješćivanja naše matične tvrtke, Skupine Coca-Cola Hellenic, izrađena su sukladno preporukama *Globalne inicijative za izvješćivanje* (GRI) te stoga nastavljamo s praksom tabličnoga prikazivanja svih podataka bitnih za utjecaj na okoliš. U ovome izvješću svi su podaci

VRSTA ULAGANJA	2009.	2010.
> gospodarenje otpadom	190 000	200 000
> naknade za otpad (komunalne)	1 296 391	868 336
> gospodarenje otpadnim vodama	345 000	350 000
> naknade za pročišćivanje i zaštitu voda	2 443 000	2 619 000
> naknada za ambalažni otpad	76 966 000	71 607 000

ULAGANJA U ZAŠTITU OKOLIŠA U 2009. I 2010., PREMA VRSTI ULAGANJA (U HRK)

dani u drugome dijelu u kojemu se iscrpnije navode pojedini pokazatelji učinka. Svi su podaci usporedivi s podacima u prethodnim izvještajnim razdobljima, osim u slučajevima u kojima je došlo do promjene metode prikupljanja podataka ili sustava nadzora. Kao mjerna jedinica za proizvedeno piće upotrebljava se *lpb* (litra proizvedenoga napitka). U ključnim područjima ekološkoga poslovanja postavljamo ciljeve za sljedeće dvije godine u dogovoru s matičnom tvrtkom. Redovito izvješćujemo matičnu tvrtku o važnim sastavnicama utjecaja na okoliš, uključujući sirovine, prijevoz, opremu za rashlađivanje pića i usklađenost sa zakonom. Pregled politike održivoga razvoja koji primjenjujemo u Coca-Coli HBC Hrvatska uključuje izravne i neizravne učinke te postupke koje

poduzimamo radi povećanja poslovne učinkovitosti, ali i cjelovitoga pozitivnog učinka na okoliš. Dodatni se podaci nalaze na mrežnim stranicama www.coca-colahellenic.hr.

ZAJEDNICA

Coca-Cola HBC Hrvatska svjesna je odgovornosti koja proizlazi iz vodećega položaja na tržištu. Slijedom toga težimo vodstvu u promicanju društvene odgovornosti tvrtka u Hrvatskoj, i to svojim djelovanjem u okviru Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj i Svjetskoga sporazuma (Global Compact) Ujedinjenih naroda u Hrvatskoj.



Naš odnos sa zajednicom temelji se na stvaranju dugoročnih odnosa i partnerstva, a ulažemo i sve više napora u izravan, obostranoj dobrobiti usmjeren kontakt s njom. Uspostavljamo partnerstva u kojima zajedničkim ciljevima možemo pridonijeti svojim znanjem i iskustvom, predanošću i ulaganjima. Posebno smo usmjereni na stvaranje dugoročnih partnerstva na područjima zaštite okoliša i voda, razvoja i odgoja mladeži, sporta i tjelesne aktivnosti, pomaganja zajednicama pogođenim elementarnim nepogodama, odgoja djece i mladeži te zaštite kulturne baštine.

U ovome smo izvještajnom razdoblju nastavili s aktivnim radom na izgradnji jasne komunikacije sa zajednicama s kojima smo u izravnome i neizravnome dodiru, a koje se nalaze u blizini naših proizvodnih i drugih organizacijskih jedinica. Svjesni smo da je dijalog s lokalnim dionicima ključan dio našega uspjeha. Imamo stalne dobre odnose s ljudima koji žive blizu naših pogona i distribucijskih središta, redovito komuniciramo s čelnim ljudima zajednica, predstavnicima zajednica, škola i vrtića. Pravodobno odgovaramo na molbe za pomoć i brinemo se o zajednici. Nije bilo potrebno osnivati dodatna službena tijela za komunikaciju sa zajednicom jer su tijekom vremena izgrađeni dobrosusjedski odnosi i povjerenje.

Coca-Cola HBC Hrvatska lobira u okviru više poslovnih udruženja uključujući GIUPAK (Gospodarsko interesno udruženje za pakiranje i zaštitu okoliša), koji se bavi održivim rješenjima u uporabi ambalažnoga otpada, i GIUPP (Gospodarsko interesno udruženje proizvođača pića Hrvatske). Coca-Cola HBC Hrvatska vodeći je član Hrvatske gospodarske komore i član Hrvatske udruge poslodavaca (HUP). Coca-Cola HBC Hrvatska također je tvrtka članica Američke trgovačke komore u Hrvatskoj (AmCham). U skladu sa svojim pravilima i pravilima svoje matične tvrtke ne dajemo donacije političkim strankama ni političkim kampanjama. Coca-Cola HBC Hrvatska jedan je od osnivača Svjetskoga sporazuma Ujedinjenih naroda u Hrvatskoj. Osim toga, nastavljamo s promicanjem društvene odgovornosti tvrtka djelovanjem u okviru Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR), Zajednice za održivi razvoj pri Hrvatskoj gospodarskoj komori (HGK) i Hrvatskoga zavoda za norme (HZN).

Svjesni smo da je u tranzicijskoj zemlji kao što je Hrvatska svaka uspješna tvrtka koja djeluje u sektoru u kojemu je konkurencija velika, kao što je sektor hrane i pića, izložena znatnim rizicima među kojima se mogu pojaviti mito i korupcija, a gospodarska moć može

imati nedopustiv utjecaj na donošenje političkih odluka. Sukladno svojoj unutrašnjoj politici, ali i u skladu s politikom ponašanja svoje matične tvrtke, ne toleriramo mito i korupciju. Bavimo se lobiranjem samo u okviru poslovnih udruga i ne dajemo donacije političkim strankama ni institucijama, vjerskim institucijama ni inicijativama te subjektima koji nejasno i nesljedivo raspodjeljuju donacije i provode akcije usmjerene maloljetnicima. Mi se također brinemo o tome da naši zaposlenici budu poštjeni u svojim poslovnim aktivnostima. *Kodeks poslovnoga ponašanja* podsjeća na smjernice tvrtke koje uključuju etično poslovanje, uključujući jasnu zabranu primanja i davanja mita, korupcije i donacija bilo kojoj političkoj stranci. Svi su zaposlenici upoznati s odredbama *Kodeksa* i imaju svoj primjerak te su upućeni u njegov sadržaj i upoznati s posljedicama njegova kršenja. *Kodeks* uključuje problematiku povezanu sa sukobom interesa, financijskom evidencijom, primanjem darova, zaštitom podataka i dobrim poslovnim ponašanjem. Treba istaknuti da je u okviru inicijative za strategiju zaštite osobnih podataka matične tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska imenovala povjerenika za zaštitu osobnih podataka i izdala priručnik. Coca-Cola HBC Hrvatska nije bila predmetom nijedne sudske tužbe za zlouporabu tržišnoga položaja niti je ijedan takav slučaj u pripremi.



ANĐELA MUŽINIĆ

stolnotenisarica, r. 1990. // kat. 3 //
2011. ITT PTT-ovo Europsko prvenstvo
u stolnome tenisu, Split, Hrvatska:
bronca (momčadski)

Uključivanje načela održivosti u poslovanje

Coca-Cola HBC Hrvatska dio je međunarodne skupine tvrtka kojima je, među ostalim, obveza da posluju sukladno temeljnim smjernicama matične tvrtke. U tablici donosimo dokumente koji uključuju predanost održivosti i društveno odgovornomu poslovanju naše matične tvrtke, a koje provodimo i u poslovanju u Hrvatskoj.

¹ www.unglobalcompact.org

² www.globalreporting.org

³ www.unglobalcompact.org/Issues/Environment/CEO_Water_Mandate

⁴ www.unglobalcompact.org/Issues/Environment/Climate_Change/

⁵ www.ghgprotocol.org/

⁶ ec.europa.eu/environment/waste/packaging_index.htm

⁷ www.icba-net.org/

⁸ www.unesda.org/european-soft-drinks-industry-commits-act-responsibly-digisphere

⁹ www.un.org/en/documents/udhr/

¹⁰ www.ilo.org/safework/normative/codes/lang--en/index.htm

¹¹ www.unodc.org/unodc/en/treaties/CAC/index.html

PODRUČJE	VANJSKI DOKUMENTI	UNUTRAŠNJI DOKUMENTI
Općenito	UN Global Compact ¹ GRI ²	Pravilnik o poslovnome ponašanju
Upravljanje vodnim bogatstvom	CEO Water Mandate ³	Politika zaštite okoliša Politika upravljanja vodnim blagom
Ušteda energije i sprečavanje klimatskih promjena	Caring for Climate ⁴ GHG Protocol ⁵	Politika upravljanja stakleničkim plinovima (GHG) Politika zaštite okoliša
Upravljanje ambalažnim otpadom i uporaba	UN Global Compact – Environment EU Packaging Waste Directive ⁶	Politika zbrinjavanja otpada i uporabe
Zdravlje potrošača	ICBA Guidelines ⁷ EU Pledge & UNESDA Commitments to EU Platform ⁸	Politika zaštite zdravlja i sigurnosti na radu Politika kvalitete i sigurnosti hrane Izjava o odnosu prema genski modificiranim organizmima (GMO)
Razvoj zaposlenika	UN Global Compact – Human Rights, Labour, Anti-corruption UN Declaration of Universal Human Rights ⁹ ILO codes ¹⁰	Politika ljudskih prava Politika jednakosti Politika zaštite zdravlja i sigurnosti na radu Politika o HIV-u/AIDS-u Politika sigurnosti dostavnih vozila
Suradnja s dobavljačima	UN Global Compact – Environment, Human Rights, Labour, Anti-corruption	Smjernice za dobavljače Pravilnik o poslovnome ponašanju
Ulaganja u zajednice	UN Global Compact – Environment, Human Rights, Labour, Anti-corruption, LBG Model	Pravilnik o poslovnome ponašanju Politika ljudskih prava
Borba protiv korupcije	UN Convention Against Corruption ¹¹	Pravilnik o poslovnome ponašanju Etički kodeks Kodeks upravljanja dionicama Smjernice za dobavljače

Strategija i pristup društveno odgovornom poslovanju sastavni su dio strategije i ponašanja svake od tvrtka Skupine Coca-Cola Hellenic, dok na razini matične tvrtke razvijamo temeljna načela ponašanja i odgovornosti kako bismo osigurali provođenje načela održivosti i jasnoga poslovanja na svim tržištima. Naša tvrtka i svi zaposlenici provode smjernice obuhvaćene *Kodeksom poslovnoga ponašanja* (eng. *Code of Business Conduct*). Svi su zaposlenici upoznati sa *Smjernicama o odgovornosti tvrtke*, koje iscrpno objašnjavaju pristup poslovanju i njegove ciljeve.

Treba napomenuti da se elementi društveno odgovornoga poslovanja očituju i u organizacijskome ustroju naše matične tvrtke. Članovi su Upravnoga odbora dioničkoga društva tri neizvršna direktora, a odbor djeluje u skladu sa zapisanim smjernicama i odgovoran je za:

- uspostavljanje temelja društvene odgovornosti tvrtke i određivanje ciljeva zaštite okoliša (uključujući jasnoću poslovanja)
- nadzor nad razvojem i posuvremenjivanjem postupovnih pravila te sustava koji promiču društvene i ciljeve i ciljeve u zaštiti okoliša koje je postavila tvrtka
- uspostavu Operativnoga vijeća zadužena za razvoj i provedbu politika i strategija promocije ciljeva društveno odgovornoga poslovanja i ciljeva zaštite okoliša
- osiguranje skupnih kapaciteta za provođenje politika i strategija
- nadzor nad komunikacijom s dionicima o politikama, ciljevima i postignućima te ostale važne teme.

Suradnja s dionicima

Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o.		
KLJUČNI NOSITELJ		
SINDIKATI	Radničko vijeće	
KUPCI	svi odjeli	
DOBAVLJAČI	Služba za nabavu	
POTROŠAČI	svi odjeli	
MATIČNA TVRTKA	Upravljački tim	
ZAJEDNICA	Odjel za komunikacije i odnose s javnošću	
DRŽAVNA ADMINISTRACIJA	Odjel za komunikacije i odnose s javnošću	
POSLOVNE ORGANIZACIJE	svi odjeli, Odjel za komunikacije i odnose s javnošću	
NEVLADINE UDRUGE	Odjel za komunikacije i odnose s javnošću	

NAJVAŽNIJI
ZADACI
ODRŽIVOGA
RAZVOJA



Očuvanje vodenoga bogatstva

Budući da vodu upotrebljavamo u proizvodnji, njezina se potrošnja nadzire u svim punionicama radi smanjivanja potrošnje vode na najmanju moguću mjeru.

NAŠ PRISTUP

Dostupnost i kvaliteta lokalnih izvora pitke vode iznimno su važni za poslovanje. Stoga je tvrtka predana provođenju cjelovitoga pristupa upravljanju izvorima vode stalnim poboljšavanjem učinkovitosti, tj. stalnim smanjivanjem količina vode potrebne za proizvodnju napitaka, suradnjom s partnerima usmjerenom zaštititi lokalnih vodoopskrbnih područja te promicanjem održivoga upravljanja vodenim bogatstvom. Uporaba vode u proizvodnji podrazumijeva rizik koji proizlazi iz činjenice da je u procesu proizvodnje nužna voda vrhunske kvalitete, tj. rizik od smanjivanja kvalitete vode zbog vanjskih čimbenika. Cjeloviti proces upravljanja izvorima vode stoga je usmjeren svođenju rizika na najmanju moguću mjeru, ali i stvaranju kapaciteta za pravodobno rješavanje mogućih problema. Sve punionice Coca-Cole HBC Hrvatska ispunile su zahtjeve norme ISO 14001 te su službeno certificirane. Tako su smanjeni spomenuti rizici u proizvodnji, ali i stvoreni preduvjeti za stalno poboljšanje učinka. Za upravljanje procesima osim navedene norme primjenjujemo i unutrašnje pravilnike.

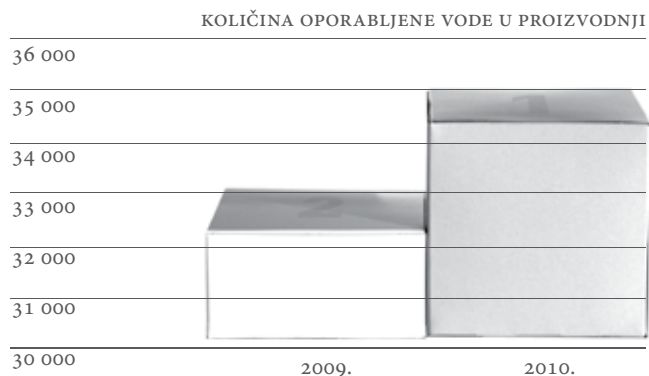
Strategija upravljanja izvorima vode temelji se na ovim načelima matične tvrtke:

- osiguranje održivosti izvora iz kojih se crpi voda
- smanjenje količine vode upotrijebljene u proizvodnji
- pročišćivanje svih otpadnih voda
- suradnja s dobavljačima i drugim dionicima radi smanjivanja neizravne potrošnje vode
- partnerstva s dionicima usmjerena zaštititi vodoopskrbnih područja.

POBOLJŠANJE UČINKOVITOSTI U ISKORIŠTAVANJU VODNOGA BOGATSTVA

Budući da vodu upotrebljavamo u proizvodnji, njezina se potrošnja nadzire u svim punionicama radi smanjivanja potrošnje vode na najmanju moguću mjeru. Cjeloviti sustav upravljanja izvorima vode podrazumijeva da su naši naponi usmjereni uvođenju tehnoloških rješenja kojima je cilj štednja vode na našim proizvodnim linijama te poboljšanje učinkovitosti u iskorištavanju vodenoga bogatstva. Vodu koja se upotrebljava u proizvodnji crpimo iz dvaju izvora. Prvi je javni vodoopskrbni sustav, koji podmiruje 92 % naših potreba.

Iz vlastitih izvora, Punionice Gotalovec, dolazi 8 % vode. U 2009. godini smanjili smo potrošnju vode na 2,01 l/lpb, u odnosu na 2,12 l/lpb u 2008. godini, što je jedan od najboljih rezultata koji su ostvarile tvrtke koje posluju u okviru naše matične tvrtke. Međutim, potrošnja vode u 2010. bila je 2,27 l/lpb, a razlog je tomu promjena metodologije proračuna potreba za vodom. Dok je prethodnih godina bilježena količina vode upotrijebljena u procesu proizvodnje napitaka, 2010. godine počeli smo bilježiti ukupnu količinu vode iscrpene iz izvora Punionice Gotalovec. Također, početkom 2011. u Punionici Gotalovec postavljeni su suvremeni sustavi za crpenje, što je izravno utjecalo na smanjenje količine ukupno iscrpene vode u toj



organizacijskoj jedinici. Uvođenjem sustava uporabe vode u proizvodnju te sustavnim praćenjem potrošnje vode u 2009. godini uštedeno je oko 32 000 m³ vode, a u godini 2010. oko 35 000 m³.

Premda je učinkovitost u proizvodnji naš najvažniji zadatak, količina se vode u napicima ne mijenja. Uz očekivano povećanje prodaje, očekuje se i povećanje količine vode koja se upotrebljava u proizvodnji. Stoga je potrebno i dalje povećavati učinkovitost u iskorištavanju izvora vode te su tehnološke inovacije i stalno poboljšavanje procesa proizvodnje iznimno važni za održivost poslovanja i razlog zbog kojega neprestano ulažemo u nove tehnologije. Planovi su za sljedeće razdoblje ambiciozni, uz godišnji cilj od 3 % bolju racionalizaciju potrošnje vode. Uz dodatna tehnička rješenja, sustav nadzora i razvoj svijesti naših zaposlenika dodatno poboljšanje očekujemo i kao posljedicu poboljšavanja kvalitete planiranja proizvodnje i procesa punjenja. Rizik se redovito procjenjuje u svakoj punionici. Kao što proučavamo okoliš i zakonske akte, tako proučavamo kvalitetu i veličinu lokalnih izvora vode. Rezultati tih ispitivanja osnova su planova djelovanja usmjerenih smanjivanju rizika.

Otpadne vode obrađuju se u svim organizacijskim jedinicama tvrtke. Posebnim postupcima čišćenja otpadnih voda osiguravamo visoku kvalitetu otpadnih voda i zadovoljavanje zahtjeva koji su preduvjet za ponovno ispuštanje u sustave javne odvodnje. Kvalitetu otpadnih voda dokazuju posebni bazeni s ribama kroz koje prolaze otpadne vode prije ispuštanja. Takve bazene imaju sve punionice. Ispusti pročišćenih otpadnih voda Punionice Zagreb i Punionice Solin u sustavu su javne odvodnje, dok se pročišćena otpadna voda Punionice Gotalovec ispušta u potok Topličica. Racionalizacijom potrošnje vode i uporabom vode poboljšali smo i omjer ispuštenih otpadnih voda s 1,12 l/lpb na 0,87 l/lpb. Obradena voda koja se ispušta u okoliš prikladna je za uporabu u poljoprivredi, a pogodna je i za život biljnih i vodenih vrsta.

PARTNERSTVA

Uz smanjenja potrošnje vode u proizvodnji jedan je od strateških ciljeva tvrtke Coca-Cola HBC Hrvatska očuvanje vodnoga bogatstva te zaštita vodoopskrbnih područja, u čijemu ostvarivanju surađuje s velikim brojem dionika.

Izdvajamo sljedeće primjere partnerstva:

→ **ZELENI DUNAV** (vidjeti www.greendanube.org) projekt je zaštite dunavskoga slijeva koji se provodi u suradnji s Međunarodnom komisijom za zaštitu Dunava. Projekt je međunarodni, a mi provodimo aktivnosti povezane s očuvanjem i podizanjem svijesti u Hrvatskoj i još devet zemalja kroz koje ta rijeka protječe. Među aktivnostima su godišnje proslave Dana Dunava u kojima sudjeluju deseci tisuća ljudi. U Republici Hrvatskoj aktivno surađujemo s Ministarstvom regionalnog razvoja, šumarstva i vodnoga gospodarstva i lokalnim turističkim zajednicama na podizanju svijesti lokalnoga stanovništva i mjerodavnih tijela o potrebi zaštite Dunava i njegovih pritoka kako bi se njima mogle koristiti i u njima uživati i buduće generacije.

