



IZVJEŠĆE O ODRŽIVOSTI

ROBNE MARKE CEDEVITA
ZA 2022. GODINU

CEDEVITA®

SADRŽAJ

1. Ključni naglasci u 2022.	03	6.8 Upravljanje rizicima	36	8.1.8 Organizacijska klima	55
2. O izvješću o održivosti	08	6.8.1 Identifikacija i procjena ekoloških aspekata i rizika	36	8.1.9 Obrazovanje i osposobljavanje	55
3. Uvodna riječ generalnog direktora	10	7. Odgovornost prema prirodnom okolišu	38	8.1.10 Zaštita zdravlja i sigurnost na radu	55
4. Robna marka Cedevida	13	7.1 Ugljični otisak	40	8.2. Odnosi s dobavljačima	58
4.1. Organizacijski položaj robne marke Cedevida unutar Atlantic Grupe	15	7.2 Potrošnja energije	41	8.2.1 Procjena dobavljača	58
4.2 Proizvodi	16	7.3 Onečišćenje	43	8.3 Odnosi s kupcima	60
4.2.1 Proizvodnja	17	7.4 Upravljanje vodom	43	8.3.1 Strateški pristup kupcima	60
4.3 Prisutnost na tržištu	19	7.4.1 Korištenje pitke vode	43	8.3.2 Customer health and safety	61
4.3.1 Prodaja	20	7.4.2 Upravljanje otpadnim vodama	44	8.3.3 Kontrola kvalitete proizvoda	62
5. Poslovni naglasci	21	7.5 Očuvanje bioraznolikosti i ekosustava	44	8.3.4 Označavanje proizvoda	62
6. Održivo upravljanje	24	7.6 Korištenje sirovina	44	8.3.5 Znak „Hrvatska kvaliteta“	63
6.1 Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda, koje podržavamo i u svojim aktivnostima u Atlantic Cedevida d.o.o.	26	7.6.1 Materijali za pakiranje	45	8.3.6 Privatnost kupaca	63
6.2 Stupovi održivog razvoja	29	7.7 Upravljanje otpadom	46	8.3.7 Razvoj novog proizvoda	64
6.3 Izazovi i mogućnosti održivog razvoja	29	7.8 Razmjena ekoloških ideja	49	8.3.8 Komunikacija s potrošačima i komunikacijski kanali	67
6.4 Integrirani sustav kvalitete	29	8. Odgovornost prema društvenom okruženju	50	8.3.9 Upiti i reklamacije	68
6.5 Identifikacija strateških dionika	31	8.1 Prepoznajemo vrijednost svojih zaposlenika	51	8.4 Lokalne zajednice	68
6.5.1 Matrica materijalnosti	33	8.1.1 Struktura zaposlenih	51	8.4.1 Edukativna web-stranica za mentalno zdravlje i dobrobit	68
6.6 Članstvo u udrugama	35	8.1.2 Poštivanje različitosti i osiguranje jednakih mogućnosti	53	8.4.2 Kampanja za borbu protiv raka dojke „Budi Tu. Budi CE“	70
6.7 Nagrade i priznanja	35	8.1.3 Poštivanje dostojanstva i zaštita od diskriminacije	53	8.4.3 „Dan vrijednosti Atlantic Grupe“	71
		8.1.4 Prepoznavanje talenata i razvoj zaposlenika	53	8.4.4 Utjecaj okoliša na zajednicu	71
		8.1.5 Upravljanje učinkom	54	8.4.5 Sponzorstva i donacije	72
		8.1.6 Osiguravanje adekvatnog plaćanja	54	8.4.6 Košarkaški klub Cedevida Junior	72
		8.1.7 Kolektivni ugovori	54	9. Indeks sadržaja Globalne inicijative za izvještavanje (eng. GRI)	73

1

KLJUČNI NAGLASCI U 2022.

CEDEVITA®

CEDEVITA PROIZVODI

Pouzdana i popularna
robna marka:



u Hrvatskoj i Sloveniji,



u Srbiji.



SVI
PROIZVODI

sadrže obogaćene
hranjive tvari (vitamine).

Godišnje se proizvede gotovo

**11 TISUĆA
TONA**

ili više od

**105 MILIJUNA
JEDINICA**

Cedevite.

Cedevita proizvodi prisutni su u
više od



**ZEMALJA
SVIJETA**

OKOLIŠ

Organizacijski ugljični otisak
opsega 1 i 2 za proizvodnju
Cedevisite iznosio je



12.648 MWh
ENERGIJE

potrošeno
je u proizvodnim
procesima.

5.747 MWh

energije
generirano je iz

OBNOVLJIVIH
IZVORA.

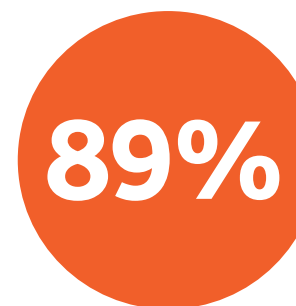
23.733 m³

VODE

utrošeno je u proizvodnim
procesima, što je



u odnosu na
prethodnu
godinu.



koje se
koristi
za naše
proizvode

može se

RECIKLIRATI.



odvojenog
prikupljenog otpada
na lokaciji Planinska



na lokaciji
Apatovec.

DRUŠTVO

351  zaposlenik.

Više
od

60%



zaposlenih
menadžera
su žene.

NEMA IZVJEŠĆA

ili postupaka koji se odnose na provjeru
diskriminacije na radnom mjestu.

25%

zaposlenika s
**PLANOM ZA
RAZVOJ
KARIJERE.**



90%

zaposlenika imalo je
**OCJENU
RADNOG
UČINKA.**

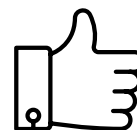


9,5 SATI EDUKACIJE

i obuke po zaposleniku.

96% DOBAVLJAČA

ocijenjeno
ocjenom odličan (A).



NEMA

slučajeva neusklađenosti s propisima sa
stajališta utjecaja proizvoda i usluga na
zdravlje i sigurnost kupaca.

Naša kampanja „Povratak u školu”

POMOGLA JE VIŠE OD 20 RODITELJA

pobrinuti se za dobrobit svoje djece nakon
polaska u školu.

1300 aktivnosti optimizacije i uštede
energije u sklopu Cedevitinog događanja
Dan vrijednosti u kojima je prikupljeno



10.000 EUR
SREDSTAVA ZA
NAŠ HUMANITARNI
FOND.

433.397 EUR

potrošeno je na sponzorstva
i donacije.



UPRAVLJANJE

Naše aktivnosti

**PODRŽAVAJU
12 CILJEVA
ODRŽIVOSTI
UN-A.**

NIJE

bilo slučajeva neusklađenosti
s propisima i dobrovoljnim
kodeksima.



2

O IZVJEŠĆU O ODRŽIVOSTI

CEDEVITA®

O IZVJEŠĆU O ODRŽIVOSTI

Kao robna marka sa značajnim društvenim utjecajem u regiji nastojimo sa svojim dionicima **komunicirati transparentno, otvoreno i istinito** o svojim aktivnostima i proizvodima.

Stoga je 2023. godine izrađeno prvo zasebno izvješće o održivosti robne marke Cedevisa u kojem se predstavlja naše upravljanje okolišem, odnosi s društvom i čimbenici korporativnog upravljanja (eng. ESG). O tim aspektima, koji su većim dijelom definirani na razini našeg vlasnika, grupaciji Atlantic Grupe, velikim dijelom izveštavamo u skladu s GRI standardima. Zajamčena je vjerodostojnost, jasnoća i usporedivost podataka.

Izvješće o održivosti izrađeno je u suradnji s vanjskom konzultantskom kompanijom vođenjem radionica za multidisciplinarni tim.

Teme materijalne održivosti utvrđene su i ocijenjene u suradnji s unutarnjim i vanjskim dionicima pomoću matrice materijalnosti.

U izradi izvješća sudjelovali su kolege iz svih područja poslovanja kompanije uz podršku najvišeg menadžmenta. Za provedbu i koordinaciju izvješća o održivosti zadužen je tim Odjela za istraživanje, razvoj i inovacije uz podršku Odjela marketinga.



3

UVODNA RIJEČ GENERALNOG DIREKTORA

CEDEVITA®

UVODNA RIJEČ GENERALNOG DIREKTORA



Slaven Romac,
Glavni direktor strateškog poslovnog područja pića, Atlantic Cedevida d.o.o.

Poštovani korisnici, zaposlenici, poslovni partneri i dragi ljubitelji Cedevide,

neizmjerljivo mi je zadovoljstvo i ponos predstaviti vam inauguracijsko Izvješće o održivosti Cedevide za 2022. koje odražava ne samo predanost naših zaposlenika već i duboku predanost naših širih dionika.

Kad bih ovo izvješće opisao jednom jedinom riječju, to bi nedvojbeno bilo „uvjerenje“. Uvjerenje da svaki poduzeti korak može imati značajan utjecaj. Uvjeren-

**Na ovim ćete stranicama
pronaći dokaz našeg uvjerenja
– naše obveze, naše predanosti
i naše vizije budućnosti u kojoj
je odgovornost privilegija, a ne
ograničenje.**

je da dajemo primjer i utiremo put generacijama koje tek dolaze. Uvjerenje da svaka naša odluka i inovacija predstavlja kamen temeljac za stvaranje održivog i odgovornog društva.

Cedevida, ime koje je sinonim za inovativnost, kvalitetu i tradiciju, već je više od pet desetljeća svjetionik hrvatskog ponosa. Naš kulturni vitaminski napitak pronašao je put do hrvatskih kućanstava, ali i srca potrošača diljem regije. Ta se predanost proteže i na naše druge robne marke, koje se tijekom godina ne samo uspješno natječu s regionalnim liderima u kategoriji pića, već su i uspostavile trajne veze s potrošačima diljem regije, stvarajući pozitivno potrošačko iskustvo za generacije koje dolaze.

U Atlantic Cedevidi naša je predanost održivosti ukorijenjena u naše temeljne vrijednosti i strateški pris-

tup. Naš proaktivni angažman u različitim područjima održivosti, od razvoja proizvoda do upravljanja opskrbnim lancem, odražava našu predanost promicanju društvene odgovornosti i naš fokus na razvoj održivih rješenja radi smanjenja našeg utjecaja na okoliš. Naša dugoročna vizija stavlja održivost u prvi plan našeg strateškog planiranja rješavajući pitanja okoliša, s jasnim ciljem osiguravanja bolje budućnosti u regijama koje zovemo domom. Jednako tako cijenimo naše klijente kao sastavni dio našeg uspjeha i dosljedno nastojimo poštovati njihove interese, prava i potrebe. Naš pristup stvaranju novih okusa, promocija, društvenih projekata i drugih inicijativa uključuje razumijevanje preferencija potrošača i njegovanje međusobnog povjerenja i lojalnosti. Nepotrebno je reći da su današnji kupci povećali svoja očekivanja i traže više od samog proizvoda. Oni cijene društvenu odgovornost, ekološku svijest i vrijednosti koje dijele s robnim markama koje su odabrali. Prihvaćamo taj trend, priznajući svoju ulogu u društvu i odgovornost koju ona zahtijeva. Zato je naša strategija u svojoj srži njegovanje autentičnih odnosa i znatan utjecaj na živote naših cijenjenih potrošača.

Prepoznajući višestruku važnost održivosti, posvećeni smo sveobuhvatnom bavljenju njome radi pozitivnog utjecaja iz svih kutova – i društvenog i ekološkog. To podrazumijeva društvenu odgovornost za dobrobit cijele naše zajednice, a primjer za to je inicijativa „Budi

dobro. Budi CE" u kojoj smo se posvetili njegovanju mentalne dobrobiti i poticanju pozitivnih životnih ishoda. Štoviše, Cedevida je u 2022. napravila bitan korak prema ekološkoj odgovornosti uvođenjem nove ambalaže u svoj maloprodajni portfelj. Tim se naporima iskazuje naša nepokolebljiva predanost održivim rješenjima, uključujući ukidanje komercijalno nereciklabilnih folija, prelazak s PVC na PET omote i prijelaz s plastike na reciklirani FSC papir koji se koristi za sekundarno pakiranje.

Zaključno, dok se krećemo kroz izazove i prilike budućnosti, čvrsti smo u svojoj predanosti održivosti, društvenoj odgovornosti i dobrobiti naših dionika. Hvala vam na vašoj čvrstoj podršci jer željno očekujemo budućnost u kojoj ćemo zajedno nastaviti stvarati pozitivan utjecaj. Na kraju, kao što često naglašavamo u našem timu, spoj uvjerenja, optimizma i suradničkog napora može potaknuti bitne pozitivne promjene.

Zajedno možemo pomicati planine (i očuvati ih).

Slaven Romic,
Glavni direktor strateškog poslovnog područja pića,
Atlantic Cedevida d.o.o



4

ROBNA MARKA CEDEVITA

CEDEVITA®



ROBNA MARKA CEDEVITA

Robnom markom Cedevida upravlja Atlantic Cede-
vita d.o.o. koja je u stopostotnom vlasništvu Atlantic
Grupe d.d., sa sjedištem u Zagrebu, Hrvatska.

Atlantic Cedevida d.o.o. također upravlja robnim
markama Cockta, Kala, Kalnička i Boom Box.

Sjedište Atlantic Cedevide d.o.o.:

Planinska 15, 10 000 Zagreb, Hrvatska

Dva proizvodna pogona u Hrvatskoj:

Lokacija Planinska, Planinska 15, 10 000 Zagreb

Lokacija Apatovec, Brežanci 89, 48 260 Križevci

Uloga robne marke:

Nadahnuti i pružiti
zajedničke trenutke fizičkog
i emocionalnog optimizma
na dnevnoj bazi.

Vizija robne marke:

Osvježiti i potaknuti pozi-
tivan doživljaj i zajedništvo
među generacijama.

Vrijednosti i ponašanje:

- inkluzija
- prijateljstvo
- pozitivnost
- povjerenje
- međugeneracijska
solidarnost
- nešto sjajno za podijeliti
- uvijek dobra ideja
- pametan izbor

4.1 Organizacijski položaj robne marke Cedevisa unutar Atlantic Grupe

Poslovanje Atlantic Grupe organizirano je u pet strateških poslovnih područja (SPP) i jedno poslovno područje (PP):



SPP Delikatesni namazi



SPP Pića



SPP Kava



SPP Slatko i slano



SPP Ljekarničko poslovanje



SP Donat

Atlantic Cedevisa d.o.o. dio je **strateškog poslovnog područja** Pića koje uključuje i robne marke Cockta, Kala, Kalnička.

SPP Pića					
Marketing	Operacije	Istraživanje, razvoj i inovacije	Prodaja	Osiguranje kvalitete	EU fondovi
Digitalni marketing	Inženjering	Istraživanje, razvoj i inovacije - nove inicijative	BiH	Kemijski instrumenti i senzorski laboratorij	
Razvoj kategorije	Proizvodnja Cedevisa		Hrvatska	Kontrola kvalitete Apatovec	
Regionalni marketing za kupce	Operativno poslovanje Apatovec	Istraživanje, razvoj i inovacije - praškasti oblici i bomboni	Srbija	Kontrola kvalitete za Cedevisu	
Izgradnja regionalne robne marke	Poslovno planiranje		Slovenija	Mikrobiološki laboratorij	
	Operativno poslovanje Rogaška	Istraživanje, razvoj i inovacije - voda i bezalkoholna pića			

Shema: Organizacijska struktura SPP Pića u čijem je sastavu Cedevisa.



4.2. Proizvodi

Cedevisa je jedna od najpoznatijih robnih marki u regiji s tradicijom koja seže u 1969. godinu, a koja se postepeno usavršavala i prilagođavala najsuvremenijim znanstvenim spoznajama. Dodatak prehrani koji je uvijek sadržavao 9 vitamina, a trenutno su to: C, E, B1, B2, B3, B5, B6, B9, B12. Jedna doza sadrži 50 % preporučene dnevne doze vitamina.

U 2022. godini robna marka Cedevisa uključuje sljedeće proizvode:

- **Cedevisa multivitaminske granule:** 7 proizvoda (okusi naranča, limun, limeta, bazga i limun, crvena naranča, pink grejp i Cedevisa light s okusom naranče)
- **On the Go („U pokretu“):** 5 proizvoda (okusi naranča, limun, bazga i limun, limeta, crvena naranča)
- **Cedevisa bomboni:** 3 proizvoda (okusi naranča, limun, šumsko voće)
- **PUC PUC pucketavi prah:** 3 proizvoda (okusi banana, jagoda, šumsko voće)
- **mješavina za smrznuti aromatizirani desert** - 1 poluproizvod

Ukupno: 19 proizvoda

CEDEVITA®

**1 SAVRŠENA FORMULA
9 VITAMINA**

C, E, B2, B6, NIACIN, PANTOTENSKA KISELINA, FOLNA KISELINA, TIAMIN

DOPRINOSI:

- SMANJENJU UMORA I ISCRPLJENOSTI**
- NORMALNOM FUNKCIONIRANJU IMUNOLOŠKOG SUSTAVA**
- NORMALNOM RADU SRCA**
- ZAŠTITI STANICA OD OKSIDATIVNOG STRESA**

50% PREPORUČENOG DNEVNOG UONOSA VITAMINA

4.2.1 Proizvodnja

Cedevisa se proizvodi na dvije lokacije. Na lokaciji Platinjska u Zagrebu proizvode se sve multivitaminske granule i Cedevisa bomboni te PUC PUC pucketavi prah, dok se na lokaciji Apatovec u Križevcima boce za Cedevisu GO pune vodom i već napunjen čep multivitaminskim granulama aplicira na bočicu.

Cedevisa bilježi kontinuirani trend rasta proizvodnje. U 2022. godini ukupno je proizvedeno gotovo 11 tisuća tona Cedevisite odnosno više od 105 milijuna jedinica, što je 32 % više nego u 2018. godini. Najviše proizvedenih proizvoda čine maloprodajni proizvodi koji se pune u različita pakiranja i to od 1000 g, 900 g, 455 g i 200 g. Slijedi proizvodnja za HoReCa prodaju (19 g) za

ugostiteljske objekte i restorane.

Na rast proizvodnje i prodaje utjecalo je nekoliko čimbenika.

U 2019. godini robna marka Cedevisa repositionirana je iz lidera u kategoriji vitaminskih instant napitaka u robnu marku pozicioniranu u kategoriji bezalkoholnih napitaka voćnog okusa.

