

IZVJEŠTAJ O  
**ODRŽIVOM**  
POSLOVANJU  
2016.



# SADRŽAJ

UVODNA RIJEČ .....	3
O IZVJEŠTAJU .....	4
O KOMPANIJI .....	6
COCA-COLA HBC AG .....	6
COCA-COLA HBC B-H SARAJEVO .....	7
VIZIJA I MISIJA .....	10
VLASNIČKA STRUKTURA .....	10
UPRAVLJAČKA STRUKTURA .....	10
STRATEŠKI OKVIR I VRIJEDNOSTI .....	11
EKONOMSKI UTJECAJ .....	12
PRISTUP ODRŽIVOSTI .....	12
VODSTVO U POSLOVNIM INICIJATIVAMA .....	14
MATERIJALNA PITANJA .....	16
UPRAVLJANJE RIZICIMA .....	18
ETIKA I INTEGRITET .....	25
TRŽIŠTE .....	26
NAŠI PROIZVODI - KVALitet na prvom mjestu .....	26
BRENDovi - zastupljenost na tržištu .....	27
upravljanje kvalitetom proizvoda .....	28
odgovorna prodaja i marketing .....	30
zadovoljstvo i dobrobit potrošača naši su prioriteti .....	30
širokim izborom proizvoda pratimo životne stilove potrošača .....	31
pobjedujemo s kupcima .....	32
u partnerstvu s dobavljačima kreiramo dodatnu vrijednost .....	33

# SADRŽAJ

<b>RADNO OKRUŽENJE .....</b>	<b>34</b>
TIM U KOJEM ŽELIM BITI .....	34
FER RADNO OKRUŽENJE .....	35
PRIVRŽENOST RADNIKA .....	35
RAZVOJ RADNIKA .....	37
ZDRAVLJE I SIGURNOST RADNIKA .....	39
<b>OKOLIŠ .....</b>	<b>42</b>
PRAVI SMJER KOJIM IDEMO .....	42
UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA .....	44
ZAŠTITA ENERGETSKIH RESURSA I KLIME .....	47
ODRŽIVA AMBALAŽA I RECIKLIRANJE .....	52
UPRAVLJANJE OTPADOM .....	52
<b>ZAJEDNICA .....</b>	<b>54</b>
SNAGA ZAJEDNIŠTVA .....	54
RAZVOJ ZAJEDNICE .....	54
RAZVOJ MLADIH .....	56
DOBROBIT ZAJEDNICE .....	58
ZAŠTITA OKOLIŠA I VODNIH RESURSA .....	60
PODRŠKA PROJEKTIMA OD ZNAČAJA ZA ZAJEDNICU .....	61
<b>GRI G4 INDEX I INDIKATORI .....</b>	<b>62</b>

# UVODNA RIJEČ

Dragi prijatelji,



s velikim zadovoljstvom vam predstavljam prvi Izvještaj o održivom poslovanju Coca-Cola HBC B-H Sarajevo, koji prikazuje naše inicijative i postignuća u oblasti održivosti.

Vođenje poslovanja na održiv način strateški je prioritet za našu kompaniju, sastavni je dio naših poslovnih procesa i omogućava nam da budemo pokretači pozitivnih promjena te pouzdan i poželjan partner, koji čuva prirodna bogatstva i stvara dodatnu vrijednost. Godinama razvijamo svoje prakse koje se odnose na odgovornost na tržištu, prema okolišu, u lokalnoj zajednici i radnom okruženju, jednako kao i naše prakse izvještavanja. Do sada smo o svojim učincima na polju održivosti izvještavali Coca-Cola HBC AG, našu Grupu kojoj s ponosom pripadamo, a oni su objavljivani u Integralnom godišnjem izvještaju Grupe s postignućima svih 28 zemalja u kojima ona posluje. Ovi rezultati i transparentne prakse izvještavanja su prepoznate i Coca-Cola HBC AG je u septembru 2017. proglašena liderom održivosti u industriji bezalkoholnih pića po indeksima održivosti Dow Jones (DJSI) četvrtu godinu zaredom.

U definisanju naših prioriteta održivosti kontinuirano se fokusiramo na područja koja su u skladu s našom poslovnom strategijom, podržavaju naše poslovne aktivnosti, a ujedno su važna za našu i budućnost zajednica kojima pripadamo. To se ne može raditi izolovano od vanjskog okruženja i zato se redovno savjetujemo sa svojim interesnim grupama. Njihovo povjerenje i povratne informacije ključne su i strateški važne za unapređenje našeg poslovanja, te se kao kompanija trudimo da to povjerenje očuvamo i jačamo.

Smatramo naše aktivno davanje doprinosu u svim materijalnim područjima, koja smo odredili u saradnji s našim interesnim grupama, kao svoj dugoročni cilj i obavezu. To nas je vodilo i tokom 2016. godine, zajedno s vrijednostima naše Grupe i u skladu s načelima održivosti opisanim u ovom izvještaju.

Izuzetnu pažnju poklanjam i razvoju zajednice kojoj pripadamo, a ona je našu posvećenost i doprinos prepoznala još 2010. godine proglašivši Coca-Cola HBC B-H Sarajevo društveno najodgovornijom kompanijom u Bosni i Hercegovini. Ova velika čast predstavlja je dodatni podstrek našim nastojanjima da poslujemo održivo. Naš pristup u ovoj oblasti podrazumijeva uspostavljanje dugoročne saradnje s brojnim partnerima iz svih sektora, uključujući naše dobavljače, kupce, državne institucije i nevladine organizacije. Prepoznajući problem nezaposlenosti mladih kao ozbiljno pitanje s kojim se naše društvo suočava, u 2016. godini pokrenuli smo program ljetnih praksi Coke Summership, a potom i Coca-Cola podršku mladima.

Vjerujem da ćemo s dobro razvijenim poslovnim strategijama, našim talentovanim radnicima i jakim partnerstvima, kojima smo posvećeni i na koje smo ponosni, svi zajedno uspješno doprinositi prosperitetu i promociji načela održivog poslovanja u Bosni i Hercegovini.

Srdačno,

**Ruža Tomić Fontana**  
Generalna direktorka Coca-Cola HBC  
za Bosnu i Hercegovinu, Hrvatsku i Sloveniju

# O IZVJEŠTAJU

Izvještaj o održivom poslovanju Coca-Cole HBC B-H Sarajevo u 2016. godini prvi je naš lokalni izvještaj urađen s ciljem da svim interesnim grupama predstavimo naša postignuća u oblasti održivog poslovanja. Nadamo se da ćemo time podstaći i dalje razvijati svijest o našoj te odgovornosti i ulozi svih naših interesnih grupa prema društvu i okruženju u kojem poslujemo. Sastavljanje ovog izvještaja također pruža priliku da identifikujemo i oblasti u kojima postoji prostor za unapređenje i na kojima ćemo raditi u narednom periodu.

Izvještaj o održivosti koji je pred vama pripremljen je prema verziji **G4** smjernica za izvještavanje o održivosti **Globalne inicijative za izvještavanje (Global Reporting Initiative – GRI)**.

U skladu sa smjernicama posebnu pažnju u Izvještaju posvetili smo materijalnim pitanjima, pri čemu smo za svako strateško pitanje koje može imati značajan ekonomski, društveni ili okolišni utjecaj u obzir uzeli stavove naših unutrašnjih i vanjskih interesnih grupa kako bismo razumjeli njihove poglede o pitanju integracije održivosti u naše poslovne procese. U izradi Izvještaja veliki doprinos dali su predstavnici svih odjela i službi Coca-Cole HBC B-H Sarajevo, a stručnu ekspertizu, monitoring i verifikaciju primjene G4 smjernica za izvještavanje o održivosti (GRI) dao je ekspertni tim Ekonomskog instituta u Sarajevu u sastavu prof. dr. Sead Kreso, prof. dr. Velma Pijalović i doc. dr. Lejla Lazović-Pita.

Ukoliko nije drugačije navedeno, u Izvještaju su predstavljeni podaci koji se odnose na poslovanje Coca-Cole HBC B-H Sarajevo u 2016. godini, zaključno s 31. decemvrom. Kada je riječ o općim informacijama i brojčanim podacima, posebno je naglašeno kada se oni odnose na našu kompaniju Coca-Cola HBC B-H Sarajevo, kada na poslovnu jedinicu u kojoj poslujemo s kompanijama Coca-Cola HBC Hrvatska i Coca-Cola HBC Slovenija, a kada na Coca-Cola HBC AG, grupu čija smo članica, ili Coca-Colin sistem u Bosni i Hercegovini.

Kontakt-osoba za pitanja u vezi s izvještajem:

**Alma Šahbaz**  
Rukovoditeljica Službe za odnose s javnošću  
e-mail: [alma.sahbaz@cchellenic.com](mailto:alma.sahbaz@cchellenic.com)

# Coca-Cola HBC B-H Sarajevo

## ODRŽIVOST U LANCU VRIJEDNOSTI

### NAJZNAČAJNIJA POSTIGNUĆA U 2016. GODINI

Zapošljavamo  
**280**  
radnika u **1** punionici i **4** distributivna centra u BiH  
i na svakog direktno zaposlenog  
svnjom poslovanjem kreiramo još  
**3.600** radnih mesta u široj privredi BiH\*

**65%**  
budžeta za nabavku usmjerili smo na domaće dobavljače

Treću godinu zaredom smo dobavljač **broj 1**  
u industriji proizvođača  
bezalkoholnih pića, po rezultatima  
GfK istraživanja zadovoljstva kupaca.  
Kontinuirano razvijamo održiv lanac vrijednosti,  
te svojim poslovanjem podržavamo  
**0,5% BDP-a**  
dodatne vrijednosti za BH privredu\*

Indeks žalbi potrošača smanjili smo na  
**0,08**

Ostvarili smo rekord  
**520**  
dana uzastopno bez povrede na radu

Na projekte u zajednici usmjerili smo  
**1,29%**  
dobiti prije oporezivanja

U sportskim projektima koje smo  
podržali u zajednici učestvovalo je više od  
**20.000** ljudi

Od **20** polaznika programa ljetnih praksi  
Coke Summership, **12** je dobilo zaposlenje

**13,2%**  
naših radnika je, kroz predavanja i mentorstvo, doniralo  
više od **1.500** volonterskih sati  
mladima u Bosni i Hercegovini



**44%** naše rashladne opreme su hladnjaci  
bez HFC-a, kao što će biti i sva oprema  
koju ćemo nabavljati ubuduće

Za **20%** smanjili smo potrošnju energije  
od 2010. do 2016.

Za **46%** smanjili smo potrošnju vode  
od 2010. do 2016.

Naša punionica u Sarajevu  
prva je i jedina punionica u BiH certifikovana prema  
**EWS**  
standardu Evropske agencije za  
upravljanje i očuvanje voda

Čak **96,3%** otpada nastalog u proizvodnom  
procesu smo reciklirali

# O kompaniji

COCA-COLA HBC B-H SARAJEVO JE ČLANICA GRUPE

## COCA-COLA HBC AG

(u nastavku Coca-Cola HBC) koja posluje u 28 država i s prodajom koja premašuje dvije milijarde jediničnih pakovanja godišnje jedan je od vodećih proizvođača bezalkoholnih pića The Coca-Cola Company (TCCC) u svijetu. Krajem 2016. godine Coca-Cola HBC širom svijeta ima 56 fabrika, 264 skladišta i distributivna centra te 271 proizvodnu liniju, pri čemu direktno zapošljava 31.083 radnika, a njeni proizvodi stižu do 595 miliona potrošača na tri kontinenta, od Rusije do Nigerije.

### Tržišta u nastajanju

Populacija: 428 miliona stanovnika  
Bruto nacionalni dohodak po stanovniku US\$ 5.020

### Obim prodaje

**1.068** miliona jediničnih pakovanja (6,1 mil. litara)

### Razvijena tržišta

Populacija: 91 milion stanovnika  
Bruto nacionalni dohodak po stanovniku US\$ 36.349

### Obim prodaje

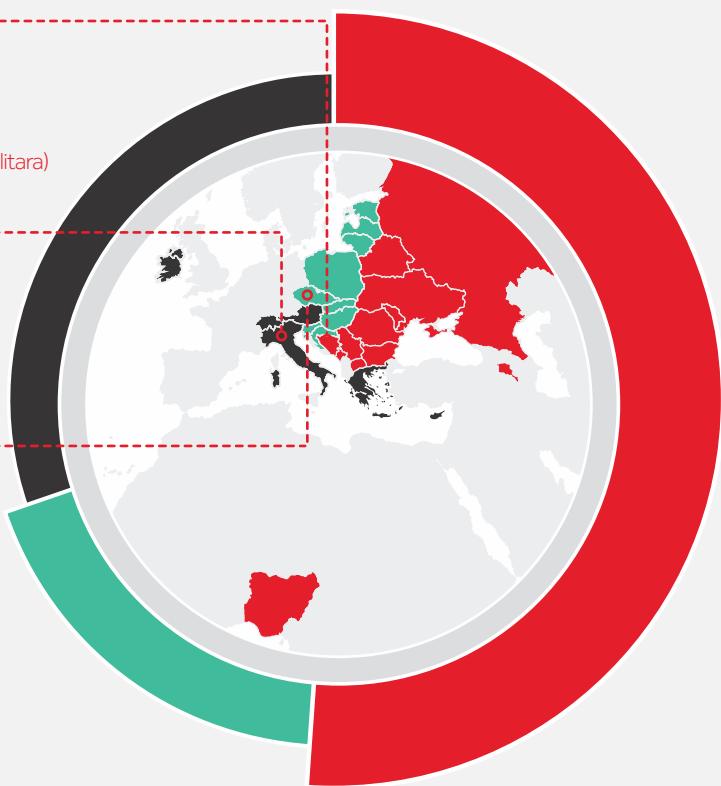
**607** mil. jediničnih pakovanja (3,5 mil. litara)

### Tržišta u razvoju

Populacija: 76 miliona stanovnika  
Bruto nacionalni dohodak po stanovniku US\$ 13.861

### Obim prodaje

**383** mil. jediničnih pakovanja (2,2 mil. litara)



# 4 GODINE LIDER U INDUSTRIJI

Coca-Cola HBC je u septembru 2017. četvrtu godinu zaredom proglašena liderom u industriji proizvođača bezalkoholnih pića prema Dow Jones World i Europe Sustainability indeksima.



Dow Jones  
Sustainability Indexes

Kompanija kontinuirano unapređuje, inovira i optimizira svoje aktivnosti kako bi razvila efikasnije i održivo poslovanje i ubrzala rast uz podršku povoljnijeg vanjskog okruženja.

## COCA-COLA HBC B-H SARAJEVO

Kao i u drugim državama, Coca-Cola sistem u Bosni i Hercegovini čine dvije kompanije. Od 2003. godine to su Barlan B-H d.o.o. i Coca-Cola HBC B-H d.o.o. Sarajevo.

Barlan B-H d.o.o. (u nastavku Barlan B-H) je podružnica The Coca-Cola Company (TCCC) u Bosni i Hercegovini. Zadužena je za strateški marketing, upravljanje robnim markama, strategiju pakovanja, promocije, oglašavanje, odnose s javnošću i istraživanje tržišta.

Coca-Cola HBC B-H d.o.o. Sarajevo (u nastavku Coca-Cola HBC B-H) je podružnica Coca-Cola HBC i ovlašteni je punioničar proizvoda The Coca-Cola Company u Bosni i Hercegovini. Sjedište matične firme Coca-Cola HBC AG nalazi se u Švicarskoj, a njene dionice kotiraju na primarnom tržištu Londonske berze te na sekundarnom tržištu berze u Atini.

Coca-Cola HBC B-H kupuje koncentrate, baze i sirupe za proizvodnju bezalkoholnih pića i odgovorna je za distribuciju i prodaju te upravljanje ključnim kupcima i promociju proizvoda na prodajnim mjestima.

Coca-Cola HBC B-H čine upravno-proizvodno-distributivni centar u Hadžićima kod Sarajeva, prodajno-distributivni centri u Tuzli, Mostaru – Ljubuškom i Banjoj Luci – Laktašima, te prodajno-administrativni ured u Bihaću.

Ukupno 280 direktno zaposlenih u 2016. godini bilo je angažovano na proizvodnji, promociji i distribuciji 16,7 miliona jediničnih pakovanja naših visokokvalitetnih brendova, kojima služimo populaciju od gotovo četiri miliona ljudi u Bosni i Hercegovini.

Prva boca Coca-Cola u Bosni i Hercegovini proizvedena je 1975. u punionici u Hadžićima.



U aprilu 1992. godine, uslijed ratnih dešavanja, prekida se rad punionice.

Coca-Cola se u Bosni i Hercegovini ponovo počela prodavati 1996. godine, a u oktobru 2000. opet je pokrenuta domaća proizvodnja.



# U BOSNI I HERCEGOVINI

## 2000.

U novoizgrađenoj punionici u Hadžićima 26. oktobra počinje proizvodnja.



## 2007.

**ISO 22000 certifikacija**

Pokrećemo inicijativu za osnivanje BiHPAK-a.



## 1970.

## 1980.

## 1989.

Punionica Sarajevo posluje pod nazivom „IBP Hadžići – punionica Coca-Cola pića”.

## 1990.

## 1992.

Zbog ratnih dešavanja prekida se rad punionice u Hadžićima.

## 1999.

Coca-Cola Amatil razdvaja se na dva dijela i nastaje Coca-Cola Beverages, novi sistem u kojem nastavljamo poslovati pod nazivom „Coca-Cola Beverages B-H d.o.o. Sarajevo”.

## 1975.

Gradi se i počinje s radom punionica u Hadžićima pod nazivom „Slovin-Ljubljana OOOUR Hadžići punionica Coca-Cola pića”.

## 1984.

Povodom održavanja XIV Zimskih olimpijskih igara u Sarajevu na našem tržištu predstavljeno je pakovanje Coca-Cole u limenkama, ograničena serija s logotipom ZOI-ja.

## 1996.

Coca-Cola Amatil otvara predstavništvo u Sarajevu i distribuira Coca-Coline proizvode iz Hrvatske i Austrije.

## 1998.

Prva limenka Coca-Cola s oznakom «Proizvedeno u Bosni i Hercegovini» proizvodi se u Sarajevskoj pivari. Otvara se podružnica u Mostaru. Coca-Cola postaje sponzor Sarajevo Film Festivala.



## 1969.

Coca-Colini proizvodi počinju se distribuirati na tržištu tadašnje Socijalističke Republike Bosne i Hercegovine.



## 2002.

Uspostavljamo Centar za informisanje potrošača i prvu besplatnu infoliniju za potrošače u Bosni i Hercegovini.

**ISO 9001 certifikacija**

## 2003.

Coca-Cola Beverages B-H d.o.o. Sarajevo mijenja naziv u Coca-Cola HBC B-H d.o.o. Sarajevo i posluje unutar Coca-Cola HBC grupe.



U finalu državnog takmičenja društveno odgovornih kompanija DOBRO'09 Coca-Cola HBC B-H Sarajevo proglašena je pobednikom u kategoriji „Odgovorne poslovne prakse“.

**ISO 14001 certifikacija**

## 2008.

Uvedena druga linija za punjenje u PET ambalaži.

## 2009.

Počinje proizvodnja brenda Cappy Tempo.

# 2010.

## 2010. GIRO DI SARAJEVO

Na državnom takmičenju DOBRO'10 Coca-Cola HBC B-H Sarajevo proglašena društveno najodgovornijom kompanijom u Bosni i Hercegovini.



## 2012.

Počinje proizvodnja Coca-Cola Zero.

Coca-Cola HBC B-H Sarajevo posluje u okviru zajedničke poslovne jedinice Adria, u čiji sastav, uz Coca-Cola HBC Hrvatska, dvije godine kasnije ulazi i Coca-Cola HBC Slovenija.

## 2015.

Počinje proizvodnja brenda Emotion.



Predstavljena Studija socio-ekonomskog utjecaja Coca-Colinog sistema u Bosni i Hercegovini.



## 2011.

Certifikacija po The Coca-Cola Company KORE zahtjevima.

U saradnji s UNDP-om u Bosni i Hercegovini pokrećemo projekt Čist Vrbas.

Coca-Cola HBC B-H postaje suosnivač Ekopaka.



## 2013.

Šestu godinu zaredom Coca-Cola HBC B-H je među deset najpoželjnijih poslodavaca u Bosni i Hercegovini prema glasovima posjetilaca portalaposao.ba



## 2014.

Coca-Cola HBC B-H aktivno doprinosi ublažavanju posljedica poplava u Bosni i Hercegovini, za što nam Društvo Crvenog krsta / križa BiH i Federalna uprava civilne zaštite dodjeljuju posebno priznanje.



## 2016.

Pokrenut program ljetnih praksi Coke Summership.



## O kompaniji

### VLASNIČKA STRUKTURA

Coca-Cola HBC B-H d.o.o. Sarajevo, Mostarsko raskršće bb, 71240 Hadžići, u punom je vlasništvu kompanije Coca-Cola Beverages Holdings II B.V., koja posluje u skladu sa zakonima Holandije, sa sjedištem na adresi Naritaweg 165, 1043 BW, Amsterdam, Holandija, i koja je registrovana u Privrednoj komori Amsterdama, reg. br. 33298456 (u nastavku: CC Beverages Holdings II B.V.).

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

Coca-Cola HBC Holdings BV u punom je vlasništvu kompanije Coca-Cola AG, koja posluje po zakonima Švicarske, sa sjedištem na adresi Turmstrasse 30, 6300 Zug, Švicarska, s korporativnim registarskim brojem 170.3.037.199-9 na Atinskoj i Londonskoj berzi.

### VIZIJA I MISIJA

#### VIZIJA

Postati neprikosnoveni lider na svakom tržištu na kojem poslujemo.

#### MISIJA

Naša misija u Bosni i Hercegovini je osvježiti svoje potrošače, biti partner kupcima i unaprijediti život lokalnih zajednica u kojima poslujemo te nudeći proizvode visokog kvaliteta, našim svakodnevnim radom graditi povjerenje građana, što je naš najvažniji adut.

### UPRAVLJAČKA STRUKTURA

Upravljačku strukturu kompanije čine Skupština kao organ upravljanja i Uprava društva kao organ rukovođenja. Skupština čini jedan član, osnivač i jedini vlasnik društva – kompanija CC Beverages Holding II B.V. Budući da nije imenovan Nadzorni odbor, osnivač društva direktno nadzire poslovanje Coca-Cole HBC B-H.

Funkcija predsjednika najvišeg upravljačkog tijela i izvršna funkcija u kompaniji su razdvojene. Skupština imenuje Upravu, koju čine generalni direktori i komercijalni direktori društva.

Tri pravna lica: Coca-Cola HBC B-H, Coca-Cola HBC Hrvatska i Coca-Cola HBC Slovenija, koja posluju u tri različite države, a imaju istog vlasnika, organizovana su u jednu poslovnu jedinicu.

U julu 2017. godine Ruža Tomic-Fontana imenovana je za generalnu direktoricu poslovne jedinice. Tomic-Fontana je dužnost generalne direktorice preuzeala s radnog mjesto direktorice prodaje poslovne jedinice.

U periodu august 2015 – juli 2017, koji ovaj izvještaj dijelom obuhvata, Maria Anagyrou-Nikolić obavljala je dužnost generalne direktorice poslovne jedinice.

Rad rukovodilaca evaluira se kroz proces procjenjivanja individualnog učinka u odnosu na postavljene godišnje ciljeve vezane za ključne oblasti: *vodi i inspiriši, isporuči za održivi rast, inoviraj za rast, rukovodi izvrsno i uspostavi partnerstva za rast*. Godišnji bonusi povezani su s ostvarenjem ciljeva u navedenim ključnim oblastima. Član Uprave ne smije učestvovati u djelatnosti koja je ili bi mogla biti u konkurenčkom odnosu s djelatnosti Coca-Cole HBC B-H u toku mandata i dvije godine nakon njegovog prestanka.

#### Uprava

#### Generalni direktor

1

Pravni poslovi  
Služba za pravne poslove

2

Integrисани lanac snabdijevanja  
Punionica  
Služba za održivo poslovanje  
Služba za poslovnu podršku u lancu snabdijevanja  
Služba za planiranje snabdijevanja  
Služba za nabavku

3

Prodaja  
Služba za prodaju  
Služba za klijunčne kupce  
Služba za kategoriju jakih alkoholnih pića i razvoj poslovanja  
Služba za komercijalnu podršku i rashladnu opremu

4

Marketing  
Služba za marketing gaziranih pića  
Služba za upravljanje prodajnim prilikama i istraživanje tržišta  
Služba za marketing prodajnog kanala za neposrednu konzumaciju  
Služba za marketing prodajnog kanala za odgođenu konzumaciju

5

Komercijalna izvršnost  
Služba za marketing prodajnog kanala za neposrednu konzumaciju

6

Finansije  
Služba za finansijski nadzor  
Služba za komercijalne finansije  
Služba za operativne finansije  
Služba za upravljanje poreskim propisima  
Služba za unutrašnju kontrolu i uskladivanje poslovnih procesa

7

Informacijski sistemi  
Služba za unapređenje koristenja poslovnih rješenja i sistema  
Služba za upravljanje informacijskim sistemima i korisničku podršku

8

Ljudski potencijali  
Služba za poslovnu podršku i razvoj  
Služba za sisteme plaća i nagradivanje

9

Komunikacije i odnosi s javnošću  
Služba za odnose s javnošću

# STRATEŠKI OKVIR I VRIJEDNOSTI COCA-COLE HBC B-H

U kompaniji Coca-Cola HBC posvećeni smo pridržavanju šest osnovnih vrijednosti te ponašanju koje ih podržava i oblikuje naš svakodnevni rad. Sve počinje s našim vrijednostima. One su DNK naše kompanije i ključne su za naš budući uspjeh.

## Autentičnost

Djelujemo s integritetom i radimo ono što je ispravno, a ne ono što je lako.

## Izvršnost

Nastojimo zadiviti svojom strašću i brzinom.

## Učenje

Slušamo, radoznali smo i podstičemo želju za znanjem.

## Briga za naše ljude

Vjerujemo u naše ljude, ulažemo u njih i jačamo ih.

## Jedinstveno djelovanje

Vjerujemo u moć timskog rada i njegov doprinos uspjehu u svakoj prilici.

## Pobjeđivanje s našim kupcima

Naši kupci u centru su svega što radimo.

Ove vrijednosti grade kulturu koja našim ljudima daje snažan osjećaj pripadnosti i samopouzdanje da efikasno donose svrishodne odluke. Ovaj pristup poslovanju naša je prednost i na tržištu, jer stvara kompaniju s kojom kupci žele sarađivati.

U skladu sa strategijom Coca-Cole HBC naše vrijednosti u srži su našeg strateškog okvira *Igraj za pobedu* za 2020. godinu. Okvir predstavljaju četiri strateška imperativa, tzv. 4C, koji uključuju materijalna pitanja od značaja za kompaniju i interesne grupe te koji imaju za cilj da svaki dan daju veću vrijednost povjerenju zajednice, značaju za potrošača, prvom izboru kupca i optimalnom upravljanju troškovima.