→ **LIJEPA NAŠA SAVA** (vidjeti www.lijepanasasava.hr) projekt je podizanja svijesti o vodnome bogatstvu Republike Hrvatske. Ciljevi projekta uključuju promicanje važnosti očuvanja okoliša savskoga kraja i njegove biološke raznolikosti, poticanje kontinentalnoga ekoturizma i neiskorištenih potencijala uz rijeku Savu na temeljima održivosti, poticanje uvođenja inovacija na temelju suradnje na ekološko-turističkim sadržajima s mladim,

darovitim ljudima te podizanje svijesti o važnosti rijeke Save za sve vidove života stanovnika uz hrvatske obale Save. Projekt se provodi u suradnji s Forumom gospodarskih komora – gospodarske regije u slijevu rijeke Save i Međunarodnom komisijom za sliv rijeke Save. Jedan je od rezultata te suradnje *Nautičko-turistički vodič rijeke Save*.

→ **SVAKA KAP JE VAŽNA – OŽIVIMO RIJEKU GACKU** zajednički je projekt Coca-Cole HBC Hrvatska, Coca-Cole Adria i Programa Ujedinjenih naroda za razvoj (UNDP). U okviru *Regionalne partnerske inicijative za očuvanje voda* koju su pokrenuli The Coca-Cola Company i Programa Ujedinjenih naroda za razvoj Hrvatska je izabrana kao jedna od četiriju zemalja (uz Tursku, Kazahstan i Rumunjsku) koje su sudjelovale u pokusnoj fazi *Inicijative*. Regionalni je program bio usmjeren zaštitu vodnoga bogatstva tako da se definiraju problemi povezani s pristupom pitkoj vodi i poboljšavanjem upravljanja industrijskim otpadnim vodama te se obavješćivanjem i obrazovanjem javnosti zagovarala važnost očuvanja voda. Projektni prijedlog iz Hrvatske zasnivao se na činjenici da Hrvatska raspolaže vodnim bogatstvom koje je u velikoj mjeri očuvano i da je ono potencijal za razvoj održivoga

turizma i promociju turističkih mogućnosti koji Gacka pruža, te se time potiče gospodarski razvoj lokalne sredine i njezinih stanovnika. Pritom se na primjeru jedne rijeke, u ovome slučaju rijeke Gacke, u suradnji i dogovoru sa svim lokalnim dionicima provodio skup aktivnosti i mjera kojima se štitilo vodno bogatstvo, prirodna i kulturna baština te poboljšavala turistička ponuda.

Na međunarodnoj razini naša je matična tvrtka, Skupina Coca-Cola Hellenic, jedan od osnivača Inicijative za upravljanje vodnim bogatstvom (CEO Water Mandate, http://www.unglobalcompact.org/Issues/Environment/CEO_Water_Mandate/) koja je dio Svjetskoga sporazuma Ujedinjenih naroda (UN Global Compact). Cilj je te inicijative rješavanje problema održivosti upravljanja vodnim bogatstvom u poslovanju, lancima nabave i zajednicama te suradnja s vladinim i nevladinim organizacijama pri oblikovanju javne politike. Kako bi uporaba vode u našem nabavnome lancu bila razumljivija široj javnosti, Skupina Coca-Cola Hellenic surađuje i s Mrežom vodnih otisaka (Water Footprint Network, www.waterfootprint.org).



The CEO Water Mandate



MIKELA RISTOSKI

atletičarka, r. 1989. // kat. F 20 //
2009. INAS FID-ovo Europsko
dvoransko prvenstvo, Reims,
Francuska: **zlato** (60 m); INAS FID-ovo
Europsko dvoransko prvenstvo, Reims,
Francuska: **zlato** (skok udalj);
INAS FID-ovo Europsko dvoransko
prvenstvo, Reims, Francuska: **srebro**
(200 m) // 2010. INAS FID-ovo Svjetsko
prvenstvo u dvorani, Bolnas, Švedska:
zlato (skok udalj); INAS FID-ovo Svjetsko
prvenstvo u dvorani, Bolnas, Švedska:
zlato (troskok); INAS FID-ovo Europsko
prvenstvo u atletici, Varaždin,
Hrvatska: **srebro** (60 m) // 2011. INAS
FID-ovo Svjetsko atletsko prvenstvo,
Genova, Italija: **srebro** (skok udalj)



Ušteda energije i sprečavanje klimatskih promjena

Klimatske su promjene, kad je riječ o zaštiti okoliša, najveći i najaktualniji izazov za naš planet. Potrebna je brza i odlučna akcija kako bismo društvo usmjerili na put razvoja koji podrazumijeva nisku stopu ispuštanja stakleničkih plinova u biosferu (*low-carbon*). Zahvaljujući svojem inovacijskom i investicijskom potencijalu, poduzetništvo ima ključnu ulogu u toj velikoj preobrazbi.

Naš je cilj preuzeti vodeću ulogu prilagođujući svoje poslovanje zahtjevima koje postavlja i prilikama koje nudi gospodarstvo utemeljeno na niskoj stopi ispuštanja stakleničkih plinova u biosferu. U tom smislu usmjeravamo napore za uštedu energije na one dijelove svojega poslovanja u kojima je potrošnja energije najveća: svoje punionice, vozni park i opremu za hlađenje pića.

- Proširujemo programe uštede energije u punionicama.
- Istražujemo i proširujemo uporabu vozila na hibridni i alternativni pogon u svojem voznom parku. Također mijenjamo ponašanje svojih vozača tako što smo uveli radionicu o sigurnoj i ekološkoj vožnji.
- Naša nova energijski učinkovita oprema za hlađenje pića ispušta do 50 % manje CO₂ u odnosu na 2004. godinu.

ŠTEDNJA ENERGIJE

Potrošnju energije u svojim smo punionicama s 0,57 MJ/lpb u 2008. godini smanjili na 0,47 MJ/lpb u 2010. godini. U svoje smo punionice uveli programe štednje energije kojima smanjujemo ispuštanje CO₂ po litri proizvedenoga napitka. U Hrvatskoj smo izgradili sustav za ponovno iskorištavanje zraka pod visokim pritiskom u procesu oblikovanja plastičnih (PET) boca. Centralizirali smo proizvodnju predoblika u zagrebačkome postrojenju za proizvodnju plastičnih boca i time racionalizirali potrošnju električne energije. U zagrebačkome smo postrojenju, osim toga, ugradili i LPG uređaj za posluživanje viličara. Svi su naši objekti uvođenjem LED rasvjete prešli na energijski učinkovitu rasvjetu.

Od 2009. svake se godine izrađuju programi uštede energije. Poslovnim se planom osiguravaju sredstva za provedbu projekata. Operativna se provedba projekata i učinkovitost nadgleda te se postavljaju rokovi za pojedine radnje usmjerene uštedi energije. Godine 2010. planirane su ukupno 23 različite inicijative. Riječ je o manjim projektima štednje za koje je planirani trošak do 10 000 eura, a koji će rezultirati poboljšanjima u iskorištavanju energije i biti u potpunosti isplativi u roku od tri mjeseca do dvije godine od početka primjene.

Primjer je projekt koji je pripremljen 2010. godine i čija je provedba planirana za 2011. u Punionici Zagreb, a u skladu s kojim bi se u rashladnome sustavu amonijak zamijenio plinovima prihvatljivim za okoliš (*ozone friendly*) uz ulaganje od 100 000 eura.

Iako se u našim punionicama troši više energije nego u uredima i ostalim objektima, poduzimamo korake kako bismo i u njima smanjili ispuštanje CO₂. U okviru *Zelenoga informatičkog programa* mijenjamo informatičku opremu kojom se koristimo i način na koji se njome koristimo. Uvođenjem audiosastanaka, videosastanaka i internetskih sastanaka znatno

smanjujemo broj poslovnih putovanja i s njima povezano ispuštanje CO₂ u biosferu. Primjerice, smanjujemo i broj motora i pratimo stvarnu potrošnju goriva i ispuštanje CO₂. Tako je tijekom 2010. uštedeno 35 340 litara goriva, što znači da je u okoliš ispušteno 84,8 tona manje CO₂.

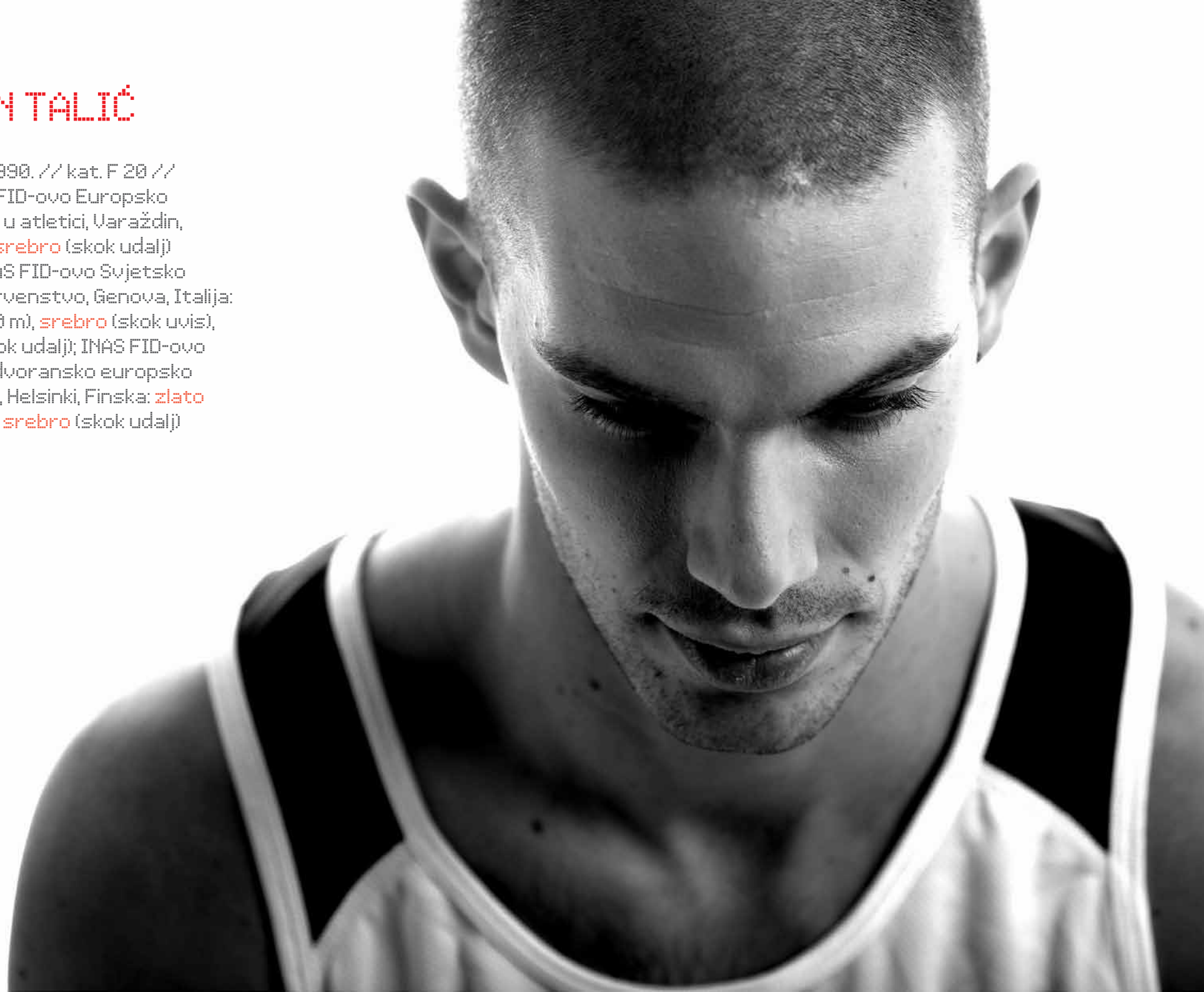
Promjene u ponašanju vozača također mogu znatno pridonijeti smanjenju ispuštanja CO₂. Putem programa *Sigurna i ekološka vožnja* vozače kamiona i službenih vozila poučavamo metodama kao što su vožnja poželjnom brzinom i pravodobno mijenjanje brzine. Početni rezultati ohrabruju te pokazuju da se ispuštanje CO₂ može znatno smanjiti u svim našim organizacijskim jedinicama.

Naši potrošači očekuju da im, kad ožedne, u restoranima i trgovinama budu dostupna ohlađena pića. Stoga je postavljanje hladnjaka i ostale opreme za hlađenje pića u potrošačkim objektima važan dio naše poslovne strategije. Iako mi ne upravljamo tom opremom, odgovorni smo za smanjenje njezina negativnoga ekološkog utjecaja. Stoga u suradnji sa svojim dobavljačima nastojimo poboljšati energijsku

učinkovitost opreme. Razvoj novih modela hladnjaka i uređaja za upravljanje energijom omogućio je da imamo hladnjake koji su i do 50 % energijski učinkovitiji u odnosu na 2004. Svoje zaposlenike obučavamo kako bismo osigurali učinkovito funkcioniranje hladnjaka u tržišnoj uporabi. Osim toga, radimo na tome da se ukinе uporaba hidrofluorouglijika (HFCs), stakleničkoga plina koji je u širokoj uporabi u hladnjacima u tržišnoj uporabi i kućanskih hladnjacima. Više ne upotrebljavamo HFC u izolacijskoj pjeni te ispitujemo alternativne rashladne plinove. U našoj je opremi klorofluorouglik (CFC) gotovo u potpunosti zamijenjen u tržišnome programu prikupljanja i zamjene.

ZORAN TALIĆ

atletičar, 1990. // kat. F 20 //
2010. INAS FID-ovo Europsko
prvenstvo u atletici, Varaždin,
Hrvatska: **srebro** (skok udalj)
// 2011. INAS FID-ovo Svjetsko
atletsko prvenstvo, Genova, Italija:
srebro (100 m), **srebro** (skok uvis),
bronca (skok udalj); INAS FID-ovo
Otvoreno dvoransko europsko
prvenstvo, Helsinki, Finska: **zlato**
(skok uvis), **srebro** (skok udalj)



Upravljanje ambalažnim otpadom i oporaba

Ambalaža ima ključnu ulogu u sigurnoj dostavi naših pića do kupaca i potrošača. Međutim, nakon što se piće konzumira, ambalaža može postati vrijedan materijal za oporabu ili obnovu u postrojenjima za spaljivanje ili otpad koji završava na odlagalištu.

Radimo na tome da smanjimo negativne posljedice svoje ambalaže za okoliš u svakoj fazi njezina životnoga ciklusa. Naš cjeloviti pristup uključuje:

- smanjivanje količine ambalaže koju upotrebljavamo
- povećavanje količine ambalaže načinjene od oporabljenoga materijala
- promicanje oporabe i obnove.

Težimo tomu da zatvorimo oporabni krug, tj. da iskorištenu ambalažu upotrijebimo za nove spremnike. Primjerice, oporabno postrojenje u Austriji, koje je Skupina Coca-Cola Hellenic pomogla izgraditi, opskrbljuje tvrtku visokokvalitetnim i ekonomičnim materijalom dobivenim oporabom, a koji se upotrebljava u proizvodnji novih boca. Na najmanju moguću mjeru smanjujemo i otpad od ambalaže svojih pića i proizvodni otpad iz svojih punionica.

SMANJIVANJE KOLIČINE AMBALAŽE

Smanjivanje količine ambalaže na najmanju moguću mjeru jedan je od najvažnijih načina smanjivanja negativnoga utjecaja ambalaže na okoliš. Osim što se tako upotrebljava manje materijala, smanjuje se i ugljikov otisak ambalaže tijekom njezina životnoga vijeka: od proizvodnje i prijevoza do odlagališta ili oporabilišta. Naše su plastične (PET) boce među najlakšima na tržištu – teže samo 15 grama te su za trećinu lakše od svojih prethodnica.

Boca *Ultra-Glass*, koja ima trećinu manje stakla, upotrebljava se u Hrvatskoj te u 16 drugih država u kojima posluje Skupina Coca-Cola Hellenic.

POVEĆAVANJE KOLIČINE AMBALAŽE NAČINJENE OD OPORABLJENOGA MATERIJALA I PROMICANJE OPORABE

Spremnici naših pića načinjeni su uglavnom od materijala koje je moguće oporabiti: PET plastike, aluminijske, čelika i stakla. Budući da su ti materijali među materijalima koji se najčešće oporabljaju, drugi način na koji možemo smanjiti utjecaj svoje ambalaže jest promicanje izrade ambalaže od oporabljenoga materijala. Naše aluminijske limenke i staklene boce već sada sadržavaju do 60 % oporabljenoga materijala. Uporaba oporabljene PET plastike za naše boce predstavlja izazov i kad je riječ o dostupnosti i kad je riječ o troškovima. Iako se PET plastika uglavnom oporabljuje, jeftinije je i lakše usmjeravati je u industrije tepiha i odjeće, za koje ne treba ispunjavati standarde visoke kvalitete koja je nužna za spremnike za hranu. Naša punioničarska skupina u sedam država upotrebljava do 15 % oporabljene PET plastike. U Hrvatskoj radimo na uvođenju uporabe oporabljene plastične ambalaže.

Izvjешća dviju europskih udruga pokazuju da je količina plastične ambalaže prikupljene za oporabu u Europi prošle godine porasla za više od 6 %, a prikupljeno je gotovo 1,5 milijuna tona plastične

ambalaže. Udruga Petcore i EuPR izvijestile su da je u 2010. prikupljeno 1,45 milijuna tona plastične ambalaže, što je 6,5 % više u odnosu na 2009. Naša matična tvrtka, Skupina Coca-Cola Hellenic, jedna je od začetnica osnivanja udruga za oporabu ambalaže u 19 država u kojima posluje. Procjenjuje se da je u 2010. oporabljeno 79 000 tona plastičnih boca koje su sadržavale proizvode Skupine Coca-Cola Hellenic. Znatno smo unaprijedili i postupke odvajanja korisnoga otpada pogodnoga za oporabu: postotak oporabljenoga otpada porastao je s 86,91 % u 2008. na 92,66 % u 2010., a taj postotak povećanja udjela oporabljenoga u proizvedenome otpadu jasan je pokazatelj da je smanjena i količina ukupno proizvedenoga otpada. Također, uporabom oporabljenoga granulata za vlastitu proizvodnju plastičnih boca godišnje ispuštamo 20 tona PET materijala manje u okoliš, a tih 20 tona je 0,5 % ukupne proizvodnje PET-a.

SMANJIVANJE KOLIČINE PROIZVODNOGA OTPADA

Osim što smanjujemo otpad od spremnika svojih pića, potičemo oporabu i na najmanju mjeru smanjujemo otpad u svojim punionicama. Proizvedeni je otpad u odnosu na 13,43 g/lpb u 2008. godini

smanjen na 8,89 g/lpb u 2010. godini. Tako veliko smanjenje proizvedenoga otpada u prvome je redu rezultat stalnoga smanjivanja količine PET sirovine upotrijebljene u proizvodnji PET boca. Poboljšanja su postignuta u svim dijelovima proizvodnih procesa, što se odražava i na smanjenje količina upotrijebljenoga repromaterijala.

Količina proizvedenoga komunalnog otpada koji završava na odlagalištima smanjena je. Godine 2008. 285 tona, a 2010. 115 tona otpada završilo je kao komunalni otpad. Količina proizvedenoga opasnog otpada u 2010., uključujući električni i električni otpad, bila je 34,21 tona. Sav se opasni otpad zbrinjava sukladno zakonskim propisima. Od kraja 2008. proizvedeni mulj od biološke obrade otpadnih voda predaje se ovlaštenome odlagalištu te se upotrebljava kao korisna organska sirovina.

Time smo u velikoj mjeri racionalizirali upravljanje otpadom jer je mulj prije zbrinjavan u inozemnim spalionicama. Početkom 2011. godine u Punionici Gotalovec izgrađeno je novo privremeno skladište otpada u kojemu su poduzete sve najstrože sigurnosne mjere pri skladištenju svih vrsta otpada. Skladište je sagrađeno na nepropusnome betonu, a u slučaju izlivanja upotrebljavaju se sigurnosne posude. Osim toga, skladište je natkriveno i pod stalnim je nadzorom.

Očuvanje zdravlja potrošača

Tijekom proizvodnje provodimo stalna ispitivanja sastojaka i gotovih proizvoda u posebnim laboratorijima za nadzor nad kvalitetom. Kvalitetu svojih proizvoda nastojimo osigurati i nakon što oni napuste punionice.

NAŠ PRISTUP

Povjerenje svojih kupaca i potrošača možemo zadržati jedino dosljedno visokom kvalitetom svojih napitaka. Stoga je svaka faza proizvodnoga procesa predmetom strogoga nadzora. Cjelokupnim proizvodnim lancem nastojimo upravljati tako da stalno nadziremo kvalitetu svakoga pojedinog proizvodnog procesa, što uključuje i nadzor nad kvalitetom dobavljača. Tijekom proizvodnje provodimo stalna ispitivanja sastojaka i gotovih proizvoda u posebnim laboratorijima za nadzor nad kvalitetom. Kvalitetu svojih proizvoda nastojimo osigurati i nakon što oni napuste punionice, nasumičnim ispitivanjima na tržištu kako bismo mogli iz prodaje povući i zamijeniti proizvode ako ne zadovoljavaju naše stroge standarde kvalitete, čak i kad su sigurni za konzumaciju.