Tome je prilagođena i naša strategija medijskog i tržišnog nastupa te je pokrenuta platforma Generacija CE koja je i danas važna. Na rast prodaje Cedevisite pozitivno je utjecalo i razdoblje pandemije Covida-19 jer je bila idealan izbor u vrijeme uvođenja karantena i posljedično rjeđih posjeta trgovinama. Tražili smo pakiranje gdje se od 1 kg Cedevisite može dobiti 13 litara

napitka bogatog vitaminskog sastava.

U 2022. godini obnovili smo ambalažu novim, funkcionalnijim načinom otvaranja, te smo modernizirali dizajn, što je dodatno pridonijelo rastu prodaje. Probili smo se i na tržište Srbije, koje je postalo naše drugo najveće tržište prema obujmu prodaje.

Na lokaciji Apatovec u Križevcima, gdje punimo vodu za Cedevisu GO, u 2022. punili smo 6,4 milijuna litara Cedevisite GO, što je 36 % više nego u 2018. godini.

Cedevisa u obliku multivitaminskih granula dostupna je u različitim pakiranjima:

Maloprodaja



200 g, 455 g, 900 g

HoReCa



19 g

To Go



340 mL

Lokacija Planinska	2018		2019		2020		2021		2022	
	Jedinice	Tone	Jedinice	Tone	Jedinice	Tone	Jedinice	Tone	Jedinice	Tone
Maloprodaja	13.677.662	6.549	13.545.777	6.568	15.727.124	7.672	14.084.765	7.689	15.912.295	8.437
HoReCa	55.172.100	1.042	55.414.500	1.053	39.697.000	754	44.483.950	845	52.256.900	993
Čep za OTG*	14.366.700	352	14.817.400	363	16.198.506	211	20.416.536	265	18.930.718	246
Komprimirani bombon	8.975.163	276	9.001.032	278	7.091.294	221	8.289.249	229	9.865.592	273
PUC PUC	7.639.610	38	6.859.980	34	5.435.300	26	6.507.180	33	6.739.380	34
Ukupno	99.835.360	8.257	99.642.744	8.302	84.150.356	8.884	94.407.131	9.436	105.435.045	10.911

Tablica: Proizvodnja Cedevisa u jedinicama i tonama na lokaciji Planinska 2018. – 2022.

Apatovec location	2018		2019		2020		2021		2022	
	Jedinice	Litre	Jedinice	Litre	Jedinice	Litre	Jedinice	Litre	Jedinice	Litre
Cedevisa GO	14,311,812	4,722,898	14,856,726	4,902,720	15,008,214	4,952,711	19,326,120	6,377,620	19,395,996	6,400,679

Tablica: Punjenje Cedevisa GO u jedinicama i litrama na lokaciji Apatovec 2018. – 2022.

* Cedevisa GO proizvodi se na dvije lokacije, i to na lokaciji Planinska gdje se čepovi pune Cedevisa multivitaminским granulama, a na lokaciji Apatovec voda se puni u ambalažu.

4.3 Prisutnost na tržištu

Cedevisa proizvodi prisutni su u **više od 30 zemalja** diljem svijeta.

Glavna tržišta:

- Hrvatska
- Slovenija
- Srbija
- Bosna i Hercegovina
- Sjeverna Makedonija
- Crna Gora.

**Vodeća robna marka u
kategoriji bezalkoholnih
napitaka voćnog okusa
u Hrvatskoj i Sloveniji.**

Izvor: Brand Value Creator istraživanje, Ipsos, Rujan 2022



4.3.1 Prodaja

U regiji se godišnje proda gotovo 11 tisuća tona Cedevisa, najvećim dijelom u maloprodaji, što čini više od polovice ukupnog obujma prodaje. Maloprodaju slijede HoReCa i On the Go, a manji udio čine bomboni.

Portfelj	Udio u prodaji
Maloprodaja	53%
HoReCa	26%
On the Go („U pokretu“)	17%
Bombon	4%

Tablica: Udio prodaje po portfelju u 2022.

Strateški ciljevi:

- Osvojiti nove korisnike / osnovne korisnike prilikom sudjelovanja u novim prilikama
- Iskoristiti snažan kapital robne marke u novom kontekstu
- Poboľjšati profitabilnost segmenta Out of Home (konzumacija izvan kuće, eng. OOH).
- Premostiti prepreke robne marke Cedevisa (On the Go, „konzumacija u pokretu“, eng. OTG) koje se ogledaju u načinu na koji ljudi percipiraju šećer, nedostatku fitnessa kao životnog stila i atributu hidratacije

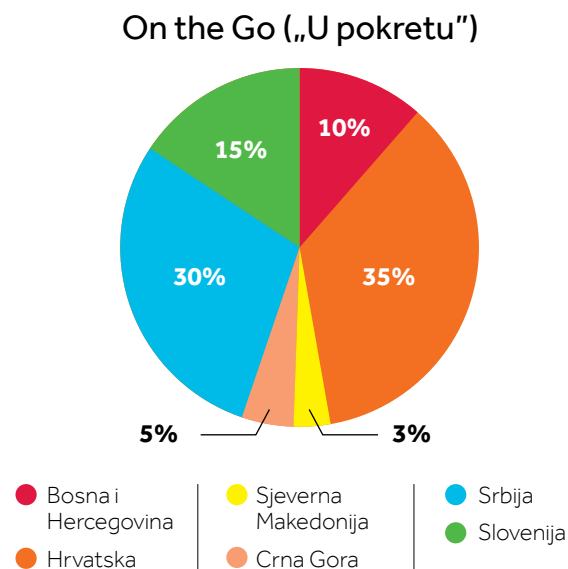
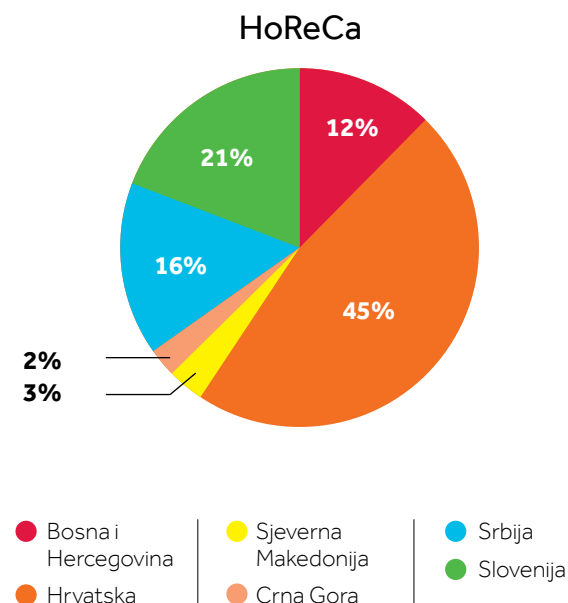
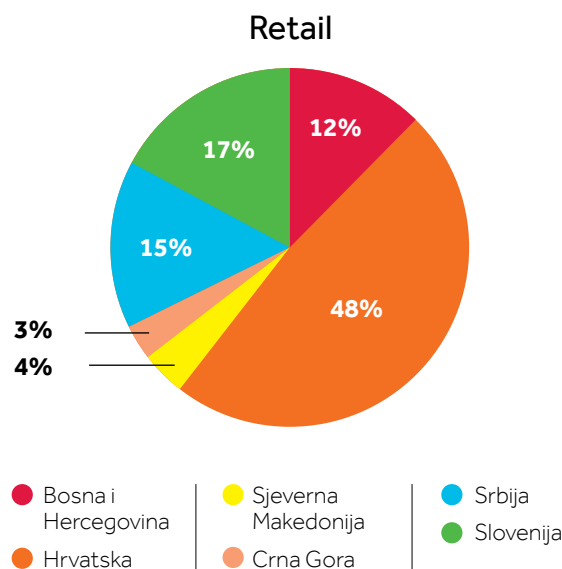
Najveći obujam prodaje u svim kategorijama Cedevisa proizvoda ostvaruje se na hrvatskom tržištu. Nakon Hrvatske slijede Slovenija, Srbija te Bosna i Hercegovina, gdje postoje razlike ovisno o vrsti proizvoda. Srpsko tržište s 30 % obujma prodaje On the Go proizvoda posebno je vrlo blizu hrvatskom tržištu, gdje se generira 35 % vrijednosti prodaje.

Tablica i grafikoni:

Prodaja prema vrijednosti i kategorijama glavnih tržišta u 2022.

Tržište	Maloprodaja	HoReCa	On the Go
Bosna i Hercegovina	12%	12%	10%
Hrvatska	48%	45%	35%
Sjeverna Makedonija	4%	3%	3%
Crna Gora	3%	2%	5%
Srbija	15%	16%	30%
Slovenija	17%	21%	15%

Najveći obujam prodaje u svim kategorijama Cedevisa proizvoda ostvaruje se na hrvatskom tržištu.



5

POSLOVNI NAGLASCI

CEDEVITA®

POSLOVNI NAGLASCI

2022. obilježila je rekordna prodaja i rast ostvaren na svim ključnim tržištima (posebice regionalnim tržištima) pomoću nekoliko velikih inicijativa kao dio robnih marki Cedevisa VIN na domaćem tržištu, Kala i Kalnička te Cockta. S druge strane, važni događaji u makroekonomskom okruženju (rat u Ukrajini i posljedična energetska kriza, izazovi u opskrbi lancu, inflacija) uzrokovali su porast ulaznih cijena, što je rezultiralo povećanjem troškova sirovina i materijala za pakiranje, energije, usluga kao što su prijevoz i logistika te povećanom cijenom rada. Takva su kretanja dovela do smanjenja našeg neto prihoda u odnosu na prethodnu godinu, s obzirom na činjenicu da naše izlazne cijene nisu povećane u mjeri potrebnoj da bi se pokrili svi ti negativni učinci na naše troškove.

Očekuje se da će sve ulazne cijene ostati na istim povišenim razinama u doglednoj budućnosti iako se također očekuje njihova stabilizacija na tim razinama uz potencijalne pozitivne razvoje prema kraju godine. Očekuje se da će snažniji utjecaj ovako povećanih troškova biti vidljiv u rezultatima iduće godine budući da su se svi navedeni događaji dogodili tijekom druge polovice 2022. godine. Osim toga, očekuju se i pozitivni učinci povećanja izlaznih cijena u skladu s razvojem tržišta i konkurencije.

LE CEDEVITA u 000 EUR	2018	2019	2020	2021	2022
Prihod	51.053	50.819	45.191	50.897	59.639
Prihod od prodaje	49.700	50.050	44.151	49.618	58.192
Ostali prihodi	1.353	768	1.040	1.279	1.447
Troškovi poslovanja	-43.198	-44.228	-38.849	-44.780	-53.292
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku	511	-9	627	480	2.074
Troškovi materijala i energije	-17.181	-16.430	-15.690	-17.740	-28.888
Trošak rada	-7.017	-8.087	-7.927	-8.691	-8.968
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	-8.545	-8.545	-5.483	-6.922	-6.509
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	-2.394	-3.219	-3.140	-2.627	-2.976
Ostali poslovni rashodi	-8.573	-7.937	-7.236	-9.279	-8.025
Dobit iz poslovanja	7.855	6.590	6.342	6.116	6.347
Financijski rashodi – neto	-50	-18	-22	-16	-22
Dobit prije oporezivanja (eng. EBIT)	7.805	6.572	6.321	6.101	6.324
Porez na dobit poduzeća	5	-713	-1.189	134	-343
Neto dobit za godinu	7.810	5.859	5.132	6.235	5.981
Stavke koje neće biti reklasificirane u račun dobiti i gubitka					
Aktuarski gubici za planove definiranih primanja, neto od poreza	-5	-8	-1	3	26
Ukupni ostali sveobuhvatni gubitak za godinu, neto od poreza	-5	-8	-1	3	26
Ukupna sveobuhvatna dobit za godinu	7.805	5.851	5.131	6.237	6.007

Tablica: Ključni ekonomski (poslovni) naglasci Atlantic Cedevisite d.o.o. za 2018. 2022. (bez podataka za robnu marku Boom Box)

Prihodi od sub- vencija, u 000 EUR	ZAKON 2021. FG	ZAKON 2022. FG
Struja	/	171,34
Project One – obrok za opstanak nove generacije	104,28	210,07
Ukupno	104,28	381,41

Tablica: Prihodi od subvencija u Atlantic Cedevita d.o.o. u 2021. i 2022.

U 2021. i 2022. godini dobiveno je više od 480 tisuća eura bespovratnih sredstava od države ili EU-a. U 2022. godini od Republike Hrvatske primljeno je nešto više od 171 tisuću eura za sufinanciranje korištenja električne energije u sklopu pomoći gospodarstvu tijekom globalne krize.

Od kolovoza 2020. do kolovoza 2023. godine odvijao se projekt „One – Obroci za preživljavanje i hitne slučajeve nove generacije” za koji je iz Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda dobiveno ukupno 798.693,46 eura bespovratnih sredstava u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija. Ukupna vrijednost projekta iznosila je 1.277.338,72 eura.

U 2021. i 2022. godini ukupno je za projekt dobiveno nešto više od 450 tisuća eura bespovratnih sredstava.

Atlantic Cedevita d.o.o. bila je vodeći partner u projektu, a Institut Ruđer Bošković sudjelovao je kao partner na Projektu.

Detaljniji opis projekta nalazi se u odjeljku Razvoj proizvoda.



6

ODRŽIVO UPRAVLJANJE

CEDEVITA®

ODRŽIVO UPRAVLJANJE

Atlantic Grupa održivo upravljanje shvaća kao proces u kojem se stvaraju nove prilike za razvoj i bolja budućnost za buduće generacije. Svjesni mogućnosti i rizika održivosti, svim aspektima našeg poslovanja pristupamo strateški, kako u pogledu razvoja novih proizvoda i tehnoloških procesa tako i u pogledu razvoja zaposlenika, komunikacije s kupcima i potrošačima, odnosa s investitorima i upravljanja lancem vrijednosti. Održivom razvoju pristupamo iz perspektive okoliša, društva i korporativnog upravljanja (eng. ESG), što je također integrirano u našu poslovnu strategiju. To slijedimo i u Atlantic Cedevita d.o.o. te postupno integriramo čimbenike okoliša, društva i korporativnog upravljanja u svoje poslovne procese. Naglasak je na učinkovitom gospodarenju vodom i energijom, razvoju održivih rješenja za pakiranje, stvaranju poticajnog i inovativnog radnog okruženja, angažmanu zaposlenika u društveno odgovornim aktivnostima, uspostavljanju dugoročnih partnerstava i suradnji s dobavljačima, angažmanu kupaca u aktivnostima i razvoju robnih marki te uspostavljanju dobrih odnosa s lokalnom zajednicom.

Obvezama održivosti slijedimo globalne ciljeve Ujedinjenih naroda do 2030. Atlantic Grupa je od 2007. godine potpisnica sporazuma Global Compact Organizacije Ujedinjenih naroda, koji predstavlja stratešku političku inicijativu za usklađivanje poslovanja i poslovnih strategija s deset općeprihvaćenih načela koja se odnose na ljudska prava, rad, prirodni okoliš i

borbu protiv korupcije.

U svim područjima svog poslovanja poštujemo važeće zakone. Naše interne etičke i korporativne politike ponašanja koriste se da bi se težilo integritetu, poštivanju ljudskih prava, sprječavanju svake diskriminacije na radnom mjestu ili u lancu vrijednosti, sprječavanju koruptivnih radnji, podmićivanja i zaštiti zviždača, a mi marljivo štitimo osobne podatke naših zaposlenika i kupaca.

Detaljniji pristup našem korporativnom ponašanju opisan je u Godišnjem izvješću Atlantic Grupe za 2022. godinu.

Ključni dokumenti održivog upravljanja u Atlantic Grupi:

- Izjava o primjeni Kodeksa korporativnog upravljanja (izdala Zagrebačka burza i HANFA)
- Kodeks korporativnog upravljanja Atlantic Grupe
- Kodeks poslovne etike (izdala Hrvatska gospodarska komora)
- Povelja raznolikosti (potpisana u sklopu projekta Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj)
- Pravila za zviždače
- Etički kodeks organizacije za nabavu



6.1. Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda, koje podržavamo i u svojim aktivnostima u Atlantic Cedevida d.o.o.**Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda****Aktivnosti****Zdravlje i blagostanje**

- U upravljanju sustavom zaštite zdravlja i sigurnosti na radu primjenjuju se načela norme ISO 45001.
- Za sva radna mjesta napravljena je procjena rizika.
- Provođenje obveznih i preventivnih programa promicanja zdravlja na radu.
- Cedevida je dodatak prehrani koji sadrži devet vitamina – pripremljeni napitak sadrži 50 % dnevnog unosa preporučene količine vitamina.
- Proizvodi su proizvedeni bez konzervansa, genetskih modificiranih organizama (GMO-a) i sirovina životinjskog podrijetla.
- Proizvodnja proizvoda bez šećera prikladna za dijabetičare.
- Pokretanje projekta „Budi Dobro. Budi CE.“ (www.budidobrobudice.com) edukativne web-stranice za poticanje ljudi svih generacija da brinu o vlastitom mentalnom zdravlju.
- U sklopu obilježavanja mjeseca borbe protiv raka dojke pokrenuli smo novu kampanju i edukativnu platformu pod istim nazivom „Budi Tu. Budi CE.“ radi upoznavanja javnosti s izazovima s kojima se susreću osobe oboljele od raka dojke i njihove obitelji.

**Kvalitetno obrazovanje**

- Provođenje redovite edukacije zaposlenika na različitim stručnim područjima.
- Javno obrazovanje o mentalnom zdravlju.

**Ravnopravnost spolova**

- Prilike za karijeru i razvoj dostupne su svim zaposlenicima bez obzira na spol.

**Čista voda i sanitarni uvjeti**

- Implementacija mjera okolišno prihvatljivog ponašanja za pitku, tehnološku i sanitarnu vodu, kao što je telemetrijski sustav koji se može koristiti za brzo prepoznavanje potencijalnih kvarova na cjevovodima.

6.1. Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda, koje podržavamo i u svojim aktivnostima u Atlantic Cedevisa d.o.o.

Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda	Aktivnosti
 Pristupačna i čista energija	• Poslovanje prema standardu ISO 50001 – sustavu upravljanja energijom. • Provođenje mjera i ulaganja u učinkovito korištenje energije i obnovljivih izvora energije. • Provođenje redovitog praćenja potrošnje energije putem telemetrije. • Rastući opseg otkupljene električne energije ostvaruje se iz obnovljivih izvora energije. • Uvođenje kriterija energetske učinkovitosti pri nabavi nove energetske opreme. • Uvođenje sustava nagrađivanja zaposlenika odgovornih za energetski sektor na temelju postignutih rezultata.
 Dostojanstven rad i gospodarski rast	• Usvojena Izjava o primjeni Kodeksa korporativnog upravljanja (izdala Zagrebačka burza i HANFA). • Usvojen Kodeks korporativnog upravljanja Atlantic Grupe. • Usvojen Kodeks poslovne etike (izdala Hrvatska gospodarska komora). • Usvojena pravila za zviždače. • Prihvaćeni etički kodeks organizacije nabave. • Donesena je cjelovita strategija upravljanja zaposlenicima pod nazivom „Strategija upravljanja ljudskim potencijalima“. • Interni proces prepoznavanja potencijala zaposlenika „Začini svoju karijeru“ i razvoj njihove karijere. • Uspostavljen proces upravljanja radnim učinkom i model nagrađivanja. • Kolektivni ugovor sklopljen sa Sindikatom radnika u djelatnostima energetike, kemije i metala Hrvatske. • Godišnje istraživanje organizacijske klime među zaposlenicima.
 Industrija, inovacije i infrastruktura	• Konstantno nastojimo kod zaposlenika Atlantic Grupe poticati promišljanje o važnosti održivog razvoja – pružanje održivih rješenja zaposlenika na područjima energetike, nabave, sirovina, ambalaže i otpada.

6.1. Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda, koje podržavamo i u svojim aktivnostima u Atlantic Cedevisa d.o.o.

Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda	Aktivnosti
 Smanjenje nejednakosti	• Potpisnici smo Povelje o raznolikosti (potpisana u sklopu projekta Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj). • Na razini Atlantic Grupe postoji Odbor za osiguranje dosljednosti u pružanju jednakih mogućnosti. • Usvojen Pravilnik o radu koji uključuje i ravnopravnost.
 Odgovorna potrošnja i proizvodnja	• Ulaganja u razvoj novih proizvoda, najbolje dostupne tehnologije i ekološko poboljšanje procesa, uključujući sigurnost hrane. • Upotreba materijala koji se može 100 % reciklirati za neke od naših proizvoda. • Zamjena materijala koji se ne mogu reciklirati onima koji se mogu reciklirati. • Smanjenje utroška materijala obnavljanjem ambalaže.
 Klimatska akcija	• Uvedeni standardi ISO 9001 – Sustav upravljanja kvalitetom i ISO 14001 – Sustav upravljanja okolišem. • ISO 50001 Sustav upravljanja energijom • Izračunat ugljični otisak robne marke Cedevisa. • Praćenje emisija u zrak.
 Život na kopnu	• Provođenje mjera za sprječavanje onečišćenja i kontrolu vlastitog utjecaja na okoliš redovitim praćenjem. • Uvođenje tehnoloških promjena uz minimalan utjecaj na prirodni okoliš.
 Partnerstva za postizanje ciljeva	• Atlantic Grupa potpisnica je sporazuma Global Compact Organizacije Ujedinjenih naroda, koji predstavlja stratešku političku inicijativu za usklađivanje poslovanja i poslovnih strategija s deset univerzalno prihvaćenih načela.

Za više informacija o tome kako podržavamo 10 načela sporazuma Global Compact pogledajte Godišnje izvješće Atlantic Grupe za 2022. (str. 42).

6.2. Stupovi održivog razvoja

Nastojeći integrirati globalna pitanja (EU Green Deal), potrebe naših dionika i vlastite strateške prioritete, odabrana su temeljna područja našeg djelovanja te je definirano pet jasnih stupova održivog razvoja (emisija, voda, recikliranje, zaposlenici, proizvodi) na razini Grupe. Ona čine dio strateškog planiranja Atlantic Cedevisa d.o.o., kao društva unutar Grupe:

1. smanjenje emisije stakleničkih plinova i udjela obnovljive energije
2. odgovorno korištenje vode
3. udio mogućnosti recikliranja materijala za pakiranje i udio korištene reciklirane plastike
4. zadovoljstvo zaposlenika, sigurnost i ravnopravnost spolova, edukacija
5. kontinuirano poboljšavanje recepture i nutritivne vrijednosti, jasno označavanje i smanjenje materijala za pakiranje

Da bismo učinkovito ostvarili ciljeve, formirali smo nekoliko timova koje čini više od stotinu zaposlenika Atlantic Grupe:

- Odbor AG za nefinancijsko izvješćivanje (koji se sastoji od 23 aktivna člana čija je uloga redovito pregledavati i odobravati popis ključnih pokazatelja uspjeha (eng. KPI), kritički procjenjivati rezultate te odobravati ciljeve na korporativnoj razini),
- radne skupine na strateškim poslovnim područjima (izrada njihovih strategija),
- vlasnici i upravitelji grupnih procesa,
- tim Grupe za energetska učinkovitost,
- Zeleni tim Grupe,

- tim tehnologa Grupe za razvoj ambalaže,
- financijski tim Grupe.

6.3. Izazovi i mogućnosti održivog razvoja

Naše aktivnosti i proizvodi u okviru stupa SPP Pića jasno su usmjereni na povećanje društvenih koristi u širem okruženju, posebice zdravstvenih aspekata naših proizvoda. Istodobno smo svjesni važnosti ekoloških aspekata, pri čemu su u prvom planu odgovorno upravljanje vodama, ekološki prihvatljiva ambalaža, odgovorno nabavljanje sirovina i smanjenje ugljičnog otiska. Svjesni smo da potrošači pića više ne traže samo osvježavajuće i funkcionalne proizvode, već i one koji su u skladu s njihovim etičkim i ekološkim vrijednostima. Prilagodba tim trendovima ključ je uspjeha na dinamičnom europskom tržištu industrije pića.

U Cedevisu smo svjesni važnosti svog utjecaja u promicanju društvene odgovornosti u regiji u kojoj posluje. Stoga su ključne aktivnosti u budućnosti usmjerene na daljnji razvoj održivih rješenja za smanjenje negativnog utjecaja na okoliš. Prepoznamo sve veće pritiske na mentalno zdravlje ljudi koji su se u većoj mjeri očitovali posebice tijekom i nakon epidemije Covid-19.

Stoga robna marka Cedevisa istražuje inovativne načine i kanale kako potaknuti stanovnike i korisnike da progovore o svojim psihičkim tegobama i razgovaraju o njima sa stručnjacima.

U tu smo svrhu uspostavili edukativnu platformu putem koje se podiže svijest o realnosti mentalnih poremećaja, savjetuje i omogućuje kontakt sa struč-

jakom postavljanjem konkretnih pitanja, gledanjem podcasta stvarnih intervjua s psiholozima i sl.

Budi DOBRO. Budi CE.

6.4. Integrirani sustav kvalitete

Kvaliteta proizvoda i zakonska usklađenost temelj su uspješnog poslovanja. Atlantic Cedevisa slijedi integrirani sustav kvalitete Atlantic Grupe koji se temelji na globalnim standardima o upravljanju kvalitetom, upravljanju okolišem, upravljanju energijom, sigurnosti hrane itd. Istovremeno težimo stalnom poboljšanju svojih proizvoda i usluga u skladu s očekivanjima dionika.

Integrirani sustav kvalitete temelji se na sljedećim standardima i certifikatima:

ISO 9001 – Sustav upravljanja kvalitetom

ISO 14001 – Sustav upravljanja okolišem

ISO 50001 – Upravljanje energijom

FSSC 22000 – Sustav upravljanja sigurnošću hrane

IFS Food – International Featured Standard Food (standard koji se koristi za procjenu dobavljača robnih marki proizvoda)

Atlantic Cedevisa također je nositelj znaka kvalitete „Hrvatska kvaliteta”. Znak daje priznanje hrvatskom proizvođaču / pružatelju usluge, a



Hrvatska kvaliteta

ujedno i sigurnost potrošačima da se radi o proizvodu/usluzi koji/koja zadovoljava najvišu razinu kvalitete

i predstavlja vrh kvalitete u svjetskoj ponudi.

U izvještajnom razdoblju, ali ni ranije, nije bilo slučajeva neusklađenosti s propisima i dobrovoljnim kodeksima o utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost.

LISTA CERTIFIKATA CEDEVITE

Pravni subjekt (Lokacija)	Tržište	Standard kvalitete	Standard za sigurnost i kvalitetu hrane	Standard za sigurnost hrane	Ekološki standard	EnMS
Atlantic Cedevisa (Zagreb)	HR	ISO 9001	IFS	HACCP	ISO 14001	ISO 50001
Atlantic Cedevisa (Apatovac)	HR	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001

Tablica: Atlantic Cedevisa integrirala je standarde i certifikate 2022. godine



6.5. Identifikacija strateških dionika

Uprava Atlantic Grupe i Uprava Atlantic Cedevisa d.o.o. pod njezinom upravom primarno je odgovorna za uspostavljanje i održavanje kvalitetnih odnosa s dionicima, čime se osigurava poštivanje svih prava naših dionika i uvažavanje njihovih interesa, pri čemu se slijedi dobra poslovna praksa. Uspostavljamo dijalog s dionicima kako na lokalnoj tako i na međunarodnoj razini jer želimo razumjeti njihove interese, utvrditi njihove glavne bojazni i pratiti globalne trendove koji su im važni.

Sa strateškim dionicima redovito komuniciramo o svim važnim temama različitim komunikacijskim kanalima koje po potrebi nadopunjujemo. Na taj način gradimo povjerenje, uspostavljamo prostor za zajedničko stvaranje i prihvaćanje inicijativa za poboljšanje te stvaramo dodatnu vrijednost robne marke.

Kao strateški dionici na razini Atlantic Grupe i u kompaniji Atlantic Cedevisa d.o.o. prepoznajemo:

Strateški dionici	Ciljevi	Komunikacijski kanali
Zaposlenici	· visoko motivirani, zadovoljni i kvalificirani zaposlenici · razvoj talenata i potencijala zaposlenika · sigurno i zdravo radno okruženje · jednake mogućnosti napredovanja bez obzira na spol	· intranet · interne novine · interna komunikacija putem e-pošte ili telefona · oglasne ploče · društvena mreža · web-mjesto · ankete zaposlenika · godišnje ocjene · događanja za zaposlenike
Dobavljači	· održavanje dugoročnih odnosa · razvoj novih inovativnih proizvoda · povećanje dodane vrijednosti u lancu vrijednosti · usklađenost sa zakonodavstvom i internim politikama za dobavljače · pouzdana, konkurentna nabava · svijest na području održivog razvoja · integracija održivog pristupa u lancu vrijednosti	· portal za dobavljače · kupoprodajni ugovor · ugovor o kvaliteti i održivosti · elektronički mediji (web-mjesto, adresa e-pošte, društvene mreže) · tradicionalni mediji (telefon, pošta) · osobni sastanci · upitnici za dobavljače · poslovni sastanci · godišnje izvješće Atlantic Grupe
Kupci i potrošači	· utvrđivanje potreba, želja i očekivanja kupaca i potrošača · podizanje svijesti o zdravom načinu života i održivom razvoju · prepoznavanje Cedevisa kao održive robne marke · održavanje i izgradnja povjerenja i lojalnosti potrošača	· regionalni centar za kontakt · web-mjesto · društvene mreže · informacije i oznake na proizvodima i pokraj njih · marketinške kampanje i događanja · e-bilten · istraživanje tržišta · godišnje izvješće Atlantic Grupe · edukativna platforma „Budi Dobro. Budi CE.”



Kao strateški dionici na razini Atlantic Grupe i u kompaniji Atlantic Cedevisa d.o.o. prepoznajemo:

Strateški dionici

**Zainteresirana
javnost: građanske
inicijative, lokalne
zajednice, strukovne
organizacije, udruge
itd.**

Ciljevi

- uspostavljanje dobrih odnosa
- suradnja za dobrobit lokalne sredine
- angažman lokalne zajednice i stručnih institucija
- izgradnja povjerenja i otvorene komunikacije
- stvaranje profesionalne podrške za dodatnu vrijednost

Komunikacijski kanali

- regionalni centar za kontakt
- sponzorstva i donacije
- izravna komunikacija s lokalnim vlastima, civilnim inicijativama, stručnim institucijama itd.
- web-mjesto
- društvene mreže
- adresa e-pošte
- telefon, e-pošta
- događanja organizirana za lokalnu zajednicu
- edukativna platforma „Budi Dobro. Budi CE.”

Vlasnici

- razvoj robne marke
- ostvarivanje poslovnih ciljeva i ciljeva održivosti
- uspješno upravljanje rizicima i prilikama

- izravna komunikacija
- tromjesečna i godišnja izvješća
- e-komunikacija
- telefon, e-pošta

Mediji

- informiranje o aktivnostima i događanjima robne marke i kompanije
- jačanje imidža i ugleda robne marke
- uspostava redovite komunikacije, dobrih odnosa i otklanjanje potencijalnih nejasnoća
- održavanje vjerodostojnosti robne marke i informacija o kompaniji

- priopćenja za tisak
- konferencije za tisak
- osobni razgovori
- web-mjesto
- društveni mediji
- e-komunikacija
- telefon, e-pošta

6.5.1. Matrica materijalnosti

Ključ strateškog održivog upravljanja čimbenicima okoliša, društva i korporativnog upravljanja (eng. ESG) jest utvrditi najvažnije teme za kompaniju i ključne dionike. Stoga smo u sklopu održivog upravljanja i izvještavanja o robnoj marki Cedevida izradili matricu materijalnosti u kojoj se utvrđuje značajnost pojedinih tema za Cedevidu i njene ključne dionike.

Dionike smo razvrstali u šest skupina, a to su izvršni direktori, zaposlenici, dobavljači, kupci (trgovački centri, veletrgovci), potrošači i ostali (građanske inicijative, strukovne organizacije, udruge itd.). U razdoblju od travnja do rujna 2023. na upitnik je odgovorilo ukupno 264 ispitanika. Upitnikom su bili obuhvaćeni aspekti okoliša (7 indikatora), društva (12 indikatora) i upravljanja (2 indikatora).

Analiza pokazuje da su značajnost aspekata okoliša, društva i upravljanja vrlo visoko ocijenili i kompanija i dionici, a u isto su vrijeme procjene među dionicima vrlo usklađene.

Društveni pokazatelji od najveće su važnosti, pri čemu su kvaliteta i sigurnost proizvoda na prvom mjestu kako za kompaniju tako i za dionike. Skup pokazatelja proizvoda dopunjen je pokazateljima zdravih proizvoda i funkcionalnih nutrijenata te proizvoda koji su ocijenjeni s više od 85 % značajnosti.

Socijalni aspekti visokog prioriteta uključuju one koji se odnose na zaposlenike. Briga o zdravlju i sigurnosti zaposlenika te poštivanje ljudskih prava u lancu vrijednosti najviše su rangirani pokazatelji. Među društvenim pokazateljima iznimno su visoko ocijenjeni pošteno i transparentno nagrađivanje zaposlenika, poticajno radno okruženje i visoko zadovoljstvo zaposlenika.

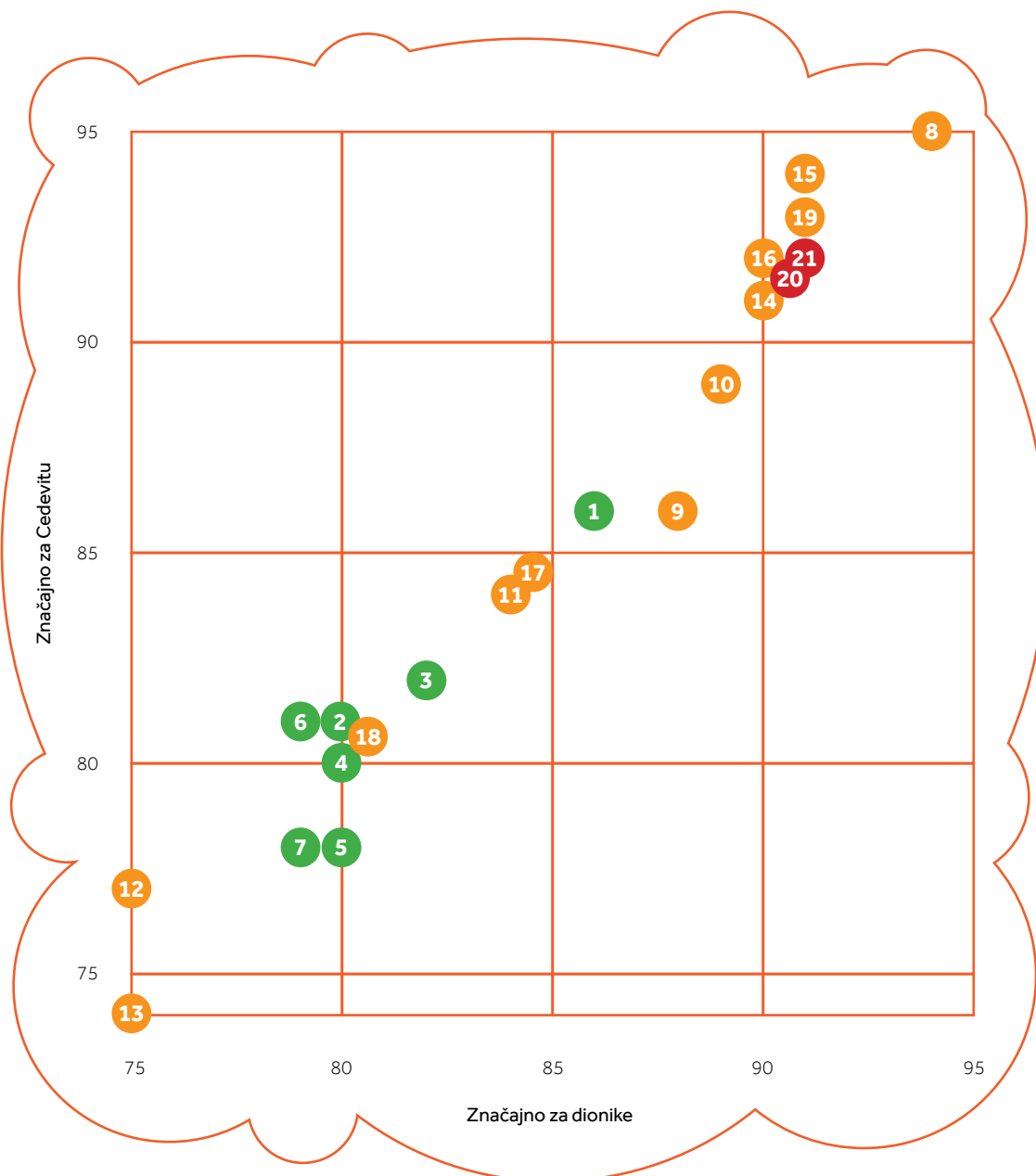
Društvena odgovornost (sponzorstva i donacije),

edukacija potrošača za pravilno odvajanje otpadne ambalaže i odabir dobavljača s minimalnim ugljičnim otiskom ocijenjeni su kao manje važni aspekti na socijalnom planu.