### Povjerenje zajednice

Gradimo odnose zasnovane na povjerenju, radeći na tri strateška cilja: doprinosu dobrobiti naše zajednice, razvoju mladih i smanjenju utjecaja našeg poslovanja na okoliš.

### Značaj za potrošača

Zadovoljavamo potrebe potrošača nudeći široku paletu visokokvalitetnih proizvoda po pravim cijenama za svaki proizvod. To podrazumijeva neprekidan rad na kvalitetu i inovacijama, odgovoran marketing i angažman s potrošačima.

### Prvi izbor kupca

Pronalaskom novih načina kako bismo zajedno pobijedili na tržištu, nastojimo biti preferirani dobavljač svih svojih kupaca. Provodimo niz inicijativa, gradimo i održavamo uspješna partnerstva i osiguravamo profitabilan rast za naše poslovanje i naše kupce. Kako bismo to postigli, poslovna etika, borba protiv korupcije, kontrolisanje i osiguravanje direktnog i indirektnog ekonomskog utjecaja od ključnog su značaja.

### Optimalno upravljanje troškovima

Osiguravamo održiv rast poslovanja i optimalno upravljanje troškovima posvećenošću efikasnosti u procesu proizvodnje, boljem korištenju resursa i unapređenjem procesa nabavke. To podrazumijeva smanjenje operativnih troškova i izdataka, čime osiguravamo dugoročnu održivost.

Materijalna pitanja klasificirana su na osnovu njihovog značaja za kreiranje vrijednosti prema četiri strateška stuba radi boljeg razumijevanja veze između materijalnih pitanja i poslovanja Coca-Cole HBC B-H.

Neiscrpan talent i usmjerenost ka efikasnosti ključne su predispozicije u našim naporima da postignemo postavljene ciljeve.



## O kompaniji

# EKONOMSKI UTJECAJ

Coca-Cola HBC B-H posluje u veoma izazovnom makroekonomskom okruženju, koje karakterišu niske stope ekonomskog rasta, visoke stope nezaposlenosti i složena političko-ekonomska situacija u državi. Poplave iz maja 2014. dovele su do usporavanja privrednih aktivnosti, a u 2016. godini smo još više bili izloženi pritiscima vezanim za prijedloge dodatnih fiskalnih opterećenja te problemima u poslovanju jednog od naših ključnih kupaca.

Uprkos nepovoljnem makroekonomskom okruženju, uspjeli smo ostvariti dobre finansijske rezultate i zadržati vodeću poziciju, zahvaljujući čvrsto postavljenoj strategiji i posvećenosti naših ljudi.

	2014.	2015.	2016.
Direktno generisana ekonomska vrijednost	103.048.683,00	105.298.153,00	112.839.683,00
Distribuirana ekonomska vrijednost	100.417.160,15	102.866.210,45	109.590.685,85
Zadržana ekonomska vrijednost	2.631.522,85	2.431.942,55	3.248.997,15

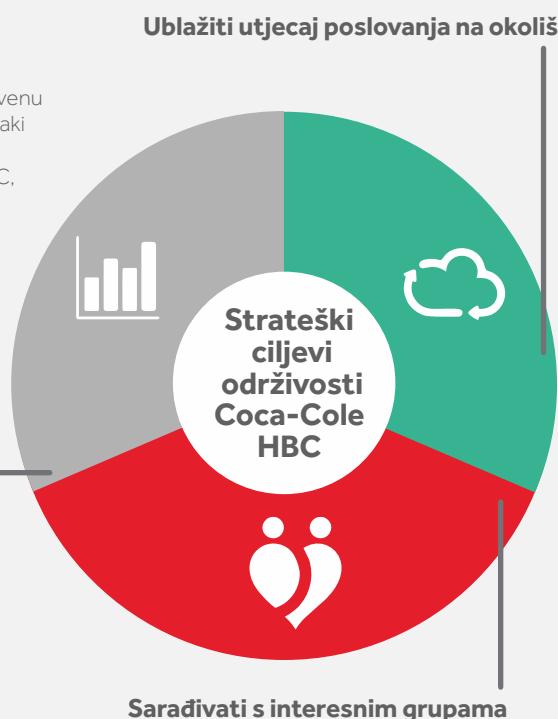
## PRISTUP ODRŽIVOSTI

Naš pristup održivosti u skladu je sa strategijom naše Grupe da poslovanje razvija na odgovoran, održiv i profitabilan način. Upravo je ovaj pristup Coca-Cola HBC postavio na poziciju lidera u industriji bezalkoholnih pića.

Kontinuirano radimo kako bismo društvenu odgovornost i održivost integrirali u svaki aspekt našeg poslovanja. Održivost je dio kulture Coca-Cola HBC, kojom se vodimo kada je riječ o našim odlukama i dugoročnim investicijama s ciljem stvaranja trajne vrijednosti.

Tri strateška cilja održivosti kompanije Coca-Cola HBC su:

**Generisati pozitivan  
društveno-ekonomski utjecaj**



Vođenjem održivog poslovanja nastojimo kreirati dodatnu vrijednost za sve naše interesne grupe: radnike, kupce, potrošače, dobavljače i zajednicu, s kojima smo u stalnom dijalogu kako bismo razumjeli njihove potrebe i, gdje je prikladno, povezali ih s našom strategijom.

Naša strateška partnerstva usmjerena su na razvoj međusektorske saradnje, sinergijsko djelovanje s neprofitnim organizacijama, relevantnim međunarodnim organizacijama, vladinim tijelima i drugim interesnim grupama, kao najefikasnijim putem za rješavanje složenih savremenih izazova održivosti, poput klimatskih promjena i gojaznosti.

Naš sveobuhvatni pristup održivosti podrazumijeva:

**INTEGRISANJE**  
održivosti u osnovnu djelatnost kompanije

**RAZVOJ**  
strateških partnerstava s ciljem zajedničkog pristupa rješavanju problema održivosti

**PODIZANJE**  
svijesti i promociju odgovornih praksi

**EKSPERTSKU PODRŠKU**  
prilikom kreiranja strategije održivosti i izvještavanja

Integriranost principa održivosti u naše poslovanje potvrđuju i naši interni strateški dokumenti za relevantne oblasti, koji su predstavljeni u narednim poglavljima.

U skladu sa svojom strategijom održivosti,  
Coca-Cola HBC je objavila ciljeve koji dotiču  
gotovo sve aspekte našeg poslovanja i  
obavezala se da će do 2020:



## O kompaniji

Odgovornost za razvoj održivog poslovanja unutar kompanije Coca-Cola HBC B-H dijele Služba za održivo poslovanje i Služba za odnose s javnošću. U skladu s organizacijskom strukturom, Služba za odnose s javnošću odgovara direktorici Odjela za komunikacije i odnose s javnošću poslovne jedinice, koja odgovara generalnoj direktorici. Služba za održivo poslovanje odgovara direktorici za održivo poslovanje poslovne jedinice, koja odgovara regionalnom direktoru za zdravlje i sigurnost na radu i održivo poslovanje Coca-Cola HBC.

Kako bismo promovisali praksu održivog poslovanja, naše interesne grupe redovno obavještavamo o postignućima u oblasti održivosti. Povodom uvrštavanja Coca-Cola HBC na Dow Jones indeks održivosti četvrti put zaredom izdali smo saopćenje za javnost. Nosiće interesa iz državne uprave, ali i drugih interesnih grupa o napretku na polju održivog poslovanja obavještavamo u okviru programa posjeta punionici. Osim toga, našu internetsku stranicu koristimo i kao platformu za predstavljanje postignutih rezultata te podsticanje razvoja prakse održivog poslovanja.

## VODSTVO U POSLOVNIM INICIJATIVAMA

Coca-Cola HBC B-H je aktivna članica poslovnih udruženja čije su aktivnosti usmjerene na promociju i razvoj društveno odgovornih praksi: Asocijacije poslodavaca Bosne i Hercegovine, gdje smo članica Upravnog odbora, Udruženja poslodavaca Federacije BiH, u kojem smo članica Radne grupe za zakonodavstvo i pravnu regulativu, Američke trgovačke komore u Bosni i Hercegovini (AmCham), gdje smo članica Upravnog odbora, te Grupacije proizvođača bezalkoholnih pića i voda pri Vanjskotrgovinskoj komori Bosne i Hercegovine s funkcijom potpredsjednika grupacije. Članica smo i Vijeća stranih investitora (FIC), poslovnog udruženja Biznis plus i jedan od suosnivača i član Upravnog odbora Ekopaka, ovlaštenog operatera sistema za zbrinjavanje ambalažnog otpada na teritoriji Federacije Bosne i Hercegovine.

Kao lideri u oblasti održivosti, kroz poslovna udruženja preuzimamo inicijativu za dijeljenje iskustava i podsticanje odgovornosti za promociju i motivisanje drugih kompanija da razvijaju održive prakse.




POKROVITELJI:

KOMORSKOTRGOVINSKA KOMORA BOSNE I HERCEGOVINE  
CROATO-HERZEGOVINA CHAMBER OF TRADE AND COMMERCE  
FOREIGN TRADE CHAMBER OF BOSNA AND HERZEGOVINA

AmCham

Foreign Investors Council

POSLOVNE

**BOSANSKOHERCEGOVAČKA  
VIŠE NEGO ŠTO MISLITE**

## Na usluzi smo našim kupcima i zajednici

Nudimo široku lepezu brendova kako bismo zadovoljili potrebe naših kupaca.

## Efikasno proizvodimo i distribuiramo

Efikasnim kombinovanjem sirovina i korištenjem vještina i predanosti naših radnika unapređujemo prodaju proizvoda, upravljamo ključnim kupcima te promovišemo i distribuiramo proizvode.

**1**

Punionica

**3**

Proizvodne linije

**4**

Distributivna centra

Optimalnim korištenjem naših resursa osiguravamo odgovorno i održivo poslovanje, što je ključni faktor naše profitabilnosti.

Težimo smanjenju operativnih troškova poslovanja.

Kreiramo potražnju

Primjenjujemo visoke standarde sigurnosti i zdravlja na radu, ljudskih prava, zaštite okoliša i kvaliteta proizvoda

Investiramo u poslovanje

## Kreiranje vrijednosti

Vodenjem profitabilnog, održivog i odgovornog poslovanja kreiramo vrijednost, koju potom i zadržavamo kako bismo ojačali naše poslovanje, ali je i dijelili sa svim našim interesnim grupama.

### Dobavljači

Kreiramo dodatnu vrijednost i za naše dobavljače. Podizemo standarde u oblasti rada, ljudskih prava i zaštite životne okoline.

### Dobavljača

**716**

### Radnici

Razvojem, prepoznavanjem i nagrađivanjem naših radnika osiguravamo dobru, motivisana i sigurnu radnu snagu.

### Direktno zaposlenih

**280**

### Kupci

S našim kupcima gradimo snažne i dugoročne partnerske odnose.

### Više od

**14.000**  
kupaca

### Zajednica

Direktno i indirektno doprinosimo zajednici kreiranjem poslova, plaćanjem poreza, promocijom zdravih stilova života, zaštitom okoliša, podrškom projektima od značaja za zajednicu, pružanjem pomoći u vanrednim situacijama i sl.

**19.385.549**  
**KM plaćenih poreza**

## O kompaniji

# MATERIJALNA PITANJA

Analiza materijalnosti strateški je alat kojim se definišu relevantna i pitanja od značaja za kompaniju i njene interesne grupe. Njome se identifikuju pitanja koja mogu utjecati na donošenje odluka, akcije, poslovanje i sposobnost kompanije da stvara dodatnu vrijednost, i sada i u budućnosti. Procjena materijalnih pitanja za nas je stalni proces koji osigurava da naš strateški fokus ostane relevantan imajući u vidu okruženje u kojem poslujemo. Zato je veoma važno definisati ova pitanja i u proces uključiti unutrašnje i vanjske interesne grupe.

Kako bismo identificirali relevantna ekonomska, društvena i okolišna pitanja na koja trebamo usmjeriti pažnju, ostvarujemo stalni dijalog sa svim interesnim grupama. Pri tome koristimo različite mehanizme za različite interesne grupe: od svakodnevne komunikacije o aktuelnim pitanjima do dugoročnih inicijativa kao što su inicijativa za upravljanje ambalažnim otpadom ili stvaranje zajedničke vrijednosti za kupce, pri čemu se neke od aktivnosti vode na nivou Grupe, a druge na lokalnom nivou.

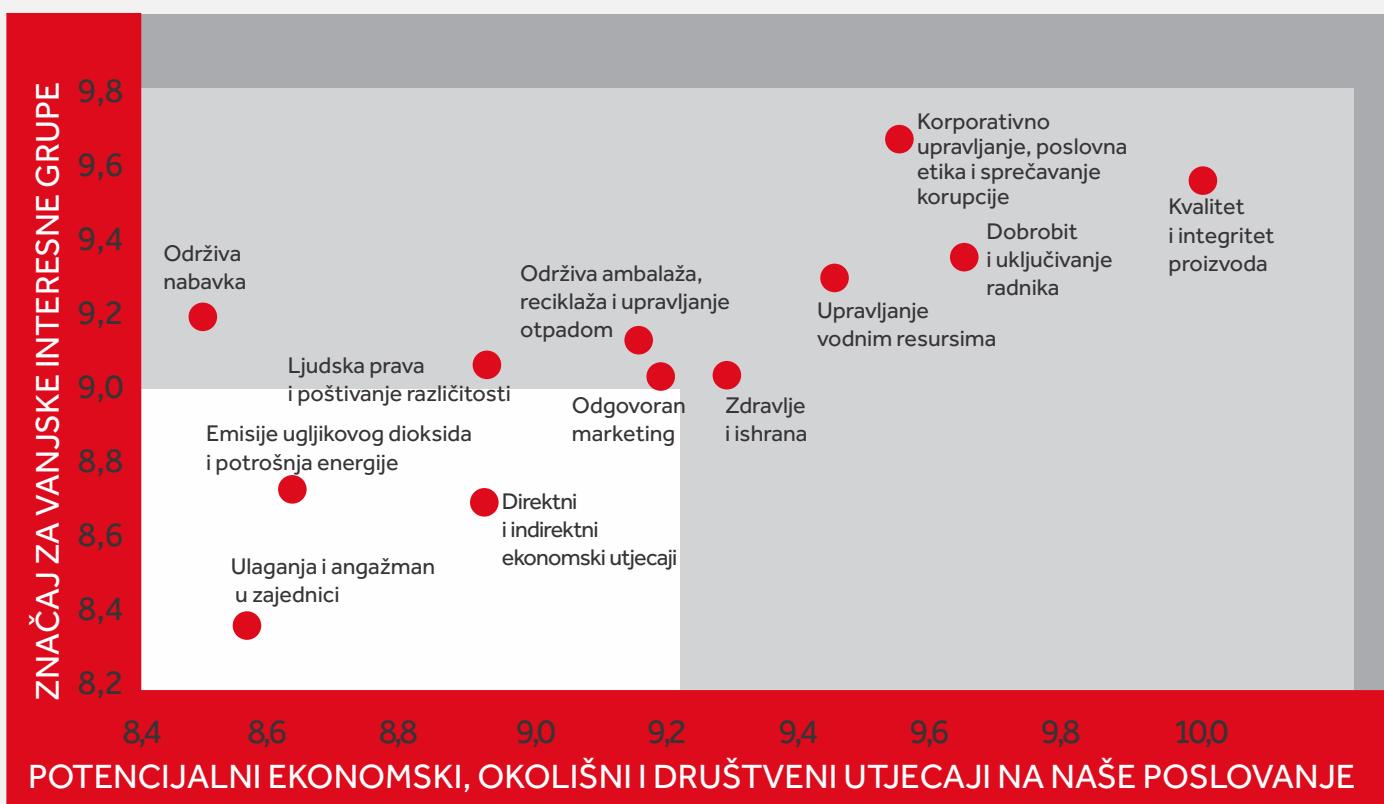
Polazna tačka za izradu matrice materijalnosti Coca-Cola HBC B-H bila je lista materijalnih pitanja koju je identificirala Coca-Cola HBC na osnovu sveobuhvatne analize pitanja iz sve tri oblasti održivosti: ekonomske, okolinske i društvene, te povratnih informacija naših unutrašnjih i vanjskih interesnih grupa.

Druga faza u procesu kreiranja matrice je pozicioniranje ovih materijalnih pitanja u našoj matrici materijalnosti na osnovu nivoa njihovog značaja za naše unutrašnje i vanjske interesne grupe i njihov potencijalni ekonomski, okolišni i društveni utjecaj na naše poslovanje. U tu svrhu Coca-Cola HBC B-H je u februaru 2017. godine provela online anketu, u kojoj je učestvovalo:

- 35 unutrašnjih aktera iz srednjeg i visokog rukovodstva kompanije
- 48 vanjskih nosilaca interesa iz kategorija: kupaca (distributera, ključnih kupaca, kupaca prodajnog lanca za ugostiteljstvo), dobavljača sirovina i usluga, civilnog društva (nevladine organizacije, univerziteti), institucija (razni nivoi), poslovnih udruženja i medija

Selekcija vanjskih nosilaca interesa uključivala je saradnju svih odjela, pri čemu se vodila posebna pažnja o odgovarajućoj zastupljenosti svih interesnih grupa.

Rezultat ovog procesa je matrica materijalnosti Coca-Cola HBC B-H.



## MATERIJALNA PITANJA

### Zajednica

- Posjete punionici
- Sastanci
- Sponsorske aktivnosti
- Partnerstva

### Zaposleni

- Istraživanje privrženosti i indeks vrijednosti
- Lični planovi razvoja
- Radničko vijeće
- Otvorena linija

### Vlada i regulatorna tijela

- Stalni dijalog
- Inicijative za recikliranje i upravljanje otpadom

### Kupci

- Redovne posjete
- Infolinija
- Istraživanja zadovoljstva
- Zajedničke inicijative stvaranja dodatne vrijednosti
- Zajedničko poslovno planiranje

### Poslovna udruženja

- Grupacija proizvođača bezalkoholnih pića i voda pri Vanjskotrgovačkoj komori BiH
- Asocijacija poslodavaca BiH
- Udruženje poslodavaca FBiH
- Američka trgovачka komora u BiH (AmCham)
- Vijeće stranih investitora (FIC)
- Poslovno udruženje Biznis plus

### Potrošači

- Infolinija
- Fokus grupe

### Kompanija Coca-Cola

- Svakodnevna saradnja u okviru poslovnog partnerstva
- Zajednički projekti
- Zajedničko poslovno planiranje

### Dobavljači

- Inicijative za stvaranje zajedničke vrijednosti
- Smjernice za dobavljače

### Nevladine organizacije

- Stalni dijalog
- Partnerstva
- Članstva

### Dioničari i analitičari

- Godišnji sastanci
- Kvartalno predstavljanje rezultata
- Konstantan dijalog

## O kompaniji

Vođeni našom strategijom *Igraj za pobjedu*, materijalna pitanja definišemo na osnovu značaja koji imaju za sposobnost naše kompanije da stvara vrijednost, uz prethodno identifikovanje ključnih određenica u dijalogu s interesnim grupama. Pri tome neka materijalna pitanja mogu imati direktni utjecaj na naše poslovanje, kao što su ekonomski uslovi, ili indirektni, poput pitanja koja mogu imati negativan utjecaj na reputaciju kompanije.

Materijalna pitanja su klasificirana na osnovu njihovog značaja za kreiranje vrijednosti prema četiri strateška imperativa s ciljem boljeg razumijevanja veze između materijalnih pitanja i poslovanja Coca-Cola HBC B-H.

	Povjerenje zajednice	Postavljanje potrošača u centar svega što radimo	Prvi izbor kupaca	Rukovođenje troškovima
<b>Matrica povezivanja Coca-Cola HBC</b>				
<b>Ekonomска dimenzija</b>				
Korporativno upravljanje, poslovna etika i borba protiv korupcije	●		●	
Direktni i indirektni ekonomski utjecaji	●	●	●	●
Zdravlje i ishrana	●	●	●	
Odgovorni marketing	●	●	●	
Kvalitet i integritet proizvoda	●	●	●	
<b>Ekološka dimenzija</b>				
Emisije ugljik-dioksida i potrošnja energije	●	●	●	●
Održiva ambalaža, reciklaža i upravljanje otpadom	●		●	●
Održivi izvori sirovina	●	●		●
Upravljanje vodnim resursima	●	●		●
<b>Društvena dimenzija</b>				
Angažovanje i ulaganje u zajednicu	●			
Dobrobit i uključivanje radnika	●	●	●	●
Ljudska prava i poštivanje različitosti	●		●	

## UPRAVLJANJE RIZICIMA

Upravljanje rizicima, koje uključuje pregled, procjenu vjerovatnoće nastanka rizika i analizu potencijalnih posljedica, jedno je od naših prioritetskih pitanja. Coca-Cola HBC, pa tako i Coca-Cola HBC B-H, kontinuirano identificiše i procjenjuje veličinu mogućih rizika, kako na nivou pojedinačnih aktivnosti tako i u ukupnom portfoliju aktivnosti. U vezi s tim, pažljivo i proaktivno nastojimo pratiti sve promjene u okruženju u kojem poslujemo kako bismo na vrijeme identifikovali i procijenili veličinu rizika. Za svaki rizik nastojimo utvrditi potencijalni utjecaj i, što je još važnije, razviti načine preventivnog djelovanja te ublažavanja

posljedica. Kada je riječ o tome, postoje i politike Grupe koje teže da sprječe nastanke navedenih rizika.

Neki od rizika (navedeni u tabeli) imaju direktnu vezu s našim materijalnim pitanjima, a neki, kao što su neočekivane promjene u poreskoj politici, nestabilnost finansijskog i deviznog tržišta, promjene u koncentraciji tržišta malotrgovaca, odnosno lanaca distribucije, cyber napadi i gubici ličnih podataka – mogu ugroziti naše poslovanje i reputaciju.

U 2016. godini uvjerili smo se da značajan utjecaj na naše poslovanje mogu imati i rizici koji

nisu direktno povezani s matricom materijalnosti, kao što je slučaj s regionalnim finansijskim i ekonomskim problemima jednog od naših ključnih kupaca ili, pak, iznenadna i neplanirana najava povećanja akciza na bezalkoholna pića u Bosni i Hercegovini.

Procjena rizika radi se kontinuirano, što, naravno, ne znači da je moguće identifikovati i preduprijediti sve rizike te sprječiti nastanak štetnog događaja ili, pak, otkloniti njegove posljedice za naše i interesu svih aktera našeg poslovanja.

Osnovni rizici	Rizik	Potencijalni utjecaj	Načini sanacije	Veza s materijalnim pitanjima	Status
 <p><b>Zdravlje potrošača</b></p>	Nemogućnost prilagođavanja novonastalim zdravstvenim trendovima potrošača i adekvatnim odgovorima o pogrešnom shvatanju zdravstvenih utjecaja bezalkoholnih pića	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nemogućnost dostizanja planiranih stopa rasta</li> <li>- Narušavanje brenda i korporativne reputacije</li> <li>- Smanjenje broja potrošača</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fokusiranje na inovacije i uvođenje novih pića</li> <li>- Proširenje assortimenta pića smanjene energetske vrijednosti</li> <li>- Uvođenje manjih pakovanja pića</li> <li>- Smanjivanje energetske vrijednosti pića u portfoliju</li> <li>- Jasnije označavanje na ambalaži / pakovanju</li> <li>- Promovisanje aktivnog stila života kroz angažman potrošača u programima promocije fizičkog i mentalnog zdravlja</li> </ul>	Zdravlje i ishrana Odgovorni marketing	
 <p><b>Klima, voda i emisije</b></p>	Nemogućnost ispunjavanja očekivanja interesnih grupa u pozitivnom doprinisu održivoj agendi, posebno u oblasti klimatskih promjena, upravljanja ambalažnim otpadom i upravljanja vodnim resursima	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dugoročna šteta reputaciji korporacije</li> <li>- Smanjeni utjecaj u oblikovanju javnog mnjenja i u održivoj agendi</li> <li>- Pad profitabilnosti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programi upravljanja vodom i vodnim resursima koji smanjuju potrošnju vode i osiguravaju održivo korištenje vode u procesu proizvodnje</li> <li>- Upravljanje energijom i ograničavanje štetne emisije kroz aktivne programe</li> <li>- Programi upravljanja ambalažnim otpadom</li> <li>- Partnerstvo s nevladinim sektorom u domenu očuvanja prirode</li> <li>- Partnerstvo s lokalnim zajednicama s ciljem minimiziranja okolinskih utjecaja</li> <li>- Fokus na održivim nabavkama</li> </ul>	Emisija ugljik-dioksida i potrošnja energije  Recikliranje ambalaže i upravljanje otpadom  Upravljanje vodnim resursima  Održivi izvori sirovina	

Osnovni rizici	Rizik	Potencijalni utjecaj	Načini sanacije	Veza s materijalnim pitanjima	Status
 <b>Manja potražnja</b>	Promjene u neizvjesnom makroekonomskom i političkom okruženju, koje mogu utjecati na potražnju potrošača i uzrokovati dodatne sigurnosne rizike	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Smanjeno povjerenje potrošača, koje utječe na potrošnju (pad optimizma potrošača, što utječe na potrošnju)</li> <li>- Inflatori pritisci</li> <li>- Društveni nemiri</li> <li>- Sigurnost ljudi i imovine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pokušati ponuditi odgovarajućim marketinškim miksom pravi proizvod po odgovarajućoj cijeni, s odgovarajućom ambalažom, i distribuirati ga kroz pravi kanal distribucije</li> <li>- Snažne i cjelovite procedure zaštite ljudi i imovine</li> <li>- Programi odgovora u slučaju krize i strategije kontinuiteta poslovanja</li> </ul>	Direktni i indirektni ekonomski utjecaj	
 <b>Kvalitet</b>	Pitanja kvaliteta i slučajevi kontaminacije proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Smanjenje u obimu i neto prodajnim prihodima</li> <li>- Narušavanje brenda i korporativne reputacije</li> <li>- Gubitak povjerenja potrošača</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stroga pravila i kontrole kvaliteta proizvoda kako bi se otklonili negativni utjecaji vezani za kvalitet proizvoda</li> <li>- Rani sistemi upozoravanja (centri za informisanje potrošača i monitoring medija), koji osiguravaju identifikovanje potencijalnih problema</li> <li>- Brzi i snažni odgovori te sistemi za evidenciju kako bismo brzo i efikasno ustanovili neusklađenosti vezane za kvalitet proizvoda s ciljem zadržavanja povjerenja kupaca i potrošača</li> </ul>	Kvalitet i integritet proizvoda	