Naše punionice u Republici Hrvatskoj posluju u skladu s međunarodnim standardima. Naš integrirani sustav upravljanja uključuje ISO 9001:2008, ISO 22000:2005, sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu prema

zahtjevima standarda OHSAS 18001:2007 i *Analizu opasnosti i kritične kontrolne točke* (HACCP). U odnosu na prethodno izvješće, tijekom izvještajnoga razdoblja uspješno smo uveli i potvrdili sustav osiguranja sigurnosti hrane ISO 22000:2005 i ISO 9001:2008. te sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu OHSAS 18000:2007. Konačno, sve su naše punionice podvrgnute neovisnoj godišnjoj provjeri kvalitete koju provodi The Coca-Cola Company. Tijekom izvještajnoga razdoblja nije zabilježen nijedan slučaj povlačenja naših proizvoda zbog zdravstvenih problema potrošača.

ZDRAVLJE POTROŠAČA

Današnji potrošači pokazuju sve više zanimanja za zdravlje i kvalitetu života. Promjena životnoga stila i zabrinutost zbog pretilosti upućuju na to da ljudi žele veći izbor niskokaloričnih proizvoda i proizvoda koji dodatno pridonose zdravlju i fizičkoj pripremljenosti. Ljudi očekuju više podataka o sastojcima i prehrambenoj vrijednosti hrane i napitaka koje konzumiraju.

COCA-COLA 55,9 %

FANTA 11,5 %

BISTRA 7,9 %

NESTEA 6,2 %

SCHWEPPES 4,8 %

SPRITE 4 %

CAPPY 3,7 %

OSTALI 6 %



Osim toga, roditelji i učitelji žele nadzirati prehranu i životni stil djece za koju se brinu.

Te različite potrebe zadovoljavamo na mnogo načina:

- širim izborom napitaka: nudimo više niskokaloričnih napitaka s pozitivnim učinkom na zdravlje
- podacima o prehrambenoj vrijednosti: dajemo više podataka o sastojcima i prehrambenoj vrijednosti svojih napitaka
- odgovornom prodajom i promidžbom: slušamo roditelje i odgajatelje kako bismo bili sigurni da ćemo mladim ljudima ponuditi napitke na odgovoran način
- promicanjem aktivnih životnih stilova: potičemo ljude da češće vježbaju nudeći im mogućnosti za to.

Osim gaziranih napitaka nudimo i veliki izbor negaziranih napitaka, kao što su voćni sokovi, voda i gotovi čajevi. Nudimo niskokalorične napitke i napitke bez kalorija, kao što je Coca-Cola Zero, te napitke koji pozitivno djeluju na zdravlje, kao što je Cappy.

Potrošačima želimo dati jasne i lako razumljive podatke o prehranbenim vrijednostima svojih proizvoda. Za održavanje poželjne tjelesne težine potrošačima su najvažniji podaci o energijskoj vrijednosti hrane i pića.

Ističemo da u našim napicima nema umjetnih okusa, boja i konzervansa. Primjerice, Coca-Cola ne sadržava dodatne konzervanse ni umjetne arome; nikad ih nije sadržavala niti će ih ikad sadržavati.

Dodatne podatke možete pronaći na našoj mrežnoj stranici i u tiskanim materijalima te dobiti na potrošačkoj infoliniji. Tijekom izvještajnoga razdoblja nije zabilježen slučaj nepridržavanja propisa i neobvezujućih kodeksa u vezi s utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost.

Svi naši proizvodi sadržavaju podatke o sastojcima i tablicu prehrambenih vrijednosti koja uključuje podatke o energijskoj vrijednosti i masnoćama. Nadalje, pića niske energijske vrijednosti, pića bez kalorija i pića bez konzervansa jasno su označena. Do kraja 2009. godine na deklaracije za sva gazirana osvježavajuća pića uvedene su i posebne tablice s podacima o prehrambenoj vrijednosti porcije te uz svaki istaknuti sastojak postotak od njegova preporučenoga dnevnog unosa (GDA – *Guideline Daily Amounts*). U skladu s politikama svoje matične tvrtke ne upotrebljavamo genski modificirane sastojke ni sastojke koji potječu od genski modificiranih organizama, što se

potvrđuje certifikatima pri svakoj isporuci glavnih sirovina (koncentrata, šećera, ugljikova dioksida). Osim podataka o prehrambenoj vrijednosti svi naši proizvodi sadržavaju i upute o pravilnome odlaganju ambalaže nakon uporabe, tj. konzumacije. Tijekom izvještajnoga razdoblja nije zabilježeno nepridržavanje propisa i dobrovoljnih kodeksa povezano s podacima o proizvodu i usluzi te označivanjem.

Iako se u našim napicima može uživati kao dijelu svakodnevnne zdrave prehrane, poštujemo želju roditelja i odgajatelja da nadziru prehranu i životni stil djece. U potpunosti se pridržavamo obaveza koje su definirali Savez europskih udruženja proizvođača bezalkoholih pića UNESDA i Platforma Europske unije za reguliranje prehrane, tjelesnu aktivnost i zdravlje, a koje su sastavni dio našega *Kodeksa oglašavanja*. Poštujući te obveze ne promičemo i ne prodajemo gazirane napitke u osnovnim školama. U školama koje pohađaju djeca starija od 12 godina s odgajateljima i roditeljima dogovaramo koji su napici najprikladniji. U Europskoj uniji UNESDA provodi neovisan nadzor nad smjernicama kako bi provjerila pridržava li se industrija tih obaveza kojih

se mi pridržavamo u Republici Hrvatskoj.

Pomaganje pri određivanju energijskog unosa putem hrane i pića samo je jedan dio takozvane energijske formule. Kako bi održali zdravu tjelesnu težinu, ljudi moraju izgarati unesene kalorije fizičkom aktivnošću. U suradnji s vladinim organizacijama, stručnjacima za sport i nutricionizam te ostalima podržavamo tjelesnu aktivnost, primjerice promičemo biciklizam (projekt *Bistra i bicikl* i *Bistrine sportske igre mladih*) i programe izobrazbe o zdravoj prehrani.

RAZMJENA ISKUSTAVA I INFORMACIJA

Cilj nam je biti poželjan poslovni partner za više od 31 000 trgovina, restoracija, supermarketa, lanaca diskonta i drugih trgovina u kojima se prodaju naši proizvodi. Suradujemo s njima kako bismo im pomogli pri širenju njihova poslovanja. Iako veliki međunarodni lanci obuhvaćaju sve veći dio našega poslovanja, podupiremo i manje, neovisne trgovine.

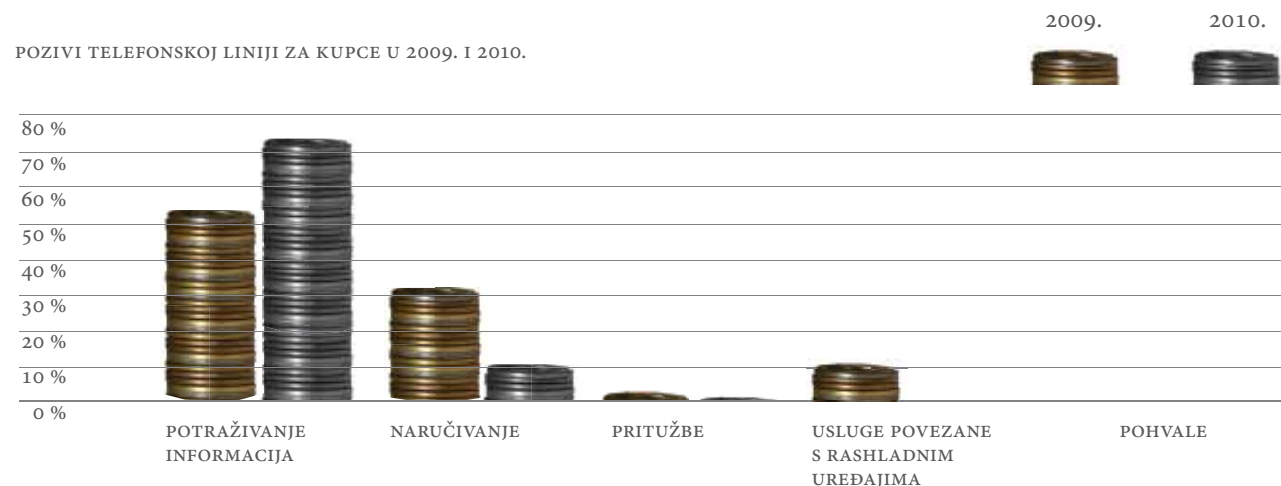
Naš program osposobljavanja koji predano provodimo pomaže vlasnicima i voditeljima trgovina prehrambenih proizvoda i malih supermarketa da dobiju uvid u ponašanje kupaca i u industriju napitaka. Coca-Cola HBC Hrvatska pokrenula je program pod nazivom Coca-Colin klub radi očuvanja partnerskih odnosa i uspostavljanja dugotrajne suradnje s malim neovisnim trgovinama. Dodatni je čimbenik uspješnoga odnosa s kupcima i potrošačima razmjena informacija i pravodobno odgovaranje na upite i komentare s tržišta. Kako je već navedeno, osim izravne razmjene informacija s kupcima i potrošačima na prodajnim mjestima i neovisne provjere prodajnih mjesta koju provodi The Coca-Cola Company, telefonski je kontakt iznimno važan dio komunikacije s tržištem. Pritom poštujemo privatnost potrošača te ne prodajemo ni ne razmjenjujemo podatke. S potrošačima se kontaktira jedino ako za to daju svoj pristanak koji mogu povući u bilo kojem trenutku. Naš računalni program također podržava tu politiku te ima ugrađenu zaštitu koja osigurava podatke od krađe ili uporabe u druge svrhe. U ovome izvještajnom

razdoblju nije bilo pritužaba povezanih s kršenjem privatnosti potrošača, a nisu zabilježeni ni neželjeni događaji koji se odnose na gubitak podataka o potrošačima ili uporaba tih podataka u druge svrhe.

Podatke o kvaliteti svojih proizvoda i usluga prikupljamo i provođenjem godišnje ankete o zadovoljstvu kupaca. Tijekom izvještajnoga razdoblja

provedene su dvije ankete na nacionalnoj razini. Tijekom 2009. provedena je anketa tijekom listopada i studenoga na reprezentativnome uzorku od 453 kupca različitih profila. Iduće, 2010. godine, provedena je anketa tijekom rujna i listopada na uzorku od 318 kupaca. Cilj je tih istraživanja opisati odnose s kupcima te prepoznati ključne točke zadovoljstva ili nezadovoljstva našim proizvodima ili uslugama.

POZIVI TELEFONSKOJ LINIJI ZA KUPCE U 2009. I 2010.



SAŽETAK GLAVNIH ZAKLJUČAKA ISTRAŽIVANJA TIJEKOM IZVJEŠTAJNOGA RAZDOBLJA 2009. – 2010.

2009.	2010.
PREDNOSTI <i>Prodajna snaga</i> → jednostavno i prilagodljivo naručivanje <i>Marketinška podrška</i> → savjetovanje kupaca o novim trendovima i o navikama potrošača usmjereno povećanju prodaje <i>Poslovna politika</i> → jasna politika cijena <i>Tehnička podrška i oprema</i> → kvalitetna i pouzdana oprema	PREDNOSTI <i>Marketinška podrška</i> → savjetovanje kupaca o novim trendovima i o navikama potrošača usmjereno povećanju prodaje <i>Tehnička podrška i oprema</i> → kvalitetna i pouzdana oprema
PODRUČJA ZA POBOLJŠANJE <i>Poslovna politika</i> → prilagodljivost u pregovaranju → omogućivanje dodatnih rabata <i>Marketing</i> → savjetovanje kupaca o upravljanju prostorom i kategorijama proizvoda <i>Prodajna snaga</i> → razumijevanje za potrebe, pitanja i probleme → ljubaznost, dostupnost i pouzdanost prodajnog osoblja → učestalost obilaska	PODRUČJA ZA POBOLJŠANJE <i>Poslovna politika</i> → jasna poslovna politika → prilagodljivost u pregovaranju → uvjeti plaćanja → omogućivanje dodatnih rabata <i>Marketing</i> → marketinška i promocijska podrška koja bi kupcima pomogla da povećaju ukupnu prodaju <i>Prodajna snaga (izvedba prodajnog osoblja ključna je na prodajnome mjestu)</i> → razumijevanje za potrebe, pitanja, probleme → pouzdanost i ljubaznost osoblja iz prodaje → savjetovanje kupaca o novim poslovnim prilikama

Namjera je djelovati kako bi se prepoznate slabosti otklonile u budućnosti. Dakako, to nije uvijek moguće jer u velikome djelu ovisimo o gospodarskim uvjetima u kojima poslujemo, ali svakako ustrajemo na ispravljanju nedostataka prilagodbom svojim kupcima.

VJEKOSLAV GREGORVIČ

stolnotenisač, r. 1969. // kat. 6 //

2009. ITT PTT-ovo Europsko prvenstvo u stolnome
tenisu, Genova, Italija: **srebro** (momčadski)



Razvoj zaposlenika

Radno mjesto svakoga zaposlenika mora ispuniti i nadmašiti prosječna s njim povezana očekivanja te pružiti mogućnosti za razvoj karijere. Zakonske obveze temelj su našega pristupa svakomu radnom mjestu. Naši su naponi usmjereni neprekidnomu poboljšavanju zdravoga i sigurnoga radnog okružja, što uključuje nastojanja da se smanje rizici od nesreća i ozljeda, a zdravstveno osiguranje učini dostupnim svim našim zaposlenicima, uz nepostojanje tolerancije prema diskriminaciji.

NAŠ PRISTUP

Politika upravljanja ljudskim potencijalima naše tvrtke u Republici Hrvatskoj jamči privlačenje najboljih ljudi koji će dugoročno pridonijeti održavanju vodećega mjesta na tržištu.

Zakonski propisi u Republici Hrvatskoj usuglašeni su s europskom praksom jamčenja nediskriminacije i jednakih mogućnosti. Politike i pravila naše matične tvrtke dodatno su jamstvo poštovanja međunarodnih i nacionalnih standarda. U 5. članku našega *Izvešća o ljudskim pravima*, sastavljenoga u skladu s politikama The Coca-Cola Company i Skupine Coca-Cola Hellenic, naša se tvrtka nedvosmisleno obvezala na nediskriminaciju na osnovi rase, društvenoga statusa, etničkoga podrijetla, religije, invalidnosti, spola, spolne orijentacije, članstva u sindikatu, političkoga mišljenja i starosti. Izričito se izjavljuje da tvrtka neće dopustiti ponašanja, djelovanja ili geste koji se razumijevaju kao spolno uznemiravanje. Radeći u europskome okružju, nismo utvrdili nikakav izravan rizik kad je riječ o dječjemu radu, prisilnome ili

obveznome radu. Primjenom smjernica usmjerenim dobavljačima prenosimo na njih svoju praksu i vrijednosti, a njima se vodimo i pri odabiru budućih dobavljača ili suradnika. Praksa je tvrtke korištenje unutrašnjim kapacitetima te se u skladu s tim, kad god je to moguće, daje prednost unapređivanju i zapošljavanju postojećih zaposlenika. Zapošljavanje novih zaposlenika u prvome je redu usmjereno nacionalnomu tržištu rada jer se putem naših internetskih stranica omogućuje stalno prijavljivanje potencijalnih zaposlenika.

Kodeks poslovnoga ponašanja koji se primjenjuje u Coca-Coli HBC Hrvatska daje smjernice za održavanje pravnih i etičkih standarda koji štite imovinu i ugled Coca-Cole HBC Hrvatska. On se odnosi na sve direktore i zaposlenike bez obzira na njihovo radno mjesto, tj. svi moraju poštovati *Kodeks* i pridržavati se smjernica navedenih u njemu. Svaki zaposlenik dobio je svoj primjerak *Kodeksa* nakon radionice za nove zaposlenike u Coca-Coli HBC Hrvatska, a prihvatanje smjernica potvrdio je svojim potpisom. Kršenje *Kodeksa* za posljedicu ima provođenje stegovnih mjera u skladu s prirodom i pojedinostima određene povrede.

Također, svaka se dva tjedna elektroničkim putem šalju obavijesti o pojedinim područjima *Kodeksa*, koji služe kao podsjetnik svim zaposlenicima kako se treba ponašati u određenim situacijama. *Kodeks* obuhvaća sljedeća područja:

- sukob interesa
- financijsku evidenciju
- mogućnosti tvrtke i korištenje njezinom imovinom
- pravično poslovanje
- suradnju s vlastima
- zaštitu podataka
- zaštitu okoliša
- sigurnost na radu.

Kodeks poslovnoga ponašanja matične tvrtke i naši unutrašnji pravilnici predviđaju jasne i nedvosmislene mjere u slučaju kršenja pravila ponašanja ili discipline. Nužan je preduvjet disciplinskih ili s njima povezanih mjera objektivnost i obuhvaćanje svih područja u kojima može doći do kršenja radne discipline.

Tvrtka je imenovala povjerenike koji posreduju kad postoji sumnja na zlostavljanje na radnome mjestu ili potreba za zaštitom „zviždača“. Postojeći pravilnici jasno pokazuju i određuju tko je uključen u kojemu slučaju te koji su mu zadaci, a cilj je postizanje najvišega stupnja jasnoće.

U ozbiljnim slučajevima krajnja je mjera pokretanje sudskoga postupka. Za vrijeme izvještajnoga razdoblja nije bilo prijavljenih incidenata povezanih s diskriminacijom, ozbiljnim kršenjem jednakih mogućnosti za sve zaposlenike ili kršenjem ljudskih prava zaposlenika.

Coca-Cola HBC Hrvatska među prvima je u Hrvatskoj dobila certifikat izvrsnosti u upravljanju ljudskim potencijalima pod nazivom *Poslodavac partner*, koji dodjeljuju internetski portal Moj posao i Grupa SELECTIO. Certifikat *Poslodavac partner* dodjeljuje se za kvalitetno upravljanje ljudskim potencijalima organizacijama koje zadovolje unaprijed postavljene zahtjeve, a na temelju bodovanja kvalitete sljedećih područja i procesa:

- strategije
- kriterija odabira novih zaposelnika
- rada, motivacije i nagrađivanja
- usavršavanja i razvoja
- odnosa prema zaposlenicima.

Naš je trud potvrđen osvajanjem nagrada za poslodavaca 2010. godine prema izboru internetskoga portala Moj posao. Coca-Cola HBC Hrvatska proglašena je jednim od pet najboljih poslodavaca, najpoželjnijih pri zapošljavanju, te jednom od najboljih tvrtka u kategoriji robe široke potrošnje (FMCG). Time smo se još jednom potvrdili kao tvrtka koja zadovoljava sve standarde upravljanja ljudskim potencijalima, a ujedno stvorili mogućnost da se najboljemu kadru nametnemo kao poslodavac prvoga izbora.



Krajem 2010. godine u našoj su tvrtki radila 672 zaposlenika, što je 25 zaposlenika manje nego 2008. i 23 zaposlenika manje nego 2009. godine. Smanjenje je posljedica promjena radnih uvjeta, tehnoloških potreba sistematizacije rada te promjene tržišnih kretanja. Punionice u Zagrebu i Solinu organizacijske su jedinice s najvećim brojem zaposlenika. Od ukupnoga broja zaposlenika oko 20 % su žene, dok je udio zaposlenika do 30 godina u 2010. godini bio oko 20 %, zaposlenika starijih od 31 i mlađih od 50 godina 70 % te starijih od 51 godine oko 10 %.

GODINA	ORGANIZACIJSKA JEDINICA	ODREĐENO RADNO VRIJEME	NEODREĐENO RADNO VRIJEME	UKUPNO
2009.	Gotalovec	0	28	28
	Metković	1	9	10
	Požega	9	41	50
	Rijeka	7	45	52
	Solin	14	113	127
	Zagreb	52	376	428
	Ukupno	83	612	695
2010.	Gotalovec	0	25	25
	Metković	2	8	10
	Požega	8	41	49
	Rijeka	4	47	51
	Solin	11	111	122
	Zagreb	52	363	415
	Ukupno	77	595	672

DOB (GODINE) I UDJELI								
GODINA	SPOL	DO 30		31 – 50		VIŠE OD 51		UKUPNO
2009.	M	102	18 %	394	70 %	64	11 %	560
	Ž	44	33 %	84	62 %	7	5 %	135
	UKUPNO	146		478		71		695
2010.	M	93	17 %	381	71 %	62	12 %	536
	Ž	36	26 %	90	66 %	10	7 %	136
	UKUPNO	129		471		72		672

Udio zaposlenika zaposlenih na neodređeno vrijeme u ukupnome broju zaposlenika tijekom izvještajnog razdoblja iznosio je 88 %, što je na razini 2009. godine. Većina zaposlenika na određeno vrijeme zaposlena je tijekom ljetne sezone kad porast potražnje zahtijeva dodatno zapošljavanje na radnim mjestima u proizvodnji i distribuciji.