U području poslovanja odnosno upravljanja ističu se dva aspekta, a to su dugoročna ekonomska stabilnost u poslovanju te etično i transparentno poslovanje.

U usporedbi s najvažnijim društvenim i upravljačkim aspektima, ekološki su aspekti nešto niže ocijenjeni. Najvažniji aspekti zaštite okoliša odnose se na ambalažu. Mogućnost recikliranja ambalaže smatra se prioritetom, nešto manji prioritet pridaje se činjenici da ambalaža ne sadrži plastiku, nakon čega slijedi pokazatelj razine reciklata u ambalaži. Aspekti ekološkog otiska odnose se na smanjenje otpada i vode u proizvodnji, smanjenje ugljičnog otiska i drugih utjecaja na okoliš, kao što su onečišćenje zraka, buka, smrad itd. Cedevida pažljivo upravlja svim procijenjenim aspektima i te o njima izvještava.





Shema: Matrica materijalnosti robne marke Cedevisa

Okoliš

- 1 Reciklabilna ambalaža
- 2 Ambalaža od recikliranih materijala
- 3 Ambalaža bez plastike
- 4 Smanjenje otpada iz procesa proizvodnje
- 5 Optimizacija potrošnje vode u procesu proizvodnje
- 6 Smanjenje ugljičnog otiska (energetska učinkovitost i obnovljivi izvori energije)
- 7 Smanjenje utjecaja na okoliš (zagađenje zraka, buka, neugodni mirisi, bioraznolikost)

Društveni aspekti

- 8 Kvaliteta i sigurnost proizvoda
- 9 Funkcionalne hranjive tvari u proizvodima (vitamini i minerali)
- 10 Zdravi proizvodi (umjerena razina šećera i prirodni okusi)
- 11 Sastojci proizvoda iz održivog uzgoja
- 12 Edukacija potrošača o pravilnim postupcima pri sortiranju ambalaže
- 13 Odabir dobavljača s minimalnim ugljičnim otiskom
- 14 Stimulativno radno okruženje i visoko zadovoljstvo zaposlenika
- 15 Briga za zdravlje i sigurnost zaposlenika
- 16 Pošteno i transparentno plaćanje zaposlenika
- 17 Dobro korisničko iskustvo i lojalnost kupaca i krajnjih korisnika
- 18 Društvena odgovornost (sponzorstva i donacije)
- 19 Poštivanje ljudskih prava u cijelom lancu vrijednosti

Korporativno upravljanje

- 20 Dugoročno i ekonomski stabilno poslovanje
- 21 Etično i transparentno poslovanje

6.6. Članstvo u udrugama

Atlantic Cedevida d.o.o. članica je nekoliko nacionalnih, europskih i svjetskih udruženja i inicijativa:

- Hrvatska gospodarska komora (HGK),
- putem HGK – Grupacije za bezalkoholna pića članovi smo Europske udruge bezalkoholnih pića (UNESDA),
- Gospodarsko interesna udruga proizvođača pića Hrvatske (GIUPPH)
- GIUPPH članica je Europskog udruženja prirodnih mineralnih voda (Natural Mineral Waters Europe, NMWE), čime je Atlantic Grupa neizravna članica tog udruženja,
- Eko Ozra (organizacija za gospodarenje otpadnom ambalažom),
- Hrvatsko mikrobiološko društvo,
- Hrvatski zavod za norme,
- Globalni standardi jedan (GS1 Hrvatska) – Hrvatska udruga za automatsku identifikaciju, elektroničku razmjenu podataka i upravljanje poslovnim procesima,
- Svi tehnolozi Atlantic Cedevidite članovi su Hrvatske udruge prehrambenih tehnologa, biotehnologa i nutricionista (HDPBN).

6.7. Nagrade i priznanja

Robna marka Cedevida dobila je brojna priznanja i nagrade u različitim zemljama u kojima je prisutan za svoja postignuća u razvoju proizvoda, kreativnim rješenjima i društveno odgovornim kampanjama.

Priznanje ili nagrada	Zemlja	Godina primitka
 UEPS festival, Cedevida Rituali, Bezalkoholna pića i napitci, Priznanje za sveobuhvatnu promotivnu kampanju, BRONCA	Srbija	2022.
 UEPS festival, Cedevida Rituali, Priznanje za promicanje stvaralaštva u inozemstvu, BRONCA	Srbija	2022.
 UEPS festival, Cedevida Pink Grejp, Ambalaža i industrijski dizajn, Nagrada za stvaranje robne marke, ambalažu, BRONCA	Srbija	2022.
 The! Award za društveno odgovorno poslovanje, projekt „Budi TU. Budi CE.“, srebrna nagrada	Hrvatska	2023. (za 2022.)
 GrandPRix za društveno odgovorno poslovanje, „Budi TU. Budi CE.“ projekt, brončana nagrada	Hrvatska	2023. (za 2022.)
 Manpower Serbia „Human Driven Reshape“: nagrada za projekt „Dan vrijednosti 2022.“	Srbija	2023. (for 2022.)
 HR Days: nagrada za najbolji regionalni projekt „Dan vrijednosti 2022.“	Hrvatska	2023. (for 2022.)
 Drive konferencija, BIH: Nagrada TOP 5 za projekt „Dan vrijednosti 2022.“	Bosna i Hercegovina	2023. (for 2022.)
 Konferencija „HR Experience“, Srbija: Nagrada TOP 5 za projekt LEARN Academy	Srbija	2023. (for 2022.)

6.8. Upravljanje rizicima

Kao integrirana multinacionalna kompanija koja posluje u sektoru robe široke potrošnje (eng. FMCG), grupacija Atlantic Grupa izložena je mnogim vanjskim i unutarnjim rizicima. Da bismo spriječili i smanjili utjecaj tih rizika na naše aktivnosti, implementirali smo integrirani postupak upravljanja rizicima – Enterprise Risk Management (ERM) – u cijeloj Grupi. Proces uključuje identifikaciju rizika, njihovu kvalifikaciju i upravljanje njima.

Rizik poslovnog okruženja uključuje političke, makroekonomske i socijalne rizike, rizike od elementarnih nepogoda i opasnosti po zdravlje koji izravno utječu na poslovanje na svim tržištima na kojima kompanija posluje, a načelno kompanija ne može pojedinačno utjecati ni na jedan od tih rizika. Rizici klimatskih promjena u 2022. godini još nisu identificirani, oni će biti uključeni u izvješće za 2023. godinu.

Više o našem pristupu upravljanju rizicima dostupno je u Godišnjem izvješću Atlantic Grupe za 2022. (str. 147).

Ključni rizici koje prepoznajemo i kojima smo izloženi u Cedevidi:

- **Financijski rizici:** mogućnost da kupci bojkotiraju proizvod ili robnu marku iz etičkih, ekoloških ili drugih razloga. Važan financijski rizik predstavljaju i volatilnost tržišta, gospodarska recesija, poremećaji u opskrbi i zakonske promjene. Na financijske rizike odgovaramo strateškim planiranjem i predviđanjem, diverzifikacijom i proaktivnošću. To osigurava financijsku stabilnost i dugoročni uspjeh našeg poslovanja.

- **Zdravstveni rizici:** u obliku epidemija i pandemija,

kao što je slučaj s Covidom-19, gdje su se zatvarali kafići i restorani, što je smanjilo ili potpuno zaustavilo prodaju putem HoReCa kanala. Prilagodljivost i otpornost u slučaju nepredviđenih okolnosti u tom slučaju pokazala se iznimno važnom.

- **Rizik od krive percepcije izvedbe nagradnih igara:** sa stajališta odnosa s potrošačima potencijalni rizik može biti vezan uz provedbu Cedevitine nagradne igre odnosno može postojati rizik od percepcije potrošača da su nagradne igre unaprijed dogovorene. Taj rizik naglašava važnost održavanja transparentnosti i integriteta u našim promocijama. Da bismo upravljali rizikom, predani smo provođenju strogih sigurnosnih mjera i poštivanju zakonskih propisa, čime osiguravamo da se naše nagradne igre provode pošteno i nepristrano. Pravni savjetnik i javni bilježnik prisutni su na svakom važnijem izvlačenju, što isključuje bilo kakvu moguću manipulaciju rezultatima ili pristranost. Svake godine kreira se i videozapis svih dobitnika glavnih nagrada, gdje javnosti dokazujemo kako je riječ o stvarnim osobama. Zaposlenici Atlantic Grupe i članovi njihovih obitelji ne smiju sudjelovati u nagradnim igrama.

- **Rizik inovacija i uvođenja novih proizvoda na tržište:** prošlo iskustvo nas je naučilo da svaki aspekt proizvoda treba proučiti i testirati na malom uzorku potrošača od kojih se mogu dobiti korisne povratne informacije o proizvodu prije njegova plasiranja na tržište. Stoga je testiranje proizvoda s potrošačima postalo obavezna komponenta inovacija i razvoja novih proizvoda. To nam omogućuje kreiranje proizvoda i usluga koje prate želje i potrebe tržišta..

- **Rizik od krivotvorenja Ambalaža robne marke Cedevida:** ovo je važan rizik s kojim se suočavamo i koji utječe na percepciju kvalitete robne marke. Krivotvorenje ut-

ječe na ugled naše marke i potkopava povjerenje i kredibilitet. Zato smo poduzeli odlučne korake kako bismo zaštitili naše potrošače i ugled robne marke u suradnji s pravnim tijelima i agencijama.

**Više o našem
pristupu upravljanju
rizicima dostupno je u
Godišnjem izvješću
Atlantic Grupe
za 2022.**

(str. 147).

6.8.1. Identifikacija i procjena ekoloških aspekata i rizika

Na razini Atlantic Grupe provode se postupci za identifikaciju i procjenu okolišnih i energetske aspekata te rizika povezanih s našim aktivnostima i proizvodima radi upravljanja potencijalnim štetnim utjecajem na okoliš i njegove kontrole. Imenovane su odgovorne osobe koje čine Zeleni tim i njihova zaduženja. Ekološki aspekti i rizici utvrđeni su uzimanjem u obzir procesa i aktivnosti koji se provode na pojedinim lokacijama Grupe, a koji uključuju ulazne sirovine, nusproizvode iz proizvodnje, proizvodne procese, razvoj tehnologija i proizvoda, skladišta, radionice i laboratorije, privremeno skladištenje otpada, redovite i izvanredne mjere, nezgode i posljedice dosadašnjih aktivnosti na lokaciji. Jedanput godišnje provodi se pregled pojedinih aspekata i čimbenika te njihova procjena. Dodatni pregled provodi se i u slučaju izmjene politike za zaštitu okoliša, izmjene statuta, promjene tehnologije, u slučaju zahtjeva zainteresiranih strana (poslovni partneri, tržište, lokalno okruženje i sl.) te u slučaju drugih većih promjena koje mogu utjecati na promijenjene ili nove aspekte utjecaja na okoliš.

Prepoznati važni aspekti okruženja čine osnovu koja se koristi za utvrđivanje ciljeva i aktivnosti.



7

ODGOVORNOST PREMA PRIRODNOM OKOLIŠU

CEDEVITA®

ODGOVORNOST PREMA PRIRODNOM OKOLIŠU

U 2022. godini intenzivno se radilo na upravljanju okolišem te su ekološki aspekti integrirani u sve poslovne procese na razini Atlantic Grupe.

Uspostavljen je vlastiti sustav upravljanja okolišem i energijom te se stalno nadograđuje, a kontinuiranim praćenjem ekoloških pokazatelja smanjuje se vlastiti utjecaj na okoliš.

Posluujemo u skladu sa standardom upravljanja okolišem ISO 14001, ispunjavamo sve zakonske zahtjeve i pratimo interno uspostavljen proces upravljanja okolišem te upute Atlantic Grupe sa stajališta upravljanja okolišem, kao što su:

- upute za utvrđivanje i procjenu aspekata i rizika utjecaja na okoliš,
- upute za procjenu usklađenosti sa zakonodavstvom za zaštitu okoliša,
- upute za edukaciju o procesima gospodarenja okolišem i energijom,
- upute za komuniciranje o procesima gospodarenja okolišem i energijom,
- upute za postupanje u izvanrednim situacijama u procesu upravljanja okolišem,
- upute za gospodarenje otpadom,
- upute za postupke pri rukovanju opasnim tvarima i opasnim otpadom itd.

Težimo razvoju ekološki prihvatljivih rješenja, optimiziranju procesa, smanjenju potrošnje energije i vode, opreznoj potrošnji sirovina, smanjenju stvaranja otpa-

da, a učinkovitim planiranjem prijevoza svojih proizvoda optimiziramo potrošnju goriva i time smanjujemo ispuštanje emisije stakleničkih plinova iz prijevoznih sredstava u atmosferu.

Naši zaposlenici redovito se educiraju o zakonodavstvu o okolišu i drugim inovacijama.

Određeni djelatnici uključeni u istraživanje i razvoj s obiju proizvodnih lokacija Cedevidite (Planinska i Apatovec) dio su Zelenog tima na razini Grupe, dok su zaposlenici odgovorni za okoliš u Cedevidi uključeni u razvoj novih proizvoda. Atlantic Grupa uspostavila je i posebnu platformu na kojoj svi zaposlenici mogu dati svoje prijedloge i poboljšanja za zaštitu okoliša ili rješenja za smanjenje utjecaja na okoliš.

Provode se mnoge aktivnosti vezane uz okoliš, uključujući:

- rješenja za upravljanje otpadnim vodama,
- redovita mjerenja emisija ispuštenih u atmosferu,
- cjelovito gospodarenje otpadom,
- pažljivo rukovanje opasnim tvarima,
- savjesno postupanje sa sirovinama, gotovim proizvodima i ambalažom koji iz bilo kojeg razloga nisu prikladni za plasiranje na tržište,
- izbor čistih tehnologija i poštivanje ekoloških standarda pri planiranju i rekonstrukciji postrojenja,
- odvodnju i sanaciju kanalizacijskih sustava,
- praćenje kvalitete uz kontrolu ovlaštenog laboratorija.

Potrošnja vode i energije prati se daljinski, što nam omogućuje analitički pristup praćenju iskorištenja vode, električne energije, tlaka komprimiranog zraka i protoka pare. Istodobno se sustavom daljinskog upravljanja prate ključni pokazatelji energetske učinkovitosti. Daljinsko nam je upravljanje omogućilo da u potpunosti eliminiramo gubitke vode, a istodobno nam sustav omogućuje da u slučaju incidentnih situacija dobijemo upozorenje u trenutku kvara, zbog čega možemo pravovremeno reagirati i time smanjiti mogućnost zastoja u proizvodnim procesima. Praćenjem tlaka komprimiranog zraka u stvarnom vremenu (minutne snimke) na raspolaganju imamo alat koji nam omogućuje da na vrijeme otkrijemo greške koje bi mogle imati velik utjecaj na proizvodne aktivnosti te povećati financijske troškove.

Svojom predanošću za odabir ekološki prihvatljivih tehnologija i usluga, upravljanje energetskim rizicima i promicanje aktivnosti za povećanje energetske učinkovitosti kontinuirano brinemo o očuvanju okoliša te mu pridonosimo na pozitivan način.

7.1. Ugljični otisak

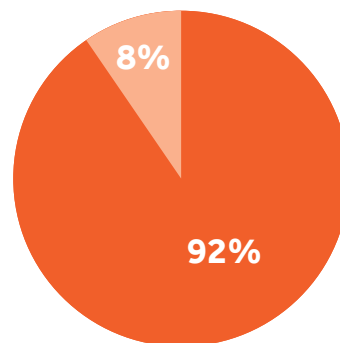
Ugljični otisak predstavlja ukupnu količinu emisija stakleničkih plinova (eng. GHG) koja se izražava u ekvivalentu ugljičnog dioksida (CO₂ ekv.). Količina ugljičnog otiska rezultat je aktivnosti pojedinca, organizacije, različitih procesa i/ili proizvodnje proizvoda. Uključuje zbroj količina stakleničkih plinova koje mogu izravno ili neizravno biti prouzrokovane pojedinačnom aktivnošću ili proizvodnjom.

U 2022. godini Atlantic Cedevida d.o.o. izračunala je Emisiju opsega 1 i 2 organizacijskog ugljičnog otiska za proizvodnju Cedevide. Izvješće o ugljičnom otisku služi kao osnova za odlučivanje i donošenje važnih poslovnih odluka za smanjenje klimatskih rizika i povećanje mogućnosti prilagodbe na klimatske promjene.

Ugljični otisak izračunat je uzimajući u obzir smjernice Protokola o stakleničkim plinovima i međunarodno uspostavljenu normu SIST EN ISO 14064-1:2019 te uključuje obje proizvodne lokacije Cedevide odnosno Planinsku i Apatovec. Za proizvodni pogon na **lokaciji Planinska** vrijednost ugljičnog otiska (metoda lokacije) iznosi **2.639,80 t CO₂ ekvivalenta**, a za **lokaciju Apatovec** **244,20 t CO₂ ekvivalenta**, što **ukupno iznosi 2.884,00 t CO₂ ekvivalenta**. U izračunima nisu uzeti u obzir mobilni resursi jer se potrošnjom energenata upravlja na konsolidiranoj razini kompanije.

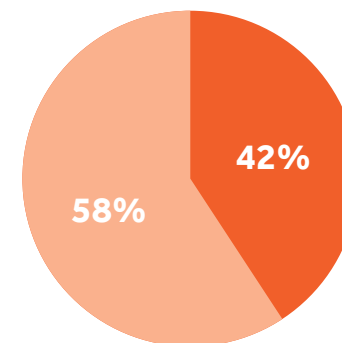
Rezultati pokazuju da su izračunate vrijednosti ugljičnog otiska prema tržišnoj metodi znatno veće, što ovisi o razmatranom faktoru emisije dobavljača električne energije, toplinske energije ili pare.