Osnovni rizici	Rizik	Potencijalni utjecaj	Načini sanacije	Veza s materijalnim pitanjima	Status
 <b>Promjene u regulatornom okviru</b>	Nenamjerni slučajevi kada kompanije ili podizvođači ne poštuju lokalne zakone i propise	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Šteta reputaciji korporacije</li> <li>- Značajne finansijske kazne</li> <li>- Vrijeme koje je Uprava utrošila na rješavanje pravnih slučajeva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Godišnja Poruka generalnog izvršnog direktora</li> <li>- Obuke i podizanje svijesti u oblasti poštivanja Kodeksa poslovног ponašanja</li> <li>- Obuke u oblastima antikorupcijske i komercijalne politike</li> <li>- Sistem unutrašnje kontrole s odgovornošću lokalnog rukovodstva</li> <li>- Sistem unutrašnje kontrole zasnovan na procjeni rizika</li> <li>- Linija <i>Progovorite s povjerenjem!</i> putem koje svaki radnik može prijaviti povredu Kodeksa poslovнog ponašanja i antikorupcijske politike uz garanciju potpune diskrecije</li> <li>- Pravni odjel u stalnom kontaktu s regulatorom</li> </ul>	<p>Korporativno upravljanje, poslovna etika i borba protiv korupcije</p> <p>Ljudska prava i poštivanje različitosti</p>	
 <b>Ljudi i podsticanje talenata</b>	Nemogućnost privlačenja i zadržavanja dovoljnog broja kvalifikovanih i iskusnih radnika na konkurentnom tržištu talenata i nemogućnost osiguranja njihovog trajnog angažmana i posvećenosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nemogućnost ostvarivanja planova rasta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fokusiranje na razvoj talentovanih lidera</li> <li>- Osiguravanje pravih ljudi na odgovarajućim pozicijama unutar kompanije</li> <li>- Fokusiranje na angažman radnika u okviru podrške razvoju korporativnih vrijednosti</li> <li>- Promocija operativne izvrsnosti</li> <li>- Kreiranje zajedničke vrijednosti u zajednici u kojoj poslujemo kako bismo bili percipirani kao poželjan poslodavac</li> </ul>	Dobrobit i uključivanje radnika	

Osnovni rizici	Rizik	Potencijalni utjecaj	Načini sanacije	Veza s materijalnim pitanjima	Status
 <b>Devizno tržište</b>	Izloženost deviznom riziku potječe od promjene deviznog kursa i pada vrijednosti novca u kombinaciji s kontrolom kretanja kapitala, što ograničava kretanje sredstava i povećava rizik od njihove neusklađenosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Finansijski gubici</li> <li>- Neusklađenost sredstava</li> <li>- Ograničenja repatrijacije novca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Budžetska politika zahtijeva hedžing od 25–80% roling 12-mjesečnih predviđenih transakcijskih izloženosti</li> <li>- Hedžing preko 12 mjeseci može se predvidjeti ako su takvi ishodi vjerovatni</li> <li>- Derivativni finansijski instrumenti koriste se kako bismo smanjili izloženost deviznim fluktuacijama</li> </ul>	N/A	
 <b>Distributivni miks</b>	Kontinuirano povećanje koncentracije malotrgovaca i nezavisnih veletrgovaca od kojih zavisimo u distributivnom kanalu naših proizvoda. Neposredni kanal potrošnje i dalje je pod pritiskom uslijed promjena preferencija potrošača	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manja profitabilnost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- U 2016. kontinuirano povećavamo prisustvo kroz diskontni kanal distribucije</li> <li>- Blisko saradujemo s našim kupcima kako bismo kreirali prilike za zajedničko stvaranje vrijednosti</li> <li>- Right Execution Daily (RED) strategija i dalje podržava našu predanost operativnoj izvrsnosti, koja nam omogućava da aktivno odgovorimo promijenjenim potrebama kupaca kroz sve prodajne kanale</li> </ul>	N/A	

Osnovni rizici	Rizik	Potencijalni utjecaj	Načini sanacije	Veza s materijalnim pitanjima	Status
 <b>Promjena poreske politike</b>	Promjene poreske politike usmjerenе na zaštitu zdravlja potrošača. Promjene poreske politike koje direktno izdvajaju naše proizvode, ambalažu i upravljanje otpadom	- Manja profitabilnost	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proaktivna saradnja s vladom i regulatornim organima kako bismo ih upoznali sa svim činjenicama</li> <li>- Oblikovanje održive agende koja se odnosi na ambalažu i upravljanje otpadom</li> <li>- Angažman s interesnim grupama, uključujući nevladin sektor i zajednicu u kojoj poslujemo s ciljem zaštite okoliša</li> </ul>	N/A	 / 
 <b>O sposob- ljenost sistema i cyber napadi</b>	Prekid poslovanja uslijed pada sistema, mogućnost gubitka ličnih podataka zbog pada centralnog sistema ili cyber napada	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Finansijski gubici</li> <li>- Operativni poremećaji narušavanja reputacije korporacije</li> <li>- Nepoštivanje zakonskih obaveza u vezi sa zaštitom podataka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitoring, identifikacija i rješavanje cyber napada i sumnjivih internih kompjuterskih aktivnosti</li> <li>- Kontinuirani treninzi IT osoblja i zaštita podataka</li> <li>- Testiranje oporavka od informatičkih nezgoda i osiguravanje zaštite našeg cyber rizik programa</li> <li>- Aktivno planiranje i razvijanje upravljačkih strategija s ciljem upravljanja promjenama</li> <li>- Skupština i Uprava redovno provjeravaju stvarne performanse u poređenju sa stanjem u kompaniji</li> </ul>	N/A	

Osnovni rizici	Rizik	Potencijalni utjecaj	Načini sanacije	Veza s materijalnim pitanjima	Status
 <b>Upravljanje promjenama</b>	Nemogućnost provođenja velikih promjena u kompaniji ili kod podizvođača, koje pozicioniramo s ciljem provođenja promjena u kompaniji	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Slabi rezultati u očekivanom procesu promjena</li> <li>- Nedovoljna uključenost radnika</li> <li>- Pad profitabilnosti</li> <li>- Tržišno povjerenje u naše mogućnosti da provedemo strategiju je poljuljano</li> <li>- Šteta reputaciji korporacije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktivno planiranje i razvijanje upravljačkih strategija s ciljem upravljanja promjenama</li> <li>- Skupština i Uprava redovno provjeravaju provođenje promjena</li> </ul>	N/A	
 <b>Odnosi sa strateškim interesnim grupama</b>	Oslanjamо se na naše strateške odnose i ugovore koje imamo s našim partnerima: kompanijom Coca-Cola (The Coca-Cola Company), Monster Energy i drugim kompanijama čija pića distribuiramo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prekid ugovora ili produžetak ugovora s manje povoljnim uslovima, koji mogu utjecati na profitabilnost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fokusiranje rukovodstva na interakciju s našim strateškim partnerima na dnevnoj bazi</li> <li>- Zajednički rad kao partneri za rast; angažman u zajedničkim projektima i poslovnom planiranju s fokusom na strateška pitanja; učešće u Top to Top forumima za visoko rukovodstvo</li> </ul>	N/A	

# O kompaniji

## ETIKA I INTEGRITET

### RADIMO ONO ŠTO JE ISPRAVNO

Kao društveno odgovorna kompanija nastojimo postavljati najviše standarde u poslovanju i svojim primjerom podsticati razvoj i primjenu najboljih poslovnih praksi u Bosni i Hercegovini, a pri tome u svakom segmentu poslovanja pokazivati jasnu opredijeljenost za poštivanje zakona i visokopostavljenih etičkih načela.

### KODEKS POSLOVNOG PONAŠANJA

Kodeksom poslovnog ponašanja utvrđene su norme ponašanja kojima se olakšava donošenje odluka koje su društveno, profesionalno i organizacijski prihvatljive, a kojima se nastoji zaštитiti integritet kompanije, radnika i svih interesnih grupa.

Kodeks poslovnog ponašanja donesen je na nivou Coca-Cole HBC i primjenjuje se u svim državama u kojima posluje. S Kodeksom su upoznati svi radnici, a temelji se na našim osnovnim vrijednostima.

Naš Kodeks se sastoji iz nekoliko cjelina:

#### INTEGRITET

koji se odnosi na međusobnu saradnju, kvalitet proizvoda, zdravlje i sigurnost na radu, poslovnu i finansijsku dokumentaciju, imovinu kompanije, korištenje informacija, sukob interesa.

#### KORIŠTENJE IMOVINE KOMPANIJE

koje se odnosi na resurse, opremu, vozila kompanije, proizvode, kompjutere, softvere, informacije o kompaniji.

#### POVJERLJIVE INFORMACIJE

što se odnosi na to koje su informacije tajne, a koje javne, te koja se dokumentacija smatra povjerljivom.

#### FER KONKURENCIJA

koja se odnosi na poštenu poslovnu konkureniju i etiku, te sankcionisanje ostvarivanja prednosti nad konkurenjom putem nezakonitih i neetičnih radnji. S obzirom na striktne odredbe Zakona o konkurenциji, Coca-Cola HBC B-H je kreirala i primjenjuje novu komercijalnu politiku, koja je u potpunosti usklađena sa zakonodavstvom

Evropske unije u pogledu zaštite tržišnog takmičenja.

#### SUKOB INTERESA

koji se odnosi na potencijalne situacije u kojima lični interesi, aktivnosti i veze radnika mogu biti u sukobu s interesima kompanije.

Pravovremeno izražavanje sumnje o potencijalnim kršenjima Kodeksa poslovnog ponašanja omogućava nam da se suočimo s njima prije nego što prerastu u zakonske prekršaje ili zdravstvene, sigurnosne i reputacijske rizike. Zbog toga podstičemo prijavljivanje svake sumnje o kršenju poslovnog kodeksa putem linije *Progovorite s povjerenjem!*

### SPREČAVANJE KORUPCIJE I SUKOBA INTERESA

Antikorupcijske procedure posebno su definisane aktom *Antikorupcijska politika i priručnik o usklađenosti s propisima*. Ovaj akt definiše naš pristup sprečavanju davanja i primanja mita, saradnji sa državnim službenicima i drugim saradnicima: klijentima, kupcima, poslovnim partnerima. Također, naša korporativna politika u ovom domenu propisuje jasne zahtjeve kompanije radi osiguranja usklađenosti s važećim zakonima o sprečavanju korupcije.

Politika daje i smjernice o sukobu interesa i pružanju ili primanju poklona i usluga od saradnika. Saradnji s državnim službenicima posvećena je posebna pažnja, pa tako politika pruža objašnjenja ko se sve smatra državnim službenikom, koje su to situacije koje se mogu smatrati slučajem korupcije i šta bi trebalo preduzeti da bi se ona sprječila. Priručnik skreće pažnju na nultu toleranciju

prema davanju novca javnim službenicima s ciljem ubrzavanja procesa rada, a zabranjeno je i bilo kakvo novčano ili nenovčano direktno ili indirektno davanje u političke svrhe.

Kao i u slučaju Kodeksa poslovnog ponašanja, svi novi radnici su obavezni pročitati Politiku i potpisati da su svjesni njenog sadržaja. Dodatno, obuke radnika na temu antikorupcije organizuju se svake druge godine. Posljednja obuka završena je u 2016. godini, a njome su obuhvaćeni svi radnici, uključujući i članove najvišeg rukovodstva.

Opći program orientacije, koji prolaze svi novi radnici, sadrži i obuku o antikorupcijskim politikama i procedurama. U toku 2016. godine 45 novih radnika, što uključuje i stalno i privremeno zaposlene, prošlo je kroz ovaj program. U ovoj politici su kao posebno rizične oblasti identifikovane finansije i nabavka, pa su osnovni principi antikorupcijske politike sadržani i u *Smjernicama za dobavljače*, koje se distribuiraju svim dobavljačima.

### ZAŠTITA KONKURENCIJE

S obzirom na to da Pravila o zaštiti konkurenije štite i nas od nedozvoljenih akcija drugih učesnika na tržištu, ovom pitanju posvećujemo izuzetnu pažnju. Svi naši radnici u odjelima prodaje, marketinga i finansija prošli su obuku koju su vodili eksperti iz oblasti tržišnog takmičenja, a u pripremi je i izrada *Priručnika o zaštiti konkurenije*. Svake godine u organizaciji Coca-Cola HBC organizuje se trening iz ove oblasti za rukovodioca komercijalnog sektora, a određeni rukovodioci polažu i online test znanja.

# Tržište

## NAŠI PROIZVODI KVALITET NA PRVOM MJESTU

Naše interne i eksterne interesne grupe su od ponuđenih kao najznačajnije ocijenili materijalno pitanje koje se odnosi na kvalitet i integritet naših proizvoda. Kao kompanija usmjerena ka rastu na odgovoran i održiv način, fokusiramo se na ovo područje.

- Nudimo širok spektar proizvoda visokog kvaliteta odgovarajući na potrebe naših potrošača
- Uzimamo u obzir ne samo zakonske već i druge interne i eksterne standarde kada je riječ o sigurnosti hrane
- Osiguravamo jasne i korisne informacije o sastavu i nutritivnoj vrijednosti proizvoda, uključujući deklaraciju s energetskim vrijednostima na prednjoj strani pakovanja
- U saradnji s kupcima i dobavljačima stvaramo zajedničku dodatnu vrijednost

Coca-Cola HBC B-H svojim potrošačima nudi široku paletu visokokvalitetnih proizvoda kreiranih ne samo da zadovolje zahtjeve za različitim okusima nego i specifične režime ishrane, životne stilove ili preferencije, te stoga kontinuirano uvodimo inovacije.

Našu ponudu proizvoda čine:

**Gazirana pića** dobivena dodavanjem ugljik-dioksida. To su brendovi: Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta, Schweppes i Emotion.

Schweppes proizvodi su registrovana robna marka kompanije Schweppes Holdings Limited.

**Negazirana pića**, koja ne sadrže ugljik-dioksid. Ova kategorija uključuje voćne sokove, nektare i čaj. To su brendovi: Cappy, Cappy Pulpy, Cappy Tempo i Nestea.

Nestea proizvodi su registrovana robna marka kompanije Société des Produits Nestle S.A. (Švicarska).

### Prirodne izvorske vode

Ova kategorija uključuje gaziranu i negaziranu prirodu izvorsku vodu Olimpija te negaziranu prirodu izvorsku vodu Rosa.

Olimpija spada u niskomineralizirane vode i registrirana je robna marka kompanije Barlan B-H.

Rosa je registrovana robna marka kompanije Coca-Cola HBC Srbija.

### Energetska pića

Kako bi potrošačima osigurala što bolji izbor proizvoda za sve prilike, kompanija neprestano razvija svoj portfolio. U skladu s tim, Coca-Cola HBC B-H je nedavno proširila svoj assortiman proizvoda distribuirajući energetska pića, koja se prodaju pod robnim markama Monster i Burn.

# BRENDovi

## ZASTUPLJENOST NA TRŽIŠTU

Coca-Cola HBC B-H Sarajevo

Izvještaj o održivom poslovanju 2016.

27

Ostalo ukupno 0,1%

Voda s okusom ukupno 0,7%

Coca-Cola Zero ukupno  
1,9%

Cappy ukupno  
5,0%

Schweppes ukupno  
6,5%

Coca-Cola ukupno  
55,0%

Energetska pića ukupno 0,4%

Nestea ukupno 1,3%

Sprite ukupno  
3,3%

Voda ukupno  
5,6%

Fanta ukupno  
20,2%



2016.

## Tržište

# UPRAVLJANJE KVALITETOM PROIZVODA

Integritet proizvoda za našu kompaniju znači da u svakom trenutku možemo ponuditi najviši kvalitet proizvoda i odgovoriti na potrebe naših kupaca i potrošača. Povjerenje naših potrošača zasniva se na našem kontinuiranom ulaganju u zdravstvenu sigurnost i kvalitet proizvoda.

Glavni sastojci za proizvodnju bezalkoholnih pića koja se prodaju pod brendom The Coca-Cola Company su voda, koncentrat, zasladičići, uključujući šećer, voćne sokove i ostala sladila, te ugljik-dioksid za prehrambenu industriju.

Proces proizvodnje zahtijeva nekoliko koraka s ciljem osiguranja zdravstvene ispravnosti proizvoda primjenom strogih kriterija kontrole kvaliteta. Glavne faze proizvodnje uključuju pripremu vode i sirupa te punjenje i pakovanje proizvoda.

### DAN KVALITETA U PROIZVODNJI

*Dan kvaliteta* posvećen je edukaciji naših radnika o kontroli kvaliteta sirovina, implementiranim standardima kvaliteta u proizvodnim procesima pića, pitanjima vezanim za sigurnost, kao što su pravilno rukovanje robom, održivo upravljanje otpadom, procedure u incidentnim situacijama poput požara i prva pomoć, s kursevima osmišljenim prema specifičnim potrebama odjela proizvodnje, održavanja, skladišta i distribucije.

U skladu s politikama Coca-Cola HBC, Coca-Cola HBC B-H posjeduje certificirane sisteme upravljanja i kontrole, koji nam omogućavaju da:

- ispunjavamo očekivanja naših kupaca u skladu s najvišim standardima kvaliteta
- smanjujemo utjecaj na okoliš

Coca-Cola HBC B-H posjeduje šest certifikata i posluje u skladu s navedenim međunarodnim standardima:

- ISO 9001, međunarodni standard koji definije zahtjeve kvaliteta sistema upravljanja
- ISO 22000, dobrovoljni standard za certificiranje sistema upravljanja sigurnošću u sektoru proizvodnje hrane
- FSSC 22000, međunarodno priznata shema za certifikaciju sistema sigurnosti hrane u lancu snabdijevanja, uključujući: ISO / TS 22002-1: 2009 – Preduslovni programi za sigurnost hrane 1. dio: Proizvodnja hrane, te ISO / TS 22002-4: 2013 – Preduslovni programi za sigurnost hrane 4. dio: Proizvodnja ambalaže za hranu
- ISO 14001, međunarodni standard za identificiranje zahtjeva za sisteme upravljanja okolišem kako bi se organizaciji omogućio razvoj i implementacija Politike zaštite okoliša
- OHSAS 18001, sistem kojim se osigurava adekvatna kontrola sigurnosti na radu i zdravlja radnika
- EWS, evropski sistem upravljanja vodom i vodnim resursima, koji se bavi provedbom sistema upravljanja vodama na nivou lokacije s naglaskom na razumijevanje utjecaja koji korisnici imaju na lokalni riječni sлив

Kontinuirano pratimo promjene standarda i prilagođavamo naše poslovanje njima. Usklađenost s navedenim standardima, redovna godišnja kontrola, odnosno postupak recertificiranja ocjenjuje i provodi revizorska kuća Lloyd's Register Quality Assurance Limited (LRQA).

U našoj praksi se vodimo načelom da uvijek ispunjavamo najstrožiji zahtjev, bilo da je riječ o zahtjevu domaćeg zakonodavstva, Coca-Cola HBC ili The Coca-Cola Company – KORE zahtjevu.

Usklađenost s propisima kontroliše se u svim fazama životnog ciklusa proizvoda: prilikom nabavke sirovina, kontrole sirovina, testiranja proizvoda, deklarisanja proizvoda, proizvodnje, kontrole proizvodnje, marketinga i promocije, skladištenja, distribucije i recikliranja ambalaže.

Uz to, u našoj kompaniji provodimo i niz aktivnosti od preventivnih mjera do monitoringa, kao i internih i eksternih kontrola. Veoma stroga kontrola kvaliteta odvija se u svakoj fazi procesa proizvodnje.

Naša punionica nabavlja sastojke i ambalažu isključivo od ovlaštenih dobavljača. Sastojci koje koristimo, kao i gotovi proizvodi, testiraju se u našim laboratorijama za kontrolu kvaliteta. Osim kontrole koja se obavlja u internim i eksternim laboratorijama, The Coca-Cola Company redovno obavlja i nasumična testiranja proizvoda s našeg tržišta u svojoj briselskoj laboratoriji.

Visokom kvalitetu proizvoda u velikoj mjeri doprinose povratne informacije koje dobijamo od naših kupaca i potrošača putem besplatne infolinije, ali i direktnе edukacije na terenu. Coca-Cola HBC B-H primjenjuje program Sveobuhvatno upravljanje starošću proizvoda (engl. Total Age Management – TAM), koji predstavlja sistem upravljanja zasnovan na redovnom praćenju starosti proizvoda u svim fazama njegovog životnog ciklusa. Cilj ovog sistema je osigurati da starost proizvoda na tržištu uvijek bude ispod ustanovljenih specifikacija primarne starosti kako bismo našim kupcima i potrošačima pružili najsvježije proizvode najboljeg kvaliteta.

Kako se naši proizvodi isporučuju preko skladišta kupaca (distributeri, veleprodaja i veliki kupci), neophodno je i da naši kupci budu uključeni u TAM, jer je od ključne važnosti da na prodajnim mjestima budu proizvodi odgovarajuće primarne starosti. Stoga naš tim

edučuje kupce o TAM-u i dobrim praksama skladištenja kako bismo osigurali da se samo najsvježiji proizvodi nađu na policama maloprodajnih objekata.

Sveobuhvatno upravljanje starošću proizvoda na tržištu i u skladištima:

2016.	
<b>Starost proizvoda na tržištu i u skladištima</b>	
Gazirana pića, % starost proizvoda na tržištu > PA (PA – primarna starost)	<b>7,30</b>
Gazirana pića, starost proizvoda u skladištu (dani)	<b>12,36</b>
Voćni sokovi, % starost pića > PA (PA – primarna starost)	<b>7,05</b>

\* Primarna starost proizvoda (PA) podrazumijeva polovinu perioda trajanja proizvoda označenog na ambalaži.

TAM je dio svakodnevnih komercijalnih rutina, koji stvara prednosti kao što su:

- nova kultura upravljanja starošću proizvoda kroz čitav životni ciklus proizvoda
- svježiji proizvod na tržištu i veće zadovoljstvo kupaca i potrošača, što rezultira povećanom lojalnošću i ponovnom kupovinom
- smanjivanje troškova sistema i povećanje obima prodaje
- pružanje podrške inicijativi smanjenja težine ambalažnog materijala i osiguravanje značajnih ušteda



## Tržište

# ODGOVORNA PRODAJA I MARKETING

Jedan od elemenata koji doprinosi našoj dobroj korporativnoj reputaciji, a koji naše interesne grupe smatraju značajnim materijalnim pitanjem, jeste i način na koji pristupamo direktnoj prodaji i oglašavanju naših proizvoda.

Provodimo odgovorne marketinške prakse, koje podrazumijevaju komunikaciju tačnih, transparentnih i istinitih poruka, poštujući zakone i važeće lokalne propise.

Marketing usmjeren na potrošače u Bosni i Hercegovini vodi The Coca-Cola Company putem svoje podružnice kompanije Barlan B-H.

The Coca-Cola Company jedan je od lidera u globalnim marketinškim praksama. U kontekstu održivog i društveno odgovornog marketinga, kompanija je aktivno uključena u razvoj i promociju etičkih kodeksa, koji se odnose na odgovoran marketing prema djeci i prodaju bezalkoholnih pića u školama (UNESDA podrška platformi Evropske unije za ishranu, fizičku aktivnost i zdravlje, izjava Evropske unije o marketingu prema djeci, Globalne smjernice o marketingu prema djeci – Međunarodno vijeće udruženja proizvođača bezalkoholnih pića). U okviru izjave Evropske unije o marketingu prema djeci obvezali smo se, kao sistem, da čemo poštivati autoritet roditelja i nastavnika te izbjegavati oglašavanje u medijima čiju publiku, više od 30 posto, čine djeca mlađa od 12 godina. Nezavisnom revizijom periodično se provjerava usaglašenost našeg poslovanja s takvim opredjeljenjem.

Osim toga, dobrovoljno smo se obavezali i na poslovanje u skladu s Globalnom politikom o etiketiranju proizvoda (*The Coca-Cola Company's global marketing commitment and global policy for front-of-pack labeling*) i pozicioniranje deklaracije na prednju stranu proizvoda tako da bude uočljivija. S ciljem promovisanja zdravog načina života, globalna Politika odgovornog marketinga podrazumijeva i ravnomjerno oglašavanje mineralnih voda i prirodnih sokova, manjih pakovanja proizvoda te promovisanje sportskih i fizičkih aktivnosti.

## INFORMACIJE O PROIZVODU

Kako bismo odgovorili na sve veća očekivanja naših interesnih grupa, osiguravamo tačne, jasne i lako dostupne informacije o svim svojim proizvodima, njihovom sastavu i nutritivnoj vrijednosti.

U skladu s našom Politikom kvaliteta i zdravstvene ispravnosti hrane, pružamo specifikacije o:

- porijeklu sastojaka proizvoda (sirovina)
- sastavu proizvoda, uključujući i supstance (sirovine) koje mogu imati utjecaj na okoliš ili ljude
- sigurnoj upotrebi proizvoda
- sigurnom skladištenju proizvoda
- utjecaju odlaganja otpada na okoliš ili ljude

Naše kupce dodatno informišemo i edukujemo o pravilnoj upotrebi i skladištenju naših proizvoda putem brošura i posebnih treninga zajedno s The Coca-Cola Company. Krajnji potrošači najvažnije informacije o proizvodu mogu vidjeti na samoj etiketi proizvoda, uz informacije dostupne na internetskoj stranici kompanije.

Coca-Cola HBC B-H se pridržava svih lokalnih zakonskih zahtjeva vezanih za deklarisanje proizvoda i pružanje informacija o proizvodu potrošačima, stoga pakovanja naših proizvoda sadrže informacije o prosječnoj hranjivoj vrijednosti (energija, masti i zasićene masne kiseline, ugljikohidrati i šećeri, bjelančevine i so), koje najbolje predstavljaju iznos hranjivih sastojaka sadržanih u proizvodima, uključujući sve faktore koji uzrokuju odstupanja od stvarne vrijednosti.

U 2016. godini Coca-Cola HBC B-H nije zabilježila nijednu žalbu potrošača po osnovu nepoštivanja propisa kada je riječ o adekvatnom informisanju o proizvodima, što je najbolji pokazatelj uspešnosti i prakse koju kompanija provodi u ovoj oblasti.

# ZADOVOLJSTVO I DOBROBIT POTROŠAČA NAŠI SU PRIORITY

Odgovorno poslovanje, osim brige o kvalitetu proizvoda, kao ključni prioritet za našu kompaniju podrazumijeva zadovoljstvo i dobrobit potrošača naših proizvoda.

U ovom okviru smo, kako na nivou Coca-Cola HBC tako i u Bosni i Hercegovini, fokusirani na, kako je nazivamo, našu OBPPC strategiju (engl. *Occasion, Brand, Package, Price, Channel*). To znači da nudimo pravi proizvod po pravoj cijeni u pravom pakovanju, kroz pravi prodajni kanal i za svaku priliku. U svom širokom proizvodnom portfoliju nudimo različite proizvode kako bismo zadovoljili potrebe potrošača s različitim životnim stilovima i navikama.

Našim proizvodnim, prodajnim i distributivnim portfolijem služimo tržište Bosne i Hercegovine od blizu 4.000.000 potrošača.