	2009.		2010.	
	RADNO VRIJEME		RADNO VRIJEME	
	ODREĐENO	NEODREĐENO	ODREĐENO	NEODREĐENO
Zagreb / Gotalovec	11 %	89 %	12 %	88 %
Solin / Metković	11 %	89 %	10 %	90 %
Požega	18 %	82 %	16 %	84 %
Rijeka	13 %	87 %	8 %	92 %
UKUPNO	12 %	88 %	11 %	89 %

Tijekom izvještajnog razdoblja prosječna je stopa pokretljivosti zaposlenika bila veoma niska. U 2009. godini iznosila je 5,63 %, dok je u 2010. godini iznosila 3,86 %.

		2009.		2010.	
		DOŠLI	OTIŠLI	DOŠLI	OTIŠLI
Spol	žene	10	12	13	12
	muškarci	61	61	56	81
Područje	Zagreb / Gotalovec	35	34	34	49
	Požega	5	3	3	4
	Rijeka	11	12	8	11
	Solin / Zadar / Metković	20	24	24	29
Dob	do 30	48	35	44	33
	31 – 51	23	29	25	47
	više od 51	0	9	0	13



KRISTINA IVANKOVIĆ

atletičarka, r. 1992. // kat. F 12 //

2006. IPC-ove Juniorske atletske igre,
Assen, Nizozemska: **zlato** (bacanje kugle)

// 2011. IBSA-ino Svjetsko atletske
prvenstvo, Antalya, Turska: **bronca**
(bacanje kugle)

Postupak zapošljavanja usmjeren je oglašavanju na tržištu rada Hrvatske. Sukladno tomu, udio domaćega stanovništva u 2009. godini bio je gotovo 100 %. U 2010. godini strani su državljani bili zaposleni na radnim mjestima glavnoga direktora te direktora Odjela za operativne poslove i voditelja Službe za poslovno planiranje.

Sukladno potrebama iz plana zapošljavanja određuju se kriteriji prema kojima se uređuje postupak zapošljavanja. Utvrđuje se postoji li potreba za zaposlenikom na neodređeno radno vrijeme, na određeno radno vrijeme ili je riječ o sezonskome poslu. Ovisno o vrsti potrebe za zapošljavanjem provodi se unutrašnje ili vanjsko oglašavanje. U 2009. i 2010. godini postotak radnih mjesta popunjenih temeljem unutrašnjega oglašavanja iznosio je više od 80 %. Služba za poslovnu podršku i razvoj zaprima ponude kandidata te se one uvrštavaju u podatkovnu bazu potencijalnih zaposlenika iz koje se biraju kandidati koji najbolje odgovaraju kriterijima za radno mjesto. Uobičajeni postupak odabira uključuje razgovore i testiranja kandidata, čime učinkovito privlačimo najbolje kandidate za radna mjesta u svojoj tvrtki. Društveno odgovorno ponašanje podrazumijeva i da se brinemo za svoje bivše zaposlenike i za svoje

umirovljenike te da ne pravimo razliku između zaposlenika na neodređeno i određeno vrijeme. Sve povlastice koje imaju zaposlenici koji rade puno radno vrijeme zajamčene su i zaposlenicima koji rade privremeno ili imaju djelomično radno vrijeme. Svim smo zaposlenicima tijekom izvještajnoga razdoblja nudili različite popuste za rekreaciju, povoljnije uvjete dobivanja kredita u određenim bankama te različite popuste u prodavaonicama odjeće i obuće. Sustav nagrađivanja, aktivan dijalog u procesima preustroja i poticanje dobrih međuljudskih odnosa stvaraju okružje koje sve zaposlenike potiče u ostvarivanju najboljih rezultata.

	2009.	2010.
Neto plaće	69 328 000	68 901 000
Doprinosi od / za	57 843 000	56 895 000
Ostali izdaci ¹	4 130 000	2 951 000
Ukupno	131 301 000	128 747 000

¹ Odnosi se na otpremnine, svi iznosi u HRK.

Ukupan iznos neto plaća u 2010. godini smanjen je zbog smanjenja prihoda od prodaje i gospodarske

i financijske krize u Hrvatskoj, što je uvjetovalo smanjenje troškova poslovanja. Valja napomenuti da najniža osnovna plaća prema *Kolektivnome ugovoru* iznosi 3 588,89 kuna i da je to osnovica za utvrđivanje osnovne plaće pojedinoga radnog mjesta sukladno složenosti posla. Osnovna plaća utvrđuje se prema radnome mjestu, što znači da ostaje ista neovisno o spolu ili kojoj drugoj značajki zaposlenika na tome radnom mjestu. Osnovna plaća za pojedino radno mjesto utvrđuje se množenjem osnovne plaće pripadajućim koeficijentom radnoga mjesta sukladno sistematizaciji radnih mjesta i na nju se dodaju ostali elementi plaće, u koje ulaze naknade poput bonusa na minuli rad, troškovi prehrane, naknade za smjenski rad, noćni rad, rad blagdanom i prekovremeni sati. Omjer je standardne početne plaće pripravnika u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska i najniže osnovne plaće određene Zakonom o minimalnoj plaći 2,67. Omjer je najniže plaće u tvrtki Coca-Cola HBC Hrvatska i najniže osnovne plaće definirane Zakonom o minimalnoj plaći 1,32. Za usporedbu je koristan podatak da je prosječna mjesečna bruto plaća u prerađivačkim djelatnostima u 2008. godini iznosila 6 455 kuna (podaci iz ljetopisa Državnoga zavoda za statistiku za 2010. godinu), što je manje od prosječne bruto plaće u Republici Hrvatskoj u 2008. godini, koja

je iznosila 7 507 kuna. Prosječna bruto plaća u 2010. iznosila je 10 829,76 kuna, što je smanjenje u odnosu na prosječnu bruto plaću u 2009. godini koja je iznosila 11 286,21 kuna. Za usporedbu: 2008. prosječna je bruto plaća iznosila 10 695 kuna. Prosječna pripravnička bruto plaća iznosi 7 815,99 kuna.

Omjer osnovne plaće muškaraca i žena pokazuje da žene u prosjeku imaju 8 % višu plaću od muškaraca. Razlog je u strukturi i spolnoj razdiobi radnih mjesta unutar tvrtke. U prosjeku je više žena zaposleno na administrativnim radnim mjestima poput računovodstva, a više muškaraca na operativnim i terenskim radnim mjestima u prodaji ili proizvodnji. Međutim, kad je riječ o ukupnoj naknadi koja nije prikazana, ukupni su iznosi naknade muškarcima viši od iznosa naknada ženama zbog veće naknade za rad na operativnim i terenskim radnim mjestima. Primjerice, prodajni predstavnik prima mjesečni bonus, mjesečnu naknadu za terenski rad i ima pravo korištenja službenim automobilom. Prekovremeni se rad redovito isplaćuje. Povlastice nisu povezane s radnim mjestom te su dostupne svim zaposlenicima.

Mirovinski sustav u Republici Hrvatskoj uređen je zakonom u skladu s kojim je tvrtka obvezna redovito

uplaćivati sredstva generacijske solidarnosti. Pod pojmom generacijske solidarnosti podrazumijeva se I. stup mirovinskoga osiguranja u koji svi zaposlenici izdvajaju 15 % svoje bruto plaće za mirovine sadašnjih umirovljenika. Nekim je zaposlenicima zakonom omogućeno izdvajanje sredstava u takozvani II. mirovinski stup uplatom na osobne račune u mirovinskim fondovima. Visina je doprinosa za uplate u obvezne mirovinske fondove 5 % bruto plaće (u tome slučaju obvezna je uplata 10 % bruto plaće u I. stup), dok se u dobrovoljne mirovinske fondove mogu uplaćivati sredstva prema visini i dinamici koje određuje član fonda osobno. Visina mirovine nije unaprijed određena, nego ovisi o visini uplaćenih doprinosa te o prinosu od ulaganja uplaćenih doprinosa. Zakonom je dakle predviđeno da svaki zaposlenik sudjeluje u jednome od modela mirovinskoga sustava, a tvrtka redovito podmiruje navedene obveze agencijama i institucijama mirovinskoga sustava. Pritom nema iznimaka u mirovinskim obvezama prema zaposlenicima, što znači da su svi zaposlenici uključeni u mirovinski sustav.

Coca-Cola HBC Hrvatska ustrajna je u vođenju poslovanja u skladu s najvišim etičkim standardima i svim pozitivnim propisima. Tu poslovnu politiku koja je temeljna smjernica našega poslovanja pretočili smo

u *Kodeks poslovnoga ponašanja*, koji je sastavni dio unutrašnjega akta društva – *Pravilnika o radu*. *Kodeks poslovnoga ponašanja* sastavljen je tako da omogućuje sveobuhvatno i jasno razumijevanje ponašanja koje se zahtijeva od svih naših zaposlenika bez obzira na njihovo radno mjesto, a primjenjuje se na sve direktore, rukovoditelje i zaposlenike Coca-Cole HBC Hrvatska. Njime su propisane naše osnovne vrijednosti i niz smjernica za ispravno ponašanje predstavnika Coca-Cole HBC Hrvatska. Osnovna poruka *Kodeksa poslovnoga ponašanja* može se svesti na sljedeće: svaki je zaposlenik, kao predstavnik tvrtke, dužan uvijek postupati pošteno, obzirno i etično.

Kodeks propisuje da nitko od radnika nije ovlašten provoditi radnje koje bi mogle biti povezane s korupcijom ili na bilo koji način naštetiti ugledu tvrtke. U slučaju povrede koje odredbe *Kodeksa poslovnoga ponašanja*, pa tako i odredaba koje se odnose na korupciju, provode se unutrašnji postupci te primjenjuju mjere u skladu sa *Zakonom o radu*. Tijekom izvještajnoga razdoblja nisu zabilježene radnje povezane s korupcijom.

Sukladno smjernicama *Kodeksa poslovnoga ponašanja* tvrtka primjenjuje politiku nepostojanja tolerancije prema bilo kojemu obliku diskriminacije i nejednakosti na radnome mjestu. Unutrašnja je politika Coca-Cole HBC Hrvatska da ne zapošljava maloljetne osobe, tj. osobe mlađe od 18 godina. Iznimka su učenici primljeni na praksu koju u okviru svojega srednjoškolskog obrazovanja imaju praktičnu nastavu, s tim da se to provodi na izričit zahtjev i po preporuci škole koju ti učenici pohađaju. Dječji je rad strogo zabranjen pozitivnim zakonskim propisima u Hrvatskoj, čega se Coca-Cola HBC Hrvatska pridržava. Temelji naše tvrtke i njezina poslovanja isključuju svaku mogućnost postojanja poslovnih djelatnosti koje uključuju prisilni ili obvezni rad i opasnost od njihova pojavljivanja te jamče da one ne postoje. Kategorija starosjedilačkoga stanovništva ne postoji na području Republike Hrvatske, a slijedom toga ni u Coca-Coli HBC Hrvatska te nema dokumentacije o kršenju takvih prava.

Ipak valja upozoriti na mogućnost koja je legitimno dana poslodavcu, a koja se odnosi na mogućnost preraspodjele radnoga vremena. Pod tim se pojmom podrazumijeva da se, u slučaju kad vrsta posla to zahtijeva, puno ili nepuno radno vrijeme može

preraspodijeliti tako da tijekom jednoga razdoblja traje duže, a tijekom drugoga razdoblja kraće od punoga radnog vremena. U tvrtki se primjenjuje preraspodjela radnoga vremena uz poštovanje zakonskih uvjeta i ograničenja za njezino provođenje, a s obzirom na vrstu i posebnosti poslovne djelatnosti.

Kad je riječ o području sigurnosti, ističemo da Coca-Cola HBC Hrvatska nema zaposlenih zaštitara. Sve poslove zaštite obavljaju tvrtke koje nude usluge zaštitarskoga osoblja. U programe redovitih radionica namijenjenih zaštitarskome osoblju do ovoga izvještajnoga razdoblja nismo uključivali područja ljudskih prava ni svoje društvene odgovornosti, ali su tijekom njega i ta područja uvedena.

KOLEKTIVNO PREGOVARANJE I ZASTUPANJE

Sveobuhvatna primjena *Kolektivnoga ugovora*, koji se primjenjuje na sve zaposlenike i obuhvaća sve djelatnosti, isključuje postojanje poslovnih djelatnosti kojima bi se ugrozilo ostvarivanje prava zaposlenika. Drugim riječima, *Kolektivnim ugovorom* i *Zakonom o radu* poslodavcu je zabranjeno ograničavanje prava

zaposlenika na učlanjivanje u sindikat, što Coca-Cola HBC Hrvatska poštuje i primjenjuje.

U Coca-Coli HBC Hrvatska aktivna su dva sindikata, Sindikat zaposlenih u poljoprivredi, prehrambenoj i duhanskoj industriji i vodoprivredi Hrvatske (PPDIV) i Republički sindikat radnika Hrvatske (RSRH). Neki zaposlenici nisu članovi sindikata. Predstavnici sindikata i ostalih zaposlenika aktivno su uključeni u rad Radničkoga vijeća.

Radničko je vijeće predstavničko tijelo svih zaposlenika Coca-Cole HBC Hrvatska, uključujući članove dvaju glavnih sindikata i zaposlenike koji nisu članovi sindikata. Na sastancima Radničkoga vijeća raspravlja se o svim većim predloženim promjenama u poslovanju. Radničko se vijeće sastoji od predstavnika zaposlenika i biraju ga zaposlenici. To tijelo daje mišljenje ili suodlučuje o svim pitanjima važnim za poslovanje. U Vijeću je devet predstavnika zaposlenika, od kojih svi zastupaju mišljenja i prijedloge zaposlenika u Coca-Coli HBC Hrvatska. Na kraju 2010. godine Vijeće se sastojalo od četiriju članova s nezavisne liste, triju članova iz redova PPDIV-a i dvaju članova iz Republičkoga sindikata radnika Hrvatske.

VEDRAN LOZANOV

atletičar, r. 1985. // kat. T 12 //
2006. IPC-ovo Svjetsko atletsko
prvenstvo, Assen, Nizozemska:
zlato (5 000 m) // 2009. IBSA-ino
Europsko otvoreno prvenstvo,
Rhodos, Grčka: **bronca** (5 000 m) //
2011. IPC-ovo Svjetsko atletsko
prvenstvo, Novi Zeland: **4. mjesto**
(5000 m); IBSA-ino Svjetsko
atletsko prvenstvo, Antalya,
Turska: **bronca** (5 000 m)



Odredbe *Kolektivnoga ugovora Coca-Cole HBC Hrvatska* ne sadržavaju posebnu odredbu kojom se propisuje obveza obavješćivanja, ali neovisno o tome to je pitanje uređeno *Zakonom o radu*, kojega se naša tvrtka u svojem poslovanju u cijelosti pridržava. *Zakon* sadržava obvezu poslodavca da najmanje svaka tri mjeseca obavijesti Radničko vijeće o promjenama u poslovanju koje bi mogle znatno utjecati na zaposlenike. Tu zakonsku obvezu prema Radničkomu vijeću Coca-Cola HBC Hrvatska ispunjava i u širem opsegu od zakonom propisanoga, što je rezultat dobrog i jasnoga odnosa naše tvrtke kao poslodavca i Radničkoga vijeća. Važno je naglasiti da Coca-Cola HBC Hrvatska ta izvješća podnosi i u kraćim radobljima od onih koja propisuje zakon. Naime, Coca-Cola HBC Hrvatska održava redovitu komunikaciju s Radničkim vijećem na sastancima koji se održavaju najmanje jednom mjesečno, a po potrebi i češće, ovisno o poslovnim promjenama koje se namjeravaju uvesti u poslovnu strategiju.

Kolektivni ugovor sklopljen između Coca-Cole HBC Hrvatska i sindikata obuhvaća zaštitu zdravlja, sigurnost i zaštitu na radu te uključuje:

1. obvezu poslodavca da pri uvođenju novih tehnologija vodi računa da one ne ugrožavaju

2. pravo zaposlenika da odbije opasan rad i obvezu poslodavca da odmah ukloni neposrednu opasnost za život i zdravlje zaposlenika te rasporedi zaposlenika na drugo odgovarajuće radno mjesto
3. obvezu poslodavca da zaposlenika pri stupanju na rad upozna s mjerama zaštite na radu te korištenjem zaštitnih sredstava
4. obvezu poslodavca da osigura uvjete za pranje i čišćenje tijekom radnoga vremena
5. pravo zaposlenika na zaštitu na radu, to jest provođenje ovih obveza poslodavca usmjerenih stvaranju sigurnih radnih uvjeta rada:

- obveze poslodavca da osigura siguran rad
- obveze poslodavca da izvijesti povjerenika za zaštitu na radu o povredama na radnome mjestu, kolektivnim nesrećama i profesionalnim bolestima
- obveze poslodavca da osigura prethodni i redoviti zdravstveni pregled
- obveze poslodavca da omogući obuku zaposlenika o zaštiti na radu, osobito obuku o zdravstvenoj sigurnosti zaposlenika.

Kolektivni ugovor i unutrašnji pravilnici naše tvrtke štite i osobe mlađe od 18 godina, žene, osobito

trudnice, od osobito teškoga fizičkog rada te rada na poslovima koji bi mogli štetno utjecati na njihovo zdravlje. Uz primjenu svega navedenoga ne smijemo izostaviti da je naše poslovanje usmjereno na postupanje u skladu sa zakonom i svim pozitivnim propisima Republike Hrvatske. Iz svega je vidljivo da Coca-Cola HBC Hrvatska vodi politiku prema kojoj se poslovanje mora odvijati uz brigu o zaštiti zdravlja i sigurnosti zaposlenika i zajednice u kojoj ona djeluje. Zdravo poslovanje popraćeno je brigom za očuvanje sigurne radne sredine.

ZDRAVLJE I SIGURNOST, OBUKA I KOMUNIKACIJA SA ZAPOSLENICIMA

Briga za sigurnost i zdravlje zaposlenika, ponajprije u proizvodnji, jedan je od najvažnijih zadataka naše tvrtke. Tvrtka se ponosi iznimno dobrim rezultatima na području brige za zdravlje i sigurnost zaposlenika te uvelike nastoji oko procjene rizika i sprečavanja rizičnih situacija i radnja. Nadalje, tvrtka redovito prati i nadzire sustave za zdravlje i sigurnost i njihov uspjeh u cilju njihova neprekidnoga poboljšavanja. Proizvodna djelatnost uvijek podrazumijeva rizike.

Sukladno tomu, poduzeli smo niz mjera kako bismo povećali sigurnost svojih zaposlenika i na najmanju moguću mjeru sveli rizik od ozljeda tijekom proizvodnje i u ostalim područjima poslovanja. Stoga svi radnici prolaze posebnu obuku tijekom koje se osposobljavaju za siguran rad te uče o higijeni rada, samopomoći i pružanju prve pomoći. Zakonske odredbe određuju da poslodavci s više od 250 zaposlenika i više pogona, odnosno pogona na više mjesta izvan sjedišta, moraju osnovati središnji odbor za zaštitu na radu čija je zadaća unaprijediti je. Naša je tvrtka ustanovila tri odbora za zaštitu na radu, jedan u Punionici Solin, jedan u Punionici Gotalovec te središnji odbor za zaštitu na radu u Zagrebu. Svi su članovi odbora povjerenici zaposlenika za zaštitu na radu. Naša je tvrtka obrazovala i osposobila devetnaest povjerenika u svim organizacijskim jedinicama. Kako je naznačeno u prethodnome izvješću, sve su naše punionice certificirane, a dobile su i potvrde da rade u skladu s OHSAS 18001 standardom. Time smo upotpunili standarde osiguranja kvalitete i sigurnosti proizvoda te zaštite zdravlja i sigurnosti na radu.