Planinska Apatovec



Grafikon: Udio ugljičnog otiska po proizvodnoj lokaciji u 2022.

Opseg 1 Opseg 2 (na temelju lokacije)



Grafikon: Udio ugljičnog otiska prema opsegu emisija u 2022.

Opsezi	Activity	Mjesto: Planinska		Mjesto: Apatovac	
		Količina	Jedinica	Količina	Jedinica
Opseg 1	Stacionarno izgaranje	Nema stacionarnog izgaranja		184,67	t CO ₂ ekv.
	Pokretno izgaranje	Sva su vozila unajmljena i upotrebljiva na razini poduzeća.		Sva su vozila unajmljena i upotrebljiva na razini poduzeća.	
	Rashladna sredstva	1.029,60	t CO ₂ ekv.	4,94	t CO ₂ ekv.
	Ostale procesne emisije	Podaci nisu dostupni	Podaci nisu dostupni	Podaci nisu dostupni	Podaci nisu dostupni
	Opseg 1 – ukupno	1.029,60	t CO₂ ekv.	189,62	t CO₂ ekv.
Opseg 2	Kupljena električna energija (100 % obnovljiva energija) – na temelju lokacije	229,28	t CO ₂ ekv.	54,58	t CO ₂ ekv.
	Kupljena električna energija (100 % obnovljiva energija) – tržišno	533,41	t CO ₂ ekv.	126,99	t CO ₂ ekv.
	Kupljena toplina i para	1.380,92	t CO ₂ ekv.	Nema kupljene topline i pare	t CO ₂ ekv.
	Opseg 2 – na temelju lokacije + toplina i para	1.610,20	t CO₂ ekv.	54,58	t CO₂ ekv.
	Opseg 2 – na temelju tržišta + toplina i para	1.914,33	t CO₂ ekv.	126,99	t CO₂ ekv.

Tablica: Ugljični otisak opsega 1 i 2 robne marke Cedevida u 2022.

7.2. Potrošnja energije

Za proizvodnju električne i toplinske energije koriste se različiti izvori energije, pri čemu nastojimo povećati udio obnovljivih izvora energije i zamijeniti fosilna goriva koja se koriste za grijanje ekološki prihvatljivijim izvorima.

Na lokaciji Planinska sva se električna energija nabavlja od dobavljača električne energije. Za grijanje se koristi tehnološka para, koja je također dobavljena od vanjskog dobavljača. Tijekom godina potrošnja električne energije lagano raste ili se mijenja, na što utječe nekoliko čimbenika kao što su obujam proizvodnje, okolišni uvjeti, asortiman proizvoda i promjena tehnologije hlađenja visokotlačnog kompresora koji se upotrebljava za napuhavanje PET ambalaže (odnosi se na lokaciju Apatovec). Korištenje toplinske energije ostaje prilično konstantno tijekom godina. Kao izvor topline upotrebljavaju se ukapljeni naftni plin (UNP) i lož-ulje.

Tijekom godina povećavali smo udio kupljene energije iz obnovljivih izvora, koja je već 2022. godine činila nešto manje od polovice kupljene energije (45 %) u usporedbi s 2021. godinom kada je iznosila samo 21 %.

Potrošnja energije	2020.	2021.	2022.
Lokacija Planinska			
Električna energija (u kWh)	4.043.579	4.249.155	4.615.517
Toplinska energija (para) (u kWh)	6.162.083	6.186.322	6.162.448
Ukupno (u kWh)	10.205.662	10.435.477	10.777.966
Lokacija Apatovec			
Električna energija (u kWh)	1.039.233	1.140.429	1.131.669
UNP (i propan) (u kWh)	43.254	47.773	44.183
Lož-ulje (u kWh)	791.179	917.713	694.947
Ukupno (u kWh)	1.873.666	2.105.915	1.870.799
Ukupno za lokacije Planinska i Apatovec	12.079.328	12.541.392	12.648.765

Tablica: Potrošnja energije u proizvodnim pogonima Planinska i Apatovec (za punjenje boca CGO-a) između 2020. i 2022.

Specifična potrošnja energije po proizvodnoj jedinici na lokaciji Planinska smanjuje se tijekom godina. U 2021. smanjena je za 3,7 % u odnosu na 2020., a u 2022. smanjena je za čak 10,7 % u odnosu na 2021. Temeljni razlog za stalno smanjenje potrošnje energije učinkovite su energetske mjere uvedene u proizvodne procese, kao što su:

- **Redovito praćenje potrošnje energije putem telemetrije za snimanje, pohranjivanje i vizualizaciju mjerenih parametara**, što nam omogućuje praćenje, predviđanje i brzo djelovanje u slučaju neželjenih događaja ili odstupanja, kao i planiranje optimizacije procesa.

- Poboljšanje toplinske izolacije sustava procesne pare, što podrazumijeva korištenje najučinkovitijih izolacijskih tehnika i materijala za npr. toplinsku zaštitu armatura na kanalu sustava tehnološke pare.

- Uvođenje kriterija energetske učinkovitosti pri nabavi nove energetske opreme, što znači da pri nabavi novih uređaja koji troše veliku količinu energije tražimo informaciju od dobavljača o očekivanoj potrošnji energije za propisano razdoblje već u fazi dobivanja ponude.

- **Uvođenje sustava nagrađivanja zaposlenika odgovornih za energetski sektor na temelju postignutih rezultata.**

Izvor energije	2020. (u kWh)	2021. (u kWh)	2022. (u kWh)
Lokacija Planinska			
Neobnovljivi izvori	10.205.662	8.333.280	6.162.448
Obnovljivi izvori	0	2.102.197	4.615.517
Ukupno	10.205.662	10.435.477	10.777.966
Lokacija Apatovec			
Neobnovljivi izvori	1.873.666	1.535.696	739.130
Obnovljivi izvori	0	570.219	1.131.669
Ukupno	1.873.666	2.105.915	1.870.799
Ukupno za Planinsku i Apatovec – neobnovljivi izvori	12.079.328	9.868.976	6.901.578
Ukupno za Planinsku i Apatovec – obnovljivi izvori	0	2.672.416	5.747.186

Tablica: Nabavljena energija iz neobnovljivih i obnovljivih izvora u proizvodnim pogonima Planinska i Apatovec u razdoblju od 2020. – 2022.

Implementiran je sustav nagrađivanja zaposlenika zaduženih za energetski sektor na temelju rezultata koje su ostvarili učinkovitim korištenjem energije.

Specifičan utrošak energije po jedinici proizvodnje	2020.	2021.	2022.	Plan za 2023.*
Lokacija Planinska (u kWh/t)	1.149	1.106	988	988
Lokacija Apatovec (u kWh/hl)	14,8	15,3	15,2	15,2

Tablica: Zajedničko korištenje energije po proizvodnoj jedinici u proizvodnim pogonima Planinska i Apatovec (uključeni svi proizvodi) između 2020. – 2022. i plan za 2023.

* Ciljne vrijednosti za sljedeću godinu obično se planiraju postavljanjem vrijednosti ostvarenih u tekućoj godini.

7.3. Onečišćenje

Jedan od proizvodnih pogona Cedevisa nalazi se u središtu grada Zagreba, što također uzrokuje emisije u lokalnom okolišu kao što je buka, emisije iz prometa i emisije otpadnih voda.

Iako nismo zakonski obvezni mjeriti onečišćivače zraka (nemamo vlastitu kotlovnicu) i emisije prašine iz proizvodnje, provodimo periodična mjerenja koja pokazuju da ne uzrokuje prekomjerno onečišćenje okoliša.

Imamo veći utjecaj buke u okolini gdje povremeno primamo neformalne pritužbe od obližnjih stanovnika na buku koja se emitira tijekom proizvodnje noću ljeti. U svim slučajevima pritužbi možemo provesti dodatna mjerenja buke na zahtjev podnositelja pritužbe. Do sada su rezultati mjerenja razine buke uvijek bili unutar dopuštenih granica. Imamo važeću odluku hrvatskog Ministarstva zdravstva o provedenim mjerama zaštite od buke na temelju koje se na godišnjoj razini preispituje pojava novih okolnosti koje bi zahtijevale ponovno mjerenje buke. Za to do danas nije bilo potrebe.

7.4. Upravljanje vodom

Svjesni smo vrijednosti vode, stoga njome pažljivo gospodarimo i tražimo rješenja za optimalno korištenje pitke vode i učinkovito pročišćavanje otpadnih voda.

7.4.1. Korištenje pitke vode

Pitka voda za tehnološku i sanitarnu uporabu na lokaciji Planinska prikuplja se iz javne vodoopskrbne mreže. Otprilike 54 % zahvaćene vode koristi se za tehnološke procese (manji se dio koristi u otopinama proizvoda, a ostatak za pranje opreme i za pogonske potrebe), dok se ostalih 46 % koristi za sanitarne potrebe, uključujući korištenje pitke vode u restoranu naših zaposlenika.

Na lokaciji Apatovec voda za tehnološke i sanitarne potrebe te za proizvodnju Cedevisa ToGo crpi se iz dva izvora, i to Brodec (ZB-1) i Gruice (ZG-1) u Apatovcu. Količina zahvaćene vode iz izvora utvrđuje se odlukom o koncesiji. Provode se redovita mjerenja razine podzemne vode u izvorima. Oba su izvora ograđena i pod ključem te pod stalnim videonadzorom. Provođi se i redoviti dnevni nadzor u vidu fizičkog obilaska zaštitarske službe. Svakodnevno se provode mikrobiološke i kemijske analize uzorkovane vode u izvorima i gotovih proizvoda u proizvodnji.

Naše se obveze redovito provode i rješavaju u skladu s koncesijom za crpljenje vode iz izvora. Praćenje i ispunjavanje zahtjeva u skladu s koncesijom provode Hrvatske vode.

U 2022. godini ukupna potrošnja vode na obje lokacije bila je manja za 7%. Potrošnja je bila manja i na lokaciji Planinska i na lokaciji Apatovec.

Inače, potrošnja pitke vode prilično je konstantna. Naša je politika u tom području ne povećavati apsolutnu razinu potrošnje vode, uzimajući u obzir očekivani rast obima proizvodnje. Da bi se postiglo učinkovito korištenje vode, mnogo se truda ulaže u sprječavanje kvarova koji mogu uzrokovati nepotrebno izlivanje vode. Tijekom godina stalni telemetrijski nadzor i dojava po satu omogućili su usavršavanje sustava tako da praktički nema gubitaka vode u vodoopskrbnom sustavu na lokaciji Planinska. Primjerice, u 2011. godini ukupno je zahvaćeno oko 53.000 m³ vode iz vodoopskrbnog sustava, dok je u 2022. godini zahvaćeno samo 8.144 m³. Razlog takvog smanjenja brzo je otkrivanje i popravak kvarova te njihovo sprječavanje. Jedna od važnih preventivnih mjera je automatska regulacija odnosno smanjenje tlaka s urbanog tlaka (+7 bara) na 5 bara na cijeloj lokaciji.

Ukupno iskorištenje tehnološke i sanitarne vode	2020.	2021.	2022.
Korištenje vode iz javne vodoopskrbne mreže (u m ³) – lokacija Planinska	7.753	8.072	7.911
Korištenje vode iz drugih izvora (m ³) – lokacija Apatovec	15.873	17.448	15.822
Ukupno za lokacije Planinska i Apatovec (u m³)	23.626	25.520	23.733

Tablica: Korištenje tehnološke i sanitarne vode u proizvodnim pogonima Planinska i Apatovec u razdoblju od 2020. – 2022.

Sustav telemetrijskog nadzora i dojava omogućio nam je da u vodoopskrbnom sustavu lokacije Planinska praktički nemamo gubitaka vode.

Između 2020. i 2022. godine vidljivo je smanjenje specifičnog iskorištenja vode po proizvodnoj toni na lokaciji Planinska, i to za približno 15 % u 2022. u odnosu na 2021. godinu. Specifična potrošnja vode na lokaciji u Apatovcu ostala je godinama ista, tj. 0,06 m³/hl.

Specifično korištenje vode po proizvodnoj jedinici	2020.	2021.	2022.	Plan za 2023.*
Lokacija Planinska (u m ³ /t)	0,87	0,86	0,73	0,73
Lokacija Apatovec (u m ³ /hl)	0,06	0,06	0,06	0,06

Tablica: Korištenje vode po proizvodnim jedinicama u proizvodnim pogonima Planinska i Apatovec 2020. – 2022.

*Ciljne vrijednosti za sljedeću godinu obično se planiraju postavljanjem vrijednosti ostvarenih u tekućoj godini.

7.4.2. Upravljanje otpadnim vodama

Upravlja se emisijama u vode te se provode redovita mjerenja sukladno važećoj vodopravnoj dozvoli s trajnom valjanošću koju izdaje institucija Hrvatske vode, koja gospodari vodama u skladu sa Zakonu o vodama. Mjerenja emisija otpadnih voda u sustav javne odvodnje provode se šest puta godišnje u jednakim vremenskim razmacima (lokacija Apatovec), a dva puta godišnje provodi se 24-satno uzorkovanje otpadnih voda koje provodi ovlašteni akreditirani laboratorij (lokacija Planinska). Odgovarajuća izvješća dostavljaju se nadležnom tijelu. Rezultati su u skladu sa zahtjevima vodopravne dozvole i ne prelaze granične vrijednosti.

Sukladno vodopravnoj dozvoli u otpadnim se vodama prate sljedeći parametri: pH vrijednost, temperatura, sedimentne tvari, biokemijska potreba za kisikom (eng. BPK₅), kemijska potrošnja kisika (eng. COD), ukupni organski ugljik (eng. TOC), nehlapljive lipofilne tvari (masti, mineralna ulja), anionski deterdženti, neionski deterdženti, policiklički aromatski ugljikovodici (eng. PAH), ukupan dušik, ukupan klor i otopljeni sulfidi.

Količina ispuštene otpadne vode	2020.	2021.	2022.
Tehnološka voda* (u m ³)	4.275	4.612	4.389
Sanitarna voda (u m ³)	3.717	3.761	3.755
Ukupno	7.992	8.373	8.144

Tablica: Količina ispuštenih tehnoloških i sanitarnih otpadnih voda u razdoblju od 2020. – 2022.

*Industrijske otpadne vode iz tehnološkog procesa.

7.5. Očuvanje bioraznolikosti i ekosustava

Pristup očuvanju biološke raznolikosti u Atlantic Grupi već je uključen u proces dizajniranja novih proizvoda, kao i u suradnju s dobavljačima. Tehnolog razvoja odabire potencijalne sirovine koje zadovoljavaju ekološke zahtjeve i zahtjeve održivosti, a nabava pri odabiru sirovina posebnu pozornost posvećuje ugroženim biljnim i životinjskim vrstama. Temelj za to je IUCN-ov *Crveni popis ugroženih vrsta i nacionalni popis zaštićenih vrsta* prema stupnju opasnosti od izumiranja. Popis se prati na mjesečnoj, tromjesečnoj ili godišnjoj osnovi.

Između 2020. i 2022. godine na područjima na kojima posluje Atlantic Grupa nalazila se jedna vrsta blizu ugroženosti i jedna vrsta kategorizirana najmanjim stupnjem ugroženosti.

7.6. Korištenje sirovina

Sve sirovine za svoje proizvode nabavljamo i koristimo na najodgovorniji način, kako u skladišnim i transportnim procesima tako i u procesu proizvodnje. Smanjujemo stvaranje ostataka i otpada u svim fazama procesa, kao što su vaganje, mljevenje, manipulacija itd. Koristimo provjerene i standardizirane sirovine, a dobavljači svih novonabavljenih sirovina moraju biti podvrgnuti našem procesu kontrole kvalitete. U procesu kontrole uključeni su odjeli nabave, istraživanja i razvoja i kvalitete.

Za više informacija o postupku nabave pogledajte odjeljak Odnosi s dobavljačima.

U posljednje tri godine bilježi se konstantan porast utrošenih sirovina, što je u skladu s povećanjem prodaje odnosno rastom narudžbi.



Smanjujemo stvaranje ostataka i otpada u svim fazama procesa, kao što su vaganje, mljevenje, manipulacija itd.

Sirovina (u kg)	2020.	2021.	2022.
Saharoza	7.780.215	8.271.850	9.646.300
Limunska kiselina (bezvodna i mikrokuglica)	776.055	814.123	930.548
Natrijev hidrogenkarbonat	257.815	269.892	309.838
Glukoza monohidrat	112.643	130.459	152.988
Naranča, limun i drugi okusi (limeta, crvena naranča, bazga, grejp*)	123.070	125.681	135.796
Askorbinske, jabučne i vinske* kiseline	48.319	46.226	48.541
Pucketavi bombon – okus jagode s maltozom	13.485	17.977	19.065
Sorbitol (prah)	17.006	18.227	18.307
Limun i naranča u prahu	/	2.584	14.772
Glukozni sirup	10.286	12.095	13.975
Koncentrat cikla	1.765	6.898	6.896
Ukupno	9.140.659	9.716.012	11.297.026

Tablica: Potrošnja ključnih sirovina za proizvodnju Cedevisa u razdoblju od 2020. – 2022.

*Samo u 2020.

7.6.1. Materijali za pakiranje

Ambalaža ima zaštitnu, transportnu i informativnu funkciju te ima važnu ulogu u osiguravanju visoke kvalitete i sigurnosti proizvoda. Ambalažni materijali koji se koriste moraju biti funkcionalni i pružiti maksimalnu zaštitu proizvoda tijekom cijelog životnog ciklusa proizvoda te osigurati najvišu kvalitetu proizvoda.

U Atlantic Cedevisi neprestano težimo održivoj i ekološki prihvatljivoj ambalaži radi optimizacije i smanjenja negativnog utjecaja ambalaže na okoliš.

Sustavno uvodimo mjere smanjenja težine ambalaže i mogućnosti recikliranja rabljene ambalaže te promičemo pravilno zbrinjavanje otpadne ambalaže i važnost odvojenog prikupljanja otpada među potrošačima.