Kako bismo u što većoj mjeri doprinijeli zadovoljstvu i dobrobiti naših potrošača, nastojimo:

## ULAGATI

u inovacije i razvoj proizvoda te ponuditi širok izbor proizvoda na svakom tržištu

## PROMOVISATI

odgovoran marketing i transparentnost u označavanju proizvoda

## PODRŽAVATI

projekte zajednice koji doprinose dobrobiti i kvalitetu života

## UNAPRIJEDITI

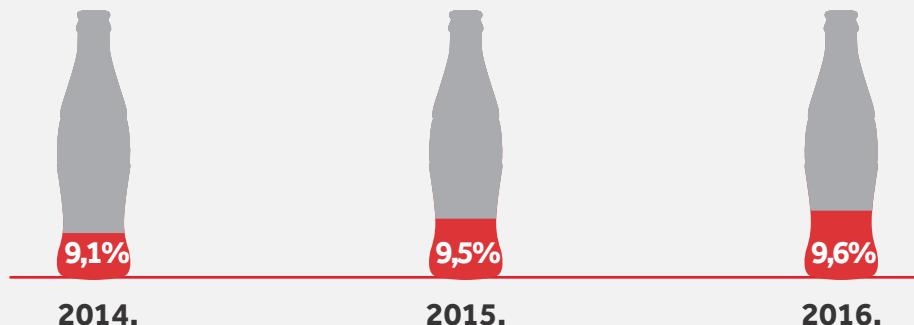
utjecaj svih naših proizvoda na zdravlje i sigurnost

## ŠIROKIM IZBOROM PROIZVODA

### PRATIMO ŽIVOTNE STILOVE POTROŠAČA

Promjene u stilu života i sve veća zabrinutost zbog rasta procenta gojaznih ljudi čine da se potrošači sve više okreću proizvodima smanjene ili bez energetske vrijednosti, kao i proizvodima za koje se smatra da imaju pozitivan utjecaj na zdravlje i kondiciju, kao što su sokovi, čajevi i sl.

Kako bi svojim potrošačima pružila mogućnost što šireg izbora pića za svaku priliku, kompanija je značajno obogatila svoju paletu proizvoda smanjene i bez energetske vrijednosti. Svi naši proizvodi mogu biti dio aktivnog stila života, koji uključuje uravnoteženu ishranu i redovnu fizičku aktivnost, a potrošači koji žele smanjiti količinu energije koju unose mogu odabratи pića smanjene ili bez energetske vrijednosti te manja pakovanja naših proizvoda.



Rast udjela prodaje pića smanjene i bez energetske vrijednosti u ukupnoj prodaji Coca-Cole HBC B-H

U odnosu na 2014. godinu, udio prodaje pića smanjene ili bez energetske vrijednosti je u 2015. porastao za 0,4 procenatna poena. U 2016. ovaj udio je, u odnosu na prethodnu godinu, porastao za 0,1 procenatni poen.

Od ukupno 14 brendova bezalkoholnih pića iz portfolija Coca-Cole HBC B-H, pet su pića smanjene ili bez energetske vrijednosti.

Svi 14 brendova služimo i u manjim pakovanjima (manjim od 1 L), a dva isključivo u manjim pakovanjima.

Osim što vodimo računa o veličini porcije nudeći pakovanja različitih veličina, fokusiramo se i na upotrebu zasladičivača nudeći proizvode smanjene energetske vrijednosti. Tokom protekle decenije kompanija Coca-Cola HBC je na globalnom nivou uložila velika sredstva u istraživanja aseptik (sterilne) tehnologije, zahvaljujući kojoj se voćni sokovi proizvode bez dodataka konzervansa. Naši proizvodi ne sadrže vještačke arome i boje, a zalažemo se protiv korištenja genetski modifikovanih sastojaka u skladu s Politikom o upotrebni genetski modifikovanih sastojaka.

Kako bismo kontinuirano odgovarali na zahtjeve naših potrošača, razvili smo i posebne procese i programe usmjerene na zadovoljstvo potrošača.

Coca-Cola HBC B-H ima posebnu besplatnu telefonsku infoliniju, čiji je broj jasno istaknut na etiketama proizvoda i internetskoj stranici kompanije, te e-mail adresu na koju potrošači mogu uputiti upite ili žalbe. Osim odgovora na svaki upit potrošača, evidentira se i zadovoljstvo dobijenim odgovorima. Rok za odgovor na upit / žalbu saopćava se svakom pozivaču posebno i zavisi od prirode upita. Svi pozivi se prate pomoću programa, u kojem operater bilježi sve pozive, žalbe i upite. Pomoću softvera sačinjava se redovni izveštaj na mjesecnom, kvartalnom i godišnjem nivou, koji se zatim distribuira kroz posebno određenu distributivnu listu.

Tokom 2016. godine Coca-Cola HBC B-H zabilježila je deset žalbi potrošača u odnosu na milion prodatih boca. Dakle, indeks žalbi potrošača je 0,08, što predstavlja smanjenje u odnosu na prethodnu godinu.



### OLIMPIJA UVRŠTENA NA LISTU PRIRODNIH MINERALNIH VODA PREPOZNATIH U EVROPSKOJ UNIJI

Posebno smo ponosni na kvalitet prirodne izvorske vode Olimpija te čirjenicu da je, nakon fizičko-hemijske i mikrobiološke analize obavljene u prestižnom institutu SGS Institut Fresenius u Njemačkoj, uvrštena na Listu prirodnih mineralnih voda priznatih u državama članicama Evropske unije (u skladu s članom 1. Direktive 2009/54/EC Evropskog parlamenta i Vijeća od 18. juna 2009. o eksploataciji i marketingu prirodnih mineralnih voda).

E-mail:  
Internetska stranica:

info.ba@ccchellenic.com  
www.coca-colahellenic.ba





## Tržište

# POBJEĐUJEMO S KUPCIMA

Vrlo važnu kariku u našem poslovanju čini i više od 14.000 kupaca: restorana, kafića, hotela, prodavnica, supermarketa, diskontnih lanaca i drugih objekata u kojima se prodaju naši proizvodi. Od ukupnog obima više od polovine naših proizvoda je prodato u super i hipermarketima te lokalnim i klasičnim prodavnicama, dok ostatak otpada na ugostiteljski prodajni kanal i druge kupce prodajnog kanala za neposrednu konzumaciju, kao što su pumpe, kiosci, pekare i sl. Naši kupci su među našim najvažnijim partnerima i u fokusu svega što radimo. Duboko vjerujući u element naše poslovne strategije *Pobjeđujemo s kupcima*, nastojimo zajedno stvarati dodatnu vrijednost, koja se zasniva na profitabilnosti i održivom rastu, kako za našu kompaniju tako i za naše kupce.

U 2016, kao i u prethodne dvije godine, kupci su nas ocijenili kao svog najboljeg dobavljača, čime smo još jednom potvrdili da, djelujući jedinstveno, nastavljamo pobjeđivati sa svojim kupcima, gradeći snažne i dugoročne partnerske odnose. Ostvareni uspjeh se prvenstveno zasniva na našem kontinuiranom naporu da prepoznamo potrebe naših kupaca, pratimo nivo usluga koje im pružamo kao i njihovo zadovoljstvo, te na interaktivnom pristupu, koji se oslanja na zajedničko donošenje odluka u poslovanju.

U prethodne dvije godine imali smo čast da ugostimo naše poslovne partnere u više navrata i podijelimo naše poslovne planove, upoznamo ih s našim procesima i visokim standardima proizvodnje i kontrole kvaliteta s ciljem unapređenja poslovanja i izgradnje dugoročnog zadovoljstva.

Istraživanje zadovoljstva kupaca provodi se svake godine u svim zemljama članicama Coca-Cola HBC grupe. Istraživanje se obavlja na dva nivoa: anketiraju se kupci koji vode prodajne objekte te centrale ključnih kupaca. U anketi kupci odgovaraju na pitanja o dobavljačima s kojima sarađuju, a dobijene ocjene, u poređenju s onima koje su dali drugim dobavljačima, određuju najboljeg.

Veliko nam je zadovoljstvo što smo u 2016. godini, prema rezultatima GfK istraživanja zadovoljstva dobavljačima, treću godinu zaredom zadržali vodeću poziciju kod naših kupaca.

U istraživanju 2016. godine kao novina uvedena je i dodatna anketa zadovoljstva kupaca logističkim uslugama dobavljača, odnosno dostavom robe i pratećim aktivnostima koje dobavljač pruža. Posebno smo ponosni na to što nas ocjene naših kupaca svrstavaju u sami vrh i u Bosni i Hercegovini i među zemljama u kojima posluje Coca-Cola HBC.

Zahvaljujući našem fokusu na kontinuiranom unapređenju odnosa s kupcima i uzimajući u obzir sve promjene na tržištu te izazove s kojima smo se suočavali, slobodno možemo reći da je ova ocjena kupaca jedan od naših najvećih uspjeha do sada.

**TREĆU GODINU ZAREDOM  
U GfK ISTRAŽIVANJU  
ZADOVOLJSTVA KUPACA  
OSTVARUJEMO VODEĆU  
POZICIJU U INDUSTRIJI  
PROIZVOĐAČA  
BEZALKOHOLNIH PIĆA  
U BOSNI I HERCEGOVINI.**

## RED INICIJATIVA

### TEŽNJA KA SAVRŠENSTVU U DNEVNIM IZVEDBAMA

Kako bismo bili partner od povjerenja, nastojimo proizvesti i dostaviti proizvode efikasno i odgovorno. Jedna od naših ključnih inicijativa usmjerena na kupce je *Right Execution Daily (RED)*, čiji je cilj stalno unapređenje dnevnih izvedbi na tržištu.

Pošto smo nakon veoma stroge i detaljne revizije RED procesa u Bosni i Hercegovini 2016. nagrađeni prestižnim Certifikatom o usklađenosti sa standardima Coca-Cola HBC, RED indeks je krajem te godine dostigao rekordni nivo – 75% maksimalne slike uspjeha za Bosnu i Hercegovinu. RED indeks je procent implementacije željene slike uspjeha na tržištu u svakom prodajnom objektu koji obilazimo, a rezultati koje smo postigli najbolje govore o posvećenosti naših radnika na tržištu i savršenoj dnevnoj izvedbi kojoj težimo kako bismo našim kupcima pružili što kvalitetniju uslugu.

S ciljem kontinuiranog unapređenja usluga i saradnje, kupcima je na raspolaganju besplatna infolinija, koja pruža informacije o poslovanju kompanije, kvalitetu proizvoda i cijenama, narudžbama i dostavi proizvoda, rashladnoj opremi, trenutnim akcijama i promocijama, ugovorima i finansijama. Kao i u slučaju potrošača, rok za odgovor na upit / žalbu saopćava se svakom pozivaocu posebno i zavisi od prirode zahtjeva. Svoje upite i žalbe kupci mogu uputiti putem besplatne infolinije.



**080 020 104**

**BESPLATNA INFOLINIJA  
ZA KUPCE**

<b>Žalbe kupaca</b>	<b>2016.</b>	
	Broj žalbi kupaca	30
	Indeks žalbi kupaca*	0,23

\* broj žalbi kupaca u odnosu na milion prodanih boca.

Kompanija ima posebnu proceduru za rješavanje upita / žalbi kupaca i infoliniju za kupce putem koje mogu uputiti svoje upite ili žalbe. Broj infolinije za kupce vidno je istaknut na fakturama koje im se dostavljaju uz isporučene proizvode. Operater bilježi sve pozive, žalbe i zahtjeve i rješava svaki ponaosob. Redovni mjesecni izvještaj šalje se odgovornima.

## Tržište

Kao kompanija posvećena održivosti, prepoznali smo značaj svojih direktnih i indirektnih društvenih i ekoloških utjecaja koji se ostvaruju u lancu nabavke. S našim dobavljačima nastojimo ostvariti odnos kojim ćemo dugoročno osigurati ili poboljšati stvaranje vrijednosti i održivo poslovanje obje strane.

Održiv lanac vrijednosti za nas je od ključnog značaja budući da su naši dobavljači ujedno i naši partneri s kojima dijelimo vrijednosti i principe poslovanja. Coca-Cola HBC B-H sarađuje sa 716 dobavljača, od malih preduzeća do internacionalnih kompanija. Od naših dobavljača nabavljamo širok assortiman proizvoda (šećer, povratne staklene boce, etikete, promotivni materijal i sl.) i usluga, a težeći povećanju ekonomskog doprinosa bosanskohercegovačkoj zajednici, nastojimo iz godine u godinu povećavati udio domaćih dobavljača u lancu nabavke. U skladu s tim, 2016. godine je 64,62% od ukupnog utrošenog budžeta za nabavku bilo usmjerenog na domaće dobavljače.

U skladu s visokim standardima kvaliteta koji se primjenjuju u Coca-Coli HBC B-H, zahtijevamo od naših dobavljača sirovina i primarnog pakovnog materijala da budu certificirani u skladu sa standardima ISO 9001 i FSSC 22000 te ih podstičemo da svoje poslovanje usklade sa standardima ISO 14001, OHSAS 18001 i European Water Stewardship.

Svi naši saradnici znaju da smo posvećeni vođenju poslovanja u skladu s nizom vrijednosti koje predstavljaju najviše standarde kvaliteta, integriteta i izvršnosti. Poštujemo jedinstvene običaje i kulture zajednica koje služimo. Stoga nastojimo razviti odnose s dobavljačima koji dijele slične vrijednosti i posluju na etičan način.

Kao dio stalnih napora u razvoju i jačanju našeg odnosa s dobavljačima, usvojili smo Smjernice Coca-Cole Hellenic za sve naše direktnе dobavljače. Smjernice za dobavljače (engl. *Supplier Guidance Principles – SGP*) zasnovane su na uvjerenju da je odgovorno poslovno ponašanje od ključnog značaja za naš dugoročni uspjeh, koji se mora ogledati u našem odnosu i aktivnostima na tržištu, radnom mjestu, okolišu i zajednici.

**Radno okruženje:** Od naših dobavljača očekujemo da procjenjuju svoje radnike i podizvođače na osnovu njihove sposobnosti da obavljaju posao, a ne njihovih fizičkih i/ili ličnih karakteristika ili uvjerenja, i time potvrdje da ne postoji diskriminacija na osnovu rase, boje kože, spola, religije, političkog mišljenja, nacionalnosti ili seksualne orientacije.

## U PARTNERSTVU S DOBAVLJAČIMA

### KREIRAMO DODATNU VRIJEDNOST

**Zdravlje i sigurnost:** Od naših dobavljača očekujemo da omoguće sigurno radno okruženje i postojanje politike i procedura kako bi se opasnost od povreda, nesretnih slučajeva i izloženosti zdravstvenim rizicima svela na minimum.

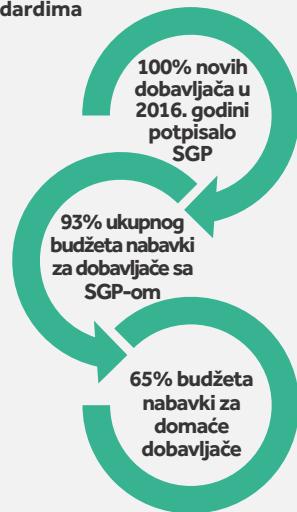
**Angažovanje djece i prisilni rad, zloupotreba rada:** Od naših dobavljača očekujemo da neće zapošljavati osobe ispod starosne dobi propisane zakonom niti dozvoliti fizičko ili bilo kakvo drugo uzneniranje ili zlostavljanje, kao ni upotrebu prisilnog rada u svom poslovanju.

**Plaća i povlastice:** Od naših dobavljača očekujemo da svojim radnicima isplaćuju poštene novčane naknade, konkurentne u toj grani industrije, pravedno i u potpunom skladu s primjenjivim zakonom o visini plaće i radnom vremenu, te da radnicima pruže mogućnosti za razvoj vještina i sposobnosti.

**Treća lica:** Ukoliko radnici dobavljača, u skladu sa zakonom, odaberu da ih zastupaju treća lica, od naših dobavljača očekujemo da ta lica prihvate u dobroj vjeri te da radnike ne osuđuju niti kažnjavaju zbog njihovog zakonitog učešća u sindikalnim aktivnostima.

**Prakse vezane za zaštitu okoliša:** Od naših dobavljača očekujemo da posluju na način koji štiti i čuva okoliš. Kao minimum očekujemo da naši dobavljači poštuju primjenjive zakone, propise i regulative o zaštiti okoliša u obavljanju aktivnosti u svim zemljama u kojima posluju.

### Usaglašenost s primjenjivim zakonima i standardima



Navedene smjernice dio su ugovora s dobavljačima, a procjena usaglašenosti dobavljača s tim smjernicama obavlja se nezavisnim programom revizije.

Smjernice za dobavljače u 2016. godini potpisali su svi ključni dobavljači, koji pokrivaju 93,2% našeg ukupnog godišnjeg troška, pri čemu je najveći godišnji promet s jednim dobavljačem bio 5.264.180 KM, a najniži 17.413 KM.

Pregled ranijih i novoregistrovanih dobavljača koji su potpisali SGP, procent nabavki od bh. dobavljača i ukupni troškovi u EUR:

	2014.	2015.	2016.
Ukupan broj dobavljača	724	672	716
Broj novih registrovanih dobavljača	139	116	175
Broj novih registrovanih dobavljača koji su potpisali SGP	38	116	175
Procent novih dobavljača koji su potpisali SGP	27,34%	100%	100%
Procent domaćih dobavljača u ukupnom trošku	62,26%	62,64%	64,62%
Procent inozemnih dobavljača u ukupnom trošku	37,74%	37,36%	35,38%
Ukupni troškovi u EUR	16.834.801	17.010.900	17.748.421
Pokriveni troškovi prema SGP-u	78,00%	87,59%	93,20%

Našu saradnju s dobavljačima procjenjujemo jednom godišnje u skladu s Procedurom za vrednovanje dobavljača. Godišnja evaluacija dobavljača sirovina i primarnog pakovnog materijala podrazumijeva i obavezuju provjeru certifikata vezanih za kvalitet i okoliš te drugih standarda. U okviru evaluacije kompanija prikuplja informacije o zadovoljstvu saradnjom, daje povratne informacije dobavljačima i s njima kreira akcioni plan za unapređenje saradnje. Time podstičemo dvosmjernu komunikaciju i konstantno unapređujemo odnose sa svojim dobavljačima.

# Radno okruženje

## TIM U KOJEM

### ŽELIM BITI

Kao važan dio strategije poslovanja, u Coca-Coli HBC B-H vodimo brigu o radnicima. Prepoznavanjem potencijala, ulaganjem u razvoj i adekvatnim nagradjivanjem naših radnika kreiramo podsticajno radno okruženje, koje će privući i zadržati najbolje kadrove.

Naši ljudi su ključni za održivi razvoj i dugoročni uspjeh našeg poslovanja. Kako bismo našim radnicima omogućili da se razvijaju, uče i ostvaruju lične i profesionalne ciljeve te budu najbolji u onome što rade, u centru naše pažnje su:

- Fer radno okruženje
- Privrženost radnika
- Razvoj radnika
- Zdravlje i sigurnost

Naši ciljevi su da:

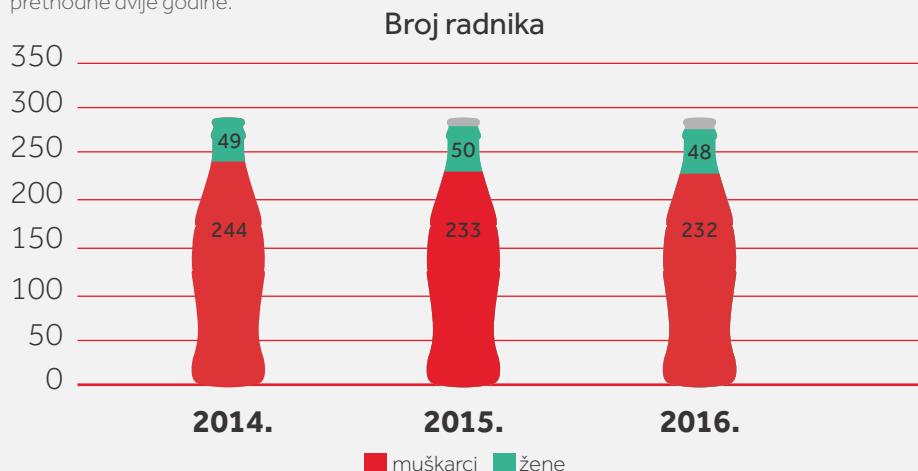
- Pružimo svojim radnicima fer, etično i inkluzivno radno okruženje
- Brinemo o svojim radnicima i s njima i njihovim predstavnicima komuniciramo otvoreno, iskreno i s poštovanjem
- Pomažemo svakom radniku da ostvari pun potencijal i razvije liderске vještine
- Njegujemo kulturu koja promoviše zdravlje i sigurnost na radnom mjestu

Broj radno angažovanih radnika	2014.		2015.		2016.	
	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Banja Luka	27	4	28	4	25	4
Bihać	7	2	6	2	6	2
Mostar	20	0	18	1	18	2
Sarajevo	161	36	151	38	151	36
Tuzla	28	2	26	3	29	3
Ukupan broj radno angažovanih	243	44	229	48	229	47

\*Napomena:

U slučaju dužeg odsustva s posla uslijed dugotrajnog bolovanja ili porodičnog odsustva te ako je radnik u radnom odnosu kraće od godinu dana u tekućoj godini, radni angažman je izražen procentualno i broj ukupno radno angažovanih radnika u tekućoj godini izražen je cijelom brojem.

U 2016. godini Coca-Cola HBC B-H imala je ukupno 280 radnika, što je nešto manje u odnosu na prethodne dvije godine.



Broj radnika prema prodajnim regijama	2014.		2015.		2016.	
	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Banja Luka	28	4	28	4	26	5
Bihać	7	3	7	3	7	2
Mostar	19	0	19	1	19	2
Sarajevo	162	40	152	39	151	36
Tuzla	28	2	27	3	29	3
Ukupan broj radnika	244	49	233	50	232	48
Ukupno			293		283	
					280	

## FER RADNO OKRUŽENJE

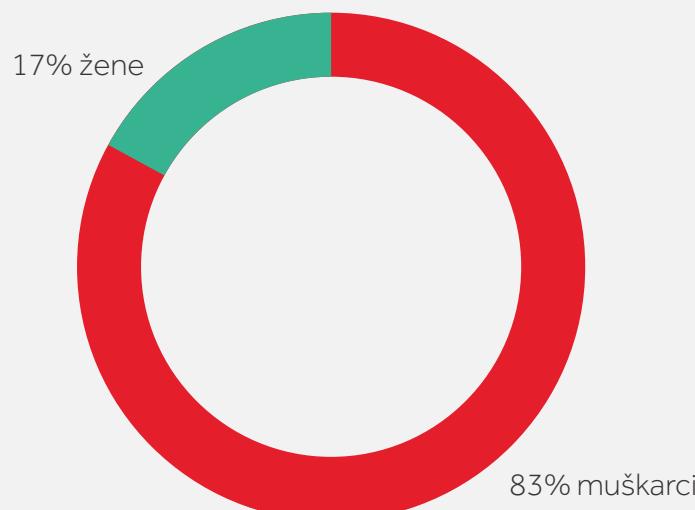
Poštujemo temeljna prava naših radnika i nastojimo stvarati otvoreno i pozitivno radno okruženje, koje pruža jednakе mogućnosti svima. Naše Politike o ljudskim pravima i jednakosti dio su programa obuke našeg rukovodećeg kadra.

Naša Politika ljudskih prava zahtijeva pridržavanje odredbi Svjetskog sporazuma UN-a i Uverzalne deklaracije UN-a o ljudskim pravima. Zapošljavanje djece izričito je zabranjeno, a u skladu s tim vrše se stalne provjere tokom procesa zapošljavanja. Svi radnici upoznati su s ljudskim pravima u svakodnevnom poslovanju.

Naša Politika jednakosti štiti naše radnike od diskriminacije i osigurava jednakе mogućnosti i pravedno postupanje prema svima. Coca-Cola HBC B-H njeguje dijalog s predstavnicima sindikata. U okviru članstva u Udruženju poslodavaca Federacije, koje je potpisnik Općeg kolektivnog ugovora za teritoriju Federacije BiH, Coca-Cola HBC B-H je obavezna primjenjivati sve odredbe tog ugovora, čiji su potpisnici, uz Udruženje poslodavaca Federacije BiH, Vlada Federacije BiH i Savez samostalnih sindikata Bosne i Hercegovine u ime radnika Federacije BiH i ugovorom je obuhvaćeno 88% radnika naše kompanije. Iako Coca-Cola HBC B-H nije članica Udruženja poslodavaca Republike Srpske, pa samim tim ni potpisnik Opštег kolektivnog ugovora za teritoriju Republike Srpske. Kao društveno odgovorna kompanija primjenjujemo sve odredbe tog ugovora koji se odnosi na 12% naših radnika zaposlenih na teritoriji Republike Srpske.

Coca-Cola HBC B-H je u 2016. godini imala ukupno 280 radnika, od čega 83% muškaraca i 17% žena, što je u velikoj mjeri uslovljeno i prirodom posla, koji podrazumijeva rad na terenu ili u fabričkim uslovima. U našoj kompaniji žene i muškarci imaju jednakе šanse za napredovanje, a eventualne razlike koje nastaju u plaćama i naknadama nisu sistemske niti povezane sa spolnom pripadnošću.

### Struktura zaposlenih prema spolu



Sjedište visokog rukovodstva poslovne jedinice, koju čine Coca-Cola HBC Slovenija, Coca-Cola HBC Hrvatska i Coca-Cola HBC B-H, nalazi se u Zagrebu. Na rukovodećim mjestima u strukturi poslovne jedinice je i devet rukovodilaca Coca-Cola HBC B-H, koji su odgovorni za svoje područje rada u Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Hrvatskoj. Domaći talentovani radnici šalju se na zadatke u inostranstvo kako bi stekli nove vještine i kako bi dobili priliku za međunarodnu karijeru. Tako je šest rukovodilaca Coca-Cola HBC B-H dobiti priliku da rade na rukovodećim mjestima u drugim zemljama članicama Coca-Cola HBC, poput Austrije, Nijerije i Srbije, a četiri rukovodioca iz naše zemlje rade za službe Coca-Cola HBC.

Tip radnog ugovora	2014.		2015.		2016.	
	Određeno	Neodređeno	Određeno	Neodređeno	Određeno	Neodređeno
Banja Luka	6	26	7	25	7	24
Bihać	3	7	4	6	2	7
Mostar	10	9	11	9	11	10
Sarajevo	24	178	15	176	13	174
Tuzla	10	20	10	20	12	20
Ukupno	53	240	47	236	45	235

## Radno okruženje

Najveći broj naših radnika je starosne dobi između 30 i 50 godina, a predstavnici rukovodstva kompanije također pripadaju toj starosnoj grupi. U rukovodstvu Coca-Cole HBC B-H oba spola su jednakom zastupljena. U 2016. godini 84% radnika je imalo ugovore na neodređeno, a svi radnici su bili zaposleni na puno radno vrijeme.