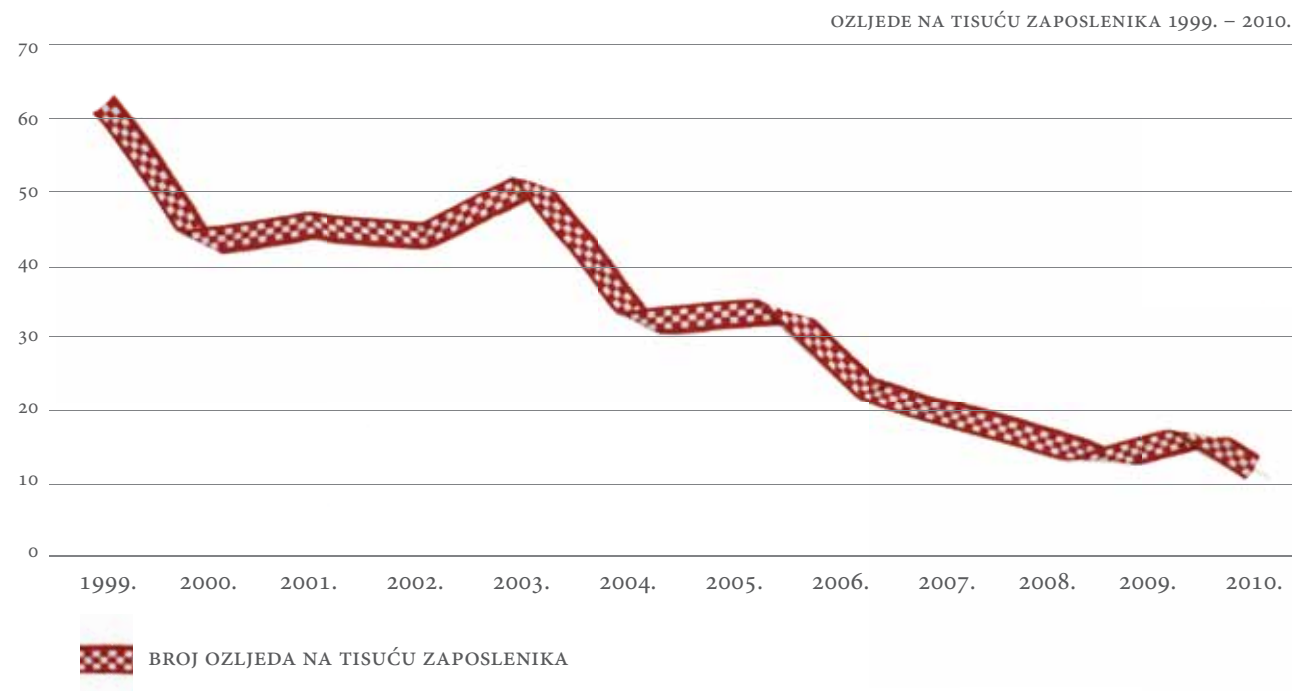
Stupanj standardizacije procesa svrstava nas među vodeće tvrtke u Republici Hrvatskoj, a to mjesto namjeravamo i zadržati. Tijekom 2009. godine zabilježeno je dvanaest lakših ozljeda na radu, od čega šest u prometu. Broj ozljeda ne uključuje neposredne ozljede koje se saniraju pružanjem prve pomoći. Broj ozljeda na 1 000 zaposlenika u Coca-Coli HBC Hrvatska tijekom 2009. bio je 17,01. Broj ozljeda na radu na 1 000 zaposlenika u 2009. u djelatnosti proizvodnje hrane i pića u Republici Hrvatskoj bio je 18,14. U 2010. bilo je sedam ozljeda na radu od kojih je pet bilo u prometu, a dvije su lakše ozljede bile ozljede na radu. Broj ozljeda na 1 000 zaposlenika u Coca-Coli HBC Hrvatska bio je 10,27, dok je broj ozljeda na radu na 1 000 zaposlenika u 2010. u djelatnosti proizvodnje hrane i pića u Republici Hrvatskoj bio 14,16. Budući da je tijekom izvještajnoga razdoblja zabilježeno primjetno povećanje ozljeda na radu, i to u prvome redu u prometu, nakon savjetovanja provedena na Središnjemu odboru proveden je tijekom izvještajnoga razdoblja niz aktivnosti za njihovo sprečavanje.

POKAZATELJ	2009.	2010.
Broj zaposlenika ¹	706	682
Broj ozljeda	12	7
Broj smrtnih slučajeva	0	0
Broj skupnih ozljeda	0	0
Broj ozbiljnih ozljeda ²	2	5
Broj ozljeda na tisuću zaposlenika	17,01	10,27
Odnos između broja ozljeda na tisuću zaposlenika u tvrtki i djelatnosti	0,94	0,73
SORM	1,76	1,06
SID	22,86	76,07
SI	7 600	8 400

Napomena: 1 – prosjek zaposlenika na godišnjoj razini; 2 – ozbiljnim se ozljedama smatraju ozljede koje zahtijevaju oporavak dulji od 30 dana; SORM – stopa ozljeda na radnome mjestu (odnos ukupnoga broja ozljeda i ukupnoga broja odradenih sati); SID – stopa izgubljenih dana (odnos ukupnoga broja izgubljenih dana i ukupnoga broja odradenih sati); SI – stopa izostanaka (odnos ukupnoga broja propuštenih dana ili dana u kojima je zaposlenik izostao s posla i ukupnoga broja odradenih radničkih dana)

Podaci za stopu profesionalnih bolesti nisu dostupni.
Za više podataka vidjeti GRI₃.

Stalno smanjenje broja ozljeda na radnome mjestu jedan je od temelja osiguranja kvalitete uvjeta na radu. Stoga se iznimno ponosimo činjenicom da smo od samih početaka izvješćivanja uspješno smanjili stopu ozljeda, koja je pokazatelj sigurnosti na radnome mjestu. Broj ozbiljnih ozljeda također je znatno smanjen i, što je najvažnije, stalno smo bolji od usporedivih prosjeka u svojoj djelatnosti u Republici Hrvatskoj. U ovome izvješću donosimo stopu izgubljenih dana (SID) revidiranu u odnosu na prethodno izvješće, tj. ispravno izračunanu. Budući da su podaci dostupni, riječ je o tehničkome ispravku. Tijekom izvještajnoga razdoblja zamijećen je porast broja ozljeda povezanih s prometom. Radi poboljšanja učinka, i to u prvome redu podizanjem svijesti o sigurnosti u prometu, održano je devet predavanja o sigurnosti u cestovnome prometu u suradnji s policijskim upravama u Osijeku, Požegi, Zagrebu, Rijeci i Gotalovcu. Predavanjima je nazočilo 117 zaposlenika Coca-Cole HBC Hrvatska i 68 ugovornih prijevoznika. Krajem 2009. organizirani su cjelodnevni tečajevi sigurne vožnje u kojima je sudjelovalo 87 zaposlenika.



JOSIP SLIVAR

atletičar, r. 1970. // kat. F 44 // 2008.
Paraolimpijske igre Peking, Kina: **5. mjesto**
(bacanje kugle) // 2009. IWAS-ovo Svjetsko
atletsko prvenstvo, Bangalore, Indija:
zlato (bacanje kugle) // 2011. IPC-ovo
Svjetsko atletsko prvenstvo, Novi Zeland:
bronca (bacanje kugle); IWAS-ovo Svjetsko
atletsko prvenstvo, Sharjah, UAE: **zlato**
(bacanje kugle), **bronca** (bacanje diska)



U Zagrebu, Solinu i Gotalovcu održani su i tečajevi za zaposlenike o radu s opasnim kemikalijama. Tečajeve su vodili stručnjaci Hrvatskoga toksikološkog zavoda te su osposobljena 132 zaposlenika koji dolaze u dodir s kemikalijama. Usto se redovito održavaju vatrogasne vježbe. Konačno, tijekom 2010. održana su predavanja za ovlaštenike poslodavca iz područja zaštite na radu u Osijeku, Požegi, Zagrebu, Gotalovcu, Solinu i Rijeci. Predavanjima je nazočilo 55 ovlaštenika.

Coca-Cola HBC Hrvatska trenutačno nema službene programe za pomoć zaposlenicima, njihovim obiteljima ili zajednici u slučaju ozbiljnih bolesti jer se trenutačni programi odnose na pravno zastupanje. Pritom napominjemo da se politika matične tvrtke o HIV-u/AIDS-u primjenjuje na sve naše zaposlenike i da je ugrađena u sve propise o radnim uvjetima.

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

odjelne, međupoložajne, hijerarhijske i međunarodne promocije. Naše vodstvo i rukovoditelji istaknuti su i priznati stručnjaci koji svoja znanja prenose studentima i zaposlenicima te im pomažu na putu do uspjeha i u izgradnji karijere. Prijelazni programi pomoći zaposlenicima koji odlaze u mirovinu ili im je prestao radni odnos omogućuju davanje otpremnine. Pri isplati otpremnine uzimaju se u obzir godine službe zaposlenika.

- Sastavnim su dijelom naših programa obuke i pomoći zaposlenicima u usavršavanju vještina:
- a) unutrašnja obuka (primjerice tečaj rukovanja viličarom, informatički tečajevi, tečaj engleskoga jezika, specijalizirane obuke zaposlenika na određenome položaju)
 - b) davanje financijske potpore za vanjsku obuku ili obrazovanje (dodiplomski i poslijediplomski studiji, stručna usavršavanja)
 - c) usavršavanje vještina vođenja, upravljanja timom i sl.

Prosječan broj sati obuke po zaposleniku tijekom izvještajnoga razdoblja iznosio je 16,6 sati, s tim da je najveći udio sati obuke bio u proizvodnji.

UKUPAN BROJ SATI	2009.	2010.
Proizvodnja	4 056,5	2 116,25
Skladište	563,5	504,25
Distribucija	222	77
Prodaja	6 939	5 978
Marketing	1 403,5	483
Financije	884	941,5
Ljudski potencijali	1 024,5	649
Informatika	384	929
Administracija	963	559
UKUPNO	16 440	12 237

Manji broj sati u 2010. godini povezan je s vrlo niskom pokretljivošću zaposlenika u posljednje dvije godine te s činjenicom da je velik broj zaposlenika u nekoliko zadnjih godina prošao većinu ključnih razvojnih aktivnosti. Stoga smo se u 2010. usmjerili na manji broj usko specijaliziranih radionica. U istoj smo se godini usmjerili razvoju unutrašnjih snaga i sposobnosti organiziranjem većega broja unutrašnjih radionica (64 % unutrašnjih radioničkih sati). Dio zaposlenika redovito osposobljavamo za unutrašnje voditelje radionica.

U 2010. godini održana je radionica *Spremni za budućnost*, koja se odnosi na aspekte ljudskih prava s obzirom na naše potrošače. Na radionici je sudjelovalo 99 naših zaposlenika (15 %), a ukupan je broj radioničkih sati 297.

Coca-Cola HBC Hrvatska ima razrađen sustav praćenja i mjerenja radnoga učinka koji obuhvaća:

1. *Forum razvoja zaposlenika* – formalni godišnji proces, tj. ključni alat za učinkovito upravljanje profesionalnim razvojem pojedinca koji se sastoji od: razgovora, službenih sastanaka, procjene vještina, prepoznavanja potreba za razvojem, analize postojećih i potrebnih potencijala i planiranja organizacijskoga i osobnoga razvoja.
2. *Godišnji sustav nagrađivanja* – uspješan i učinkovit sustav nagrađivanja koji je u skladu s poslovnom strategijom i uključuje specifična rješenja koja su prilagođena kulturi tvrtke. Ovisno o utjecaju na poslovanje te sukladno radnome mjestu na kojemu se zaposlenik nalazi jasno je određeno u koji je sustav nagrađivanja uključen. Cilj je godišnjega sustava nagrađivanja povećanje zauzetosti zaposlenika prepoznavanjem i nagrađivanjem izvanrednoga učinka te osobnoga doprinosa

uspješno ostvarenim poslovnim ciljevima.

Razlikuju se tri sustava nagrađivanja zaposlenika koji ovise o utjecaju na poslovanje:

- sustav nagrađivanja zaposlenika na rukovodećim mjestima – kratkoročni, odnosno jednogodišnji sustav nagrađivanja koji uključuje zaposlenike na rukovodećim radnim mjestima
- lokalni sustav nagrađivanja – kratkoročni, odnosno jednogodišnji sustav nagrađivanja koji uključuje zaposlenike na radnome mjestu voditelja, stručnih suradnika i analitičara
- dugoročni sustav nagrađivanja koji uključuje upravljački tim.

3. *Sustav procjene vještina za zaposlenike na operativnim radnim mjestima* (primjerice skladištare).

4. *Poticajni dio plaće* – dio zaposlenika uključen je u sustav nagrađivanja doprinosa zaposlenika poticajnim dijelom plaće na temelju mjesečnih rezultata, odnosno ispunjavanja postavljenih ciljeva. Time se nagrađuje uspješnost koja se pokazuje rezultatom koji su ostvarili oni zaposlenici koji imaju izravan utjecaj na ključne mjesečne pokazatelje uspješnosti. Promjenjivom se plaćom potiče pojedinačna i timska konkurencija prema ključnim pokazateljima koji ovise o položaju i radnome mjestu. Vidi se izravan utjecaj zaposlenika

na uspješnost te je svakomu zaposleniku jasna veza između uspješnosti i poticajnoga dijela plaće. Zbog uspostavljenih kriterija velik dio zaposlenika Odjela za prodaju te dio zaposlenika u Odjelu za financije (Služba za naplatu i prodajno računovodstvo) ima promjenjivi dio plaće.

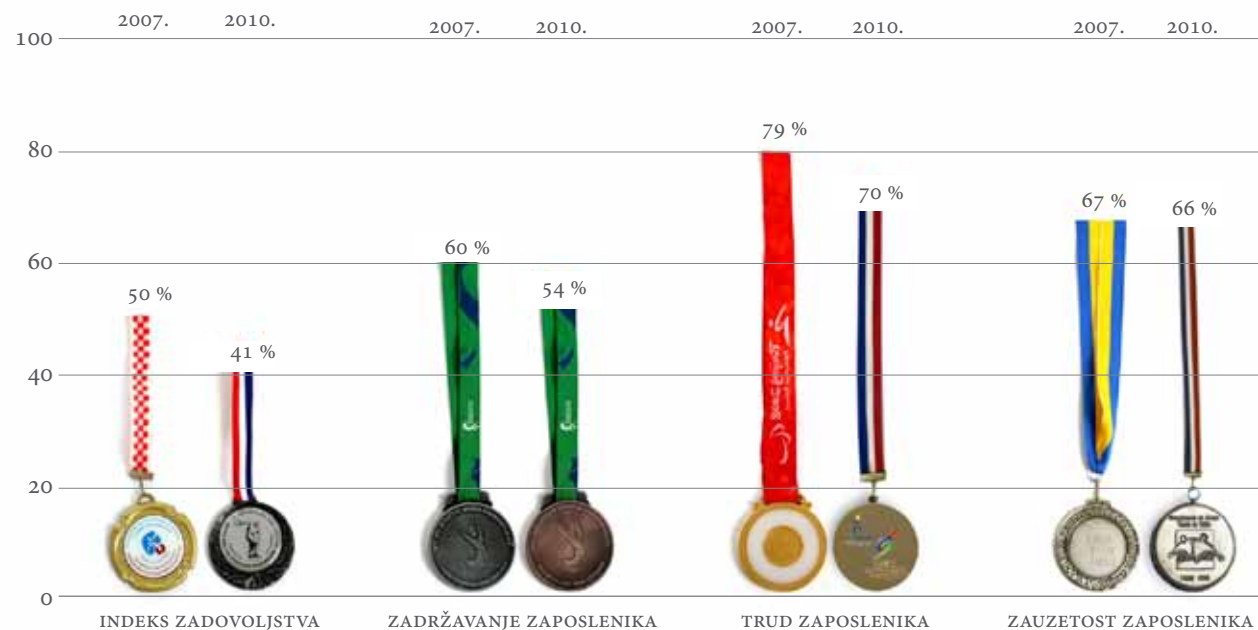
5. *Redovite pregledne sastanke o ključnim pokazateljima poslovanja* (primjerice COBRA, primopredaja smjene) – sastanci mogu biti odjelni i međuodjelni, a obuhvaćaju pregled ostvarenih osobnih i timskih dnevnih, tjednih i mjesečnih ciljeva.

Radi provođenja svih navedenih mjera svi zaposlenici primaju redovita izvješća o rezultatima i razvoju karijere. Iscrpne osobne razvojne planove ima 27,5 % zaposlenika. U odnosu na prethodno izvješće povećan je broj zaposlenika koji su uključeni u izradu osobnih razvojnih planova za 3 %.

U cilju poboljšavanja uvjeta i pravodobnoga odgovaranja na potrebe i pitanja svojih zaposlenika redovito provodimo istraživanja njihova zadovoljstva te redovito komuniciramo sa svim zaposlenicima pojedinačno, na skupovima zaposlenika, okruglim stolovima, unutrašnjom elektroničkom komunikacijom i putem Radničkoga vijeća.

U odnosu na prethodno izvješće rezultati istraživanja pokazuju da je nešto veće ukupno zadovoljstvo zaposlenika zabilježeno tijekom 2007. godine. Premda je rezultat u skladu s nadolaskom gospodarske i financijske krize te općenito nepovoljne gospodarske situacije, ustrajemo na njegovu poboljšanju. U cilju iscrpnoga istraživanja područja na kojima bi se moglo ostvariti poboljšanje rezultata istraživanja zadovoljstva zaposlenika, tijekom 2010. dodatno je provedeno i stručno istraživanje koje su putem odabranih skupina proveli vanjski stručnjaci s Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

To je istraživanje uključivalo iscrpnu analizu rezultata istraživanja zadovoljstva, povratnu informaciju zaposlenika o prethodnome akcijskom planu za povećanje zadovoljstva zaposlenika i daljnje prijedloge. Na temelju rezultata istraživanja putem odabranih skupina stvoren je akcijski plan kojemu je cilj povećanje zauzetosti i zadovoljstva zaposlenika. Navedeni akcijski plan provodit će se tijekom 2011. i 2012. godine, a rezultati će biti predstavljeni u sljedećemu izvješću. Akcijski plan u prvome redu uključuje intenzivniju komunikaciju sa zaposlenicima usmjerenu boljemu razumijevanju sustava nagrađivanja i razvojnoga puta u tvrtki kao jednoga od ključnih koraka prema povećanju njihova zadovoljstva.





MARIO ALILOVIĆ

biciklist, r. 1971. // kat. LT1 //

2009. UCI IPC-ovo Svjetsko prvenstvo

u biciklizmu, Bogogno, Italija: **srebro**

(kronometar), **srebro** (cestovna utrka)

// 2010. UCI IPC-ovo Svjetsko prvenstvo

u biciklizmu, Baie-Comeau, Kanada:

srebro (kronometar), **srebro** (cestovna

utrka) // 2011. UCI IPC-ovo Svjetsko

prvenstvo u biciklizmu, Roskilde,

Danska: **zlato** (cestovna utrka), **srebro**

(kronometar)

Suradnja s dobavljačima

Široka i složena mreža dobavljača opskrbljuje nas sastojcima, pakiranjima i uslugama. U svojem poslovanju s dobavljačima uvijek težimo osigurati dostavu najkvalitetnijih proizvoda i usluga po najpovoljnijoj cijeni, na vrijeme i od najpouzdanijih dobavljača.

JASNI I POŠTENI ODNOSI

Iako nismo vlasnici svojih dobavljača i ne nadziremo ih, naša je zadaća uvjeriti se da način njihova poslovanja odražava naše poslovne standarde. Naše se poslovanje temelji na usmjerenosti na nabavu na lokalnoj razini. Takva politika nije učinkovita samo za naše poslovanje, nego smanjuje i utjecaj prijevoza na okoliš, a donosi i gospodarsku korist lokalnim zajednicama.

Kako bismo smanjili širi utjecaj na okoliš, tijesno surađujemo s dobavljačima na trima najvažnijim područjima, a to su:

- ušteda energije i sprečavanje klimatskih promjena
- upravljanje ambalažnim otpadom
- upravljanje vodnim bogatstvom.

Ta je suradnja urodila vodećim inovacijama u industriji bezalkoholnih pića, od kogeneracijskih postrojenja koja kombiniraju toplinsku i električnu energiju (CHP) i prikupljaju ugljikov dioksid za industrijsku uporabu, a koja gradimo svugdje gdje posluje, do najnovijih energijski učinkovitih hladnjaka koji smanjuju ispuštanje stakleničkih plinova do 50 %.