Sve boce koje se koriste za Cedevisa granulat izrađene su od **100-postotno reciklirajućeg polietilena** visoke gustoće (eng. HDPE). Da bismo osigurali punu mogućnost recikliranja plastične ambalaže svojih proizvoda, tijekom 2021. godine započeli smo zamjenu ovojnih etiketa na primarnoj ambalaži izrađenoj od PVC materijala PET materijalom. Do kraja 2022. to je provedeno na svoj plastičnoj ambalaži, čime je dobiveno **2 % više reciklabilne ambalaže nego godinu prije.**

Isto smo tako u 2021. pakiranje od 500 grama u tripleks foliji zamijenili pakiranjem od 455 grama od reciklirajućeg polietilena visoke gustoće (eng. HDPE), što je rezultiralo **smanjenjem potrošnje nerekiclabilnog materijala za 39 tona.**

U 2020. godini uveli smo novo pakiranje u segmentu On the Go, čime smo smanjili broj različitih korištenih materijala jer je cijeli čep bočice s dozatorom sada iz-

rađen samo od polipropilena (PP), što nije bio slučaj u prethodnim verzijama. Uvođenjem novog čepa znatno smo smanjili i njegovu težinu, što na godišnjoj razini znači više od **180 tona manje utrošenog materijala**.

U odnosu na prethodnu verziju novi čep ima funkcionalno nadograđen mehanizam otvaranja, grlo boce je spuštено, a očuvan je širi promjer boce od 38 mm, što potrošačima omogućuje još lakšu konzumaciju.

Zadržali smo posebnost skladištenja multivitaminskog granulata u čepu boce koje se aktiviranjem čepa otapaju u izvorskoj vodi. Na taj se način potrošaču uvijek nudi svježe pripremljen, beskompromisno visokokvalitetan, siguran i funkcionalan proizvod.

Papirnate slamke uvedene su u HoReCa segment i prije donošenja zakonske regulative, čime je **smanjena količina jednokratne plastike**.

Sva rabljena sekundarna i tercijarna ambalaža, naljepnice i transportna ambalaža izrađeni su od **papira koji se može stopostotno reciklirati**. Plastična termofolija zamijenjena je Shelf Ready kartonskom ambalažom. Ta nam je zamjena omogućila da smanjimo upotrebu ambalažne plastike u proizvodnji za 48 tona. Sva kartonska transportna pakiranja imaju FSC certifikat – što potvrđuje održivo gospodarenje šumama.

Uvođenjem novog pakiranja Cedevice On the Go smanjen je broj korištenih materijala, a uvođenjem novog čepa uštedeno je 180 tona materijala.

Vrsta materijala za pakiranje

	Tone	Udio
2020.	1.723,58	
Reciklabilna ambalaža	1.489,83	86,44%
Nereciklabilna ambalaža	233,75	13,56%
2021.	1.972,00	
Reciklabilna ambalaža	1.720,75	87,26%
Nereciklabilna ambalaža	251,25	12,74%
2022.	2.382,70	
Reciklabilna ambalaža	2.124,84	89,18%
Nereciklabilna ambalaža	257,86	10,82%

Tablica: Količina i udio reciklabilne i nereciklabilne ambalaže u razdoblju od 2020. – 2022.

7.7. Upravljanje otpadom

Otpadom se postupa odgovorno, na način kojim se ne ugrožava zdravlje zaposlenika i lokalnog stanovništva te tako da nema negativnih utjecaja na prirodni okoliš.

Poštujemo se zakonskih zahtjevi i Pravilnik o uklanjanju svih vrsta otpada iz tehnološkog procesa i mulja iz procesa pročišćavanja otpadnih voda Atlantic Cedevice za lokacije Planinska i Apatovec. Otpadom se gospodari prema hijerarhiji gospodarenja otpadom u pet koraka, pri čemu nastojimo smanjiti njegovo nastajanje te pravilno odvojeno prikupljati nastali otpad. Promičemo ponovnu upotrebu i procese koji omogućuju ponovnu upotrebu proizvoda ili dijelova proizvoda koji više nisu potrebni u našim poslovnim procesima. Sukladno tome „velike vreće“ koriste se za prikupljanje nusproizvoda ili se proslijeđuju na ponovnu uporabu u druge svrhe. Otpad se prikuplja odvojeno na mjestu nastanka i predaje ovlaštenim izvođačima

gospodarenja otpadom prema utvrđenim postupcima i rokovima.

Većina se otpada reciklira. Ostali postupci gospodarenja otpadom su:

- ponovna uporaba
- kompostiranje
- korištenje energije
- spaljivanje
- konačno zbrinjavanje miješanog komunalnog otpada koji nije namijenjen uporabi.

Neopasni otpad uključuje otpad kao što su materijali koji nisu namijenjeni za uporabu i uporabu, otpadni papir i karton, otpadne folije, plastika i stiropor, višeslojna ambalaža, biološki otpad iz proizvodne serije otpada, nusproizvodi i drugi neopasni otpad materijala.

Opasni otpad uključuje otpadnu električnu i električnu opremu, rashladnu opremu, otpadnu kon-

taminiranu ambalažu, miješane laboratorijske kemikalije, otpadne patrone i druge materijale koji se klasificiraju kao opasni otpad. Opasni otpad prosljeđuje se na recikliranje ili spaljivanje.

Mjere gospodarenja otpadom u posljednje tri godine:

- postavljanje ekoloških otoka za odvojeno prikupljanje otpada na više lokacija – smanjenje miješanog komunalnog otpada za 700 kg,
- uvođenje odvojenog prikupljanja zaštitnih maski i rukavica za jednokratnu upotrebu tijekom pandemije,
- korištenjem „velikih vreća“,
- višeslojna ambalaža po potrebi se razvrstava i prosljeđuje mehaničko-biološkoj obradi (MBO) da bi se dobila alternativna goriva dobivena iz otpada / kruta obnovljena goriva (eng. RDF/SRF), pogodna za proizvodnju energije u toplanama, cementarama i drugim postrojenjima za termičku obradu otpada,
- na lokaciji Apatovec postavljen je uređaj za dehidraciju mulja iz postrojenja za pročišćavanje otpadnih voda, što je pridonijelo smanjenom broju odvoza otpadnog mulja.

U 2022. godini ukupna količina otpada povećala se za 47 % u odnosu na 2020. godinu, čemu je najviše pridonijela povećana količina otpadnog mulja iz pročišćavanja otpadnih voda, čija je količina već 2021. godine bila 110 % veća u odnosu na prethodnu godinu zbog određenih problema s kojima se suočavaju u postrojenju za pročišćavanje otpadnih voda.

Vrsta otpada	2020.	2021.	2022.
Lokacija Planinska			
Neopasni otpad (u t)	208,80	383,32	384,29
Opasni otpad (u t)	9,88	28,59	26,10
Ukupno (u t)	218,68	411,91	410,39
Lokacija Apatovec			
Neopasni otpad (u t)	243,62	378,25	568,55
Opasni otpad (u t)	1,98	11,03	2,64
Ukupno (u t)	245,60	389,28	571,19
Ukupno za lokacije Planinska i Apatovec (u t)	464,28	801,19	981,58

Tablica: Količina otpada po vrstama otpada u razdoblju od 2020. – 2022.



Metoda upravljanja	2020.	2021.	2022.
Lokacija Planinska			
Ponovno korištenje (u t)	0	107,06	106,72
Recikliranje (u t)	155,86	194,99	178,43
Kompostiranje (u t)	29,29	56,11	34,46
Prikupljanje energije (u t)	0	0	40,60
Spaljivanje (u t)	1,62	2,83	1,70
Odlaganje na odlagalište* (u t)	22,00	22,33	22,38
Ukupno (u t)	208,80	383,32	384,29
Lokacija Apatovec			
Recikliranje (u t)	238,01	373,82	562,97
Spaljivanje (u t)	0,12	0,03	0,08
Odlaganje na odlagalište* (u t)	5,50	4,40	5,50
Ukupno (u t)	243,62	378,25	568,55
Ukupno za lokacije Planinska i Apatovec (u t)	452,42	761,57	952,84

Tablica: Neopasni otpad prema načinu gospodarenja u razdoblju od 2020. – 2022.

*Komunalni otpad, koji nije namijenjen za drugu vrstu uporabe, odlazi se na odlagalište.

Metoda upravljanja	2020.	2021.	2022.
Lokacija Planinska			
Recikliranje (u t)	8,11	26,69	24,63
Spaljivanje (u t)	1,77	1,90	1,47
Ukupno (u t)	9,88	28,59	26,10
Lokacija Apatovec			
Recikliranje (u t)	0,20	9,72	0,98
Spaljivanje (u t)	1,78	1,31	1,66
Ukupno (u t)	1,98	11,03	2,64
Ukupno za lokacije Planinska i Apatovec (u t)	11,86	39,62	28,74

Tablica: Opasni otpad prema načinu gospodarenja u razdoblju od 2020. – 2022.

Upravljanje otpadom	2020.	2021.	2022.
Lokacija Planinska			
Komunalni otpad odložen na odlagalište (u t)	22,00	22,33	22,38
Ukupan volumen otpada (u t)	217,90	411,91	410,40
Odvojeno prikupljeni otpad za daljnju uporabu (pepeo s dna peći, eng.BA) (u t)	195,90	389,58	388,03
Odvojeno prikupljeni otpad (u %)	90,00%	94,58%	94,55%
Učinkovitost odvajanja otpada (u t/t ili po hl ili po broju paleta)	0,020	0,029	0,037
Lokacija Apatovec			
Komunalni otpad odložen na odlagalište (u t)	5,50	4,40	5,50
Ukupan volumen otpada (u t)	245,68	389,78	571,19
Odvojeno prikupljeni otpad za daljnju uporabu (pepeo s dna peći, eng.BA) (u t)	240,18	385,38	565,69
Odvojeno prikupljeni otpad (u %)	97,76%	98,87%	99,03%
Učinkovitost odvajanja otpada (u t/t ili po hl ili po broju paleta)	0,009	0,014	0,021

Tablica: Gospodarenje otpadom u razdoblju od 2020. – 2022.



7.8. Razmjena ekoloških ideja

Procesi upravljanja okolišem i energijom komuniciraju se prema operativnim uputama Atlantic Grupe s ciljem održavanja učinkovitih postupaka komuniciranja i informiranja zaposlenika i ostale zainteresirane javnosti.

Utvrđene su odgovorne osobe i odgovornosti, postupci za rješavanje pritužbi i izvanredne ekološke incidente.

Interna se komunikacija odvija u okviru timova za okoliš i energetiku, HACCP timova, kontinuiranog dijaloga zaposlenika na svim razinama, na oglasnim pločama, Ekofonu, intranetu, na obuci i edukaciji, putem e-pošte, na konferenciji Atlantic Grupe o procesu upravljanja okolišem i energijom itd. Sve je to sažeto u izvješću lokalnog menadžmenta.

O aspektima zaštite okoliša komuniciramo i s javnošću, kao što su mediji, poslovni partneri, investitori, vanjski izvođači, lokalno stanovništvo te redovitim izvještavanjem nadležnih institucija i davanjem podataka inspekcijskim i drugim tijelima.

U slučaju pritužbi javnosti, tim za zaštitu okoliša ili energetiku izrađuje nacrt odgovora, u čiju su izradu uključeni i pravni odjel i odjel korporativnih komunikacija.

8

ODGOVORNOST PREMA DRUŠTVENOM OKRUŽENJU

CEDEVITA®

ODGOVORNOST PREMA DRUŠTVENOM OKRUŽENJU

Robna marka Cedevisa snažno je ukorijenjena u lokalno okruženje i regiju u kojoj je prisutan. Svjesni svog utjecaja preuzimamo punu odgovornost za dobrobit naših zaposlenika i lokalno okruženje u kojem se nalazimo.

Različitim aktivacijama i kampanjama promičemo zdrav tjelesni i psihički razvoj pojedinaca svih životnih dobi, odražavajući time svoje vrijednosti i ostvarujući viziju unošenja svježine i pozitivnog duha u sve generacije.

Poštujemo različitost i pružamo jednake mogućnosti zaposlenicima bez obzira na spol, rasu, etničku skupinu ili vjersko uvjerenje. Identificiraju se talenti i olakšava se razvoj njihovih karijera unutar Atlantic Grupe.

Za sve zaposlenike omogućeno je dodatno osposobljavanje, obrazovanje i razvoj kompetencija kroz različite programe. Brinemo se o zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu te potičemo zaposlenike na zdrav način života. Marljivo provjeravamo i ocjenjujemo svakog dobavljača važnih sirovina i nastojimo maksimalno unaprijediti svoju suradnju s lokalnim dobavljačima.

Kupci i potrošači u središtu su našeg poslovanja, stoga su redovito uključeni u razvoj novih ili nadogradnju postojećih proizvoda. S njima se uspostavlja stalni dijalog. Njihove povratne informacije marljivo se pregledavaju i posljedično tomu ugrađuju u naše proizvode.

Ozbiljno shvaćajući svoju ulogu promicatelja zdravog načina života, tražimo načine i metode uključivanja u lokalnu zajednicu i širu regiju, posebice u podizanju svijesti

o tjelesnom i psihičkom zdravlju, imajući u vidu i ranjive skupine kojima nudimo svoj glas i podršku.

8.1. Prepoznajemo vrijednost svojih zaposlenika

Naš odnos prema zaposlenicima temelji se na sveobuhvatnoj strategiji upravljanja zaposlenicima Atlantic Grupe pod nazivom „Strategija upravljanja ljudskim potencijalima” koja čini dio naše sveobuhvatne korporativne strategije i uključuje tri glavna težišta:

- uspostavljanje agilne organizacije usmjerene na potrošače,
- razvoj inspirativnih vođa i
- osvajanje srca svojih zaposlenika.



U tom kontekstu cijenimo iskustvo i znanje svojih zaposlenika te im omogućavamo **profesionalni i osobni rast i razvoj**. Nastojimo zaposliti lidere koji su spremni preuzeti odgovornost za svoje odluke i postupke, biti uzori i učinkovito voditi tim. Istovremeno se želimo obratiti zaposlenicima na individualnoj razini i prepoznati ih kao vrijedne pojedince te im ponuditi **motivirajuće radno okruženje**.

Svi zaposlenici i novi djelatnici upoznati su s politikama Atlantic Grupe koje se odnose na prava i odgovornosti zaposlenika, poštivanje ljudskih prava na radnom mjestu, zaštitu dostojanstva radnika i zaštitu od diskriminacije. Prihvaćamo različitost svojih zaposlenika i pružamo im jednake mogućnosti napredovanja. Potičemo svoje zaposlenike da djeluju u skladu s pisanim i nepisanim pravilima ponašanja temeljenim na našim vrijednostima.

8.1.1. Struktura zaposlenih

Od 2020. do 2022. godine broj zaposlenih je rastao, što je odraz pozitivnog trenda u našoj branši. 56 % zaposlenika su žene, što je pokazatelj da poslovi nisu fizički prezahtjevni, čime je omogućena veća zapošljivost žena.

Dobna skupina od 31 do 50 godina čini većinu naših zaposlenika (43,6 %), dok je dobna skupina od 19 do 30 godina najmanja dobna skupina (18,8 %). Svjesni starenja naših zaposlenika nastojimo povećati udio mlađih zaposlenika te tražimo mlade talente.

Spol	2020.	2021.	2022.
Muškarci	149	157	154
Žene	181	184	197
Ukupno	330	341	351

Tablica: Broj zaposlenih po spolu u razdoblju od 2020. – 2022.

Svjesni starenja naših zaposlenika nastojimo povećati udio mlađih zaposlenika te tražimo mlade talente. Ovisno o djelatnosti kompanije, poželjni su profili iz područja proizvodnih procesa, osiguranja kvalitete, održavanja i sličnih tehničkih vještina, što uključuje kvalifikacije iz područja farmacije, prirodnih znanosti, nutricionizma i tehničkih struka. U područjima rada koja zahtijevaju višu razinu obrazovanja uglavnom se traže diplomirani inženjeri prehrambene i nutricionističke struke, kemijske tehnologije, biotehnologije, farmacije itd. Traže se i inženjeri strojarstva, elektrotehnike i drugih tehničkih znanja. Predviđeno je uvođenje programa pripravništva i stipendiranja za aktivan razvoj mladih talenata koji se još školuju ili završavaju školovanje te su u potrazi za prvim zaposlenjem.

Dob	2020.		2021.		2022.	
	Broj zaposlenih	u %	Broj zaposlenih	u %	Broj zaposlenih	u %
19-30	51	15,5	62	18,2	66	18,8
31-50	132	40,0	139	40,8	153	43,6
51-65	147	44,5	140	41,1	132	37,6
Ukupno	330	100	341	100	351	100

Tablica: Zaposlenici po dobnoj skupini u razdoblju od 2020. – 2022.



Završena razina obrazovanja	2020.	2021.	2022.
0	13	11	10
I	1	1	1
II	26	20	16
III	15	14	13
IV	180	197	205
V	5	5	5
VI	13	13	15
VII	71	74	80
VII	6	6	6
Ukupno	330	341	351

Tablica: Broj zaposlenih prema završenom stupnju obrazovanja u razdoblju od 2020. – 2022.

Status zaposlenosti	2020.	2021.	2022.
Ugovor na neodređeno vrijeme	313	310	305
Ugovor na određeno vrijeme	15	29	46
Sporazum na određeno vrijeme – sezonski rad	2	2	0
Total	330	341	351

Tablica: Zaposlenici prema radnom statusu u razdoblju od 2020. – 2022.

Broj zaposlenika koji su napustili kompaniju u 2022. godini veći je za 37 % u odnosu na 2020. godinu. Najčešći razlozi su odlazak u mirovinu, nastavak školovanja ili odlazak zbog bolje ponude negdje drugdje. U odnosu na 2020. godinu u 2022. godini zaposleno je 80 % više radnika. Ti djelatnici pripadaju godišnjem zapošljavanju određene stalne grupe ljudi u mjesecima od ožujka do listopada (umjesto sezonskih radnika), čime se osigurava konstantno visoka razina radnih vještina, a istovremeno se proizvodnim radnicima omogućuje korištenje godišnjeg odmora te tijekom ljeta (srpanj, kolovoz) prelazimo na dvosmjenski rad. Zapošljavani su i novi djelatnici zbog otvaranja novih vrsta radnih mjesta u održavanju, marketingu i prodaji te kao zamjena za zaposlenike koji su otišli.

	2020.	2021.	2022.
Promet (broj)	35	45	48
Novi zaposlenici (broj)	31	54	56

Tablica: Promet i novi djelatnici u razdoblju od 2020. – 2022.