Godina	Starosna struktura radnika			Starosna struktura predstavnika upravljačkih tijela		
	manje od 30	30–50	više od 50	manje od 30	30–50	više od 50
2014.	25	246	20	0	1	1
2015.	26	234	21	0	2	0
2016.	23	230	25	0	2	0

Pravo na porodiljsko odsustvo u 2016. godini koristilo je sedam naših radnika i to u zakonom propisanom maksimalnom trajanju od 12 mjeseci. Od sedam radnika četiri su nakon povratka s porodiljskog odsustva nastavile raditi duže od 12 mjeseci.



Fluktuacija radne snage Spol	2014.		2015.		2016.	
	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Novozaposleni	28	4	28	4	26	5
Radnici koji su napustili kompaniju	7	3	7	3	7	2
Stopa fluktuacije	3,28%		3,80%		5,46%	

\*Stopa fluktuacije računa se prema formuli: broj radnika koji su napustili kompaniju / prosječan broj radnika u periodu izvještavanja x 100.

### ŽALBENI MEHANIZAM ZA RADNIKE

Da bi sprječili pojavu diskriminacionog ponašanja u našoj kompaniji, osim potpunog poštivanja Zakona o radu i Pravilnika o radu, kao i Kodeksa poslovog ponašanja, razvili smo i niz drugih mehanizama kojima se radnici podstiču da prijave pojavu takvog ponašanja. U kompaniji je imenovana osoba za pružanje podrške radnicima koji sumnjaju da su izloženi zlostavljanju, čiji je zadatak da sasluša radnika, pruži mu savjet, uputi ga i informiše radi rješavanja eventualno sporne situacije. Svaki radnik se može obratiti sa zahtjevom za zaštitu od zlostavljanja svom rukovodiocu te Službi za pravne poslove i/ili rukovodiocu interne revizije, nakon čega će se posredovanjem rješiti sporna situacija. Unutar kompanije djeluje Radničko vijeće, koje u saradnji s poslodavcem rješava otvorena pitanja o zaštiti radničkih prava te upućuje inicijative za dalja poboljšanja.

Također, radnici mogu podnijeti prijavu i na druge načine, naprimjer sindikatu, Radničkom vijeću te putem linije *Progovorite s povjerenjem!* U slučaju kršenja Kodeksa poslovog ponašanja, postupak podrazumijeva da nakon dobijanja informacije rukovodstvo procjenjuje da li se sporna situacija rješava na lokalnom nivou ili preko glavne uprave Coca-Cola HBC. Ukoliko se rješava posredstvom glavne uprave, slučaj se prijavljuje rukovodiocu nadležnom za primjenu Kodeksa poslovog ponašanja, dok se slučajevi na lokalnom nivou rješavaju u nadležnosti interne revizije i Odjela za pravne poslove. Tokom 2016. godine nije zabilježena nijedna žalba u vezi s diskriminacijom, odnosno kršenjem ljudskih i radnih prava u okviru naše kompanije, na što smo posebno ponosni.

Da bismo ojačali lojalnost, posvećenost i privrženost radnika, veliku pažnju posvećujemo internim komunikacijama i gradnji dobrih međusobnih odnosa. Poštujemo prava naših radnika i nastojimo prepoznati njihove potrebe. Mladi nas godinama prepoznaju kao najpoželjnijeg poslodavca, jednako kao i stručna javnost i naši radnici, koji nas visoko ocjenjuju u internim istraživanjima privrženosti, koja provodimo svake godine.

Coca-Cola HBC B-H je u 2016. petu godinu zaredom, osvojila prestižni Certifikat Poslodavac Partner, koji se dodjeljuje za napredne prakse u oblasti upravljanja ljudskim potencijalima, a dodjeljuje je kompanija SELECTIO, vodeća konsultantska kuća u području upravljanja ljudskim resursima u Hrvatskoj. Certifikat Poslodavac Partner dodjeljuje se organizacijama i kompanijama koje, bez obzira na veličinu i eksponiranost u javnosti, zadovoljavaju standarde kvaliteta u upravljanju ljudskim resursima.

Odgovornost naše kompanije prema radnicima ogleda se i u težnji da im, nadilazeći zakonske obaveze, pružimo posebne uslove i pogodnosti te odgovorimo na njihove potrebe. Plaća naših radnika su konkurentne na tržištu. Da bismo održali konkurentnost, redovno upoređujemo naknade koje nudimo s onima drugih uspješnih kompanija. Osim toga, radnicima se omogućava:

- Primanje bonusa i/ili nagrada u zavisnosti od radnog učinka, rezultata kompanije ili ostvarivanja rezultata predviđenih programima prepoznavanja i nagrađivanja
- Finansijska pomoć u slučaju smrti člana uže porodice ili bolesti
- Korištenje kantine u punionici
- Prisustvo različitim događajima za radnike
- Dodjela novogodišnjih paketića za djecu
- Popusti za kupovinu robe i usluga
- Jubilarne nagrade za radnike koji su 5, 10, 15 ili 20 godina u kompaniji



## PRIVRŽENOST RADNIKA

Izuzetno vrednujemo mišljenje naših radnika. Svake godine provodimo anketu u kojoj učestvuju svi naši radnici i kojom evaluiramo nivo njihove privrženosti. Ovo istraživanje, koje se već godinama provodi u svim državama Coca-Cola HBC, potpuno je anonimno i provodi ga vanjska konsultantska firma, a dobijeni rezultati uzimaju se u obzir prilikom izrade poslovnih i planova razvoja radnika.

Dio istraživanja koje se odnosi na nivo privrženosti fokusira se na tri ključne oblasti: angažovanost, lojalnost i preporučivanje. Na osnovu rezultata istraživanja pravimo planove i provodimo akcije radi poboljšanja radnog okruženja.

*Moj glas* istraživanje o privrženosti radnika i korporativnim vrijednostima provedeno je u oktobru 2016. uz izlaznost od 93%. Indeks angažovanosti radnika iznosio je 97%, dok su indeks življena vrijednosti kompanije i indeks preporučivanja iznosili 98%.

	2014.	2015.	2016.
Učešće radnika	95%	99%	93%
Indeks angažovanosti radnika	84%	97%	97%
Indeks življena vrijednosti kompanije	85%	97%	98%
Indeks preporučivanja	92%	99%	98%

## RAZVOJ RADNIKA

U Coca-Coli HBC B-H razvili smo okvir sa specifičnim procesima čiji cilj je privući, zadržati, nagraditi i motivisati najbolje talente, te inspirisati naše radnike da budu strastveni ambasadori naših brendova.

Razvoju radnika pristupamo strateški i sistematično, na strukturiran način u svim fazama karijere i u svim odjelima. Pritom koristimo raznovrsne programe te mnogobrojne radionice i alate za planiranje razvoja zaposlenih, osmišljene tako da odgovaraju potrebama radnika.

Razvili smo sistem za podršku upravljanju razvojem vještina radnika (*Learning Pro*),

*e-Learning*), koji olakšava postupak administriranja svih edukativnih programa te povećava dostupnost ovih informacija Odjelu za ljudske potencijale, odgovornom za edukaciju i razvoj zaposlenika, svim rukovodiocima i ostalim radnicima koji imaju pristup računaru. Svi oni mogu pratiti sve svoje obuke i treninge, a imaju i pristup katalogu edukacija.

Sistem sadrži opciju *Upravljam vlastitom karijerom* (engl. *Manage your own career*), koja radniku daje mogućnost da se prijavi za edukacije koje su izvan planiranih, čime se svakom zaposleniku ostavlja mogućnost da preuzme inicijativu za lični razvoj.

### Zaposlenik kvartala i Zaposlenik godine

Program prepoznavanja i nagrađivanja *Zaposlenik kvartala* i *Zaposlenik godine* nastavljen je i u 2016. godini.

Kvartalno se nagrađuje pet radnika. Nagrada može biti i timski ukoliko umjesto pojedinačne, u tekućem kvartalu pristigne timska nominacija. Godišnje se nagrađuje jedan zaposlenik godine. Nagrade su novčane.

Proces oba izbora nagrađenih definiše *Procedura nagrađivanja zaposlenika – Zaposlenik kvartala*.

## Radno okruženje

Neke od mnogobrojnih edukacija koje su bile na raspolaganju našim radnicima tokom 2016. godine, a usmjerenе су na oblast razvoja i karijere, su:

**Međusektorska karijera** – poseban način promjene posla koji se odvija interno, ojačava strukturu poslovanja iznutra, a radnicima omogućava širi pogled na razvoj karijere. Sistem dozvoljava oglašavanje samo internih pozicija namijenjenih ljudima koji su već u sistemu Coca-Cole HBC, bez obzira na to o kojoj državi je riječ.

**Fast Forward** – razvojni program namijenjen radnicima na različitim nivoima upravljanja: upravljanje sobom (*Manage Self – MS*), upravljanje drugima (*Manager of Others – MoO*), upravljanje rukovodiocima (*Manager of Managers – MoM*), a čiji je cilj omogućiti puni razvoj na trenutnom nivou upravljanja i pripremi radnika za prijelaz na sljedeći nivo upravljanja unutar organizacije (npr. s nivoa upravljanja sobom na nivo upravljanja drugima, tj. timom ljudi). U 2016. godini u projekt je bilo uključeno šest radnika Coca-Cole HBC B-H.

**ODP – Program razvoja operatera u proizvodnji** usmjeren je na teorijsku i praktičnu obuku kojom se razvijaju tehničke vještine operatera.

Coca-Cola HBC B-H redovno učestvuje i u projektu MDP (engl. *Microbiologists Development Program*), koji je pokrenula Coca-Cola HBC radi procjene i unapređenja vještina laboratorijskog osoblja u oblasti mikrobiologije.



### Broj sati treninga, Coca-Cola HBC B-H

	2014.	2015.	2016.
Broj sati treninga	4.264	3.684	3.495
Broj radno angažovanih radnika	287	277	276
Prosječan broj sati treninga po radniku	15	13	13

\*Napomena:

U slučaju dužeg odsustva s posla uslijed dugotrajnog bolovanja ili porodičnog odsustva te ako je radnik u radnom odnosu kraće od godinu dana u tekućoj godini, radni angažman je izražen procentualno, a ukupan broj radno angažovanih radnika u tekućoj godini kao i prosječan broj sati treninga izraženi su cijelim brojem.

Coca-Cola HBC B-H redovno provodi program procjene učinka svih radnika, uključujući i evaluaciju individualnih potreba zaposlenika, na osnovu čega se kreiraju pojedinačni planovi razvoja. Forum razvoja ljudi (engl. *People Development Forum – PDF*) ključno je sredstvo za efikasno upravljanje stručnim razvojem pojedinaca, a uključuje praćenje radnog učinka te pojedinačnog razvojnog plana. Na osnovu individualnih planova izrađuje se i plan obuke za radnike. U ovaj proces su, osim Odjela za ljudske potencijale, uključene direktno nadređene osobe i sam radnik. Naglasak u toku samog procesa je na davanju povratnih informacija radnicima i podsticanju uključenosti radnika.

## INTERNA KOMUNIKACIJA

Otvorena komunikacija je osnova na kojoj gradimo zdravo i uspješno radno okruženje.

Kontinuirano ulažemo u unapređenje kanala interne komunikacije. Uz postojeće, kao što su elektronska obavještenja, interni poslovni događaji, kutije za sugestije i oglasne table, internu komunikaciju smo u 2016. godini unaprijedili pokretanjem intraneta kao mesta na kojem se postavljaju sve informacije i gdje se svaki radnik u svakom trenutku, između ostalog, može informisati o događajima, projektima, inicijativama i uspjesima.

Svjesni značaja kvalitetne međusobne komunikacije, učestvujemo u svim događajima i projektima čiji je cilj jačanje povezanosti i saradnje među radnicima kako u Coca-Cola HBC B-H tako i u našoj poslovnoj jedinici. Neki od značajnih poslovnih događaja na nivou poslovne jedinice su *Sastanak rukovodstva poslovne jedinice*, koji se organizuje dva puta godišnje, te poslovni događaj *Priča o nasem razvoju i Coca-Cola vikend*, u kojima učestvuju svi radnici.

### Projekt Adrijin identitet

Pod rukovodstvom Odjela za komunikacije i odnose s javnošću u 2016. godini pokrenuta je kampanja podizanja nivoa svijesti svakog radnika poslovne jedinice o značaju kvalitetne interne komunikacije i timskog povezivanja. Na ključnim internim događajima, na kojima se okupljuju radnici iz sve tri države, sistematski su se prenosile ove poruke.

### Voice of Adria ambasadori

U junu 2016. naši radnici su ispunili online anketu o karakteristikama svake države naše poslovne jedinice i najdražim osobinama svakoga naroda te nominirali radnika koji najbolje utjelovljava duh Coca-Colinih vrijednosti. Ambasadori dolaze iz sve tri države poslovne jedinice i različitih odjela, podstiču promjene, promovišu pozitivno okruženje i angažman radnika, a svoje će kolege informisati i uključivati u najvažnije projekte poslovne jedinice i promovisati identitet jedinstvenog tima.

Tim Voice of Adria ambasadora čine 43 člana, od kojih su 13 radnici Coca-Cole HBC B-H.

Naši radnici su aktivni i u Facebook grupi, pokrenutoj početkom 2016. samo za zaposlenike poslovne jedinice, u kojoj se postavljaju vijesti o svim događajima, a sami radnici postavljaju fotografije i videozapise o aktivnostima na tržištu, rezultatima timskog rada i zajedničkim trenucima na sastancima.

Naši radnici su ambasadori naše kompanije. Jedna od ključnih inicijativa je *Zaposleni kao ambasadori kompanije*. Riječ je o višegodišnjoj inicijativi koja se temelji na znanju radnika o proizvodima, njihovim uvjerenjima i strasti za radom, a kojom se podstiču na preduzimanje aktivnosti radi jačanja povjerenja u Coca-Coline brendove, proizvode i kompaniju. Sistemski se radi i na podizanju svijesti radnika o značaju volontiranja kao vida davanja vrijednosti zajednici. Uz pomoć Coca-Cola Ambasador mobilne aplikacije radnicima su u svakom trenutku dostupne činjenice o proizvodima i kompaniji, vijesti iz Coca-Colinog svijeta te priče s internih društvenih mreža.

# ZDRAVLJE I SIGURNOST NAŠIH RADNIKA

UVIJEK NA PRVOM MJESTU

Coca-Cola HBC B-H posvećuje posebnu pažnju zdravlju i sigurnosti na radu, što potvrđuju brojni programi i kampanje koje se provode godinama kako bi se našim radnicima omogućilo sigurno radno mjesto i razvila kultura zaštite na radu, što u konačnici vodi rastu produktivnosti i motivisanosti zaposlenih. Naši radnici su direktno uključeni u programe kako bi identifikovali dodatna područja za poboljšanje upravljanja sigurnošću pomažući time pravovremenom djelovanju.

Coca-Cola HBC B-H, u skladu s važećim zdravstvenim i sigurnosnim pravilima i propisima, primjenjuje međunarodno priznat sistem upravljanja OHSAS 18001. The Coca-Cola Company KORE zahtjeve i sve primjenjive lokalne zakone i regulatorne smjernice, razvija i primjenjuje efikasne sisteme, standarde i prakse zaštite u skladu s Politikom zaštite zdravlja i sigurnosti na radu.

Za zdravlje i sigurnost na radu u Coca-Cola HBC B-H zadužena je Služba za održivo poslovanje te, dodatno, Odbor za zaštitu na radu, koji pomaže pri praćenju i davanju savjeta o programima zaštite na radu. Odbor se sastoji od pet članova. Jednog određuje kompanija, a ostale sindikat, Radničko vijeće, Služba za pravne poslove i Služba za održivo poslovanje. Posebno su definisana radna mjesta s povećanim rizikom, kao i prava i obaveze radnika na takvim radnim mjestima.

Naše kampanje zaštite zdravlja i sigurnosti na radu su:

- Međunarodni dan zaštite zdravlja i sigurnosti na radu
- Svjetski dan zaštite od buke
- Godišnja kampanja zaštite zdravlja i sigurnosti na radu

Naši programi:

*Top 10 Fatality Program* je program preventivnog djelovanja na deset faktora koji mogu dovesti do smrtnog slučaja / teške povrede na radu.

*Fall Prevention Program* je program provođenja sigurnosnih mjera za siguran rad na visini.

*Toolbox Talk Program* je program internih radionica u kojima radnici na mjesecnom nivou s rukovodicima razgovaraju o aktualnim temama vezanim za zdravlje i sigurnost na radu.

*Walk the Talk* je program inspekcije unutrašnjih radnih zona te razgovora s radnicima, pri kojima se utvrđuju neusklađenosti sa sigurnim praksama ponašanja koje se odnose na zdravlje i sigurnost na radu.

*Program izbjegnutih povreda* (engl. Near Miss) uklanja neusklađenosti i preventivno djeluje kako izbjegnute povrede ne bi prerasle u stvarne.

*CAPEX program* je program kapitalnih investicija i podrazumijeva kupovinu poboljšane opreme, nadogradnju postojećih sistema te ulaganje u građevinske radove s ciljem poboljšanja uslova rada i zaštite na radu.

*Program nagrađivanja radnika* uključuje *Kvartalnu nagradu za najboljeg vozača* i *Kvartalnu nagradu za prijavu kojom je izbjegnuta najveća potencijalna opasnost od povrede*.

Unutrašnje i vanjske kontrole, inspekcije i stalna kontrola ponašanja radnika u odnosu na propisane sigurnosne procedure, kao i stalno evidentiranje nedostataka i njihovo efikasno oticanje, održiv je sistem kontinuiranog smanjenja vjerovatnoće od nastanka povreda na radu, koji direktno utječe na sigurnost na radnom mjestu.

Svake godine bilježimo rast prijava izbjegnutih povreda i podizemo svijest radnika o značaju njihovog prijavljivanja. U 2016. godini broj prijavljenih izbjegnutih povreda u odnosu na 2015. porastao je za 16%.

U program Zaštita zdravlja i sigurnost na radu (engl. Health & Safety – H&S) uključeni su radnici svih odjela, kao i zaposlenici podizvođača koji obavljaju poslove za Coca-Cola HBC B-H.

Kako bismo naglasili važnost i obavezu sigurnog rada, u sve programe i komunikaciju uključen je tim visokog rukovodstva.

Ostvarili smo rekord

520

dana uzastopno  
bez povrede na radu



# Radno okruženje

## SIGURNA VOŽNJA

Kada govorimo o sigurnosti na radnom mjestu, posebnu pažnju posvećujemo Politici sigurnosti voznog parka, s obzirom na to da veliki broj naših radnika koristi vozilo kao osnovno sredstvo za rad.

U sva službena vozila ugrađeni su sigurnosni uređaji i GPS sistem za praćenje, MobileEye i Hands Free uređaji s ciljem efektivnog praćenja načina vožnje naših radnika, zvučno upozoravanje na prekršaje u vožnji i izbjegavanje mogućnosti povrede ili saobraćajnog udesa uslijed korištenja mobilnog telefona u vožnji. Zahvaljujući ovim sigurnosnim uređajima, u mogućnosti smo pratiti: najveću brzinu kretanja, broj pređenih kilometara, potrošnju goriva, broj pogrešnih prestrojavanja, održavanje premašnih rastojanja između vozila, nekorištenje signalizacije skretanja / promjenu saobraćajne trake i sl. Osim navedenog, Jedinica za održavanje vozila uspostavila je sistem redovnog pregleda vozila i utvrđivanja šteta na vozilu, sudara i oštećenja u saradnji s vanjskim dobavljačem.

Redovno se organizuju i dodatne praktične obuke i evaluacija za visokorizične vozače.

Na godišnjem nivou organizujemo:

1. Trening sigurne vožnje
2. Eko&Safety trening sigurne vožnje
3. Online trening sigurne vožnje
4. Trening sigurne vožnje s osrvtom na aktuelne promjene u zakonu o saobraćaju, u saradnji s BIHAMK-om

Kao podsticaj našim radnicima dodjeljujemo kvartalne nagrade za najbolje vozače određene prema podacima prikupljenim sa sigurnosnih uređaja. Istovremeno, na mjesecnom nivou svim rukovodiocima i visokom rukovodstvu šaljemo izještaj sa statističkim, zbirnim podacima za deset najboljih i najlošijih vozača u posmatranom periodu. Na osnovu ovih podataka razvijamo plan akcija za poboljšanje sigurnosnih prilika na radnim mjestima koja podrazumijevaju čestu upotrebu službenih vozila.

Provođenje obuke, kampanja i programa su snažna sredstva za izbjegavanje rizika i postizanje kulture nulte tolerancije na povrede. Kontinuirano pozivamo svoje radnike da svakodnevno primjenjuju stečena znanja, aktivno učestvuju u briži o drugima i podstaknu kolege da se ponašaju u skladu s pravilima. Zalaganje naših radnika na preventivnim mjerama i njihov rad na pozitivnim indikatorima zdravlja i sigurnosti na radu donijeli su izvanredne rezultate:

U 2016. godini Coca-Cola HBC B-H je ostvarila rekord - 520 dana uzastopno bez povrede na radu.

Broj i stopa povreda	2014.		2015.		2016.	
	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Banja Luka	1	0	0	0	0	0
Bihać	0	0	0	0	0	0
Mostar	0	0	0	0	0	0
Sarajevo	0	0	2	0	0	0
Tuzla	0	0	0	0	0	0
Stopa povreda	0,34	0	0,70	0	0	0

\* Stopa povreda izračunata je prema formuli: ukupan broj povreda x 200.000 / ukupan broj radnih sati, pri čemu su svi radnici zaposleni na puno radno vrijeme, a prosječan broj radnih sati je 2.000.

U 2016. godini u Coca-Coli HBC B-H nismo imali nijednu povredu na radu niti nesreću s fatalnim ishodom.

Broj dana bolovanja uslijed povrede na radu prema lokaciji	2014.		2015.		2016.	
	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Banja Luka	192	0	0	0	0	0
Bihać	0	0	0	0	0	0
Mostar	0	0	0	0	0	0
Sarajevo	0	0	51	0	0	0
Tuzla	0	0	0	0	0	0
Stopa izgubljenih dana uslijed bolovanja	64,42	0	18,02	0	0	0

\* Stopa izgubljenih dana izračunata je prema formuli: ukupan broj izgubljenih dana x 200.000 / ukupan broj radnih sati svih radnika.

Stopa izgubljenih dana zbog povreda na radu smanjena je sa 64,42, koliko je iznosila u 2014. godini, na 18,02 u 2015, odnosno na nula dana u 2016.

Ukupan broj dana bolovanja	2014.		2015.		2016.	
	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Banja Luka	320	8	289	73	32	85
Bihać	72	73	54	225	52	19
Mostar	13	0	39	0	42	1
Sarajevo	530	95	703	109	642	727
Tuzla	56	32	71	43	56	17
Dani bolovanja po spolu	991	208	1.156	450	824	849
Ukupno dana bolovanja		1.199		1.606		1.673
Stopa izgubljenih dana uslijed bolovanja	409,21		567,49		597,5	

\* Stopa izgubljenih dana izračunata je prema formuli: ukupan broj dana bolovanja x 200.000 / ukupan broj radnih sati svih radnika.

Analiza stope i broja izgubljenih dana zbog bolovanja pokazala je da su uzroci povećanja vezani za trudnička odsustva i bolovanja nakon operativnih zahvata, a ne za povrede na radu, radne uslove ili profesionalna oboljenja.

Coca-Cola HBC B-H aktivno nadzire i prati povrede svih podizvođača s kojima sarađuje. Podizvođači koji rade na lokaciji obaveznici su prijaviti svaku povodu na radu direktno svom rukovodiocu, rukovodiocu odjela Coca-Cola HBC B-H koji je angažovao podizvođača, članu Walk the Talk tima internih inspektora ili osobu odgovornoj za zaštitu na radu. Rukovodioci podizvođača na mjesecnom nivou dostavljaju broj radnih sati direktno osobu zaduženoj za zaštitu na radu i informaciju je li neki radnik u prethodnom mjesecu imao povodu na radu.

Sve obaveze u vezi s prijavljivanjem povreda prenose se podizvođačima tokom treninga koje za njih organizujemo: redovnih godišnjih treninga za stalne podizvođače (radnici iz skladišta, vozači i distribucije, spremari, radnici u restoranu, marketingu, službi održavanja objekta) i prije svakog specifičnog zadatka za podizvođače koji povremeno obavljaju poslove za našu kompaniju.

U 2016. godini nije zabilježena nijedna povreda radnika podizvođača.

## ZDRAVLJE I DOBROBIT ZAPOSLENIKA

Kreiramo i realizujemo inicijative za podizanje svijesti radnika o značaju sporta i aktivnog načina života kako bismo podržali njihovo fizičko, psihičko i emotivno zdravlje u skladu s Politikom zdravlja i fizičke kondicije. Coca-Cola HBC B-H provodi niz programa s ciljem promocije aktivnog načina života te kontinuirano pozivamo svoje radnike da aktivno učestvuju u sportskim događajima koje organizujemo i u događajima u zajednici koje kompanija sponzoriše.

Među najznačajnijim su: Sarajevo polumaraton, Pokret za radost – Fitnes dan u Tuzli te rekreativna biciklistička vožnja Giro di Sarajevo, u kojoj su u 2016. godini, osim 30 radnika naša kompanije, učestvovali i članovi njihovih porodica. Naši radnici aktivno učestvuju i u sportsko-rekreativnim manifestacijama koje sponzorišu Coca-Cola HBC Slovenija i Coca-Cola HBC Hrvatska. Tako se 2016. godine 18 naših radnika takmičilo na Plitvičkom maratonu i bledskoj Noćnoj 10ki.

S kolegama iz Slovenije i Hrvatske 260 radnika Coca-Cola HBC B-H uzelio je učešće u sportskim aktivnostima Coca-Colinog vikenda u Šibeniku, gdje su imali priliku takmičiti se u dvodnevnom nogometnom turniru, odbojci na pijesku, tenisu, učestvovati u utrci na 5 km te baviti se jogom, a deset naših radnika je u okviru Coke Ski Day manifestacije u Kranjskoj gori imalo priliku takmičiti se u veleslalomu i skijati s Jurom Koširom, dobitnikom olimpijske medalje i skijaškom legendom Slovenije.