Naše *Smjernice za dobavljače* osiguravaju ispunjavanje zahtjeva da naši dobavljači zadovoljavaju jasno opisane standarde radničkih i ljudskih prava. Primjerice, dječji rad i prisilni rad strogo su zabranjeni, a dobavljači moraju poštovati slobodu udruživanja i osigurati svojim zaposlenicima rad u sigurnome radnom okruženju. Navedena su načela uključena u ključne ugovore o nabavi, a neovisni program provjere ispituje usklađenost dobavljača s programom.

NAŠ UČINAK

Kao dio međunarodne skupine svoje dobavljače biramo prema domaćim i prema međunarodnim standardima i načelima. Naše se sirovine u proizvodnji dijele u dvije osnovne skupine čime je uvjetovan i pristup pri odabiru. Prvu skupinu čine primarne sirovine. Tu skupinu čine svi materijali koji su u izravnom doticaju s našim gotovim proizvodom.

Ilustracije radi spominjemo nekoliko dobavljača s pripadajućim materijalima i zemljom podrijetla.

Kako bi mogli započeti suradnju s nama, svi dobavljači moraju zadovoljiti posebne propise. Budući da navedene sirovine izravno utječu na naše proizvode, sve dobavljače mora odobriti i ovjeriti The Coca-Cola Company. Odobrenje tvrtke The Coca-Cola Company znači da je provjereno i da se potvrđuje da dobavljači tijekom svoje proizvodnje ne upotrebljavaju štetne tvari koje bi mogle utjecati na zdravlje konzumenata

naših proizvoda. Kako je riječ o iznimno važnim sirovinama te dobavljačima koji surađuju s velikim brojem punionica naše matične tvrtke, pregovara se na razini matične tvrtke.

Drugu skupinu sirovina u proizvodnji čine sekundarni materijali koji ne podliježu obvezi provjere tvrtke The Coca-Cola Company. U tu skupinu svrstavamo sve one materijale koji nisu u izravnome doticaju s našim gotovim proizvodima.

IME DOBAVLJAČA	PROIZVOD	ZEMLJA UVOZA
Atlantic Industries	koncentrat	Irska
Coca-Cola MIDI	koncentrat	Francuska
Hungrana	HFCS*	Madarska
JBF	granulat	Indija
Alpla	predoblici	Hrvatska
Vetropack	staklena ambalaža	Hrvatska
SIG Combiblock	kartonska ambalaža	Austrija
BERICAP	plastična ambalaža	Madarska

DOBAVLJAČI PRIMARNIH MATERIJALA *HFCS= visokofruktozni kukuruzni sirup

IME DOBAVLJAČA	PROIZVOD
Aluflexpack	naljepnice za plastične (PET) boce
Sato (Cetis)	naljepnice za plastične (PET) boce
Grafocolor	papirnate naljepnice
Model pakiranja	kartonska ambalaža
Muraplast	folije
Frag	ljepila
Henkel	ljepila

DOBAVLJAČI SEKUNDARNIH MATERIJALA

Osim s dobavljačima sirovina, suradnju ostvarujemo i s čitavim nizom dobavljača ostalih materijala i usluga. Prilažemo usporedni tablični pregled potrošnje utemeljen na pregledu troška suradnje s domaćim dobavljačima i troška suradnje sa stranim dobavljačima.

Tijekom 2009. godine 53 % naših ukupnih potreba podmirili su domaći dobavljači. Tijekom 2010. godine 51 % svojih potreba zadovoljili smo iz domaćih izvora. Premda je riječ o maloj promjeni, ona je u prvome redu posljedica promjene strukture cijena na međunarodnim tržištima.

dobavljači	2009.
DOMAĆI	628 438 868,40 HRK
STRANI	558 899 133,40 HRK

dobavljači	2010.
DOMAĆI	601 655 942,95 HRK
STRANI	589 614 792,20 HRK

*Za izračun troška suradnje sa stranim dobavljačima, uzet je tečaj 1€ = 7,4 HRK

Naša je strategija imati što je moguće više domaćih dobavljača. Izdvajamo sljedeće domaće dobavljače:

1. **VIS** – proizvođač suncobrana odobren na razini cijele skupine. Navedeni je dobavljač doživio procvat svojega poslovanja nakon što je odobren i predstavljen na regionalnome natječaju. Danas VIS surađuje s mnogim zemljama članicama Skupine Coca-Cola Hellenic, kao što su Grčka, Srbija, Makedonija i ostale.
2. **MURAPLAST** – proizvođač folije koji je nakon naše preporuke započeo suradnju s Coca-Colinim tvrtkama u Mađarskoj i Srbiji.
3. **HORVAT PRODUCTION** – proizvođač metalnih proizvoda specijaliziran za proizvodnju stalaka koji se upotrebljavaju u marketinške svrhe. Ovaj je dobavljač odobren na razini cijele Skupine Coca-Cola Hellenic te s njim surađuje veći broj podružnica u jugoistočnoj Europi i Europskoj uniji.
4. **MARTI** – dobavljač odobren 2009. godine koji surađuje s ostalim tvrtkama Skupine Coca-Cola Hellenic izrađujući i prodajući barske stolove i stolice te grijalice i suncobrane.

Navedeni dobavljači samo su primjer razvoja domaćih dobavljača i omogućivanja njihova širenja na međunarodna tržišta uz našu pomoć. Kako bi ta suradnja protekla i bolje, primjenjujemo i praksu iz *Smjernica za dobavljače (Supplier Guiding Principles)* kojima svojim dobavljačima pružamo jasnu sliku o tome što se od njih očekuje. Sve dobavljače redovito ocjenjuje naša tvrtka, pri čemu se vrednuje nekoliko različitih parametara od kojih izdvajamo: kvalitetu, točnost i sigurnost isporuke, ispravnost dokumentacije. Svi ocijenjeni dobavljači obavješćuju se o rezultatima, a oni dobavljači kojima ocjena padne ispod određene razine upozoravaju se na područja koja bi trebali poboljšati. Ako je ocjena nedovoljna, prekida se suradnja s dobavljačem. Stalnom suradnjom želimo unaprijediti i svoje poslovanje i poslovanje svojih dobavljača i partnera.

Pri odabiru dobavljača iznimno nam je važno da poštuju naša načela poslovanja. Tako svi naši ugovori sadržavaju društvene i etičke odredbe. Usto, prilog je našim ugovorima *Politika zaštite okoliša* te odredbe povezane s očuvanjem okoliša.

Kako smo u prethodnome tekstu spomenuli, svi dobavljači koji podliježu obvezi vanjske provjere moraju poslovati prema konvencijama o zaštiti ljudskih prava te su podvrgnuti redovitim godišnjim provjerama. Ako dobavljač na provjeri ne dobije prolaznu ocjenu, dobiva određeni rok u kojemu ima priliku ispraviti pogrešku. Ako i nakon toga roka problem još uvijek postoji, prekida se suradnja s dobavljačem.

U postupku provjere provjerava se kako se pojedini dobavljač odnosi prema iskorištavanju dječje radne snage i diskriminaciji te jesu li njegovi zaposlenici upoznati sa svojim pravima i obvezama. Tijekom 2009. godine dva su dobavljača, Marti i Horvat Production, prošla navedenu provjeru te dobila zavidno visoke ocjene. Prolaznom ocjenom na spomenutoj provjeri hrvatski su dobavljači dobili priliku da kao preporučeni dobavljači marketinške opreme surađuju s ostalim podružnicama Skupine Coca-Cola Hellenic, ali i s ostalim podružnicama širom svijeta.



KRISTIJAN VINCETIĆ

plivač, r. 1991. // kat. S 9 //

2009. IPC-ovo Europsko prvenstvo, Reykjavik, Island: **zlato** (400 m slobodno), **srebro** (100 m leptir); IPC-ovo Svjetsko prvenstvo (25 m), Rio de Janeiro, Brazil: **bronca** (100 m leptir), **bronca** (400 m slobodno) // 2010. IPC-ovo Svjetsko prvenstvo (50 m), Eindhoven, Nizozemska: **bronca** (100 m leptir) // 2011. IPC-ovo Europsko prvenstvo (50 m), Berlin, Njemačka: **srebro** (400 m slobodno)

Ulaganja u zajednicu

Pristup zajednici istovjetan je pristupu koji primjenjujemo u poslovanju – stvaramo dugoročne odnose i partnerstva sa svim dionicima. Naše su prednosti znanje i iskustvo, ali i predanost i mogućnosti ulaganja. Tijekom izvještajnoga razdoblja bili smo uključeni u velik broj inicijativa od kojih su neke izdvojene u ovome izvješću.

SMJERNICE	PROGRAMI
1. Odgoj mladeži, sport i tjelesna aktivnosti	<i>Bistrine sportske igre mladih</i> , projekt <i>Bistra i bicikl</i> (biciklijade u Osijeku 2009. i Vukovaru 2010. godine, <i>Europski tjedan mobilnosti</i> i <i>Zagrebačka žbica</i> , <i>PARKiranje – vratimo se u parkove</i>)
2. Pomoć kod prirodnih katastrofa	pomoć poplavljenim područjima u Perušiću, Metkoviću i Slavoniji
3. Odgoj djece i mladeži	<i>Bistrini istraživači</i> – prirodoslovni kamp za mlade u Istri
4. Zaštita kulturne baštine	<i>Samoborski fašnik</i> , <i>Riječki karneval</i> , <i>Sinjska alka</i> , <i>Špancirfest</i> , <i>Histria fest</i> , <i>Vinkovačke jeseni</i> , <i>Advent u Zagrebu</i>
5. Zaštita okoliša i voda	<i>Lijepa naša Sava</i> , <i>Dan Dunava</i> , <i>Dan planeta Zemlje</i> , <i>Sat za planet Zemlju</i> , <i>Svaka kap je važna – očuvajmo rijeku Gacku</i> , akcija čišćenja okoliša uz rijeku Gacku i Dravske park-šume u organizaciji Coca-Colina kluba volontera

STRATEŠKE SMJERNICE I PROGRAMI DUGOROČNIH ODNOSA SA ZAJEDNICOM

PRISTUP ZAJEDNICI

Dodatna posljedica našega poslovanja jest neizravna korist zajednici u kojoj poslujemo. Primjerice, pojam višestrukoga učinka u našem poslovanju označuje da svaki posao unutar našega sustava zahtijeva rad i usluge do osam dobavljača i kupaca. Budući da smo jedan od najvećih ulagača u Hrvatskoj, možemo pomoći pri uvođenju novih znanja i tehnologija te privući nove ulagače.

NAŠI REZULTATI

Bitno pridonosimo hrvatskomu gospodarstvu. U našim trima punionicama i u šest prodajnih i distribucijskih središta zapošljavamo oko 700 zaposlenika. Prihodi koje država ostvaruje od naših poreza bitan su doprinos gospodarstvu. Budući da je tijekom izvještajnoga razdoblja gospodarska klima

bila iznimno zahtjevnja, plaćanja državi i tijelima lokalne samouprave smanjila su se 4 %, usporedno sa smanjivanjem prodaje i opsega proizvodnje.

	(U HRK)	
	2009.	2010.
Porez na dobit	24 420 839	27 413 831
Porez na šume	679 213	631 425
Naknada Hrvatskoj gospodarskoj komori	175 784	126 211
Trošarine	54 449 755	53 939 247
Carine	92 307 117	101 208 488
Ekoporez	81 022 546	58 562 851
UKUPNO	253 055 254	241 882 053

U usporedbi s iznosima iz prethodnoga izvješća iznos naših ukupnih donacija znatno je porastao. U 2010. godini iznosio je 3 710 720 kuna, što je znatan porast u odnosu na 2008. godinu kada smo ukupno donirali 2 895 253 kuna. Taj je napredak u prvome redu rezultat naših napora da racionaliziramo broj izravnih donacija kako bismo u zajednici postigli najveći mogući učinak i povećali iznos potpore. Istodobno smo

povećali broj inicijativa u zajednici kako bismo ojačali suradnju s dionicima na projektima te stalno radimo na povećanju svoje potpore. Time smo u potpunosti ispunili ciljeve iz prethodnoga izvješća jer su naše donacije stalno na razini iznad 1,5 % neoporezivoga godišnjeg prihoda.

	BROJ	IZNOS	PROSJEK
2010.			
Donacije	3	1 413 609,49	471 203
Ulaganja u zajednicu	97	2 297 110,44	23 681
UKUPNO	100	3 710 719,91	37 107

Napomena: Uzeta je protuvrijednost tečaja 1€ = 7,4 HRK

U prethodnome izvješću izvješćujemo da je pokrenuta inicijativa za osnivanje Coca-Colina kluba volontera, a u ovome izvješću ističemo da je taj klub tijekom izvještajnoga razdoblja bio iznimno aktivan. Oko 50 naših zaposlenika pomagalo je u projektima suradnje s lokalnom zajednicom. Navodimo neke od većih donacija i inicijativa tijekom 2010. godine.

PRIMATELJ	SVRHA	IZNOS
1. Sportske igre mladih	Promocija zdravih životnih stilova i sporta u okviru projekta <i>Bistrine sportske igre mladih</i>	1 332 000,00
2. Gradovi i turističke zajednice (Zagreb, Sisak, Slavonski Brod, Davor, Županja)	Projekt <i>Lijepa naša Sava</i>	414 814,40
3. Hrvatski paraolimpijski odbor	Glavni pokrovitelj HPO-a	263 723,86
4. Grad Vukovar, Turistička zajednica Vukovara i Udruga Moj bicikl	<i>Bistra i bicikl – Bistrina bicikljada u Vukovaru: Vukovar na pedali!</i>	158 002,43
5. Turistička zajednica grada Zagreba	Projekt <i>Božićna priča</i>	135 009,23
6. Grad Zagreb	Projekt <i>PARKiranje – vratimo se u parkove</i>	102 663,68
7. Različiti gradovi i turističke zajednice u RH	Potpora zdravim životnim stilovima i uporabi bicikla u Republici Hrvatskoj	96 525,60
8. Znanstvenoedukacijski centar Višnjan	<i>Bistrini istraživači – prirodoslovni kamp</i>	92 475,43
9. Turistička zajednica grada Varaždina	<i>Špancirfest</i>	50 067,66
10. 39 različitih nevladinih organizacija	Manje donacije	70 864,10

NAJVEĆE NOVČANE DONACIJE U 2010. GODINI

PROGRAMI SURADNJE

BISTRINI ISTRAŽIVAČI – Završni razredi tridesetak osnovnih škola iz cijele Hrvatske svake godine sudjeluju u Bistrinu prirodoslovnome kampu. Pod stručnim vodstvom stručnjaka iz Znanstvenoedukacijskoga centra Višnjan, mladi Bistrini istraživači – arheolozi, speleolozi i biolozi – uče o prirodnim ljepotama, vodnome bogatstvu i baštini istarskoga kraja. Sudionici kampa svake godine postižu zapažene rezultate. Mladi arheolozi napravili su repliku prapovijesne peći za izradu keramičkih posuda, otkrili su prapovijesnu utvrdu i kapelicu sv. Franje iz 9. stoljeća, a biolozi su ostvarili znatne rezultate u istraživanju komaraca. Istraživali su uvjete u kojima voda prestaje biti prikladna za razvoj ličinka, odnosno pokušali otkriti pri kolikoj se slanosti vode zaustavlja daljnji razvoj komaraca.



RUDOLF PETROVIĆ

streljaštvo, r. 1972. // kat. SH 2 //
2007. IPC-ovo Europsko prvenstvo,
Suhl, Njemačka: **zlat**o (pojedinačno,
puška R 9 mali kalibar), **bronca**
(momčadski, R 5 zračna puška) // 2010.
IPC-ovo Svjetsko prvenstvo, Zagreb,
Hrvatska: **bronca** (pojedinačno, R 9
puška mali kalibar)

Tako su pokrenuli inicijativu da se projekt proširi na Antenal i Kopački rit i pokrene radionica za učitelje iz Osječko-baranjske i Istarske županije kojoj bi glavna tema bila voda. Ta vrhunska dostignuća rezultat su dugotrajnoga partnerstva Coca-Cole HBC Hrvatska i Znanstvenoedukacijskoga centra Višnjan usmjerena podizanju svijesti o baštini, prirodi i okolišu.

TURISTIČKA KULTURA – Projekt je zamišljen kao jednogodišnji program za učenike sedmih i osmih razreda kojemu je cilj uvesti znanja o kulturi i turizmu u obrazovni sustav. Povezivanjem sadašnjosti i prošlosti učenici uče kako prepoznati vrijednost svoje materijalne i nematerijalne baštine. Taj je vrijedan projekt pokrenula Splitsko-dalmatinska županija 2003. godine u suradnji s Odjelom za obrazovanje, kulturu i sport Ureda državne uprave Splitsko-dalmatinske županije. Zamišljen je kao pokusni program i prihvaćen kao izvannastavna aktivnost u školama diljem Hrvatske. U posljednjih šest godina učenici su osmislili mnoštvo vlastitih projekata: posjetili su, proučili i vrednovali najvažnije objekte spomeničke, kulturne i prirodne baštine svojega područja te ih prikazali u antologiji. Na 150 stranica opsežne knjige učenici su predstavili, među ostalim, vodič kroz ruševine antičke Salone i popularni

interaktivni vodič na CD-u koji uključuje crkvu na brdu Marjan, katedralu sv. Duje u Splitu, Radovanov portal u Trogiru, Dioklecijanov akvedukt, povijesni razvoj turizma na otoku Hvaru, spomenike otoka Visa, najljepše vidike dalmatinskoga zaleđa te brojne običaje svojih predaka i autohtona jela svojih krajeva.

POMOĆ U NESREĆAMA I OBNOVA – Sigurna i čista pitka voda jedna je od najvažnijih potreba na područjima pogođenima poplavom, sušom ili drugim katastrofama. Kao proizvođaču napitaka naša je dužnost pružiti neposrednu pomoć – zajedno s drugim organizacijama brzo mobilizirati svoje ljude i sredstva kako bismo osigurali žurnu dostavu pitke vode onima kojima je to potrebno. Dugoročno pomažemo zajednicama u obnovi i izgradnji nakon nesreća i nepogoda.

RAZVOJ ZAJEDNICA – Osim glavnim strateškim područjima, bavimo se i posebnim potrebama i problemima. Mnoge su Coca-Coline inicijative za društvenu dobrobit u Hrvatskoj prerasle u trajne kampanje pružajući potporu i pomoć u rješavanju društvenih, kulturnih, gospodarskih i ekoloških problema, gradeći humanije i pravednije društvo. Vrijeme izazova u kojemu živimo zahtijeva

poduzetnost i posebne vještine od svakoga od nas, no jednako su važni i ljudskost, solidarnost i spremnost na davanje. Jedan od mnogih načina davanja je i volonterski rad. To je kreativna snaga koja gradi zdrave, prihvatljive zajednice i promiče poštovanje dostojanstva svih ljudi. Coca-Cola HBC Hrvatska i članovi Coca-Colina kluba volontera aktivno su uključeni u osiguravanje opreme i sredstava za škole, obnovu i popravak domova za starije, kuća u SOS Dječjem selu i obrazovnih ustanova za djecu s invalidnošću. Ostali doprinosi slične prirode uključuju dobrovoljno darivanje krvi, doniranje pasa vodiča za slijepe te doniranje sadnica za pošumljavanje opožarenih područja. Osim svojih glavnih sportskih programa sponzoriramo i širok spektar ostalih popularnih sportskih aktivnosti, uključujući odbojku, jedrenje i košarku.

Aktivno sudjelujemo u kulturnome životu svoje zajednice i podržavamo brojne glazbene i plesne predstave koje odražavaju lokalnu tradiciju te umjetničke izložbe, koncerte, filmske festivale i zabavna događanja u posebnim prigodama (*Vukovarski filmski festival, Rokaj Fest, Sinjska alka, Riječki karneval, Špancirfest* itd.).

NAŠA POSTIGNUĆA
NA PODRUČJU
ODRŽIVOSTI



Provedba načela Svjetskoga sporazuma

Provedba načela
Svjetskoga sporazuma –
izvješćivanje o napretku
(Global Compact –
Communication on Progress)

Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o.



Global Compact Network
Republika Hrvatska

Tvrtka Coca-Cola HBC Hrvatska potpisnik je Svjetskoga sporazuma. Načela Svjetskoga sporazuma temelje se na ovim dokumentima:

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

Potpisivanjem Svjetskoga sporazuma tvrtke se obvezuju:

- uključiti deset načela u svoje poslovanje tako da postanu sastavnim dijelom strategije, kulture i svakodnevnoga poslovanja tvrtke
- javno zagovarati Svjetski sporazum i njegova načela
- u godišnjim i poslovnim izvješćima izvješćivati o načinu na koji tvrtka podupire Svjetski sporazum i napretku koji postiže u provedbi njegovih načela (Communication on Progress).