Na radnim mjestima gdje je to moguće zaposlenici mogu raditi u hibridnom modelu rada odnosno djelomično raditi na daljinu. Posao u poduzeću obavljaju i studenti koji su zaposleni kao sezonski radnici u trajanju od jednog do najviše tri mjeseca.

8.1.2. Poštivanje različitosti i osiguranje jednakih mogućnosti

Predani smo pružanju jednakih mogućnosti za sve zaposlenike. **Raznolikost i inkluzivnost** u središtu su naših vrijednosti i promiču se različitim politikama poslovnog ponašanja.

Da bismo osigurali transparentnost jednakih mogućnosti i poštivanje različitosti, uspostavili smo jasne smjernice i ključne pokazatelje uspjeha (eng. KPI) koji osiguravaju implementaciju usvojene politike u naše poslovne procese.

Na razini Atlantic Grupe postoji Odbor za osiguravanje usklađenosti na tom području, a sastoji se od potpredsjednika grupe za korporativne aktivnosti, izvršnog direktora ljudskih potencijala i kulture i voditelja Odjela za akviziciju talenata. Uspostavljena je adresa e-pošte za podnošenje svih pritužbi: grievance@atlanticgrupa.com.

Prilike za karijeru i razvoj dostupne su svim zaposlenicima i proizlaze iz njihovih područja rada i profesionalnih vještina, stoga njihova dotična pozicija ne ovisi o spolu. U Atlantic Cedevis d.o.o. nitko od zaposlenika nije dio najvišeg rukovodstva (Uprave) Atlantic Grupe. Kompaniju predstavlja glavni izvršni direktor kompanije, a voditelji grupa su pretežno žene – više od 60 % zaposlenih menadžera su žene. Svi naši rukovoditelji potječu iz lokalne sredine odnosno iz Hrvatske.

Kategorija zaposlenika prema razini	u %	M%	F%	Dobna skupina %		
				< 30	30 - 50	> 50
Uprava	0%	nije dost.	nije dost.	nije dost.	nije dost.	nije dost.
Vijeće za odbor i upravljanje bez Uprave	0,28%	100,00%	0%	0%	0%	100,00%
Upravljanje drugima	15,54%	38,18%	61,82%	7,27%	54,55%	38,18%
Vanjski suradnici	64,69%	46,29%	53,71%	18,34%	41,92%	39,74%
Stručno osoblje	19,49%	39,13%	60,87%	18,84%	50,72%	30,43%
Ukupno	100,00%	43,79%	56,21%	16,67%	45,48%	37,85%

Tablica: Zaposlenici Atlantic Cedevis d.o.o. prema radnim mjestima i spolu u 2022.

Prilike za karijeru i razvoj dostupne su svim zaposlenicima bez obzira na spol.

8.1.3. Poštivanje dostojanstva i zaštita od diskriminacije

Imamo nultu toleranciju prema bilo kojem obliku diskriminacije na radnom mjestu, što također uključuje selekciju pri zapošljavanju i uvjete zapošljavanja, napredovanje, profesionalno usmjeravanje, stručno osposobljavanje i usavršavanje te prekvalifikaciju. Predani smo osiguravanju dostojanstva zaposlenicima na radnom mjestu omogućivanjem odgovarajućeg radnog mjesta i sprječavanjem bilo kakvog seksualnog ili drugog nasilja na radnom mjestu.

U slučaju prijave diskriminacije na radnom mjestu postupamo u skladu s internim Pravilnikom o radu koji sadrži način postupanja.

Tijekom 2021. godine prijavljen je jedan slučaj navodne

diskriminacije za koji je nakon provedenog postupka utvrđeno da je neutemeljen. U 2022. nije bilo prijava ni postupaka provjere diskriminacije.

8.1.4. Prepoznavanje talenata i razvoj zaposlenika

Težimo izvrsnosti na svakom području svog poslovanja. Budući da poslujemo u izrazito konkurentnom okruženju, posebna se pažnja pridaje zapošljavanju visokomotiviranih, obrazovanih i kreativnih zaposlenika. Stoga regrutaciju novih zaposlenika pažljivo planiramo pomoću različitih kanala odabira i akvizicije talenata, sustavom klasifikacije i ocjenjivanja, sastavljanjem ugovora i orijentacijskog programa na temelju kojih se i naši novi djelatnici uvode u naše radne procese.

Dio procesa upravljanja zaposlenicima je i upravljanje karijerom zaposlenika kojim se identifikiraju, razvijaju i stječu talenti za sadašnje i buduće potrebe Atlantic Grupe.

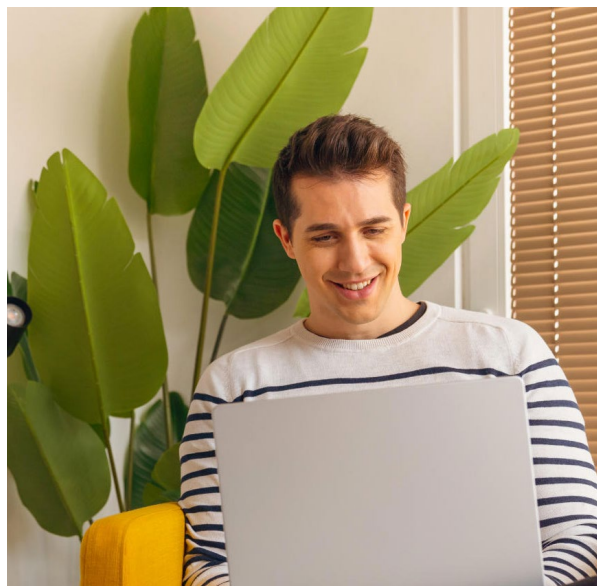
Početkom svake godine menadžment provodi razgovore o karijeri sa zaposlenicima svog tima u pogledu njihovih profesionalnih aspiracija, snaga i područja razvoja te definira akcijski plan za razvoj karijere. Te su in-

formacije usklađene s potrebama ljudskih potencijala na razini Atlantic Grupe i provode se prema potrebi.

Atlantic Grupa uspostavila je interni proces utvrđivanja potencijala zaposlenika i razvoja njihove karijere pod nazivom „Začini svoju karijeru”, pri čemu se zaposlenicima pružaju različite prilike za stjecanje novih znanja, razvijanje vještina i kompetencija, prepoznavanje talenata te rast i razvoj karijere sukladno konkretnim ambicijama, željama i vještinama. Proces omogućuje voditeljima pojedinih područja da podrže zapošljavanje novih zaposlenika i identifikaciju talenata.

Plan karijere	2020.	2021.	2022.
Udio zaposlenika s planom razvoja karijere	21,50%	22,50%	25%

Tablica: Udio zaposlenih s karijernim planom u razdoblju od 2020. – 2022.



U 2022. godini 25 % zaposlenika imalo je plan razvoja karijere.

8.1.5. Upravljanje učinkom

Upravljanje učinkom isprepleteno je s uspjehom pojedinog zaposlenika i uspjehom kompanije putem integriranja cilja na razini organizacije, odjela i pojedinca te poboljšanja učinkovitosti na razini pojedinca i njegovog tima. Proces upravljanja učinkom podijeljen je na nagrađivani i nenagrađivani dio. **Proces nagrađivanja** uključuje nagrađivanje zaposlenika u skladu s njihovim ugovorom o radu koji uključuje primanje godišnje nagrade. Odnosi se na individualna i timska postignuća, a uključuje i naknade za rad na strateški važnim projektima. Ostale bonuse i naknade svake godine na početku godine utvrđuje i odobrava član Uprave ili potpredsjednik za korporativne poslove.

Plaćanje ovisno o učinku predstavlja samo jedan od mnogih čimbenika koji pridonose jednakoj plaći bez obzira na spol jer se plaćanje i naknade temelje isključivo na učinku zaposlenika.

Učinak pojedinih zaposlenika ocjenjuje se sustavno u procesu razgovora o uspješnosti i razvoju. U 2022. svi zaposlenici koji rade na pozicijama „professional contributor” i „manage others” dobili su ocjenu radnog učinka.

Oko 90% zaposlenika angažiranih na „para-professional” pozicijama dobilo je ocjenu radnog učinka (isključujući sezonske radnike).

8.1.6. Osiguravanje adekvatnog plaćanja

Osnovna plaća ili fiksni dio plaće uvijek se definira prema radnom mjestu, neovisno o spolu. Vrijednost radnog mjesta temelji se na razini potrebnih vještina, opsegu odgovornosti i uvjetima radnog mjesta.

Minimalna početna plaća u 2022. godini iznosila je 730 eura bruto.

8.1.7. Kolektivni ugovori

U veljači 2022. godine sklopljen je Kolektivni ugovor za Atlantic Cedevisu d.o.o. sa Sindikatom radnika u djelatnostima energetike, kemije i metala Hrvatske. Ugovorom se definiraju prava i obveze na radnom mjestu za zaposlenike, kao što su radno vrijeme, dopust, sustav plaćanja, odgovornost u slučaju štete, obrazovanje i osposobljavanje za radno mjesto, zaštita od seksualnog i drugog nasilja na radnom mjestu, zaštita prava radnika, sudjelovanje radnika u procesu odlučivanja, zaštita na radu, informiranje sindikata, rad i uvjeti rada sindikata, rješavanje kolektivnih radnih sporova, pravo na štrajk, socijalni mir, tumačenje i praćenje provedbe Kolektivnog ugovora, trajanje Kolektivnog ugovora i mogućnost izmjena.

Utvdili smo također minimalne rokove za slanje obavijesti zaposlenicima o operativnim promjenama, a to je minimalno dva do tri mjeseca, ovisno o otkaznom roku uključenih radnika (što je regulirano Zakonom o radu i Kolektivnim ugovorom).

Sve pogodnosti Kolektivnog ugovora namijenjene su zaposlenicima u punom radnom vremenu.

8.1.8. Organizacijska klima

Svake se godine provodi istraživanje organizacijske klime među zaposlenicima na razini čitave grupacije Atlantic Grupe kojim se provjerava zadovoljstvo zaposlenika. U 2022. godini zaposlenici su pokazali **visoku razinu zadovoljstva radnim okruženjem** u Atlantic Grupi. Detaljnije izvješće nalazi se u Godišnjem izvješću Atlantic Grupe za 2022. godinu.

8.1.9. Obrazovanje i osposobljavanje

Svim zaposlenicima osiguravamo i pružamo mogućnost **stjecanja novih znanja, nadogradnje vještina i razvoja kompetencija** koje doprinose povećanju produktivnosti i sigurnosti na radu te profesionalnom obavljanju radnih zadataka. Zaposlenici se osposobljavaju za specifična tehnička područja vezana uz svoj posao, kao i za stjecanje i razvoj mekih vještina. Znanja i kompetencije stječu se i usavršavaju u programima kao što su:

a) Atlantic škola & Atlantic škola za menadžere: raznovrsni razvojni programi, obuke koje se provode sa svim zaposlenicima (i na stručnim i na menadžerskim pozicijama) i u velikoj mjeri uključuju razvoj mekih vještina kao što su prezentacije, upravljanje vremenom, upravljanje stresom, teme o dobrobiti itd.

b) Program UPRAVLJANJA sa zaposlenicima da izraze svoje aspiracije i definiraju individualni plan razvoja u dogovoru sa svojim nadređenim.

c) Razgovori o učinku i razvoju prilika: sa zaposlenicima da izraze svoje aspiracije i definiraju individualni plan razvoja u dogovoru sa svojim nadređenim.

d) Obuka temeljena na poslovnim potrebama: razvijena u suradnji s našim menadžerima i poslovnim partnerom P&C.

e) Samoinicijativne obuke: obuke na koje se zaposlenici u dogovoru s nadređenim prijavljuju sami (razni eksterni seminari, kongresi, konferencije i sl.), a odnose se na znanja potrebna za njihovo radno mjesto.

f) Atlantic GO: interno tržište prilika i platforma za izradu profila i pronalaženje prilika za razvoj (razni projekti, mentorstvo i drugi zadaci).

g) Funkcionalni program kvalitete laboratorija: uključuje obuku o procesu upravljanja okolišem i energijom te uključuje teme kao što su zakonski zahtjevi i interni postupci, temeljni ciljevi zaštite okoliša i energetska učinkovitost, politika zaštite okoliša, energetska politika, ciljevi Grupe/kompanije, upoznavanje s odgovornostima i posljedice u slučaju odstupanja od definiranih postupanja.

Zaposlenike se također potiče na aktivno sudjelovanje u sukreiranju novih rješenja za održivi razvoj.

Obrazovanje i osposobljavanje	2020.	2021.	2022.
Prosječan broj sati obrazovanja i osposobljavanja po zaposleniku	9,6	9,5	9,5

Tablica: Prosječan broj sati obuke po zaposleniku u razdoblju od 2020. – 2022.

Tijekom 2022. godine više od 100 zaposlenika (uključujući zaposlenike Atlantic Cedevisite) na razini Atlantic Grupe bilo je uključeno u obrazovne programe iz aspekata okoliša, društva i korporativnog upravljanja (eng. ESG), koji su uključivali šest modula održivosti, tri

U 2022. više od 100 zaposlenika (uključujući zaposlenike Atlantic Cedevisite) na razini Atlantic Grupe bili su uključeni u obrazovne programe koji pokrivaju ESG aspekte.

modula taksonomije u praksi te osposobljavanje za implementaciju standarda upravljanja okolišem iz serije ISO 14000.

8.1.10. Zaštita zdravlja i sigurnost na radu

Osiguravanje zaštite zdravlja i sigurnosti na radu jedan je od temeljnih uvjeta za uspješan i učinkovit rad. Zakonski zahtjevi na tom području i ISO 45001 standard o sustavu upravljanja zdravljem i sigurnošću na radu savjesno se slijede. Svi zaposlenici, kao i zaposlenici vanjskih izvođača koji rade na našim lokacijama na svim tržištima na kojima smo prisutni, uključeni su u sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu. Stručnjaci za zaštitu zdravlja i sigurnost na radu i specijalisti pojedinih područja svakodnevno provode preventivnu unutarnju kontrolu primjerenosti radnih mjesta i procesa radi sprječavanja ozljeda na radnom mjestu i osiguravanja zdravlja zaposlenika.



8.1.10.1. Procjena rizika na radnom mjestu

Izradili smo procjenu rizika i propisali mjere zaštite i sigurnosti za sve pozicije.

Procjena rizika temelji se na priznatim međunarodnim metodama (kao što je austrijska AUVA).

U procesu procjene rizika na radnom mjestu sudjeluju predstavnici radnika i sami radnici. Procjena rizika za pojedino radno mjesto donosi se na sjednici Odbora za sigurnost na radu i zaštitu zdravlja te je dostupna na radnom mjestu.

Svi zaposlenici mogu anonimno prijaviti potencijalni rizik ili opasnost na radnom mjestu. Izvešće pregledava stručnjak zadužen za zaštitu zdravlja i sigurnost na radu te zaposleniku i njegovom rukovoditelju daje povratnu informaciju o poduzetim mjerama. U slučaju utvrđenih nepravilnosti poduzimaju se korektivne mjere za otklanjanje nedostataka, zatim se ponovno provodi unutarnji nadzor u svrhu ponovnog osiguranja zdravlja i sigurnosti na radu.

8.1.10.2. Obuka o zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu

Prije početka rada na bilo kojem radnom mjestu svaki novi djelatnik prolazi obuku o zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu. Obuka obuhvaća opće sadržaje i specifične sadržaje prilagođene riziku na određenom radnom mjestu.

8.1.10.3. Provedba fizičkog i tehničkog osiguranja

Fizičko i tehničko osiguranje obavljaju ovlašteni vanjski partneri s kojima je Atlantic Cedevisa sklopila sporazum. Primarni posao zaštitara je zaštita ljudskih prava, kao što je zaštita osobnih podataka te profesionalno i nepristrano postupanje sa svakom osobom.

U skladu sa zakonskom regulativom Republike Hrvatske i našim korporativnim pravilima svi su zaštitari vanjskog partnera educirani i osposobljeni za provođenje politika, pravila, mjera i radnji svih razina i intenziteta pri provedbi fizičkih i tehničkih mjera zaštite.

Vanjski se zaštitari osposobljuju pri (ponovnom) započinjanju zaštitarskog rada na lokaciji, a periodičnu prekvalifikaciju provode njihovi neposredni rukovoditelji i/ili naše stručne osobe.

8.1.10.4. Promicanje zdravlja na radnom mjestu

Prije stupanja na rad novi se zaposlenici podvrgavaju obveznom liječničkom pregledu, a svi zaposlenici također najmanje **jedanput godišnje obavljaju preventivni liječnički pregled**. Radnici na radnim mjestima s povećanim rizikom za sigurnost i zdravlje također se podvrgavaju periodičnim ciljanim liječničkim pregledima. U sklopu periodičkog pregleda medicina rada educira radnike o akutnim posljedicama štetnih utjecaja na radnom mjestu, održavanju radne sposobnosti te ih savjetuje o zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu. O zdravlju zaposlenika brinemo i osiguravanjem primjerenog radnog okruženja, kao što je zamjena opasnih radnih tvari manje rizičnim tvarima za zdravlje zaposlenika, rotacija zaposlenika na radnom mjestu, osiguravanje optimalnih radnih uvjeta i sl.

Tijekom godine organiziraju se i preventivni programi **promicanja zdravlja zaposlenika** u dogovoru s dok-

torom medicine rada ili drugim vanjskim partnerima. Doktor medicine rada povremeno obilazi radna mjesta te daje savjete zaposlenicima i planira aktivnosti za poboljšanje zdravlja zaposlenika, organizira radionice o mogućim aktivnostima na radnom mjestu, kao što su rad za računalom, pretežno sjedeći ili stojeći rad, u slučaju izloženosti većem tjelesnom naporu zaposlenicima su na raspolaganju besplatne medicinske masaže i sl. Svim zaposlenicima osigurani su savjeti nutricionista o zdravoj prehrani i individualnom pristupu, savjeti o mogućim sportskim aktivnostima, kako prestati pušiti i sl. Zaposlenicima su na raspolaganju i brojni sportski klubovi Atlantic Grupe u koje se mogu učlaniti i aktivno sudjelovati. Naši zaposlenici mogu pomoću Multisport kartice ostvariti i sufinancirani pristup wellness sadržajima, fizičkom treningu i sportskim aktivnostima u raznim centrima za sport i rekreaciju.