Svake godine Coca-Cola HBC B-H za sve radnike organizuje sistematski ljekarski pregled. Zaposlenici koji su raspoređeni na radna mesta s posebnim uslovima rada imaju dodatne specijalističke preglede, u skladu s prirodom posla. Zbirni izvještaj zdravstvenog stanja radnika detaljno se analizira i prema uputama ljkara pravi akcioni plan kako bi se poboljšali uslovi rada i sprječilo razvijanje profesionalnih oboljenja. U 2016. godini nije забиљежen nijedan slučaj profesionalnog oboljenja. Kompanija svake godine preduzima niz mjera kako bi djelovala preventivno i sprječila nastanak profesionalnih oboljenja:

- Modernizuje i poboljšava lična zaštitna sredstva (radne rukavice, zaštita za uši, radne naočale i sl.)
- Kupuje ergonomске stolice za radnike koji većinu radnog vremena provode sjedeći
- Kupuje priručna sredstva i mehanizme za podizanje kako bi se ručna manipulacija teretom svela na minimum ili maksimalno olakšala



# Okoliš

## ZAŠTITA OKOLIŠA

PRAVI SMJER KOJIM IDEMO

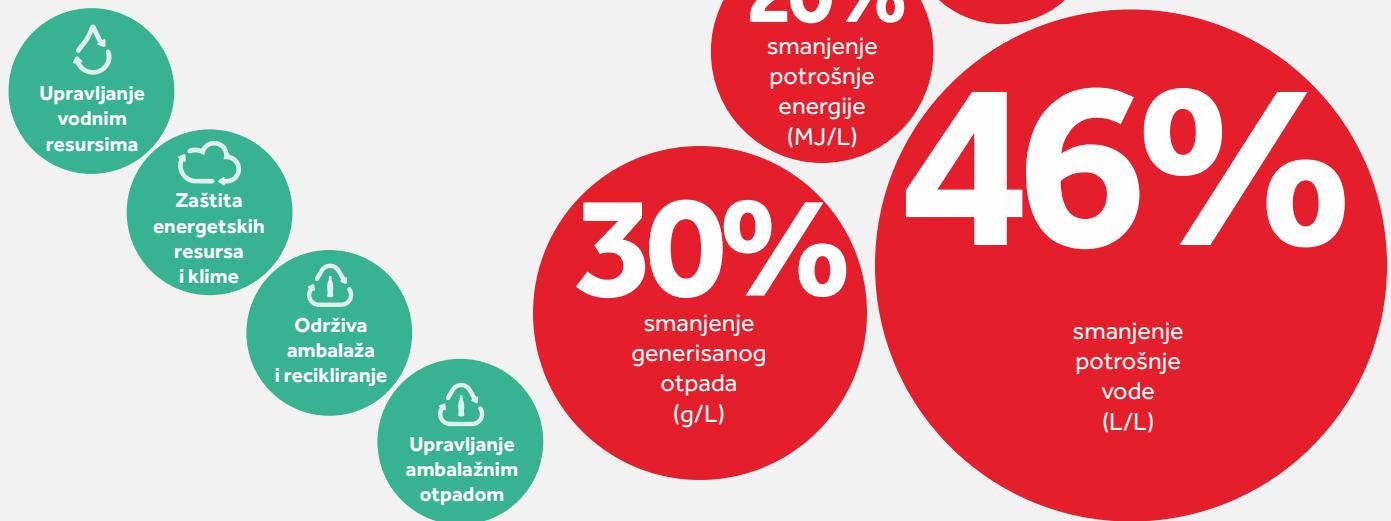
Zaštita okoliša i održivo korištenje prirodnih resursa, unapređivanje upravljanja okolišem i sprečavanje onečišćenja okoliša jedan je od značajnih izazova na putu ka održivom poslovanju za sve kompanije. Pristup okolišnoj održivosti koji smo usvojili u Coca-Cola HBC B-H uključuje sinergijsko djelovanje s različitim interesnim grupama kako bismo smanjili utjecaj na okoliš.

Imajući u vidu najznačajnije utjecaje našeg poslovanja na globalnom nivou, ali i u našoj zemlji, fokusirani smo na sljedeće oblasti:

U ovome okviru naši ciljevi su:

- Kontinuirano smanjivati direktnе utjecaje našeg poslovanja na okoliš, kao i indirektnе utjecaje naših dobavljača i partnera
- Biti lider u održivoj upotrebi vode, energije i ambalaže te zaštiti klime

	Potrošnja vode L/L proizvedenog pića		Potrošnja energije MJ/L proizvedenog pića		Generisan otpad g/L proizvedenog pića		Recikliran otpad, %	
	2010.	2016.	2010.	2016.	2010.	2016.	2010.	2016.
Punionica Sarajevo	4,09	2,22	0,61	0,49	11,8	8,24	82,5	96,3



Naše poslovanje u potpunosti je usklađeno s važećim zakonima i propisima o zaštiti okoliša, što potvrđuje i činjenica da u 2016, kao i prethodnih godina, nismo imali negativne nalaze inspekcijske po ovom osnovu. Uz to, interne i eksterne interesne grupe mogu podnijeti žalbe u vezi s okolišem putem zvaničnog e-maila i telefona kompanije, a tokom 2016. na ovaj način nije zaprimljena nijedna žalba. U upravljanju okolišem primjenjujemo međunarodno priznat sistem ISO 14001, kao i niz internih procedura i politika:

- Politika zaštite okoliša
- Politika prema klimatskim promjenama
- Politika upravljanja ambalažnim otpadom
- Politika zaštite i očuvanja vodnih resursa
- Politika sigurnosti voznog parka

Naš pristup podrazumijeva uključivanje radnika na svim nivoima, a svaki novozaposleni radnik u okviru uvodne obuke prolazi i kroz dio vezan za zaštitu okoliša. Osim toga, tokom 2016. godine održali smo niz obuka radi unapređenja kompetencija naših radnika:

- trening za zaštitu okoliša i prijavljivanje potencijalnih i stvarnih gubitaka ekoloških resursa
- trening za dobru proizvođačku i dobru praksu skladištenja, koje sadrže i aspekte koji se odnose na okoliš
- trening o upravljanju opasnim materijama i vježbe u slučaju incidentne situacije

## EKOLOŠKI PARAMETRI

U našoj punionici prate se sljedeći ekološki parametri:

- Potrošnja vode (u litrima po litru proizvedenog pića)
- Potrošnja energije (u megadžulima po litru proizvedenog pića)
- Ukupno generisani otpad (u gramima po litru proizvedenog pića)
- Recikliran otpad (procenat recikliranog otpada u odnosu na ukupno generisan otpad)
- Količina odloženog otpada na gradsku deponiju (u gramima po litru proizvedenog pića)

Coca-Cola HBC, a time i Coca-Cola HBC B-H, uvela je i novi vodeći ekološki parametar – izbjegnuti gubitak (engl. *Near Loss*), s ciljem podizanja svijesti radnika i unapređenja rezultata ostalih parametara, a sastoji se od otkrivanja mogućih gubitaka ekoloških resursa i njihovog pravovremenog oticanja. Primjenom tog parametra u 2016. godini ostvarili smo odlične rezultate sa 90% uspješno realizovanih akcija.

Svojim naporima za postizanje ciljeva u smanjenju potrošnje energije, vode, količine generisanog otpada i povećanja procenta recikliranog otpada doprinosimo ostvarivanju dugoročnih ciljeva postavljenih na nivou Grupe. Dostizanje ciljeva prati se na sedmičnom, mjesečnom, kvartalnom i godišnjem nivou i o njima se izvještava rukovodstvo, kao i Coca-Cola HBC. Važno je istaći da su u planiranje i računanje ekoloških parametara uključeni svi procesi u punionici: administracija, proizvodnja i skladištenje.

Ponosni smo na činjenicu da je Coca-Cola HBC B-H u 2016. godini osvojila prvu nagradu unutar Coca-Cola HBC za najbolji predloženi i realizovani izbjegnuti gubitak (*Near Loss*) za program *Air Hunter*, koji je usmjeren na otkrivanje i sprečavanje gubitaka komprimiranog zraka i CO<sub>2</sub>.

## BIODIVERZITET

S izuzetnom pažnjom pristupamo praćenju utjecaja našeg poslovanja na zaštićena i područja visoke vrijednosti u pogledu biodiverziteta. Coca-Cola HBC B-H zauzima površinu od 61.654 m<sup>2</sup>, a unutar radiusa od 25 km od punionice, prema informacijama Kantonalne javne ustanove za zaštićena prirodna područja, nalaze se Spomenik prirode „Vrelo Bosne“, Spomenik prirode „Skakavac“ i Zaštićeni pejzaž „Trebević“.

Proizvodnja bezalkoholnih pića i punjenje prirodne izvorske vode u našoj punionici odvija se u skladu sa standardima i propisima o zaštićenim prirodnim područjima te na navedenim specifičnim područjima nije identificiran naš utjecaj. Također, na lokaciji punionice nisu prisutne vrste sa Crvenog popisa Međunarodnog saveza za očuvanje prirode (International Union for Conservation of Nature – IUCN) i nacionalnih popisa ugroženih vrsta.



## Okoliš

# UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA

Upravljanje vodnim resursima jedan je od ključnih faktora u procesu održavanja i unapređenja održivosti našeg poslovanja. Osim što je osnovni sastojak naših proizvoda, voda je ključna i u našem procesu proizvodnje i neophodna za uzbajanje poljoprivrednih proizvoda koji ulaze u sastav naših proizvoda. Voda je također od vitalnog značaja za zajednicu u kojoj smo prisutni, te je zbog svega navedenog odgovorno upravljanje vodnim resursima kroz sve naše procese i u našem lancu dobavljača pitanje od prvorazredne važnosti za naše poslovanje. Za svaku punionicu Coca-Cola HBC urađena je detaljna analiza procjene ugroženosti izvora vode (engl. Source Vulnerability Assessment – SVA), na osnovu koje su napravljeni planovi upravljanja vodama (engl. Source Water Protection Plan – SWPP) kako bi se osigurala njihova održivost. Na međunarodnom nivou Coca-Cola HBC jedan je od potpisnika Globalnog sporazuma UN-a (UN Global Compact) i njegove inicijative CEO Water Mandate. Ova inicijativa ima za cilj da se uhvati u koštac s problemima održivosti vodnih resursa u područjima u kojima posluje, sistemima snabdijevanja, zajednicama, te da bliskom saradnjom s vladom i nevladnim organizacijama učestvuje u oblikovanju javnih politika u ovoj oblasti. Coca-Cola HBC također sarađuje i s Water Footprint Networkom, globalnom platformom koja povezuje različite aktere zainteresovane za održivo i efikasno korištenje vodnih resursa.

Za  
**46%**  
smanjili smo  
potrošnju vode  
od 2010. do 2016.

**Zlatni European Water Stewardship (EWS)** certifikat punionice Coca-Cola HBC B-H d.o.o. Sarajevo je prvi EWS certifikat u Bosni i Hercegovini. Na osnovu procjene urađene 2016. godine naša punionica od januara 2017. nosi Zlatni EWS certifikat Evropske organizacije za upravljanje vodama i očuvanje voda (engl. European Water Partnership – EWP).

Naime, sistem certificiranja uspostavljen je u okviru EWP Evropske organizacije za upravljanje vodama i očuvanje voda, koja je svojim aktivnostima usmjerena na ostvarivanje ciljeva Evropske unije u području zaštite i očuvanja vodnog bogatstva s namjerom podsticanja preduzeća na razvijanje održivih politika i praksi u korištenju vodnim bogatstvom. EWS donosi ocjenu na osnovu sljedećih kriterija: optimalnog utroška za potrebe proizvodnje pića, proizvodnih procesa, hemijskog kvaliteta i bioloških elemenata same vode, odgovornog postupanja s izvorima vode, očuvanja izvora i vraćanja vode u prirodne vodotokove. Priznanje se dodjeljuje u tri kategorije: bronzanoj, srebrenoj i zlatnoj.

Proces certifikacije pokazao je koliko uspješno rukovodimo procesima korištenja vode u proizvodnim procesima, utječu li i kako naše otpadne vode na ekosistem, utječemo li i kako svojim proizvodnim aktivnostima na vodotokove, te nam pomaže da uočimo mogući prostor za dodatno unapređenje naših praksi i aktivnosti.

Uzimajući u obzir prirodu našeg posla, fokusirani smo na povećanje efikasnosti potrošnje vode u našim procesima kroz smanjenje njene upotrebe, recikliranje i obnovu, uz stalno ulaganje u nove inovativne tehnologije. Pri tome, naši ciljevi i pravci djelovanja su:

- Održivo korištenje izvora vode
- Smanjenje upotrebe vode
- Tretiranje, prečišćavanje otpadne vode
- Smanjenje upotrebe vode u lancu snabdijevanja
- Zaštita lokalnih vodnih izvora i površinskih voda
- Podizanje nivoa svijesti o značaju odgovornog upravljanja vodnim resursima

Zahvaljujući provedenim inicijativama, od 2010. do 2016. godine potrošnja vode po litru proizvedenog pića u našoj punionici manja je za 46%.



Naša punionica u Sarajevu prva je i jedina punionica u Bosni i Hercegovini certificirana prema

**EWS**

standardu Evropske agencije za upravljanje i očuvanje voda

Postojanje dovoljnih količina pristupačne, ispravne vode dobrog kvaliteta je esencijalno za zdravlje ljudi i ekosistema. Coca-Cola HBC obavezala se da će od 2010. do 2020. godine smanjiti potrošnju vode po litru proizvedenog pića za 30%.

U navedenom periodu proveli smo niz akcija za smanjenje potrošnje vode u proizvodnom procesu, među kojima su:

- Smanjenje koncentracije hlora za dezinfekciju vode
- Ugradnja EKO nosača za povratne staklene boce u peračici staklenih boca – smanjeni prijenosi i gubici vode i lužine
- Upotreba vode s preliva artezijskog bunara B2/Olimpija za proizvodnju gaziranih bezalkoholnih pića
- Prikupljanje vode s uređaja za ispiranje boca (voda se vraća u spremnik za sirovu vodu na prvi korak obrade vode)
- Prikupljanje posljednje ispirne vode iz peračice boca i njena upotreba na peračici gajbi

U 2016. godini smo dodatno smanjili potrošnju vode primjenom preporučenih projekata Coca-Cole HBC, u koje spadaju:

- Prikupljanje i upotreba vode nakon povratnog ispiranja (engl. Backwash) ugljičnih filtera (engl. Carbon Filter – CF) i polišer filtera (voda se vraća u spremnik za sirovu vodu na prvi korak obrade vode)
- Optimizacija CIP (Clean in Place) procesa

Sva voda koju koristimo crpi se iz bunara koji se nalaze u krugu punionice.

U 1000 L Potrošnja vode	Punionica Sarajevo		
	2014.	2015.	2016.
Podzemna crpljena voda (utrošena)	209.106	202.146	186.039
Ukupno utrošena crpljena voda	209.106	202.146	186.039
Procjena reciklirane i ponovo iskorištene vode	...	21.417	21.732
% reciklirane i ponovo iskorištene vode	...	11%	12%
u ukupno utrošenoj crpljenoj vodi			

Coca-Cola HBC B-H raspolaže distributivnim centrima u Sarajevu, Laktašima i Ljubuškom, dok se u Tuzli distribucija odvija putem pretovarnog skladišta (Cross-Dock). Distributivni centri u Laktašima, Ljubuškom i Tuzli nisu u vlasništvu Coca-Cole HBC B-H, stoga proces skladištenja i distribucije naših proizvoda u njima obavljaju podizvođači.

**12%**  
reciklirane i  
ponovo iskorištene  
crpljene vode  
u 2016.

Potrošnja vode – distributivni centri	Jedinica	DC Laktaši		
		2014.	2015.	2016.
Podzemna voda (utrošena)	1000 L	0	0	0
Voda iz gradskog vodovoda (utrošena)	1000 L	587	319	263
Ukupno (utrošena)	1000 L	587	319	263

\* Za distributivni centar Ljubuški podaci o potrošnji vode nisu dostupni.

## Okoliš

U Bihaću, Mostaru, Tuzli i Banjoj Luci radnici Coca-Cola HBC B-H koriste prodajne urede koji nisu u vlasništvu kompanije.

Potrošnja vode - prodajni uredi	Ured Bihać		Ured Mostar		Ured Tuzla		Ured Banja Luka			
	Jedinica	2014.	2015.	2016.	2014.	2015.	2016.	2014.	2015.	2016.
Podzemna voda (utrošena)	1000 L	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voda iz gradskog vodovoda (utrošena)	1000 L	536	251	233	43	101	115	120	120	120
Ukupno (utrošena)	1000 L	536	251	233	43	101	115	120	120	120
		0	11	36						

### UPRAVLJANJE OTPADNIM VODAMA

Otpadne vode iz punionice Coca-Cola HBC B-H prije ispuštanja u gradski kolektor prolaze kroz tretman za prečišćavanje otpadnih voda. Punionica ima vlastito postrojenje za tretman otpadnih voda. Kvalitet otpadnih voda redovno se provjerava, interno i eksterno. Eksternu kontrolu vrši nezavisna akreditovana laboratorija. Svi parametri, čija se usklađenost prati prema domaćoj zakonskoj regulativi i The Coca-Cola Company KORE zahtjevima, u dozvoljenim su granicama za ispuštanje u sistem javne kanalizacije, ali i u površinske vode. Sve akcije koje se definišu za smanjenje potrošnje vode utječu i na smanjenje količine otpadnih voda i njihovo hemijsko opterećenje, pri čemu se prate trendovi smanjenja količine otpadnih voda i njihovog opterećenja. Obrađena tehnološka otpadna voda sigurna je za biljni i životinjski svijet i može se ispušta direktno u prirodni recipijent.

Za atmosferske vode, prije ulijevanja u gradsku kišnu kanalizaciju, na prostoru punionice Coca-Cola HBC B-H instalirani su uljni separatori za sprečavanje potencijalnog zagađenja koje bi moglo potjecati s manipulativnih površina (utovar / istovar kamiona, parking), tako da ne postoji mogućnost da voda koja nije prošla tretman dospije u prirodni recipijent. Oborinske vode, također na godišnjem nivou, kontroliše nezavisna akreditovana laboratorija. U punionici na svim mjestima na kojima je identifikovan rizik od curenja ulja / hemikalija postoje odgovarajući apsorberi za sanaciju, koji se redovno provjeravaju.

Nivo hemijske potrošnje kiseonika (engl. *Chemical Oxygen Demand – COD*) pokazuje kvalitet naših otpadnih voda i mjeri količinu kiseonika potrebnog za oksidaciju rastvorenih organskih materija u vodi.

Na 1000 L	Punionica Sarajevo		
	2014.	2015.	2016.
Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu			
Ukupna ispuštena voda 1000 L	135.720	118.826	107.649
COD nakon tretmana mg/L	66	64	79
% Δ ukupne količine ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu	...	-12%	-9%
% Δ COD nakon tretmana mg/L	...	-3%	23%

Coca-Cola HBC B-H, u saradnji s dobavljačem hemikalija, nosilac je dobre proizvođačke prakse, koja podrazumijeva primjenu poslovног modela smanjenja potrošnje hemikalija kao rezultat ekonomskih interesa korisnika i proizvođača, uz smanjenje nepovoljnih utjecaja na okoliš.

Koncept saradnje s dobavljačem zasnovan je na ideji čistije proizvodnje i prevenciji zagađenja, a taj koncept provodimo u punionici od 2012. godine u partnerstvu s našim dobavljačem hemikalija.

Dozvoljena granica za COD za ispuštanje otpadnih voda u površinske je 125 mg/L, a zajavni kanalizacijski sistem je 700 mg/L. U 2016. ovaj parametar je 37% manji od dozvoljene granice za površinske vode (125 mg/L).

## SIROVINE I PAKOVNI MATERIJALI

### SIROVINE

Coca-Cola HBC B-H kontinuirano kontroliše svoje procese i detaljno prati upotrebu sirovina i pomoćnih materijala punionice. Zbog povećanja obima proizvodnje u 2016. godini količina sirovina za proizvodnju pića pod markom The Coca-Cola Company i za punjenje prirodne izvorske vode blago je porasla 2% u odnosu na prethodnu godinu.

Procent recikliranog stakla u našim bocama iznosi 15% i odražava naš fokus na smanjenju utjecaja na okoliš.

		Punionica Sarajevo		
Upotrijeljeni materijali	Jedinica mjere	2014.	2015.	2016.
		Vrijednost u KM		
Šećer	kg	5.472.000	5.374.000	5.183.200
Ostali zaslادivači	kg	3.600.680	3.747.080	4.127.960
Koncentrati, kaše	kg	393.815	466.189	481.141
CO <sub>2</sub>	kg	1.160.238	1.266.551	1.298.817
Azot	kg	3.600	2.924	3.150
PET granulat	kg	2.156.000	2.486.000	2.327.000
PET preforme	kg	151.896	321.337	235.824
Staklo (boce)	kg	261.428	392.022	630.678
% staklo iz recikliranog izvora	%	10	15	15
Čelik (zatvarači)	kg	58.433	70.135	71.200
% čelik iz recikliranog izvora	%	0	24	24
Plastični zatvarači	kg	183.327	199.833	199.889
Plastične etikete	kg	27.099	34.033	33.242
Papirne etikete	kg	17.501	14.392	14.884
PE termo i streč folija	kg	221.766	225.624	234.940
Karton	kg	108.138	94.640	131.326
Ukupno upotrijeljeni materijali	kg	13.815.921	14.694.760	14.973.251
% Δ ukupno upotrijeljenih materijala	...	...	6%	2%

		Punionica Sarajevo		
		2014.	2015.	2016.
Ukupna proizvodnja bezalkoholnih pića		81.181.953	82.653.576	83.794.758
% Δ ukupne proizvodnje bezalkoholnih pića		...	2%	1%

## ZAŠTITA ENERGETSKIH RESURSA I KLIME

Klimatske promjene donose potencijalne rizike za naše poslovanje u vidu smanjenja dostupnosti resursa (npr. vode, voća i šećera) i povećanja cijene energenata, ali i rizike za naše dobavljače, kupce i zajednice kojima pripadamo. Rješavanje izazova klimatskih promjena vodi nas do otvorenog dijaloga s dobavljačima kako bismo smanjili emisije CO<sub>2</sub> u cijelom lancu vrijednosti, od proizvodnje sirovina do upravljanja opremom za hlađenje na tržištu.

Zbog toga se Coca-Cola HBC obavezala da od 2010. do 2020. godine smanji karbonski otisak u g/L proizvedenog pića za 50% iz direktnog poslovanja – opseg 1 i 2, te za 25% iz direktnog i indirektnog poslovanja – opseg 1, 2 i 3.

Naš pristup ovoj složenoj temi podrazumijeva:

- Povećanje energetske efikasnosti našeg poslovanja
- Prelazak na čistije izvore energije
- Smanjenje emisija u lancu vrijednosti
- Uvođenje tehnologija s niskom emisijom CO<sub>2</sub>
- Promociju dobrih praksi i podizanje svijesti o značaju klimatskih promjena

## Okoliš

### ENERGIJA

Coca-Cola HBC B-H se obvezala da će smanjiti potrošnju energije i ukupni utjecaj njene emisije. Najveća količina energije u našem poslovanju cipi se u segmentima poslovanja: punionica, vozni park i rashladna oprema. Prema podacima JP Elektroprivreda BiH za 2016. godinu, 22% električne energije koja nam se isporučuje potječe iz obnovljivih izvora.

Realizovali smo niz projekata s ciljem smanjenja potrošnje energije u proizvodnom procesu:

- Zamjena osvjetljenja LED osvjetljenjem visoke efikasnosti
- Novi sušač za kompresor visokog i niskog pritiska
- Novi sistem sušenja resina na Husky postrojenju za proizvodnju PET preformi
- Novi sušač zraka visokog pritiska
- Dodatno smanjenje zadatog pritiska na sistemu komprimiranog zraka (sistem visokog pritiska)
- Unapređenje izolacije cjevovoda
- Smanjenje visokog pritiska na mašini za proizvodnju PET boca sa 40 na 34 bara
- Air Hunter program za otkrivanje i otklanjanje gubitaka komprimiranog zraka i CO<sub>2</sub>

Primjenom različitih mjer provedenih radi racionalizacije upotrebe energije ukupna potrošnja energije po litru proizvedenog pića u 2016. u odnosu na 2010. godinu u našoj kompaniji je smanjena za 20%.

Za  
**20%**  
smanjili smo  
potrošnju energije  
od 2010. do 2016.

<b>Punionica Sarajevo</b>			
Direktna potrošnja energije	<b>2014.</b>	<b>2015.</b>	<b>2016.</b>
Električna energija (MJ)	26.513.748	26.278.471	27.007.502
Loživo ulje (L)	9.074	1.200	1.000
Loživo ulje (MJ)	353.886	46.800	39.000
Prirodni gas (MJ)	13.732.667	16.652.977	14.298.711
Propan (LPG)	16.000	4.000	0
Dizel	...	...	...
Ukupna energija (MJ)	40.616.301	42.982.249	41.345.213
Vozni park	<b>2014.</b>	<b>2015.</b>	<b>2016.</b>
Dizel (MJ)	9.153.200	10.397.000	9.688.200
Ukupno BiH (MJ)	49.769.501	53.379.248	51.033.413
% Δ ukupne potrošnje energije (MJ)	...	7%	-4%

Potrošnja energije – distributivni centri	<b>Jedinica</b>	<b>DC Laktaši</b>		
		<b>2014.</b>	<b>2015.</b>	<b>2016.</b>
Električna energija	MWh	66,49	67,89	52,98
Ukupno	MWh	66,49	67,89	52,98

\* Za distributivni centar Ljubaški podaci o potrošnji energije nisu dostupni.

Potrošnja energije - prodajni uredi	<b>Ured Bihać</b>				<b>Ured Mostar</b>				<b>Ured Tuzla</b>				<b>Ured Banja Luka</b>			
	<b>Jedinica</b>	<b>2014.</b>	<b>2015.</b>	<b>2016.</b>	<b>2014.</b>	<b>2015.</b>	<b>2016.</b>	<b>2014.</b>	<b>2015.</b>	<b>2016.</b>	<b>2014.</b>	<b>2015.</b>	<b>2016.</b>	<b>2014.</b>	<b>2015.</b>	<b>2016.</b>
Električna energija	MWh	4,93	5,78	5,75	17,37	17,04	13,53	*	*	*	*	*	*	5,01		
Ukupno	MWh	4,93	5,78	5,75	17,37	17,04	13,53	*	*	*	*	*	*	5,01		

\* Podaci o potrošnji energije nisu dostupni.

## EMISIJE

Coca-Cola HBC Grupa se u ciljevima održivosti do 2020. godine obavezala na:

- smanjenje direktnе emisije ugljika za 50%
- smanjenje intenziteta direktnе emisije u lancu vrijednosti za 25%

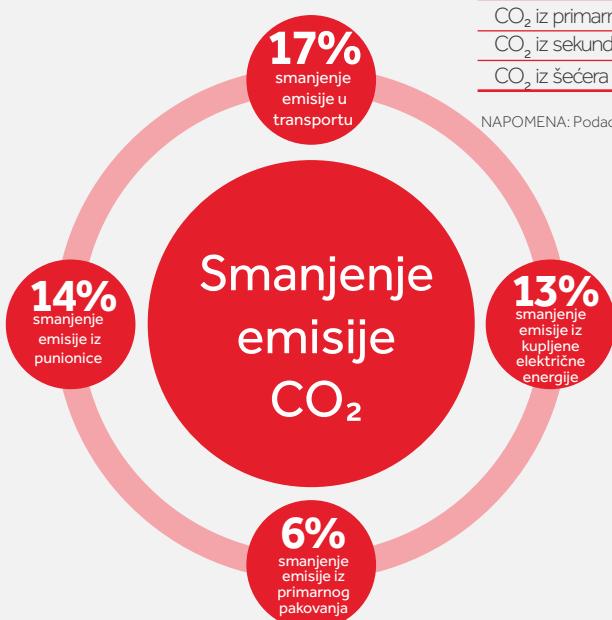
Programom sprečavanja zagađenja atmosfere i emisije gasova definisane su redovne akcije i plan monitoringa emisija.