Svjetski sporazum od tvrtka zahtijeva da, u okviru područja svojega djelovanja usvoje, promiču i primjenjuju osnovne vrijednosti, tj. deset načela podijeljenih u četiri osnovna područja. Dosadašnja praksa izvješćivanja o napretku, koja je u skladu s

obvezama potpisanoga Sporazuma, podrazumijevala je izvješćivanje o napretku u provedbi svakoga od deset načela Svjetskoga sporazuma. Načela i vrijednosti koje zagovara Svjetski sporazum dio su izvješća o društvenoj odgovornosti, stoga je 2006. godine Svjetski sporazum započeo proces povezivanja izvješćivanja o napretku s ostalim standardima izvješćivanja.

Poveznice između deset načela Svjetskoga sporazuma i GRI G₃ smjernica predstavljene su u izvješću Povezivanje (Making the connection)¹, koje daje praktičnu metodu izrade izvješća o napretku primjenom GRI G₃ smjernica. Svjetski sporazum i GRI smjernice dobrovoljne su inicijative s uzajamno dopunjujućom ulogom u promoviranju društvene odgovornosti tvrtka i održivoga poslovanja. Povezivanjem izvješća o održivosti pripremljenoga u skladu sa GRI G₃ smjernicama s izvješćem o provedbi načela Svjetskoga sporazuma iscrpnije se predstavlja napredak i organizacijski pristup društveno odgovornom poslovanju.

Više podataka o poveznicama između deset načela Svjetskoga sporazuma i GRI G₃ pokazatelja nalazi se na mrežnim stranicama GRI-ja².

1 http://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/Making_the_Connection.pdf
2 <http://www.globalreporting.org/griportal/GRI/G3Online/frmManagementNorms.aspx>

Načela koja zagovara Svjetski sporazum odnose se na sljedeće GRI G₃ pokazatelje:

Tablični prikaz GRI G₃ pokazatelja, koji je sastavnim dijelom ovoga izvješća (str. 85) precizno upućuje na dijelove teksta koji se odnose na pojedine pokazatelje napretka.

PODRUČJE	NAČELO SVJETSKOGA SPORAZUMA	GRI POKAZATELJ	STRANICA
Ljudska prava	1. Tvrtke bi trebale promicati i provoditi zaštitu međunarodnih ljudskih prava unutar područja svojega djelovanja.	EC5, LA4, LA6-9, LA13-14, HR1-9, SO5, PR1-2, PR8	31, 49, 50
	2. Tvrtke ne bi trebale sudjelovati u kršenjima ljudskih prava.	HR1-9, SO5	31, 49, 50
Radna prava	3. Tvrtke bi trebale podržavati slobodu udruživanja i stvarno priznavanje prava na kolektivno pregovaranje.	LA4-5, HR1-3, HR5, SO5	54, 55, 56
	4. Tvrtke bi se trebale zalagati za ukidanje svakoga oblika prisilnoga rada.	HR1-3, HR7, SO5	49, 56
	5. Tvrtke bi se trebale zalagati za stvarno ukidanje dječjega rada.	HR1-3, HR6, SO5	49, 56
	6. Tvrtke bi se trebale zalagati za ukidanje diskriminacije povezane sa zapošljavanjem i izborom zanimanja.	EC7, LA2, LA13-14, HR1-4, SO5	25, 49, 56
Okoliš	7. Tvrtke bi trebale poticati prevenirajući pristup ugrožavanju okoliša.	EC2, EN18, EN26, EN30, SO5	27, 41, 42
	8. Tvrtke bi trebale pokrenuti inicijative usmjerene promicanju veće odgovornosti prema okolišu.	EN1-30, SO5, PR3-4	34, 41, 41
	9. Tvrtke bi trebale poticati razvoj i širenje tehnologija neškodljivih za okoliš.	EN2, EN5-7, EN10, EN18, EN26-27, EN30, SO5	38, 39, 41
Borba protiv korupcije	10. Tvrtke bi trebale raditi na suzbijanju korupcije u svim njezinim oblicima, uključujući iznudu i podmićivanje.	SO2-6	31, 49

Tablični prikaz pokazatelja utjecaja na okoliš u 2009. i 2010.

		2009.		2010.	
		UKUPNO	RELATIVNI IZNOS	UKUPNO	RELATIVNI IZNOS
PROIZVODNJA		TISUĆU LITARA		TISUĆU LITARA	
	Ukupna proizvodnja	158 685,00		175 697,00	
	Solin	37 722,00		40 157,00	
	Zagreb	108 052,00		123 183,00	
	Gotalovec	12 911,00		12 357,00	
MATERIJAL					
EN1	UPOTRIJEBLJENI MATERIJAL	KG	G/LPB	KG	G/LPB
	Šećer i fruktoza	19 274 140,00	121,4616	21 652 050,00	123,2352
	Koncentrat	2 032 191,00	12,8064	1 912 651,00	10,8861
	Plastika – PET (boce)	3 662 322,00	23,0792	3 133 368,00	17,8339
	Plastika (zatvarači)	347 607,00	2,1905	395 141,00	2,2490
	Kovina (zatvarači)	268 699,00	1,6933	210 370,00	1,1973
	Polietilen – PE (naljepnice i folije)	477 058,00	3,0063	514 100,00	2,9261
	Staklo	3 784 650,00	23,8501	2 600 510,00	14,8011
	Aluminij	109 345,00	0,6891	100 863,00	0,5741
	Papir (naljepnice)	45 895,00	0,2892	38 217,00	0,2175
	Karton	350 979,00	2,2118	326 046,00	1,8557
	Drvo	665 988,00	4,1969	462 645,00	2,6332
EN2	Udio materijala iz oporabljanih izvora	više materijala potječe iz oporabljanih izvora, vidjeti 41. i 42. stranicu			
ENERGIJA		MJ	MJ/LPB	MJ	MJ/LPB
EN3	Izravna potrošnja	81 524 929,00	0,5138	83 447 953,00	0,4750
	Električna energija	48 560 353,00	0,3060	48 781 408,00	0,2776
	Lagana ulja za grijanje	16 884 192,00	0,1064	16 175 094,00	0,0921
	Teška ulja za grijanje		0,0		0,0
	Prirodni plin	15 201 130,00	0,0958	17 477 139,00	0,0995
	LPG	879 254,00	0,0055	1 014 312,00	0,0058
EN4	Neizravna potrošnja (primarna)	MJ	MJ/LPB	MJ	MJ/LPB
	Električna energija	140 825 023,70	0,8875	141 466 083,20	0,8052
	Fosilna goriva	17 321 478,00	0,1092	17 400 328,00	0,0990
EN19	UPOTRIJEBLJENA ENERGIJA I RASHLADNI UREĐAJI	MJ	MJ/LPB	MJ	MJ/LPB
	Ukupna potrošnja električne energije (uređaji)	354 505 248,00	2,23	358 285 511,00	2,04
	Hladnjaci	343 883 531,00	2,17	348 760 984,00	1,99
	Uređaji za hlađenje	5 991 840,00	0,04	5 523 397,00	0,03
	Fontane	4 629 877,00	0,03	4 001 130,00	0,02
	Ušteda energije u punionicama	vidjeti 38. i 39. stranicu			

	VODA	TISUĆU LITARA	L/LPB	TISUĆU LITARA	L/LPB
EN8	Ukupna potrošnja vode	319 723,00	2,01	398 623,00	2,27
	Upotrijebljena voda, po izvoru (% iz javnih crpilišta)	0,92		0,76	
	Solin	89 012,00	2,36	84 580,00	2,11
	Zagreb	203 622,00	1,88	218 776,00	1,78
	Gotalovec	27 089,00	2,10	95 267,00	7,71
EN9	Izvori vode ugroženi crpenjem	nema		nema	
EN10	Udio oporabljene i ponovno upotrijebljene vode	31 985,00	0,20	34 948,00	0,20
	Ispuštanja, otpadne vode i otpad				
EN16	Ispuštanje stakleničkih plinova	U TONAMA	G/LPB	U TONAMA	G/LPB
	Ispuštanje CO ₂ , izravno (punionice i vozni park)	4 675,00	29,46	4 517,00	25,71
	Ispuštanje CO ₂ , neizravno (električna energija)	4 199,00	26,46	4 217,00	24,00
	Ispuštanje HFC-a	13,00	0,08	53,80	0,31
	CO ₂ za gaziranje napitaka	2 404,00	15,15	2 609,00	14,85
EN17	CO ₂ iz rashladnih uređaja	38 287,00	241,28	38 695,00	220,24
EN19	Ispuštanje tvari koje uništavaju ozon	KG		KG	
	CFC i HCFC (KG)	0		0	
EN20	OSTALA ZNATNA ISPUŠTANJA U ZRAK	KG	MG/LPB	KG	MG/LPB
	NOX	776,59	4,89	817,48	4,65
	SO ₂	4,26	0,03	4,49	0,03
	Čestice	11,35	0,07	11,95	0,07
EN22	KRUTI OTPAD	U TONAMA	G/LPB	U TONAMA	G/LPB
	Ukupno krutoga otpada	1 590,73	10,02	1 562,78	8,89
	Oporaba i povrat energije	1 420,51	8,95	1 448,03	8,24
EN24	Opasni otpad	U TONAMA	G/LPB	U TONAMA	G/LPB
	Stvoreni opasni otpad	33,65	0,21	34,21	0,19
EN21	Ispusne vode		L/LPB		L/LPB
	Količina otpadnih voda (1 000 litara)	171 843,00	1,08	153 692,00	0,87
	Prosječna potrošnja kemijskoga kisika (COD)	54,61		76,01	
EN25	Staništa ugrožena ispusnim vodama	nema		nema	
EN23	Izljevi kemikalija, ulja i goriva	nema		nema	
	Proizvodi i usluge				
EN27	Udio povratne ambalaže	ovisno o vrsti, regulirano zasebnim zakonom i pravilnicima			
	Pridržavanje propisa				
EN28	Prekršaji i kazne	nema		nema	

PRIJEVOZ					
Učinak prijevoza na okoliš		nije primjenjivo		nije primjenjivo	
Broj vozila		316	ML/LPB	378	ML/LPB
EN29	Potrošnja goriva (u litrama) ukupno	992 079,70	6,25	956 739,62	5,45
	Prijevoz	U LITRAMA	L/LPB	U LITRAMA	L/LPB
	Dizel	938 841,75	0,01	855 557,69	0,00
	Benzin	53 237,95	0,00	101 181,93	0,00
	Procjena dizela u vanjskim vozilima ili vozilima u lisingu	0,00	0,00	0,00	0,00

GRI₃ INDEKS

EKONOMSKA DIMENZIJA		STRANICA
ASPEKT: EKONOMSKI UČINAK		
EC1	Izravna, stvorena i distribuirana ekonomska vrijednost	14
EC2	Financijske posljedice te drugi rizici i prilike za djelatnost organizacije povezane s klimatskim promjenama	38
EC3	Obveze organizacije koje se odnose na definirani mirovinski plan	55
EC4	Znatnija financijska pomoć primljena od vlade	14
ASPEKT: TRŽIŠNA PRISUTNOST		
EC5	Raspon omjera standardne početničke plaće u usporedbi s lokalnom najnižom plaćom u bitnim poslovnim područjima	54
EC6	Politika, praksa i udio potrošnje na proizvode i usluge domaćih dobavljača u bitnim poslovnim područjima	54
EC7	Postupci za zapošljavanje domaće radne snage i udio domaćega stanovništva u vodstvu tvrtke u bitnim poslovnim područjima	54
ASPEKT: NEIZRAVNI EKONOMSKI UTJECAJI		
EC8	Razvoj i utjecaj ulaganja u infrastrukturu i usluge pružene ponajprije radi ostvarivanja koristi putem komercijalnoga, nenovčanoga ili <i>pro bono</i> angažmana	<i>različito</i>
EC9	Razumijevanje i opis znatnih neizravnih ekonomskih utjecaja, uključujući njihov opseg	<i>različito</i>
OKOLIŠNI POKAZATELJI UČINKA		
ASPEKT: MATERIJALI		
EN1	Upotrijebljeni materijali prema težini ili obujmu	42
EN2	Postotak upotrijebljenoga materijala koji je oporabljeni ulazni materijal	42
ASPEKT: ENERGIJA		
EN3	Izravna potrošnja energije prema primarnome izvoru energije	38
EN4	Neizravna potrošnja energije prema primarnome izvoru energije	38
EN5	Energija uštedena zbog poboljšanja postignutih štednjom i energijskom učinkovitosti	39
EN6	Inicijative za stvaranje energijski učinkovitih proizvoda i usluga ili proizvoda i usluga zasnovanih na obnovljivoj energiji te smanjenje potreba za energijom kao rezultat tih inicijativa	39
EN7	Inicijative za smanjenje neizravne potrošnje energije i ostvarena smanjenja	39
ASPEKT: VODA		
EN8	Ukupno crpenje vode po izvoru	35
EN9	Izvori vode znatno pogođeni crpenjem vode	35
EN10	Postotak i ukupni obujam oporabljene i ponovno upotrijebljene vode	35

ASPEKT: BIOLOŠKA RAZNOLIKOST		
EN11	Mjesto i veličina zemljišta u vlasništvu, najmu ili pod upravom na zaštićenim područjima ili u njihovoj neposrednoj blizini te na područjima visoke vrijednosti biološke raznolikosti izvan zaštićenih područja	26
EN12	Opis znatnih utjecaja djelatnosti, proizvoda i usluga na biološku raznolikost na zaštićenim područjima ili područjima visoke vrijednosti biološke raznolikosti izvan zaštićenih područja	26
EN13	Zaštićena ili obnovljena staništa	26
EN14	Strategije, tekuće djelatnosti i planovi za upravljanje utjecajima na biološku raznolikost	26
EN15	Broj vrsta uvrštenih na Crveni popis IUCN-a i nacionalni popis ugroženih vrsta sa staništima na područjima ugroženim poslovnim djelatnostima prema razini opasnosti od istrebljenja	26
ASPEKT: ISPUŠTANJA, OTPADNE VODE I OTPAD		
EN16	Ukupna izravna i neizravna ispuštanja stakleničkih plinova prema težini	34
EN17	Druga znatna neizravna ispuštanja stakleničkih plinova prema težini	34
EN18	Inicijative za smanjivanje ispuštanja stakleničkih plinova i ostvarena smanjenja	
EN19	Ispuštanja tvari koje uništavaju ozon prema težini	34
EN20	NOX, SOX i druga znatna ispuštanja prema vrsti i težini	34
EN21	Ukupno ispuštanje voda prema kakvoći i odredištu	34
EN22	Ukupna težina otpada prema vrsti i načinu zbrinjavanja	34
EN23	Ukupan broj i obujam znatnih izlivanja	34
EN24	Težina prevezenoga, uvezenoga, izvezenoga ili obrađenoga otpada koji se smatra opasnim prema uvjetima Baselske konvencije, I., II., III. i IV. dodatak, te postotak prevezenoga otpada otpremljenoga u inozemstvo	34
EN25	Identitet, veličina, zaštićeni status i vrijednost s obzirom na biološku raznolikost voda i povezanih staništa koja su u znatnoj mjeri ugrožena ispuštanjem i istjecanjem vode prouzročenim poslovanjem organizacije koja izvješćuje	34
ASPEKT: PROIZVODI I USLUGE		
EN26	Inicijative za ublažavanje utjecaja proizvoda i usluga na okoliš te opseg njihova ublažavanja	43
EN27	Postotak preuzetih prodanih proizvoda i njihovih ambalažnih materijala, prema kategoriji	43
ASPEKT: PRIDRŽAVANJE PROPISA		
EN28	Vrijednost znatnijih novčanih kazna i ukupan broj nenovčanih kazna zbog nepridržavanja zakona i propisa o zaštiti okoliša	34

ASPEKT: PRIJEVOZ		
EN29	Znatan utjecaj na okoliš prouzročen prijevozom proizvoda i drugih roba i materijala upotrijebljenih za djelatnost organizacije te prijevoz radne snage	<i>različito</i>
ASPEKT: OPĆE		
EN30	Ukupni izdaci i ulaganja u zaštitu okoliša prema vrsti	27
DRUŠTVENA DIMENZIJA		
ASPEKT: ZAPOSŁJAVANJE		
LA1	Ukupna radna snaga prema vrsti zaposlenja, ugovoru o zapošljavanju i regiji	51
LA2	Ukupan broj zaposlenika i stopa njihove pokretljivosti prema dobnoj skupini, spolu i regiji	52
LA3	Povlastice osigurane zaposlenicima koji rade puno radno vrijeme, a koje nisu osigurane zaposlenicima zaposlenima privremeno ili na djelomično radno vrijeme, prema glavnim poslovnim djelatnostima	54
ASPEKT: ODNOSI ZAPOSLENIKA I UPRAVE		
LA4	Postotak zaposlenika obuhvaćenih kolektivnim ugovorima	56
LA5	Najkraće razdoblje u kojemu se unaprijed obavješćuje o znatnijim promjenama u poslovanju, uključujući i podatak jesu li ti rokovi uređeni kolektivnim ugovorima	56
ASPEKT: ZDRAVLJE I SIGURNOST NA RADU		
LA6	Postotak ukupne radne snage zastupljene u formalnim zajedničkim odborima za zdravstvena i sigurnosna pitanja koji se sastoje od predsjednika uprave i zaposlenika i koji pomažu pri praćenju programa zaštite zdravlja i sigurnosti na radu i savjetovanju o njima	59
LA7	Stope ozljeda, profesionalnih bolesti, izgubljenih dana i izostanaka te broj smrtnih slučajeva povezanih s nesrećama na radu prema regiji	59
LA8	Programi obrazovanja, obuke, savjetovanja, sprečavanja rizičnih situacija i nadzora nad njima namijenjeni pružanju pomoći zaposlenicima, njihovim obiteljima ili članovima zajednice kad je riječ o ozbiljnoj bolesti	62
LA9	Zdravstvena i sigurnosna pitanja obuhvaćena formalnim sporazumima sa sindikatima	63
ASPEKT: OBUKA I OBRAZOVANJE		
LA10	Prosječan godišnji broj sati obuke po zaposleniku prema kategoriji zaposlenika	63
LA11	Programi za stjecanje vještina i cjeloživotno učenje koji podupiru mogućnost stalnoga zapošljavanja zaposlenika te im pomažu u uspješnome okončanju radnoga vijeka	63
LA12	Postotak zaposlenika kojima se redovito ocjenjuje radni učinak i osobni razvoj	63
ASPEKT: RAZNOLIKOST I JEDNAKE MOGUĆNOSTI		
LA13	Sastav upravljačkih tijela te struktura zaposlenika prema kategoriji, spolu, dobnoj skupini, pripadnosti manjinskoj skupini i drugim pokazateljima raznolikosti	51
LA14	Omjer osnovne plaće muškaraca i žena prema kategoriji zaposlenika	59

LJUDSKA PRAVA		
ASPEKT: PRAKSE ULAGANJA I NABAVE		
HR1	Postotak i ukupan broj ugovora koji se odnose na veća ulaganja, koji sadržavaju stavke o ljudskim pravima ili su podvrgnuti analitičkomu pregledu s obzirom na ljudska prava	66
HR2	Postotak važnijih dobavljača i podugovarača podvrgnutih analitičkomu pregledu s obzirom na ljudska prava te poduzete mjere	67
HR3	Ukupan broj sati obuke zaposlenika o politikama i postupcima koji se tiču vidova ljudskih prava bitnih za djelatnosti, uključujući postotak obučanih zaposlenika	<i>različito</i>
ASPEKT: NEDISKRIMINACIJA		
HR4	Ukupan broj slučajeva diskriminacije i poduzete mjere	50
ASPEKT: SLOBODA UDRUŽIVANJA I KOLEKTIVNO PREGOVARANJE		
HR5	Djelatnosti prepoznate kao one u kojima bi u znatnoj mjeri moglo biti ugroženo ostvarivanje prava na slobodu udruživanja i kolektivnoga pregovaranja te mjere poduzete radi promicanja tih prava	55
ASPEKT: DJEČJI RAD		
HR6	Djelatnosti prepoznate kao one koje u znatnoj mjeri sadržavaju opasnost od pojave dječjega rada te mjere poduzete radi promicanja ukidanja dječjega rada	56
ASPEKT: PRISILNI I OBVEZNI RAD		
HR7	Djelatnosti prepoznate kao one koje u znatnoj mjeri sadržavaju opasnost od prisilnoga ili obveznoga rada te mjere poduzete radi promicanja ukidanja prisilnoga ili obveznoga rada	56
ASPEKT: SIGURNOSNE PRAKSE		
HR8	Postotak zaštitarskoga osoblja obuhvaćena obukom o politikama ili postupcima organizacije koja obuhvaća aspekte ljudskih prava važne za djelatnost	56
ASPEKT: PRAVA STAROSJEDILAČKOGA STANOVNIŠTVA		
HR9	Ukupan broj slučajeva kršenja prava starosjedilačkoga stanovništva i poduzete mjere	56
DRUŠTVO		
ASPEKT: ZAJEDNICA		
SO1	Vrsta, opseg i učinkovitost programa ili opće prakse kojima se procjenjuju utjecaji poslovnih djelatnosti na zajednice, uključujući njihov početak, trajanje i završetak, te upravlja njima	71
ASPEKT: KORUPCIJA		
SO2	Postotak i ukupan broj poslovnih jedinica podvrgnutih analizi rizika od korupcije	55
SO3	Postotak zaposlenika obuhvaćenih obukom o antikorupcijskim politikama i postupcima organizacije	55
SO4	Mjere poduzete kao odgovor na slučajeve korupcije	55