Osnovni ciljevi koje mi u Coca-Cola HBC B-H želimo postići u vezi sa smanjenjem štetnih emisija su:

- smanjenje emisije u transportu
- smanjenje emisije iz kupljene električne energije
- smanjenje emisije iz primarnog pakovanja
- smanjenje emisije iz punionice

Zbirni prikaz za 2016. Coca-Cola HBC B-H	Jedinica mjere	2014.	2015.	2016.	Opseg
Ukupna proizvodnja (zapremina) 1000 litara	t	81.182	82.654	83.795	Opseg 1
CO <sub>2</sub> iz punionica (fosilna goriva)	t	731	845	725	
CO <sub>2</sub> iz vozognog parka kompanije (fosilna goriva)	t	677	757	705	
Karbonizacija proizvoda (gubici)	t	568	631	649	
CO <sub>2</sub> iz kupljene (ili nabavljene) električne energije	t	6.769	5.876	5.101	Opseg 2
CO <sub>2</sub> u proizvodu (nerekikirani proizvod)	t	592	635	649	Opseg 3
Ukupna emisija CO <sub>2</sub> iz transporta trećih lica (goriva)	t	1.241	1.419	1.108	
CO <sub>2</sub> iz primarnog pakovanja	t	6.703	8.123	7.652	
CO <sub>2</sub> iz sekundarnog pakovanja	t	608	606	657	
CO <sub>2</sub> iz šećera i zasladičavača	t	4.084	3.916	4.034	

NAPOMENA: Podaci o emisijama koji se odnose na distributivne centre koji nisu u vlasništvu Coca-Cola HBC B-H nisu dostupni.



U okviru svakog definisanog polja uspjeli smo ostvariti smanjenje emisija. U odnosu na 2015. godinu, u 2016. smo smanjili emisije CO<sub>2</sub> iz punionice za 14% te iz vozognog parka kompanije za 7%. Ostvarili smo i smanjenje emisije CO<sub>2</sub> iz kupljene električne energije za 13%, kao i iz transporta naših partnera za 22%. Emisija CO<sub>2</sub> iz primarnog pakovanja manja je za 6% u 2016. u odnosu na 2015.

# Okoliš

## EMISIJE IZ PUNIONICE

Akreditovane laboratorije vrše monitoring emisije gasova iz naše kotlovnice te se redovno kontrolisu instalacije za CO<sub>2</sub> i linije za prirodnog gasa.

Nox, Sox i druge značajne emisije u zrak prema vrsti i težini	2014.	2015.	2016.
NOx kg/god	501,44	588,15	572,28
SO <sub>2</sub> kg/god	47,89	5,45	20,02
CO kg/god	18,69	48,96	102,64

Napomena: Podaci o godišnjim količinama emisije kotlovnice dobiju se proračunom na osnovu srednje izmjerene vrijednosti emisije iz dva kotla, koju mjeri autorizovana laboratorija, te ukupne godišnje količine utrošenog goriva i faktora za određeno gorivo.

Vrijednosti predstavljaju zbir emisija iz dva emitera: kotlovnice na prirodnog gasa i kotlovnice na loživo ulje. Kotlovi imaju mogućnost kombinovanog loženja prirodnog gasea i ELU-a (ekstra lakog ulja), koji se koristi kao alternativno gorivo u slučaju nestanka prirodnog gasea.

Nakon dostavljanja izvještaja o godišnjoj emisiji zagađujućih materija Fond za zaštitu okoliša Federacije BiH utvrdio je da su visine prijavljenih emisija ispod onih za koje je propisan obračun naknade, te Coca-Cola HBC B-H u 2016, kao ni prethodnih godina, nije imala obavezu plaćanja naknade za zagađivače.

## RASHLADNA OPREMA

Coca-Cola HBC B-H slijedi odluku i angažman The Coca-Cola Company o upotrebi nove rashladne opreme koja je bez hidrofluorokarbona (HFC-free). Isključivanjem iz upotrebe rashladne opreme koja koristi HFC, The Coca-Cola Company pokazuje brzo prilagođavanje i način kako proizvođači bezalkoholnih pića mogu djelovati s ciljem očuvanja klime.

Prijelaz na HFC-free smanjiće direktnе emisije stakleničkih gasova rashladne opreme za 99%. Svi novi rashladni uređaji koje Coca-Cola HBC B-H postavlja na tržište su bez HFC-a i trenutno su u upotrebi dva rješenja. Rashladna oprema s ugljikovodicima koristi se u rashladnoj opremi manjeg, a ugljik-dioksid (CO<sub>2</sub>) u opremi većeg kapaciteta. CO<sub>2</sub> je sigurna, pouzdana i energetski učinkovita alternativa s pozitivnim karakteristikama kao rashladno sredstvo. Ne oštećuju ozonski sloj i 1.430 puta manje je štetan za klimu nego tipični HFC.

Coca-Cola HBC B-H je u 2016. godini u odnosu na 2015. smanjila udio rashladne opreme s HFC-om za 20,5%, a povećala udio opreme s HC-om za 43,9%, pri čemu se broj rashladnih uređaja s CO<sub>2</sub> više nego udvostručio. Također smo u 2016. u odnosu na 2015. smanjili broj slučajeva ispuštanja iz rashladne opreme za 18,4%.

### Broj rashladnih uređaja na tržištu s različitim rashladnim gasom

	2014.	2015.	2016.
CFC / HFCF	0	0	0
HFC	11.031	10.544	8.378
HC	3.764	4.392	6.323
CO <sub>2</sub>	29	128	278
Ukupno	14.824	15.064	14.979

Sve uređaje koji koriste rashladne gasove (rashladna oprema, Post-mix oprema, klima-uređaji, hladnjace, Husky mašina) servisiraju ovlašteni serviseri i prate se količine gasova u instalacijama, dok se otpisana oprema kontrolisano uništava.

**44%**

naše rashladne opreme  
su hladnjaci bez HFC-a,  
kao što će biti i sva oprema  
koju ćemo nabavljati  
ubuduće



Prilikom nabavke nove rashladne opreme vodi se računa o njenoj energetskoj efikasnosti. Nova generacija rashladne opreme opremljena je elektroničkim upravljačkim uređajima (engl. *Electronic Management Device – EMD*) i LED rasvjetom (engl. *Light Emitting Diode*), koji smanjuju potrošnju električne energije.

Broj rashladnih uređaja veće energetske efikasnosti na tržištu			
	2014.	2015.	2016.
EMD	S EMD-om	3.921	4.368
	Bez EMD-a	10.903	10.696
LED	S LED-om	3.328	4.167
	Bez LED-a	11.496	10.897

Emisija CO<sub>2</sub> iz rashladnih uređaja u 2016. je u odnosu na 2015. manja za 23%. Ukupan broj rashladnih uređaja koje smo otpisali putem kontrolisanog uništavanja u 2016. godini je u odnosu na 2014. povećan za 75%, pri čemu najveće učešće u otpisu imaju rashladni uređaji s HFC gasom.

## NAŠ VOZNI PARK

Najznačajniji identifikovani utjecaji na okoliš koji nastaju prilikom transporta naših proizvoda su potrošnja goriva i emisija gasova.

U skladu s Politikom sigurnosti voznog parka vozila Coca-Cola HBC B-H ne smiju biti starija od pet godina niti imati pređenu kilometražu veću od 175.000 km. Sva naša vozila moraju ispunjavati minimalno zahtjeve Euro 4 standarda.

Za vozni park Coca-Cola HBC B-H, koji čine laka vozila, pratimo potrošnju goriva i broj pređenih kilometara kako bismo emisiju štetnih gasova sveli na minimum.

Vozni park	2014.	2015.	2016.
Broj vozila koja koristi Coca-Cola HBC B-H	168	173	178
Ukupna potrošnja goriva* – dizel (L)	246.717	280.235	261.139
Ukupna prosječna potrošnja L/100 km	5,6	6,2	5,7
Emisija CO <sub>2</sub> – vozila koja koristi CC HBC B-H (u tonama)	677,4	757	705
Emisija CO <sub>2</sub> – vozila podizvođača (u tonama)	1.241,3	1.419	1.108,4
Ukupna emisija CO <sub>2</sub> (u tonama)	1.918,7	2.176	1.814
Broj pređenih kilometara – vozila koja koristi Coca-Cola HBC B-H	4.443.125	4.522.175	4.543.438
Broj pređenih kilometara – vozila u vlasništvu podizvođača**	2.484.102	2.875.881	2.574.539

\* Coca-Cola HBC B-H koristi samo vozila s pogonom na dizel-gorivo.

\*\* Teretna vozila su u vlasništvu podizvođača.

Iako se broj vozila u voznom parku u 2016. u odnosu na 2015. povećao, prioritet prilikom njihove nabavke bio je da zadovoljavaju kriterij energetske efikasnosti, tako da se u istom periodu smanjila ukupna potrošnja dizel-goriva za gotovo 7%.

## Okoliš

# ODRŽIVA AMBALAŽA I RECIKLIRANJE

Ambalaža ima ključnu ulogu u održavanju vrhunskog kvaliteta i sigurnosti naših proizvoda u lancu isporuke do krajnjih potrošača.

Coca-Cola HBC B-H kontinuirano radi na promociji održivog pakovanja i u potrazi je za odgovarajućim veličinama i materijalima koji mogu optimizirati i smanjiti utjecaj ambalaže njenih proizvoda, kako tokom procesa proizvodnje tako i nakon potrošnje.

Naše djelovanje usmjereno je na tri područja:

- Kontinuirano razvijamo pakovanja koja imaju manju težinu i smanjuju količinu otpada
- Koristimo reciklirane materijale za pakovanje proizvoda gdje je to tehnički moguće
- Podstičemo potrošače da pravilno odlažu ambalažu nakon potrošnje svojih proizvoda, poduzeći time svijest o značaju odvojenog prikupljanja ambalažnih materijala, te savjetujemo napuštanje prakse odlaganja ambalaže u prirodi

Ove inicijative utječu i na smanjenje operativnih troškova našeg poslovanja.

Čak  
**96,3%**  
otpada nastalog  
u proizvodnom  
procesu smo  
reciklirali

Kroz Light-Weighting program Coca-Cola HBC B-H je do sada smanjila masu PET boca zapremine 2 L za 22% i masu PET boca zapremine 0,5 L za 26%.

S Light-Weighting programom uveli smo novi, kraći tip navojnog dijela boce "1881", što nam je omogućilo da smanjimo masu plastičnih zatvarača koji se koriste na tim bocama do 15%.

Masa povratnih staklenih boca za ključne kategorije proizvoda smanjena je za 9%, odnosno za 37% za nepovratnu staklenu ambalažu.

# UPRAVLJANJE OTPADOM

Upravljanje proizvodnim otpadom bitan je dio ISO 14001 sistema upravljanja okolišem koji je uspostavljen u našoj punionici i provodi se u skladu s Politikom zaštite okoliša Coca-Cola HBC B-H, zahtjevima lokalne legislative o zaštiti okoliša i KORE-EOSH zahtjevima The Coca-Cola Company.

Naš pristup upravljanju otpadom fokusira se na:

- prevenciju
- smanjenje
- ponovnu upotrebu
- recikliranje

U skladu s našim pristupom, postavljamo ciljeve i povećavamo efikasnost projekata kako bismo smanjili generisanje otpada i povećali procenat recikliranja. Saradujemo s dobavljačima kako bismo što efikasnije reciklirali otpad. Naš krajnji cilj je postići „nulu otpada“ koji se odlaže na deponije.

Vodimo evidenciju o svim vrstama otpada koji se generiše našim proizvodnim procesom, kao i evidenciju o ambalažnom otpadu koji nastaje nakon konzumacije naših proizvoda na tržištu.

Naš krajnji cilj je recikliranje, odnosno pretvaranje već korištene ambalaže u novu. Suosnivač smo Ekopaka, prvog ovlaštenog operatera sistema za upravljanje ambalažnim otpadom u Bosni i Hercegovini, a naše potrošače edukujemo i promovišemo selektivno odlaganje i recikliranje ambalaže.

Sav otpad koji se može ponovo iskoristiti i reciklirati isporučuje se ovlaštenim operaterima. Otpad koji se ne može reciklirati razvrstava se prema specifičnim, pravno definisanim kategorijama i isporučuje na odobrena odlagališta. Prema našem standardu za upravljanje otpadom, evaluiramo sva odlagališta otpada i operatore, prije i u toku angažmana.

<b>Punionica Sarajevo</b>					
<b>Ukupna težina otpada</b>	<b>Jedinica mjere</b>	<b>2014.</b>	<b>2015.</b>	<b>2016.</b>	
Neopasan otpad	kg	475.141	599.700	674.816	
Opasan otpad	kg	0	43.660	15.675	
Ukupan otpad	kg	475.141	643.360	690.491	
Reciklirano	kg	394.992	528.450	637.016	
Odloženo na deponiju*	kg	32.150	26.250	24.300	
Kompostiran otpad	kg	48.000	45.000	13.500	
Količina recikliranog neopasnog otpada	kg	442.992	573.450	650.516	
% količine recikliranog neopasnog otpada	%	93,2%	95,6%	96,4%	
Količina recikliranog opasnog otpada	kg	0	43.472	14.659	
% količine recikliranog opasnog otpada	%	...	99,6%	93,5%	

\* Količina otpada odloženog na deponiju dobijena je procjenom, a količine za ostale vrste otpada vremenjem. Odlaganje otpada na deponiju se, prema važećoj legislativi u Bosni i Hercegovini, ne plaća po količini odloženog otpada, već po m<sup>2</sup> administrativnog prostora.

**NAPOMENE:**  
Navedene količine i procent recikliranog opasnog otpada mijenjali su se uslijed promjene u načinu izvještavanja te povlačenja pravilnika koji reguliše oblast upravljanja električnim i elektronskim otpadom u Bosni i Hercegovini.

Iako smo u 2016. godini u odnosu na 2015. zabilježili povećanje ukupnog generisanog otpada za 7%, u istom periodu zabilježili rast ukupnog recikliranog otpada za 21%. Našu stalnu predanost očuvanju okoliša potvrđuje i činjenica da smo u periodu 2014–2016. u prosjeku reciklirali oko 95% ukupnog neopasnog otpada.



# Zajednica

## SNAGA ZAJEDNIŠTVA

Naš strateški okvir *Igraj za pobjedu* prepoznao je značaj zajednice kao važnog elementa za postizanje održivog poslovanja. Dugoročni uspjeh i održivost poslovanja naše kompanije nije moguć bez ostvarivanja ekonomskog i društvenog prosperiteta zajednice čiji smo dio. Naši programi u lokalnim zajednicama zasnovani su na dijalogu s našim interesnim grupama i postavljeni su kao dugoročna partnerstva kako bismo održivo ostvarivali utjecaje i stvarali vrijednost za sve aktere. Svojim poslovanjem nastojimo osigurati dodatnu polugu razvoju zajednice u kojoj poslujemo, te direktno i indirektno doprinosimo jačanju bosanskohercegovačkog društva: zapošljavamo i podržavamo radna mjesta u lancu vrijednosti, plaćamo poreze i doprinose, osiguravamo prihode partnerima, ulazimo u zajednicu, podizemo svijest o značaju društveno odgovornog poslovanja i doprinosimo razvoju privrede i podizanju standarda poslovanja u Bosni i Hercegovini.

U skladu sa strateškim smjernicama Coca-Cole HBC, doprinos zajednici ostvarujemo ulaganjem u društveno odgovorne projekte. Našu zajednicu podržavamo tako što osiguravamo sredstva, uspostavljamo trajna partnerstva i podstičemo naše radnike na volontiranje.

Uključenost varira od podrške donacijom proizvoda, koje procesuiramo u skladu s *Procedurom u vezi s molbama za sponzorstva u proizvodima, novcu i stvarima*, do ulaganja značajnih finansijskih sredstava u partnerstva na projektima s brojnim organizacijama civilnog društva te realizacije vlastitih programa i inicijativa s ciljem stvaranja zajedničke vrijednosti i mjerljivog pozitivnog utjecaja.

U fokusu našeg djelovanja su:

- Razvoj zajednice i podrška u vanrednim situacijama
- Razvoj mladih
- Dobrobit zajednice
- Zaštita okoliša i vodnih resursa

Osim ključnih oblasti koje su u fokusu naše strategije, veoma nam je važno da pružimo podršku i projektima od posebnog značaja za zajednicu.

## RAZVOJ ZAJEDNICE

Posvećenost održivosti i dobrobiti zajednice dio je misije Coca-Cole HBC B-H i zato joj poklanjamo posebnu pažnju. Izazovno vrijeme i okruženje u kojem živimo od nas zahtjeva ulaganje npora, vještina, vremena i sredstava kako bismo:

- doprinijeli kvalitetu života zajednice u kojoj poslujemo podržavajući društveno-ekonomski razvoj i zaštitu okoliša
- transparentno doprinijeli razvoju javnih politika, imajući u vidu zaštitu prirodnog okruženja, razvoj zajednice i poslovni rast
- integrisali održivost u sve aspekte poslovanja, kreirali i razvijali poslovne procese prema potrebama zajednice u kojoj poslujemo



Svojim poslovanjem, generisanjem vrijednosti i prihoda te multiplikativnim djelovanjem u lancu vrijednosti kreiramo prihod za radnike, dobavljače i državu te nastojimo dati doprinos zajednici u kojoj poslujemo. Doprinos velikih kompanija kakva je naša naročito je važan za ekonomiju s usporenim rastom kakva je bosanskohercegovačka.

Studija socio-ekonomskog utjecaja Coca-Colinog sistema u Bosni i Hercegovini u 2014. godini pokazala je da je 92% Coca-Colinih proizvoda na bh. tržištu proizvedeno u BiH. Od svake konvertibilne marke koju potroše kupci Coca-Colinih proizvoda bosanskohercegovačkoj privredi ostaju 63 feninga. Svako radno mjesto u Coca-Coli podržava još 11 radnih mjesta u široj privredi, dok se 9,3 miliona KM dodatne vrijednosti (0,03% BDP-a) i gotovo 0,03% radne snage mogu direktno pripisati domaćoj Coca-Colinoj proizvodnji. Značajan doprinos zajednici ostvarili smo i kao društveno odgovorna kompanija, koja redovno izmiruje svoje obaveze prema državi. Iznos koji je Coca-Cola u Bosni i Hercegovini platila po osnovu poreza različitim nivoima vlasti u zemlji rastao je sa 17.911.353,18 KM u 2014. godini na 19.385.549,40 KM u 2016. U istom periodu Coca-Cola HBC B-H nije koristila eventualna prava na različite raspoložive beneficije ili podršku koje je država predvidjela.



U KM / Godina	2014.	2015.	2016.
Porezi ukupno Coca-Cola HBC B-H	17.911.353,18	18.062.628,72	19.385.549,40
Porez na dobit	1.828.954,00	1.684.143,00	2.260.968,00
Akciza	7.454.299,80	7.854.305,10	7.987.244,10
PDV	7.750.698,00	7.776.191,00	8.348.712,00
Porez po odbitku (samo na dividende)	849.055,92	707.950,85	735.682,55
Porez po odbitku (ostalo)	28.345,45	40.038,77	52.942,75

Svoju opredijeljenost dugoročnom održivom poslovanju Coca-Cola HBC B-H potvrdila je i time što je u ratom devastiranu ekonomiju Bosne i Hercegovine donijela jednu od prvih i u to vrijeme najveću poslijeratnu investiciju, a praksa investiranja nastavljena je do danas. Našu stratešku opredijeljenost da doprinosimo dobrobiti zajednice u kojoj poslujemo prepoznali su i naši radnici, koji ulažu sate dobrovoljnog rada u društveno angažovanje i održive projekte u zajednici.

## PODRŠKA U VANREDNIM SITUACIJAMA

### SARADNJA S DRUŠTVOM CRVENOG KRSTA / KRIŽA

Partnerstvo s Društvom Crvenog krsta / križa Bosne i Hercegovine kontinuirano traje od 2004. godine i usmjereno je na saradnju na aktivnostima podizanja nivoa svijesti o opasnosti od mina i značaja obučenosti za pružanje prve pomoći kod djece školskog uzrasta, akcije i promociju dobrovoljnog darivanja krvi, podršku radu kuhinja Crvenog krsta / križa te pomoći u vanrednim situacijama.

Partnerstvo s Društvom Crvenog krsta / križa BiH omogućava nam da brzo reagujemo u vanrednim situacijama i osiguramo ono što je neophodno – ispravnu vodu za piće, volontersko učešće radnika u akcijama pružanja pomoći te novčanu humanitarnu pomoć, kao tokom poplava koje su pogodile Bosnu i Hercegovinu 2014. godine.



## Zajednica

### *Misli mine i takmičenja u pružanju prve pomoći*

Bosna i Hercegovina i dalje je jedna od minama najzagadenijih zemalja u jugoistočnoj Evropi. Ova prijetnja će još dugo biti prisutna u Bosni i Hercegovini, pa je kontinuirano provođenje aktivnosti upozoravanja na tu opasnost neophodno kako bi se izbjegle nove žrtve mina i ostataka eksplozivnih sredstava zaostalih iz rata. Edukativno takmičenje *Misli mine!* za djecu osnovnih škola predstavlja veoma važnu aktivnost u programu upozoravanja na opasnost od mina. Učenici interaktivnim radom i uz takmičarski duh uče kako sigurno živjeti u Bosni i Hercegovini.

Coca-Cola HBC B-H i Društvo Crvenog križa / krsta BiH sarađuju na organizaciji edukativnih takmičenja *Misli mine* i takmičenja u pružanju prve pomoći od 2004. godine. U njima godišnje učestvuje blizu 9.000 sudionika iz cijele Bosne i Hercegovine. U 2016. godini podrška Coca-Cole HBC B-H ogledala se u osiguranju pića za učesnike takmičenja na kantonalm, entitetskim i državnom nivou.

## RAZVOJ MLADIH

Jedan od stubova naše društvene odgovornosti čini i ulaganje u mlade ljudе, jer vjerujemo u moć znanja i napredak koji ono donosi široj zajednici. U toj oblasti vidimo veliki prostor da s našim partnerima stvorimo dodatnu vrijednost i tako doprinesemo prosperitetu društva.

Suočavajući se s visokom stopom nezaposlenosti mladih, koja u Bosni i Hercegovini iznosi 67,61% i predstavlja ozbiljno društveno pitanje, naša kompanija teži iznalaženju inovativnih pristupa pružanja podrške zajednici u rješavanju tog kompleksnog problema. Nedostatak radnog iskustva i vještina koje se njime stječu prepoznat je kao jedna od najvećih prepreka za mlade pri zapošljavanju. Podršku rješavanju ovog problema zajednice u 2016. godini dali smo pokretanjem programa ljetnih praksi *Coke Summership*.

### *Coke Summership*

*Coke Summership* je šestosedmični program ljetnih praksi koji obrazovanim, talentovanim i ambicioznim mlađim ljudima pruža mogućnost da steknu prvo radno iskustvo i poslovne vještine u visokoprofesionalnom okruženju te stečena znanja primijene u praksi, usavrše ih i steknu vještine koje će im pomoći u daljem profesionalnom razvoju. Program je dizajniran tako da studenti iskustvo stječu radeći tri dana sedmično s mentorima na stvarnim projektima unutar Coca-Cole HBC B-H, a dva dana sedmično provode na predavanjima, koja drže visoki rukovodioci kompanije i stručnjaci iz partnerskih organizacija, te na interaktivnim radionicama i posjetama. Vještine u upravljanju projektima, prezentovanja, liderske sposobnosti, poslovna komunikacija i efikasno upravljanje vremenom samo su neke oblasti u kojima se polaznici *Coke Summership* programa dodatno usavršavaju. Učesnici programa su nakon završene prakse uvršteni u bazu potencijalnih radnika Coca-Cole HBC B-H. *Coke Summership* je realizovan pod pokroviteljstvom Ministarstva civilnih poslova Bosne i Hercegovine i Javne ustanove Službe za zapošljavanje Kantona Sarajevo te uz prijateljsku podršku univerziteta u Sarajevu, Banjoj Luci, Mostaru i Tuzli, studentskih organizacija AIESEC, IASTE, EESTEC i EY, Ambasade Sjedinjenih Američkih Država u Bosni i Hercegovini i brojnih partnera.

Od gotovo 1.000 prijavljenih kandidata nakon dva kruga selekcije 20 mlađih dobilo je priliku da u okviru programa *Coke Summership* 2016 budu dio tima Coca-Cole HBC B-H. Zahvaljujući programu u 2016. godini, dvanaest mlađih dobilo je posao: šest učesnika programa zaposленo je u Coca-Coli HBC B-H, a šest u drugim kompanijama.

Na projekte u zajednici usmjerili smo  
**1,29%**  
dobiti prije oporezivanja

**13,2%**  
naših radnika je,  
kroz predavanja i mentorstvo,  
doniralo  
više od **1.500** volonterskih sati  
mladima u Bosni i Hercegovini



Ohrabreni uspjehom Coke Summership programa, te sa željom da osiguramo inkluzivnost i u program podrške zapošljavanju mladih u Bosni i Hercegovini uključimo i marginaliziranu populaciju, Coca-Cola HBC B-H je pokrenula program *Coca-Cola podrška mladima* te je u 2017. godini programskim aktivnostima, četverodnevnim radionicama za jačanje poslovnih i ličnih vještina realizovanim u Banjoj Luci i Sarajevu, obuhvatila još 200 mladih. Program je namijenjen mladima koji su završili školovanje, nemaju zaposlenje i starosne su dobi 18–30 godina.

## VOLONTIRANJE PRUŽANJE STRUČNE PODRŠKE I PRIJENOS ZNANJA I ISKUSTVA MLADIMA

Kao kompanija podržavamo učešće naših radnika u postojećim te organizujemo nove prilike za volontiranje. Volonterske akcije i aktivnosti se odvijaju u toku radnog vremena. Naši radnici su volonterski uključeni u različite programe u kojima mladima stavljuju na raspolažanje svoju stručnost i vrijeme kako bi im prenijeli vlastito znanje i vještine. Najznačajnija volonterska aktivnost bila je podrška realizaciji programa razvoja mladih Coke Summership, u kojem je u 2016. godini učestvovalo 37 Coca-Cola-ovih rukovodilaca volontera, koji su učesnicima šestosedmičnog programa studentskih ljetnih praktičnih praksi držali predavanja i prezentacije, interaktivne radionice, organizovali i vodili posjete, te volontirali kao mentori na projektima, prenosili znanje i pomagali mladima da steknu i unaprijede poslovne vještine.

### Stručna podrška mladima: Srednjošolski centar Hadžići

U okviru redovne saradnje Coca-Cola HBC B-H za učenike Srednjoškolskog centra Hadžići osigurava praktičnu nastavu u Službi za kontrolu kvaliteta, gdje se, uz pomoć naših radnika mentora, učenici upoznaju sa savremenim metodama u proizvodnji. U fizičko-hemijskom i mikrobiološkom laboratoriju učenici prolaze obuku i rade na procesima koji se tiču svih parametara sigurnosti i kontrole kvaliteta proizvoda. Ovaj vid obuke u 2016. godini završilo je deset učenika.

### PRIPRAVNIČKI PROGRAM UČI, ZALAŽI SE, ISKAŽI SE

U 2016. godini završena je realizacija pripravnicičkog programa *Uči, zalaži se, iskaži se*, čiji je cilj prepoznavanje talentovanih studenata i razvoj njihovih praktičnih poslovnih vještina. Program talentovanim i motivisanim studentima i diplomantima otvara mogućnosti za zapošljavanje u svim odjelima Coca-Cola HBC B-H na poziciju pripravnika kao pripremu za specifičnu ulogu unutar kompanije. Program je koncipiran tako da se učesnici isprva upoznaju s kompanijom, zatim rade na odabranom radnom mjestu i dodatnim projektima koji su od strateške važnosti za nju, da bi na kraju bili zaduženi za vođenje tima.

Pripravnicički program traje godinu dana, a kandidatima pruža priliku za učenje, rad i razvoj. Uz jednogodišnji pripravnicički ugovor, iskustvo u jednom od najvećih sistema punionica proizvoda kompanije Coca-Cola i ubrzano napredovanje u okviru odabrane funkcije, pripravnicima se nudi i prilika za zaposlenje. Zahvaljujući pripravnicičkom programu, Coca-Cola HBC B-H je u 2016. godini zaposlila dva pripravnika, po jednog u odjelima prodaje i finansija.

### PROGRAM POSJETA PUNIONICI

Kroz program posjeta punionici imali smo priliku u više navrata organizovati stručne posjete našim pogonima i nosiocima interesa predstaviti naša postignuća u oblasti održivosti. Među posjetiocima u 2016. godini su bili i studenti Prirodno-matematičkog i Elektrotehničkog fakulteta UNSA te Međunarodnog univerziteta Burch, kao i učenici Srednjoškolskog centra Hadžići, Srednje ekonomske škole, Treće i Gimnazije Dobrinja iz Sarajeva. U 2016. program posjeta punionici organizovan je za 284 studenta i srednjoškolca.

Podržavamo i organizaciju brojnih projekata i aktivnosti u zajednici usmjerenih na razvoj mladih. Cilj je pružanje podrške mladima u jačanju liderских vještina i njihovim naporima da po završetku obrazovanja što prije dobiju zaposlenje. U okviru Programa donacija i sponzorstava, osiguravanjem osvježavajućih pića za učesnike u 2016. godini smo podržali brojne projekte u zajednici, u koje je bilo uključeno više od 6.000 mladih.



## Zajednica

### DOBROBIT ZAJEDNICE

Aktivan način života jedan je od ključnih preduslova za kvalitetan život pojedinca i društva. Shodno tome, naša kompanija je podršku promociji i razvoju rekreativnog sporta i fizičke aktivnosti postavila kao jedan od strateških prioriteta. Osim što podržavamo sportske manifestacije, i sami stvaramo prilike za bavljenje sportom i doprinosimo kvalitetu života u našoj zajednici.

Coca-Cola HBC B-H svake godine podržava brojne sportske projekte u zajednici, u kojima je u 2016. godini učestvovalo više od 20.000 ljudi.

#### POKRET ZA RADOST

Coca-Cola HBC B-H je 2014. godine, u okviru platforme promocije aktivnog životnog stila *Pokret za radost*, pokrenula projekt *Coca-Cola Fitnes dan*, kojim smo nastojali inspirisati što više ljudi da budu aktivni, redovno vježbaju i održavaju fizičku kondiciju.

#### Coca-Cola Fitnes dan

*Coca-Cola Fitnes dan* je rekreativni događaj koji je Coca-Cola HBC B-H organizovala u partnerstvu s Gradskom upravom Grada Tuzle i Radničkim sportskim društvom „Sloboda”, pod pokroviteljstvom Ministarstva obrazovanja, nauke, kulture i sporta Tuzlanskog kantona i Pedagoškog zavoda Tuzlanskog kantona, te uz stručnu podršku Fakulteta za tjelesni odgoj i sport u Tuzli i brojnih udruženja i partnera.

U septembru 2016. godine Coca-Cola Fitnes dan okupio je više od 3.000 učesnika, kojima su, osim posebno dizajniranih programa vježbanja, na raspolaganju bili stručni timovi za mjerjenje indeksa tjelesne mase i fizičke kondicije, predavanja Agencije za antidoping kontrolu BiH i Crvenog križa / krsta Grada Tuzla, prezentacije sportskih klubova RSD „Sloboda“ te mnogi drugi sportsko-edukativni i zabavni sadržaji.

Zahvaljujući uspješnoj realizaciji ovog događaja u septembru prošle godine i odličnim reakcijama učesnika, projekt je zadobio pažnju i podršku brojnih institucija, stručne javnosti te novih partnera posvećenih promociji aktivnog životnog stila u zajednici.

Pokret za radost – Coca-Cola Fitnes dan prvi put je organizovan 2014. U protekle tri godine ova manifestacija je okupila gotovo 9.000 učesnika.

U sportskim projektima koje smo podržali u zajednici učestvovalo je više od  
**20.000 ljudi**



## FESTIVAL TRČANJA: SARAJEVO COCA-COLA POLUMARATON

U septembru 2016. godine svojevrsni festival trčanja, u okvir kojeg se organizuju Sarajevo Coca-Cola polumaratoni i rekreativne utrke Fun Run i Kids Run, okupio je više od 2.300 učesnika svih uzrasta. Lako je sarajevski polumaratona takmičarskog karaktera, utrka okuplja i veliki broj rekreativaca i onih koji žele uživati u pokretu, a čiji je prvenstveni cilj ukazati na značaj trčanja i redovne rekreacije za zdravlje. Osim što svake godine obilježava Međunarodni dan bez automobila i podiže svijest o značaju zaštite okoliša, Sarajevo Coca-Cola polumaratona ima i humanitarni karakter. U 2016. godini utrku je obilježio rekordan broj humanitarnih inicijativa za pomoć djeci bez roditeljskog staranja, djeci s poteškoćama, SOS Dječjem selu i edukaciji djevojaka u sigurnim kućama, koje su rezultirale prikupljanjem 20.000 KM. Deseti Sarajevo Coca-Cola polumaratona su, osim pet radnika Coca-Cola HBC B-H, istrčala i dva učesnika Coke Summership 2016 programa. Polumaratona svake godine generiše značajan prihod od turizma u Sarajevu jer u vrijeme održavanja utrke grad bilježi više od 1.000 dodatnih noćenja.

## GIRO DI SARAJEVO

S udruženjem Giro di Sarajevo, Gradskom upravom Grada Sarajeva i brojnim partnerima smo u septembru 2016. nastavili uspješno partnerstvo na promociji aktivnog životnog stila podrškom organizaciji devete rekreativne biciklističke vožnje Giro di Sarajevo. Ova tradicionalna manifestacija, koja se održava svake prve nedjelje u septembru, okupila je više od 2.500 ljubitelja vožnje biciklom, koji vožnjom najlepšim ulicama Sarajeva promovišu upotrebu bicikla kao ekonomičnog prijevoznog sredstva i zdravog načina kretanja te toleranciju među učesnicima u saobraćaju. Ponosni smo jer je više od 30 radnika naše kompanije sa članovima porodice učestvovalo u vožnji dajući doprinos promociji aktivnog životnog stila. Vožnjom se svake godine obilježava i Međunarodni dan bez automobila i podiže nivo svijesti o značaju zaštite okoliša. Coca-Cola HBC B-H je devet godina zaredom partner ove najmasovnije biciklističke manifestacije u Bosni i Hercegovini.



## Zajednica

# ZAŠTITA OKOLIŠA I VODNIH RESURSA

Za svaku kompaniju koja nastoji poslovati održivo i voditi brigu o potrebama budućih generacija zaštita okoliša je visoko na listi prioriteta. S obzirom na prirodu poslovanja, fokus našeg djelovanja u ovoj oblasti je zaštita voda, pa je briga o vodi jedan od prioriteta Coca-Cole u našoj zemlji, ali i na svjetskom nivou. Prema ovom neprocjenjivom prirodnom resursu postupamo vrlo pažljivo, prvenstveno u samom proizvodnom procesu smanjivanjem potrošnje vode po litru proizvedenog pića, te adekvatnim tretmanom otpadnih voda i ulaganjem u projekte razvoja lokalne zajednice radi zaštite voda. Odgovoran odnos prema okolišu i vodnim resursima jedan je od ključnih elemenata našeg održivog poslovanja, što potvrđuje i zlatni EWS (European Water Stewardship) certifikat kojim je nagrađena naša punionica u Sarajevu.

Posvećenost odgovornom upravljanju vodama naša Coca-Cola HBC pokazala je i time što se obavezala da će do 2020. godine smanjiti potrošnju vode za 30% i nastaviti ulagati u projekte zajednice čiji je cilj zaštita i očuvanje vodnih resursa.

### INICIJATIVA ČIST VRBAS

Kako bi doprinijela ostvarenju ovih ciljeva, Coca-Cola HBC B-H je u partnerstvu s Razvojnim programom Ujedinjenih naroda (UNDP) u Bosni i Hercegovini, Vladom Japana, 13 općina sliva rijeke Vrbas, organizacijama civilnog društva i lokalnim zajednicama 2012. pokrenula inicijativu Čist Vrbas. Cilj projekta je ukazati na značaj zaštite voda, pomoći aktivnostima zajednice s ciljem čišćenja rijeke Vrbas i jačanja svijesti o njenom značaju za ekonomski razvoj lokalnih zajednica i boljitetak 72.000 ljudi koji žive u vrbaskom bazenu, ali i za cijelu Bosnu i Hercegovinu. Inicijativa je uspješno realizovala brojne aktivnosti i projekte, podigla nivo svijesti i mobilizirala građane, sportske klubove i mlade da se aktivno uključe u zaštitu Vrbasa.

U okviru inicijative Čist Vrbas nastavljamo misiju kojom informišemo javnost, edukujemo i podizemo svijest o značaju zaštite voda i ističemo odgovornu ulogu svakog od nas u očuvanju rijeke Vrbas. Aktivnosti iz 2016. u organizaciji Rafting kluba «Kanjon» iz Banja Luke, obuhvatale su organizaciju promotivne ekoregatne te akcije čišćenja obala i korita rijeke, u kojima je 250 angažovanih volontera prikupilo više od 1.000 kg otpada i očistilo 13 km obale. Promotivna ekoregata okupila je sve partnerne inicijative, a zajedničke poruke o značaju očuvanja i zaštite voda i racionalnoj upotrebi vodnih resursa u 2016. godini dosegle su do više od 3.700.000 ljudi.



## PODRŠKA PROJEKTIMA OD ZNAČAJA ZA ZAJEDNICU

### Sarajevo Film Festival

Kao društveno odgovorna kompanija nastojimo podržati i projekte od posebnog značaja za našu zajednicu. Veoma smo ponosni na naše dugogodišnje partnerstvo sa Sarajevo Film Festivalom, koji se tokom tog perioda pozicionirao kao jedan od najvažnijih festivala u jugoistočnoj Evropi. Osim što ljubiteljima filma pruža priliku da pogledaju najnovije filmove svjetske i regionalne produkcije, festival povezuje kreativne mlade ljudi naše zemlje sa svjetskom filmskom scenom i daje im mogućnost da se u nju uključe i daju svoj doprinos. U vrijeme festivala više od 100.000 posjetilaca, gostiju i turista boravi u Sarajevu osiguravajući time i prihode u sektor turizma.

Uz podršku filmskoj umjetnosti, ovim partnerstvom doprinosimo promociji Sarajeva i Bosne i Hercegovine kao značajne destinacije na svjetskoj filmskoj i kulturnoj karti te razvoju mladih, što su interesi koje Coca-Cola HBC B-H kao bosanskohercegovačka kompanija prepoznaće kao svoje.

### Volimo praznike

Doprinosimo prazničnoj atmosferi u vrijeme novogodišnjih i praznika koji se tradicionalno slave u Bosni i Hercegovini podrškom manifestacijama kao što su *Coca-Cola Holiday Market Sarajevo*, *Zimzograd Banja Luka* i *Advent Mostar*. Ove manifestacije je u 2016. godini, prema procjenama organizatora, posjetilo gotovo 850.000 posjetilaca.

Pokret za radost – *Coca-Cola Fitness dan* prvi put je organizovan 2014. godine. U protekle tri godine ova manifestacija je okupila gotovo 9.000 učesnika.



## GRI G4 INDEX I INDIKATORI

MATERIJALNA PITANJA	Stranica
Kvalitet proizvoda i integritet	28-32
Upravljanje vodnim resursima	42; 44-45
Korporativno upravljanje, poslovna etika i borba protiv korupcije	10; 25
Dobrobit i uključivanje radnika	34-42
Odgovorni marketing	30
Zdravje i ishrana	31; 33; 39; 41; 59
Direktni i indirektni ekonomski utjecaj	55
Ulaganja i angažman u zajednici	54-61
Recikliranje ambalaže i upravljanje otpadom	45-47
Ljudska prava i poštivanje različitosti	33-36
Održivi izvor sirovina	47
Emisija ugljik-dioksida i potrošnja energije	44-50

2016.	OPĆI PODACI	Status	Stranica
G4 1	Uvodna riječ	✓	3
G4 2	Strateški pristup, ključni utjecaji, rizici i mogućnosti u kontekstu održivosti; tabela ciljeva	✓	5
	Profil kompanije		
G4 3	Naziv kompanije	✓	6
G4 4	Osnovni brendovi, proizvodi i/ili usluge	✓	26
G45	Lokacija sjedišta kompanije	✓	7
G4-6	Broj zemalja u kojima kompanija posluje	✓	6
G4-7	Pravna forma i priroda vlasništva	✓	7
G4-8	Tržišta na kojima kompanija posluje	✓	6
G4-9	Veličina kompanije	✓	6
G4-10	Radna snaga	✓	34-35
G4-11	Procenat ukupnog broja radnika pokrivenih kolektivnim ugovorom	✓	35
G4-12	Opis dobavljačkog lanca kompanije	✓	33
G4-13	Značajne promjene u periodu izvještavanja u vezi s veličinom, strukturom i vlasništvom kompanije ili lancem dobavljača	✓	8-9
	Obaveze prema vanjskim inicijativama		
G4-14	Upravljanje rizicima u kontekstu principa predostrožnosti	✓	18-24
G4-15	Privrženost eksternim inicijativama	✓	12;30;44
G4-16	Članstvo u udruženjima	✓	14
	Identifikovani materijalni aspekti i granice		
G4-17	Lista svih entiteta uključenih u konsolidovani izvještaj kompanije ili ekvivalentni dokument	✓	4
G4-18	Proces definisanja sadržaja i granica izvještaja	✓	4
G4-19	Lista svih identifikovanih materijalnih aspekata	✓	16-17
G4-20	Interna ograničenja materijalnih aspekata	✓	16-17
G4-21	Eksterna ograničenja materijalnih aspekata	✓	16-17
G4-22	Objašnjenje i razlog svih korekcija podataka iz prethodnih izvještaja		n/a
G4-23	Izmjene u odnosu na prethodni izvještaj koje se tiču granica, opseg-a		n/a
	Uključivanje interesnih grupa		
G4-24	Lista uključenih interesnih grupa	✓	17
G4-25	Proces definisanja i izbora interesnih grupa	✓	16
G4-26	Pristup uključivanju interesnih grupa	✓	17
G4-27	Ključne teme koje su interesne grupe pokrenule	✓	17
	Parametri izvještaja		
G4-28	Period izvještavanja	✓	4
G4-29	Datum prethodno objavljenog izvještaja		n/a
G4-30	Ciklus izvještavanja		n/a
G4-31	Kontakt-osoba za pitanja o izvještaju	✓	4
G4-32	GRI indeks	✓	63-67
G4-33	Verifikacija izvještaja	✓	4

2016.	OPĆI PODACI	Status	Stranica
<b>Upravljanje</b>			
G4-34	Upravljačka struktura organizacije	✓	10
G4-35	Proces delegiranja nadležnosti za ekonomске, društvene i teme u vezi s okolišem	✓	14
G4-38	Sastav najvišeg upravljačkog tijela i njegovih odbora, prema izvršnoj funkciji, zavisnosti / nezavisnosti, mandatu, broju pozicija, spolu, pripadnosti osjetljivim grupama, kompetencijama za teme održivosti, zastupanju interesnih grupa	→	10
G4-39	Upravljačka i izvršna funkcija predsjednika najvišeg upravljačkog tijela	✓	10
G4-40	Procedure za imenovanje članova Uprave	✓	10
G4-41	Postojeće procedure za sprečavanje sukoba interesa	✓	10;25
G4-42	Uloga Uprave i višeg menadžmenta u razvoju, usvajanju i reviziji misije, strategije, politika i ciljeva povezanih s održivošću	✓	10;14
G4-51	Politika naknada za najviše upravljačko tijelo i viši menadžment Etika i integritet	✓	10
G4-56	Vrijednosti, principi, standardi i norme ponašanja	✓	25
G4-57	Interni i eksterni savjetodavni mehanizmi o etičkim pitanjima i usklađenosti sa zakonom	✓	25
G4-58	Interni i eksterni savjetodavni mehanizmi o etičkim pitanjima i usklađenosti sa zakonom GRI oblasti i indikatori	✓	25
<b>Kategorija: Ekonomija (EC) – pristup upravljanju</b>			
EC 1	Direktna generisana i distribuirana ekomska vrijednost	→	12
EC 2	Finansijske posljedice i drugi rizici i prilike za poslovanje kompanije u vezi s klimatskim promjenama	✓	19
<b>Aspekt: Prakse nabavke – pristup upravljanju</b>			
EC 4	Finansijska pomoć vlade	✓	55
EC 6	Procent osoba na rukovodećim pozicijama iz Bosne i Hercegovine	→	35
EC 7	Direktni ekonomski efekti poslovanja	✓	55
EC 8	Indirektni ekonomski efekti poslovanja	✓	55
EC 9	Udio potrošnje na lokalne dobavljače u značajnim mjestima poslovanja	✓	33
<b>Kategorija: Okoliš (EN) – pristup upravljanju</b>			
<b>Aspekt: Materijali – pristup upravljanju</b>			
EN 1	Upotrijebljeni materijali prema težini ili zapremini	✓	47
EN 2	Procent upotrijebljenog materijala koji je reciklirani ulazni materijal	✓	47
<b>Aspekt: Energija – pristup upravljanju</b>			
EN 3	Potrošnja energije unutar kompanije	✓	48
EN 5	Energetski intenzitet	✓	42
EN 6	Smanjenje potrošnje energije	✓	48
EN 7	Smanjenje u energetskim zahtjevima proizvoda i usluga	✓	48
<b>Aspekt: Voda – pristup upravljanju</b>			
EN 8	Ukupna potrošnja vode, prema izvoru	✓	45
EN 9	Izvori vode znatno pogodeni crpljenjem vode	✓	44
EN 10	Procent i ukupna zapremina reciklirane i ponovo upotrijebljene vode	✓	45

2016.	OPĆI PODACI	Status	Stranica
	Aspekt: Biodiverzitet – pristup upravljanju		
EN 12	Značajni utjecaji djelatnosti, proizvoda i usluga na biodiverzitet na zaštićenim i područjima visoke vrijednosti u pogledu biodiverziteta koji se nalaze izvan zaštićenih područja	✓	43
EN 14	Broj vrsta koje se nalaze na Crvenom popisu IUCN-a i nacionalnoj listi ugroženih vrsta sa staništima na područjima pogođenim poslovnim djelatnostima kompanije, prema nivou opasnosti od istrebljenja	✓	43
	Aspekt: Emisije - pristup u upravljanju		
EN 15	Direktne emisije stakleničkih gasova (GHG – Opseg 1)	✓	49
EN 16	Indirektne emisije stakleničkih gasova (GHG – Opseg 2)	✓	49
EN 17	Druge indirektne emisije stakleničkih gasova (GHG – Opseg 3)	✓	49
EN 18	Intenzitet emisija stakleničkih gasova	✓	50
EN 19	Smanjenje emisija stakleničkih gasova	✓	49-50
EN 20	Emisije supstanci koje oštećuju ozonski omotač	✓	49-50
EN 21	NOx, SOx i druge značajne emisije u zrak	✓	50
	Aspekt: Izljevanje i otpad – pristup upravljanju		
EN 22	Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu	✓	46
EN 23	Ukupna težina otpada prema vrsti i metodi zbrinjavanja	✓	53
EN 26	Identitet, veličina, status zaštićenosti i vrijednost s obzirom na biodiverzitet voda i povezanih staništa koja su u znatnoj mjeri pogođena ispuštanjem i isticanjem vode koje provodi kompanija	✓	43
	Aspekt: Proizvodi i usluge – pristup upravljanju		
EN 27	Opseg ublažavanja utjecaja proizvoda i usluga na okoliš	✓	43
	Aspekt: Transport – pristup upravljanju		
EN 30	Značajni utjecaji na okoliš uslijed prijevoza proizvoda i drugih dobara i materijala korištenih za poslovne djelatnosti kompanije i prijevoz radnika	✓	51

2016.	OPĆI PODACI	Status	Stranica
	Kategorija: Radna prava i radnici (LA) – pristup upravljanju		
	Aspekt: Zapošljavanje – pristup upravljanju		
LA 1	Ukupan broj i stopa novozaposlenih i fluktuacija radnika prema starosnoj strukturi, spolu i regionima	✓	36
LA 2	Beneficije osigurane radnicima s punim radnim vremenom	✓	37
LA 3	Povratak na posao i stopa zadržavanja nakon porodičnog odsustva, prema spolu	✓	36
	Aspekt: Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu – pristup upravljanju		
LA 6	Stopa povreda, profesionalnih bolesti, izgubljenih dana i izostanaka te broj smrtnih slučajeva povezanih s nesrećama na radu prema regionu	✓	40
LA 8	Zdravstvena i sigurnosna pitanja obuhvaćena formalnim sporazumima sa sindikatima	✓	39
	Aspekt: Obuke i obrazovanje – pristup upravljanju		
LA 10	Programi za stjecanje vještina i učenje tokom cijelog životnog vijeka, kojima se razvija stalna mogućnost zapošljavanja radnika i koji im pomažu u uspješnom okončanju radnog vijeka	✓	38
LA 11	Procent radnika koji dobijaju redovnu ocjenu radnog učinka i individualnog razvoja	✓	37
	Aspekt: Različitost i jednake mogućnosti – pristup upravljanju		
LA 12	Sastav upravljačkih tijela i struktura radnika prema kategorijama, spolu, starosnoj dobi, pripadnosti manjinskim grupama i drugim pokazateljima raznolikosti	✓	36
	Aspekt: Procjena dobavljača u vezi s praksama rada – pristup upravljanju		
LA 14	Procent novih dobavljača koji su podvrnuti analitičkom pregledu (screening) prema kriterijima vezanim za radna prava	✓	33
	Aspekt: Žalbeni mehanizmi – pristup upravljanju		
LA 16	Broj žalbi u vezi s radnim pravima koje su podnesene, prihváćene kao osnovane i riješene putem formalnih žalbenih mehanizama	✓	36
	Kategorija: Ljudska prava (HR) – pristup upravljanju		
	Aspekt: Nediskriminacija – pristup upravljanju		
HR 3	Ukupan broj slučajeva diskriminacije i preduzete mjere	✓	36
	Aspekt: Procjena dobavljača u vezi s ljudskim pravima – pristup upravljanju		
HR 10	Procent novih dobavljača podvrnutih analitičkom pregledu (screening) u vezi s ljudskim pravima	✓	33
	Kategorija: Društvo (SO) – pristup upravljanju		
	Aspekt: Borba protiv korupcije – pristup upravljanju		
SO 4	Komunikacija i obuke o antikorupcijskim politikama i postupcima kompanije	✓	25
	Aspekt: Procjena dobavljača u vezi s utjecajima na društvenu zajednicu – pristup upravljanju		
SO 9	Procent novih dobavljača koji su podvrnuti analitičkom pregledu (screening) prema kriterijima vezanim za utjecaj na društvo	✓	33

2016.	OPĆI PODACI	Status	Stranica
Kategorija: Odgovornost za proizvod (PR) – pristup upravljanju			
Aspekt: Zdravlje i sigurnost klijenata – pristup upravljanju			
PR 1	Faze životnog ciklusa u kojima se ocjenjuje poboljšanje utjecaja proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost te procent značajnih kategorija proizvoda i usluga podvrgnutih tim postupcima	✓	29
PR 2	Ukupan broj slučajeva nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost za vrijeme njihovog životnog ciklusa, prema vrsti ishoda	✓	30
Aspekt: Označavanje proizvoda i usluga – pristup upravljanju			
PR 3	Vrsta podataka o proizvodu / usluzi definisanih kompanijskim pravilima i procedurama i procent značajnih proizvoda i usluga podložnih takvim informativnim zahtjevima	✓	30
PR 4	Ukupan broj slučajeva nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s podacima o proizvodu i usluzi te označavanjem, prema vrsti ishoda	✓	30
PR 5	Prakse vezane za zadovoljstvo kupaca, uključujući rezultate istraživanja njihovog zadovoljstva	✓	32

✓ ispunjeno u cijelosti  
→ djelimično ispunjeno

## **IMPRESUM**

Izvještaj o održivom poslovanju Coca-Cola HBC B-H Sarajevo u 2016. godini  
novembar 2016.

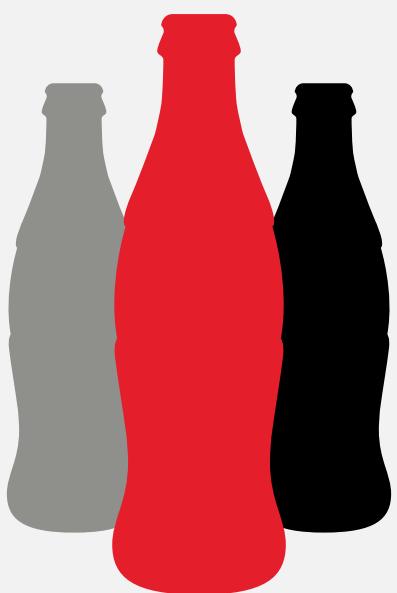
**Izdavač**  
Coca-Cola HBC B-H d.o.o. Sarajevo

**Lektura i korektura**  
Kongresni servisni centar

**Grafičko oblikovanje**  
Branko Vekić

**Štampa**  
Amosgraf





© 2017. Coca-Cola HBC B-H d.o.o. Sarajevo. Sva prava pridržana.  
Coca-Cola® i Contour Bottle registrovani su zaštitni znaci kompanije The Coca-Cola Company