ASPEKT: JAVNA POLITIKA		
so5	Stajališta organizacije povezana s određenim javnim politikama te sudjelovanje u razvoju javnih politika i lobiranju	28
so6	Ukupna vrijednost novčanih i nenovčanih priloga danih političkim strankama, političarima i srodnim institucijama, raščlanjena prema zemljama	28
ASPEKT: PONAŠANJE PROTIVNO NAČELU SLOBODNOGA TRŽIŠNOG NATJECANJA		
so7	Ukupan broj pravnih postupaka pokrenutih zbog ponašanja u suprotnosti s načelom slobode tržišnoga natjecanja i monopolističke prakse te njihovi ishodi	28
ASPEKT: PRIDRŽAVANJE PROPISA		
so8	Iznos većih novčanih kazna i ukupan broj nenovčanih kazna za nepridržavanja zakona i propisa	28
ODGOVORNOST ZA PROIZVOD		
ASPEKT: ZDRAVLJE I SIGURNOST KUPACA		
PR1	Faze životnoga ciklusa proizvoda i usluga u kojima se ocjenjuje poboljšanje njihova utjecaja na zdravlje i sigurnost te postotak važnijih kategorija proizvoda i usluga podvrgnutih tim postupcima	43
PR2	Ukupan broj slučajeva nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa povezanih s utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost za vrijeme njihova životnoga ciklusa, prema vrsti ishoda	45
ASPEKT: PODACI I OZNAKE NA PROIZVODIMA I USLUGAMA		
PR3	Vrsta podataka o proizvodu i usluzi uvjetovanih organizacijskim postupcima te postotak važnijih proizvoda i usluga podložnih takvim zahtjevima	46
PR4	Ukupan broj slučajeva nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s podacima o proizvodu i usluzi te označivanjem, prema vrsti ishoda	46
PR5	Praksa povezana sa zadovoljstvom kupaca uključujući rezultate upitnika o zadovoljstvu kupaca	46
ASPEKT: MARKETINŠKE KOMUNIKACIJE		
PR6	Programi za pridržavanje zakona, standarda i dobrovoljnih kodeksa koji se odnose na marketinške komunikacije, uključujući oglašivanje, promidžbu i pokroviteljstvo	44
PR7	Ukupan broj slučajeva nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa povezanih s marketinškim komunikacijama, uključujući oglašivanje, promidžbu i pokroviteljstvo, prema vrsti ishoda	<i>različito</i>
ASPEKT: POŠTOVANJE PRIVATNOSTI KUPACA		
PR8	Ukupan broj potkrijepljenih pritužba o povredi privatnosti kupaca ili gubitku osobnih podataka o kupcu	46
ASPEKT: PRIDRŽAVANJE PROPISA		
PR9	Vrijednost većih novčanih kazna za nepridržavanje zakona i propisa koji se tiču ponude i uporabe proizvoda i usluga	45

Upravljački pristup prema kategoriji

	STRANICA
Gospodarski	23 – 25
Usmjeren zaštiti okoliša	34 – 38, 41
Društveni: prakse rada i pošten posao	49 – 52
Društveni: ljudska prava	54 – 56
Društveni: društvo	71 – 75
Društveni: odgovornost povezana s proizvodom	43 – 47

Nagrade i priznanja

Coca-Cola HBC Hrvatska za svoje je poslovanje u Republici Hrvatskoj, društveno odgovorne projekte i postignuća u području razvoja ljudskih potencijala tijekom 2009. i 2010. godine dobila nekoliko vrijednih priznanja u zemlji i inozemstvu.

EUROPSKA NAGRADA ZA IZVRSNOST

U prosincu 2009. projekt društveno odgovornoga poslovanja *Lijepa naša Sava* osvojio je *Europsku nagradu za izvrsnost (European Excellence Award)* za najbolju kampanju u Jugoistočnoj Europi. Pokrenula ga je Coca-Cola HBC Hrvatska u suradnji s Ministarstvom regionalnog razvoja, šumarstva i vodnoga gospodarstva, Ministarstvom mora, prometa i infrastrukture te Međunarodnom komisijom za sliv rijeke Save, a uz potporu Coca-Cole Adria.

Za 2009. godinu organizatori *Europske nagrade za izvrsnost* primili su 1 250 prijava, a projekt *Lijepa naša Sava* predložen je u kategoriji Jugoistočna Europa (za područje Bugarske, Rumunjske, Hrvatske, Slovenije, Srbije, Crne Gore te Bosne i Hercegovine). U svakoj od 56 kategorija, koje obuhvaćaju niz komunikacijskih disciplina i različitih gospodarskih grana i tržišta pojedinih država diljem Europe, po pet je projekata odabrano u najuži krug. Dodjela nagrada u organizaciji međunarodnoga stručnog časopisa *Communications Director*

prvi je put organizirana 2007. godine. Nagradama se odaje priznanje za izvanredna postignuća na području odnosa s javnošću i komunikacija diljem Europe.

Lijepa naša Sava sveobuhvatan je projekt koji uključuje različite ustanove na svim razinama, od Ministarstva regionalnog razvoja, šumarstva i vodnoga gospodarstva, Ministarstva mora, prometa i infrastrukture te Međunarodne komisije za sliv rijeke Save na državnoj razini do gradskih poglavarstava Siska, Slavonskoga Broda i Županje te turističkih zajednica i muzeja u Zagrebu, Sisku, Slavnskome Brodu i Županji na lokalnoj razini, radi ostvarenja zajedničkoga cilja – zaštite i promocije rijeke Save.

PRIZNANJE OMV-a HRVATSKA

Izniman trud i ulaganje u partnersku suradnju s kupcima hrvatskomu su timu iz Službe za ključne kupce Coca-Cole HBC Hrvatska donijeli prvo službeno priznanje OMV-a Hrvatska, jednoga od ključnih kupaca iz prodajnog kanala za benzinske crpke.

U timu su koji je prvi u Hrvatskoj uspio postići da kupac odluči nagraditi svojega dobavljača Julijana Bilušić Ferderber, rukovoditeljica Službe za odnose s ključnim kupcima, Slađana Bastašić, nacionalna rukovoditeljica za odnose s ključnim kupcima, Marina Grgec, rukovoditeljica razvoja kategorije proizvoda, te Tomislav Valečić, voditelj prodaje za ključne kupce.

Temelj ovoga važnog priznanja suradnja je na projektu upravljanja kategorijom proizvoda (*category management*) te sve promocije i ulaganja na terenu u 2009., čime je potvrđena usmjerenost na izgradnju dobrih odnosa s ključnim kupcima te poduzetnost za koju se ovaj tim zalaže radom na terenu i u uredu. Na projektu se radilo cijelu drugu polovicu 2009., a taj je rad uključivao uvođenje planograma i ponude u sva prodajna mjesta i njihovo redovito mjesečno posuvremenjivanje. Coca-Colin tim iz Službe za ključne kupce ponudio je OMV-u Hrvatska znanje, vrijeme i trud te je na kraju za partnersku suradnju nagrađen vrlo važnim priznanjem.

CERTIFIKAT POSLODAVAC PARTNER

Coca-Cola HBC Hrvatska dobila je 2010. certifikat *Poslodavac partner* kojim je četvrtu godinu zaredom tijekom procesa ponovne certifikacije potvrdila izvrsne rezultate u upravljanju ljudskim potencijalima. Certifikat dodjeljuje Grupa SELECTIO, vodeća hrvatska tvrtka specijalizirana za savjetovanje u području ljudskih potencijala, uz glavnoga pokrovitelja projekta Moj posao, a na temelju ocjenjivanja koje obuhvaća područja planiranja, zapošljavanja i odabira, rada, poticanja i nagrađivanja, usavršavanja i razvoja te odnosa sa zaposlenicima. Direktorici Odjela za ljudske potencijale Coca-Cole HBC Hrvatska, Tanyi Šplajt Brainović, certifikat je uručila direktorica Grupe SELECTIO Jasmina Sočković.

U ime Coca-Cole HBC Hrvatska Tanya Šplajt Brainović istaknula je kako je riječ o važnome priznanju jer ga dobivaju samo tvrtke koje dokažu da neprekidno i sustavno ulažu u razvoj i upravljanje ljudskim potencijalima: „Coca-Cola HBC Hrvatska ovime se još jednom potvrdila kao tvrtka koja zadovoljava sve standarde upravljanja ljudskim potencijalima, a certifikat *Poslodavac partner* obvezuje nas da i u budućnosti održimo visoku razinu kvalitete te razvijamo svoje ljudske potencijale, ponajprije ulaganjem u vlastite talente, nastavkom suradnje sa studentima te poticanjem volonterskoga rada i inovativnosti među zaposlenicima. Certifikat *Poslodavac partner* dobili smo među prvima i uspjeli ga održati do danas, na što smo osobito ponosni. Do toga smo došli zahvaljujući neprekidnim ulaganjima, privlačenju mladih talenata i poticanju svojih najboljih zaposlenika, ali i pažljivim promišljanjem naših stručnjaka koja se odnose na područja za usavršavanje i razvoj.“

Direktorica Grupe SELECTIO Jasmina Sočković čestitala je Coca-Coli HBC Hrvatska na potvrđivanju statusa poslodavca partnera: „Kao i dosad, Coca-Cola HBC Hrvatska pokazala je da njeguje izvrsne prakse te je uzor i primjer tvrtkama kako se gradi sustavno, strateško upravljanje ljudskim potencijalima.“

Svrha je projekta promovirati važnost kvalitetnoga upravljanja ljudskim potencijalima u poslovnim i drugim organizacijama te nagraditi najbolje. Također, cilj je promicanje upravljanja ljudskim potencijalima, unapređivanje procesa i standarda u upravljanju ljudskim potencijalima te senzibiliziranje šire gospodarske javnosti za razumijevanje važnosti upravljanja ljudskim potencijalima.

Certifikat *Poslodavac partner* dodjeljuje se od 2005. godine, a Coca-Cola HBC Hrvatska 2010. godine četvrti je put zaredom potvrdila status poslodavca partnera.

INDEKS DOP-a

Coca-Cola HBC Hrvatska dobila je drugi put priznanje za društveno odgovorno poslovanje u Republici Hrvatskoj, zbog čega joj je dodijeljena nagrada *Indeks DOP-a* u kategoriji velikih trgovačkih društava. Tvrtki je to važno priznanje uručeno tijekom svečane dodjele nagrada *Zlatna kuna* u organizaciji Hrvatske gospodarske komore (HGK) i Hrvatskoga poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR) a koja je održana 28. veljače 2011. u Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu.

Tom je prigodom predsjedniku Nadzornoga odbora Coca-Cole HBC Hrvatska, akademiku Jakši Barbiću, koji je u hrvatski pravni sustav uveo pravo društava, dodijeljena nagrada za životno djelo.

Indeks DOP-a način je ocjenjivanja odgovornih postupaka u poslovanju hrvatskih tvrtka. Nastao je po uzoru na slične svjetske indekse, a određuje niz kriterija za ocjenjivanje u šest osnovnih područja: ekonomskoj održivosti, uključenosti društveno odgovornoga poslovanja u poslovnu strategiju, radnoj okolini, zaštiti okoliša, tržišnim odnosima i odnosima sa zajednicom. Tvrtka je za svoja višegodišnja nastojanja na području društvene odgovornosti nagradu *Indeks DOP-a* prvi put dobila 2008. godine.

NAGRADA ČASOPISA PR NEWS

Projekt *Odsada biciklom na posao*, koji je pokrenula Coca-Cola HBC Hrvatska u javno-privatnome partnerstvu s Udrugom Moj bicikl dobio je počasnu nagradu za promicanje društveno odgovornoga poslovanja koju svake godine dodjeljuje ugledni američki časopis *PR News* (*PR News' CSR Awards*).

Coca-Cola HBC Hrvatska je, uz još tri svjetske tvrtke, s tim projektom dospjela u završni krug u kategoriji *Odnosi sa zaposlenicima*. S obzirom na to da je konkurencija, prema riječima organizatora, bila iznimno jaka, pa je ulazak u finale već veliko postignuće, sve tvrtke finalisti primile su nagradu na dodjeli u Washingtonu 8. ožujka 2011.

Projekt *Odsada biciklom na posao* tvrtka je pokrenula kako bi svoje zaposlenike potaknula na aktivnijem životni stil i na što češću uporabu bicikala.

Okosnica je projekta nabava posebnih Bistrinih bicikala koje Coca-Cola HBC Hrvatska ustupa svojim zaposlenicima na besplatnu uporabu za dolazak na posao ili za rekreaciju.

Vožnja biciklom ne onečišćuje zrak i ne stvara buku, a pola sata vožnje dnevno nadomješta dnevnu potrebu tijela za tjelesnom aktivnošću te se bicikl smatra zdravim i jeftinim prijevoznim sredstvom u gradskim sredinama, a to je razlog što izbor bicikla kao prijevoznoga sredstva Coca-Cola HBC Hrvatska promiče među vlastitim zaposlenicima. Dosad je tijekom projekta Coca-Cola HBC Hrvatska nabavila

više od 80 bicikala i predala ih na uporabu svojim zaposlenicima u podružnicama diljem Hrvatske. Uz projekt *Lijepa naša Sava*, koji je osvojio *Europsku nagradu za izvrsnost* 2009. godine, to je drugi međunarodno nagrađeni društveno odgovorni projekt Coca-Cola HBC Hrvatska.

ZLATNI INDEKS

Coca-Cola HBC Hrvatska na dodjeli je nagrada *Zlatni indeks 2010.*, koju studentska udruga Sveučilišta u Zagrebu eSTUDENT dodjeljuje tvrtkama koje su u protekloj godini najviše ulagale u studente, osvojila nagrade u čak trima kategorijama. Prepoznata je kao tvrtka koja je tijekom 2010. godine najviše ulagala u studentske udruge i projekte, a nagrađena je i za sudjelovanje u studentskim projektima u organizaciji studenata i studentskih udruga. S obzirom na to da je nagrađena u više kategorija, Coca-Coli HBC Hrvatska uručen je i *Grand Prix*. Svečanost dodjele nagrada održana je 16. svibnja 2011. u Zagrebu.

Nagradom *Zlatni indeks* nagrađuju se i promiču tvrtke i ustanove koje svojim radom, djelovanjem i ostalim aktivnostima na bilo koji način sudjeluju u studentskome životu, potpomažu aktivnosti udruga ili sudjeluju u nekim od njihovih projekata. Dodjelom nagrade također se skreće pozornost tvrtkama na različite načine na koje mogu dati podršku studentima u njihovu školovanju i radu. Organizator je projekta studentska udruga eSTUDENT, koja je osnovana radi povezivanja najboljih studenata Sveučilišta u Zagrebu i najboljih poduzeća koja posluju u Republici Hrvatskoj, a suorganizatori su Studentski zbor Sveučilišta u Zagrebu, ELSA (Europska udruga studenata prava), Financijski klub, IAAS (Međunarodna udruga studenata agronomije), Udruga TIM te Studentska sekcija Hrvatskoga liječničkog zbora i EMSA (Udruga studenata medicine u geografskoj Europi).

Vanjska potvrda

Povjerenstvo Upravnoga vijeća HR PSOR-a potvrđuje da je Izvješće Coca-Cole HBC Hrvatska za 2009. i 2010. godinu sukladno razini A izvješćivanja prema *Smjernicama G₃ Globalne inicijative za izvješćivanje* (GRI).

Coca-Cola HBC Hrvatska jedno je od poduzeća u Hrvatskoj s najdužim stažem i zavidnim iskustvom u nefinancijskome izvješćivanju. Izvješće koje je pred nama nastavak je niza izvješća tog poduzeća pripremljenih prema najvišim standardima u stručnome, ali i u komunikacijskome smislu. Čita se s velikom lakoćom te je usprkos velikoj količini podataka i opsežnome tekstu ujednačeno i razumljivo. Pritom slijedi logiku izvješćivanja preporučenu *Smjernicama*, što čitatelju olakšava praćenje teksta i snalaženje u podacima.

Osim toga, tekst je iznimno jasan. Svaka izjava poduzeća potkrijepljena je dokazima ili opisom aktivnosti i podataka koji stoje iza te izjave. Time Coca-Cola HBC Hrvatska izbjegava upasti u veoma čestu zamku izvješća hrvatskih poduzeća u kojima se mogu naći izjave nepotkrijepljene dokazima, što može stvoriti nepovjerenje kod čitatelja. U ovome izvješću to nije slučaj, dapače, veoma se dosljedno i pravodobno podastiru ključni podaci potrebni za stvaranje mišljenja

čitatelja o pojedinim aktivnostima i utjecaju poduzeća. Također je za pohvalu i uravnoteženost sadržaja izvješća: svaka je tema zastupljena podjednakom količinom teksta, dovoljnom da se stekne uvid u područje, a da se pritom ne pretjera s količinom podataka. Jasnoća je s druge strane vidljiva i u činjenici da Coca-Cola HBC Hrvatska bez ustručavanja objavljuje i podatke koji ne pokazuju pozitivne rezultate te govori i o ciljevima koji nisu ispunjeni, ali i o razlozima zbog kojih nisu ispunjeni te planovima o tome kako da se ispune u sljedećemu izvještajnom razdoblju. Time Coca-Cola HBC Hrvatska pokazuje da razumije svrhu izvješćivanja o održivosti, a to je usustavljanje mjerenja učinaka i planiranja poboljšanja u cilju stalnoga smanjivanja negativnih učinaka u sljedećemu izvještajnom razdoblju. Poseban je naglasak u ovome izvješću na pristupu upravljanju koji je temeljito prikazan za sva glavna područja održivosti. Time je možda i prvi put u Hrvatskoj potrebna pozornost posvećena tom dijelu izvješća, sukladno napucima GRI-ja koji, posebno u višim razinama izvješćivanja, zahtijeva iscrpan opis upravljačkih praksa, što se u izvješćima veoma često izostavlja, a naglasak se uglavnom stavlja na pokazatelje. Pristup upravljanju posebno je važan dio

izvješća jer upućuje na pristup temi, odnos poduzeća prema području na koje se odnosi te planove i povezanost utjecaja s upravljačkim praksama samoga poduzeća. Snažnim pristupom upravljanju Coca-Cola HBC Hrvatska pokazuje da razumije ne samo važnost usklađenosti, nego i jasnoće i pouzdanosti izvješćivanja, što su važna načela izvješćivanja o održivosti.

U području ulaganja u zajednicu Coca-Cola HBC Hrvatska nastavlja praksu primjene jasne strategije koja uključuje i dionike i zaposlenike, čime se postiže najveći mogući učinak svih poduzetih akcija i projekata. To je poglavlje svakako referentna točka drugim poduzećima te ogledni primjer provođenja sustavne strategije ulaganja u zajednicu.

Napomene iz prethodnoga mišljenja Povjerenstva Upravnoga vijeća HR PSOR-a usvojene su – uvršteno je poglavlje o sprečavanju klimatskih promjena, a dodatno bismo voljeli vidjeti iscrpan opis kriterija za odabir dionika te pregled načina uključivanja dioničkih skupina prema vrsti.



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

IZVJEŠĆE O ODRŽIVOSTI 2011.

-

Coca-Cola HBC Hrvatska d.o.o.

-

Ekonomski institut, Zagreb

Trg J. F. Kennedyja 7, Zagreb

-

Autori

dr. sc. Paul Stubbs

Denis Redžepagić, MEB

(Ekonomski institut, Zagreb)

-

Direktorica projekta

Boška Trbojević

(Coca-Cola HBC Hrvatska)

-

Idejno rješenje i urednik

Igor Ćutuk

(Coca-Cola HBC Hrvatska)

-

Lektura

dr. sc. Lana Hudeček

-

Fotografije

Ivana Vučić

-

Oblikovanje i prijelom

Laboratorium, Zagreb

-

prosinac 2011.

-

-