8.1.10.5. Ozljeđe na radnom mjestu

Prate se sve ozljede koje se dogode tijekom poslovne godine, a dijele se na lakše ozljede, teške ozljede i ozljede sa smrtnim ishodom te prema tome jesu li nastale na radnom mjestu ili izvan radnog mjesta. Nastojimo isto tako spriječiti ozljede na radnom mjestu preventivnim mjerama koje podižu svijest o odgovornom ponašanju pri obavljanju radnih zadataka. Naš je cilj spriječiti ili minimizirati ozljede na radnom mjestu bez obzira na stupanj ozljede. Sve ozljede na radnom mjestu koje se dogode unatoč preventivnim mjerama smatraju se teškima.

Sve ozljede na radnom mjestu tijekom izvještajnog razdoblja bile su lakše ozljede. Nije bilo teških ni smrtonosnih ozljeda.



Ozljede na radnom mjestu	2020.	2021.	2022.
Broj ozljeda na radnom mjestu	3	3	3
Izgubljeni radni dani zbog ozljeda na radnom mjestu	73	86	49

Tablica: Ozljede na radu u Atlantic Cedevisi d.o.o. u razdoblju od 2020. – 2022.

Zapošljavamo i osobe s invaliditetom koje imaju prilagođeno radno mjesto prema svojim sposobnostima.

Radnici s invaliditetom	2020.	2021.	2022.
% radnika s invaliditetom	1,5%	1,5%	1,5%
Mjere posebne njege	Adaptacija poslovnog prostora, Prilagodba opisa posla (ne primjenjuje se rad u trećoj smjeni)		

Tablica: Postotak radnika s invaliditetom u Atlantic Cedevisi d.o.o. u razdoblju od 2020. – 2022.

8.1.10.6. Izostanak s posla

U razdoblju od 2020. – 2022. zaposlenici su također bili izloženi riziku od zaraze Covidom-19 na radnom mjestu jer obavljaju i poslove na kojima nije moguće održavati fizičku distancu u svakom trenutku. Radnici su također u međusobnom kontaktu prilikom dolaska i odlaska s radnog mjesta. U cilju sprječavanja širenja zaraze, nastojali smo osigurati **sigurno radno okruženje za sve radnike**, radnike s ugovorom na određeno vrijeme i vanjske izvođače na našim lokacijama tijekom trajanja epidemije. Osim redovnih aktivnosti uveli smo i mjere poput dnevnog evidentiranja infekcija po proizvod-

nim jedinicama i tržištima, praćenje i poštivanje uputa nadležnih tijela, osiguravanje odgovarajuće osobne zaštitne opreme, prilagodbu internih pravila, organizaciju i provedbu testiranja na Covid-19 na radnom mjestu, praćenje provedbe mjera i njihovo unapređenje. Porast bolovanja u 2021. i 2022. prvenstveno je rezultat obolijevanja zaposlenika od Covida-19.

U Atlantic Cedevisi d.o.o. nema evidentiranih profesionalnih bolesti odnosno nema evidentiranih radnika s definiranom profesionalnom bolešću.

Vrsta odsutnosti	2020.	2021.	2022.
Bolovanje (broj dana)	4.227	6.330	6.516
Osobe zaražene Covidom-19 (broj zaposlenih)	31	55	Nije praćeno
Roditeljski dopust (broj dana)	1.234	1.598	2.653

Tablica: Izostanak s posla zbog bolesti ili roditeljskog dopusta u razdoblju od 2020. – 2022.

8.2. Odnosi s dobavljačima

S dobavljačima se razvijaju **dugoročni odnosi**. Dobavljače pažljivo biramo i redovito provjeravamo, posebice one koji nas izravno opskrbljuju sirovinama za naše proizvode, pri čemu se zahtijeva potpuni **integritet** i zadovoljavanje **visokih prehrambenih standarda**. Identifikacija i procjena svih prepoznatih rizika u opskrbi lancu, kao i aktivnosti za izbjegavanje ili smanjenje posljedica rizičnih praksi i situacija u našem odnosu s dobavljačima zapisane su u Smjernicama za nabavu Atlantic Grupe i provode se mjesečno. Dodatno odobrenje potrebno je u slučaju novog materijala (sirovina

ili ambalaža) od novog dobavljača ili novog materijala od dobavljača koji već ima odobrenje Atlantic Grupe za druge materijale. Proces odobravanja provode odjeli za nabavu, istraživanje i razvoj i kvalitetu.

Najveći dio financijskih sredstava, oko 60 %, izdvaja se za nabavu primarnih sirovina i ambalaže od domaćih dobavljača odnosno dobavljača u Republici Hrvatskoj. Suradujemo također s mnogim dobavljačima iz EU-a. Svi naši dobavljači imaju nisku razinu rizika od ugrožavanja slobode udruživanja svojih radnika i kolektivnog pregovaranja, dječjeg rada, prisilnog ili obveznog rada. U budućnosti će se ocjenjivanje dobavljača uskladiti s pokazateljima koji su u skladu sa standardima Globalne inicijative za izvještavanje (eng. GRI) i Europskih standarda za izvještavanje o održivosti (eng. ESRS) s obzirom na osiguravanje adekvatnih ljudskih prava radnika u opskrbi lancu, provjeru dječjeg rada te prisilan ili obavezan rad.

Godina	Udio nabave od lokalnih dobavljača*
2020.	63%
2021.	60%
2022.	61%

Tablica: Udio utrošenih sredstava za primarne materijale i ambalažu lokalnih dobavljača u razdoblju od 2020. – 2022.

*Lokalni dobavljači su dobavljači sa sjedištem u Republici Hrvatskoj.

8.2.1. Procjena dobavljača

Postojeći i novi dobavljači ocjenjuju se na temelju nekoliko kriterija, čime se osigurava da svi dobavljači materijala i usluga za naše procese ispunjavaju naše zahtjeve i tražene kriterije. Procjena dobavljača provodi se na razini Atlantic Grupe u odjelu Centralne nabave. Pojedini se dobavljači ujedno procjenjuju dodatno ili pri

Oko 60 % sredstava utrošenih za sirovine dodijeljeni su lokalnim dobavljačima iz Hrvatske.

svakoj isporuci ulaznog materijala, što podliježe kontroli Odjela osiguranja kvalitete. Kontrola se odnosi na sirovine i ambalažni materijal, a kvaliteta ulaznih materijala provjerava se putem SAP informacijskog sustava za upravljanje poslovnim procesima. Učestalost procjene pojedinih dobavljača ovisi o riziku za materijal ili uslugu koju dobavljač nudi. Procjeni se najčešće podvrgavaju oni dobavljači koji najizravnije utječu na kvalitetu i sigurnost naših proizvoda.

Na temelju prikupljenih podataka jedanput godišnje daje se ocjena za dobavljača prema dvama kriterijima: kvaliteti i komercijalnim uvjetima. Odabiru se samo dobavljači usklađeni sa standardima Atlantic Grupe. Ocjena dobavljača služi kao osnova za izbor novih dobavljača, kao i za poboljšanje postojeće suradnje ili prekid suradnje s dobavljačima koji su u određenom razdoblju negativno ocijenjeni. Obavještavamo svakog dobavljača o postignutoj ocjeni.

Ocjenjivanje dobavljača materijala temelji se na dva kriterija:

1. kriterij: kvaliteta dobavljača

2. kriterij: uvjeti kupnje

1. kriterij: kvaliteta dobavljača

Svi ocijenjeni dobavljači podijeljeni su u tri razine kvalitete ili usklađenosti, ovisno o broju postignutih bodova.

Procjena	Usklađenost	Broj bodova
A – izvrsno	95%	65-80
B – dobro	80%	54-64
C – slabo	< 80%	≤ 53

Tablica: Konačna ocjena za 1. kriterij: kvaliteta dobavljača

2. kriterij: uvjeti kupnje

Prilikom procjene uzimaju se u obzir opći uvjeti nabave, kao što su cijena, uvjeti plaćanja, rok isporuke, proizvodni kapacitet, servisna podrška, agilnost, tehnička i stručna podrška, inovativnost, razvojni potencijal, aktivna suradnja pri poboljšanju proizvoda, strateško partnerstvo i ekološki aspekt prijevoza u smislu udaljenosti dobavljača.

Konačna ocjena – kombinacija kriterija 1 i 2:

A – Izvrsno

B – Dobro

C – Uvjetno prihvatljivo

Neprihvatljivo

U slučaju da strateški dobavljač dobije lošu ocjenu, nudimo mu mogućnost otklanjanja nedostataka u roku od godinu dana, u suprotnom će se provesti postupak zamjene dobavljača.

Novi materijali dobavljača odabiru se i provjerom utjecaja dobivenog materijala na biološku raznolikost na području njihova djelovanja. U središnjoj nabavi Atlantic Grupe pratimo IUCN-ov Crveni popis ugroženih biljnih i životinjskih vrsta te nacionalni popis zaštićenih vrsta.

Većina naših dobavljača ocijenjena je najboljom ocjenom odnosno ocjenom A – izvrsno. U 2022. godini bilo ih je čak 96 %. 4 % dobilo je ocjenu B – dobro, a ni jedan dobavljač nije dobio ocjenu C – loše.

Ocjena	Opis
A	Nema primjedbi na procijenjene odredbe i uvjete isporuke/troškova/usluga/prijevoza.
B	Dobavljači koji za ocjenjivano razdoblje ne ispunjavaju u potpunosti pojedine od kriterija potrebnih za ocjenu A.
C	Loši uvjeti i odredbe isporuke/troškova/usluga/prijevoza.

Tablica: Pravila bodovanja za uvjete i odredbe isporuke/troškova/usluga/prijevoza

Godina	Broj ocijenjenih dobavljača*	
	Lokacija Planinska	Lokacija Apatovec
2020.	61	25
2021.	52	27
2022.	51	24

Tablica: Broj ocijenjenih dobavljača na lokacijama Planinska i Apatovec u razdoblju od 2020. – 2022.

Broj dobavljača s određenom ocjenom	2020.	2021.	2022.
Lokacija Planinska			
A – izvrsno	58	49	49
B – dobro	3	3	2
C – loše	0	0	0
Lokacija Apatovec			
A – izvrsno	24	24	22
B – dobro	1	3	2
C – loše	0	0	0

Tablica: Broj ocijenjenih dobavljača određenom ocjenom na lokacijama Planinska i Apatovec u razdoblju od 2020. – 2022.

U 2022. 96 % naših dobavljača ocijenjeno je ocjenom izvrsno (A).

* Određeni dobavljači isporučuju sirovine za obje lokacije Planinska i Apatovec te se ocjenjuju zasebno po lokacijama.

U 2023. godini ocjeni je dodana detaljnija provjera zaštite okoliša, pri čemu **ocjena za zaštitu okoliša** čini dio ukupne ocjene dobavljača. Provjeravamo posluju li dobavljači u skladu sa zakonima, dozvolama i propisima o zaštiti okoliša, posjeduju li certifikat sustava upravljanja okolišem ISO 14001 ili EMAS (ako ga nemaju, pitamo ih za određene pokazatelje iz područja zaštite okoliša) i imaju li postavljene ciljeve i sustave upravljanja u područjima kao što su emisije, otpadne vode, zamjena opasnih materijala sigurnijima, obnovljivi izvori energije, učinkovito korištenje energije i korištenje održivih materijala.

U odnosu s dobavljačima vodimo računa o politici etičkog ponašanja, pri čemu slijedimo činjenicu da se ugovori sklapaju na način da se poštuju ljudska prava, socijalna, etnička, kulturna, spolna i rasna različitost. Svoje poslovne odluke u odnosu s dobavljačima moramo stoga donositi tako da ne dajemo prednost pojedinom dobavljaču zbog njegovih etničkih, spolnih ili rasnih obilježja.

8.3. Odnosi s kupcima

Istraživanja među potrošačima pokazuju **da integracija kompanije ili robne marke u društveno okruženje u kojem se oni nalaze postaje sve važnija**. Bitno je da kompanija gradi odnos s društvom te daje doprinos zajednici u kojoj djeluje kako bi osigurao bolju budućnost za sve buduće naraštaje. Robna marka Cedevida svijesna je važnosti vlastitog utjecaja na promicanje društvene odgovornosti. Stoga će jedna od ključnih aktivnosti u budućnosti biti usmjerena na razvoj održivih rješenja u cilju smanjenja negativnih

utjecaja na okoliš. Naš je dugoročni cilj održivosti stvaranje vrijednosti na način da održivost bude u prvom planu strateškog planiranja. Konstantnim praćenjem ekoloških trendova te osluškivanjem potreba kupaca i potrošača Cedevida nastoji graditi kvalitetne dugoročne odnose s kupcima i potrošačima u regiji.

8.3.1. Strateški pristup kupcima

Robna marka Cedevida ima konceptualno višegeneracijsku ciljnu publiku u skladu s našom komunikacijskom platformom Generacija CE. Najučinkovitiji način segmentiranja potrošača robne marke segmentacija je prema formatu i prigodi.

Naša se strategija temelji na stavljanju potrošača u središte svega što radimo.

Važne informacije o promjenjivim potrebama potrošača saznajemo istraživanjem tržišta, prikupljanjem povratnih informacija i analizom podataka koji nam služe kao vodič za dizajniranje naših proizvoda, usluga i poslovnih strategija s ciljem zadovoljenja potreba naših kupaca. Razvoj inovativnih rješenja također je jedna od ključnih komponenti našeg odnosa s potrošačima. Bez obzira radi li se o razvoju potpuno novih artikala, poboljšanju postojećih ili korištenju novih vrsta pakiranja, uvijek tražimo nove načine za poboljšanje svog portfelja. Osim toga, fleksibilnost je ključna pri stvaranju fleksibilnih operacija i opskrbenih lanaca da bi se brzo odgovorilo na promjenjivu potražnju. Budući da potrošači sve više cijene etičko ponašanje, održivost predstavlja temeljno načelo ugrađeno u naše poslovanje.

Da bismo ispunili očekivanja tehnički potkovanih klijenata, uložili smo u prisutnost na webu i optimizirali digitalna iskustva u ovo digitalno doba.





Komunikacija koja je jasna i transparentna, dodatna prilagodba trendovima industrije i angažman s potrošačima kritične su komponente naše strategije. Taj sveobuhvatan pristup omogućuje nam da uspješno čuvamo zadovoljstvo i provjerenje potrošača.

Ulažemo u uvide potrošača, analitiku podataka i istraživanje tržišta da bismo uskladili razvoj svojih proizvoda i inovacije s novim trendovima i promjenjivim preferencijama potrošača.

Nadalje, naše marketinške i komunikacijske strategije pažljivo su osmišljene da bi ojačale povezanost naše robne marke s potrošačima, potičući lojalnost robnoj marki i njegovo zagovaranje.

Štoviše, predani smo poboljšanju cjelokupnog iskustva potrošača putem personaliziranih marketinških kampanja, interaktivnog sadržaja i bespriekorne korisničke usluge s ciljem poticanja jače lojalnosti robnoj marki i dubljih veza s našim potrošačima. Taj sveobuhvatni pristup uključuje suradnju, partnerstvo i strateška savezništva u skladu s vrijednostima naše robne marke, a to ima odjeka i kod naše ciljane skupine. Ujedno osigurava proaktivnu potragu za prilikama kojima se pokreće rast robne marke, produbljuju veze s potrošačima i na osnovi kojih se strateški pozicioniramo, što u konačnici osigurava kontinuirani rast i uspjeh naše robne marke.

Budući da potrošači sve više cijene etičko ponašanje, održivost predstavlja temeljno načelo ugrađeno u naše poslovanje.

8.3.2 Zdravlje i sigurnost kupaca

Ostati pri vrhu trendova vezanih uz zdravlje ključno je u našoj industriji pića, posebice u Europskoj uniji. Europska unija prednjači u donošenju strožih propisa i smjernica za promicanje zdravije hrane i pića. Kao rezultat toga kupci postaju izbirljiviji u pogledu napitaka koje piju, s većim naglaskom na funkcionalnost, smanjeni udio šećera i nedostatak umjetnih sladila. Zato se maksimalno trudimo uskladiti proizvode koje nudimo s promjenjivim ukusima potrošača da bismo ostali konkurentni i bili u skladu s propisima.

U asortimanu robne marke Cedevida 57 % proizvoda nalazi se u kategoriji dodataka prehrani – kao nadopuna ili zamjena vitamina u prehrani. Pripremljeni Cedevida napitak sadrži **50 % preporučene dnevne doze vitamina**. Sadrži 9 vitamina (vitamin C, vitamin E, niacin, pantotensku kiselinu, vitamin B6, riboflavin, tiamin, folnu kiselinu i vitamin B12), koji su neophodni za funkcioniranje organizma. Cedevida je primjerena za **sve populacijske skupine**: žene, muškarce, djecu, mlađe i starije osobe, sportaše, rekreativce, fizički manje aktivne osobe itd.

100 % Cedevitinih proizvoda proizvodi su **obogaćeni nutrijentima** (vitaminima). 24 % proizvoda robne marke Cedevida ima **poboljšani nutritivni profil proizvoda** – količina šećera smanjena je za 50 % u odnosu na standardni proizvod, pri čemu je zadržan isti okus. 5 % Cedevida proizvoda je bez šećera i primjereno za dijabetičare. Svi su Cedevida **proizvodi bez alergena, bez genetski modificiranih organizama (GMO-a), pogodni za vegane i vegetarijance** jer se ne koriste sirovine životinjskog podrijetla. Cedevida proizvodi nisu tretirani ionizirajućim zračenjem i ne sadrže sirovine koje su bile

tretirane ionizirajućim zračenjem, da odabiremo one s minimalnim negativnim utjecajem na okoliš i ljudsko zdravlje. Na taj način štitimo okoliš, svoje zaposlenike, a posljedično i svoje kupce.

Zdravstvene koristi	Udio proizvoda
Dodatak prehrani	57%
Vitamini	100%
Smanjen unos šećera	24%
Bez šećera	5%
Bez genetski modificiranih organizama (GMO-a)	100%
Bez ikakvih sirovina životinjskog porijekla	100%

Tablica: Udio proizvoda robne marke Cedevida s određenim zdravstvenim prednostima za korisnike

**Svi proizvodi
robne marke Cedevida
sadrže vitamine.**

8.3.3 Kontrola kvalitete proizvoda

Kvaliteta proizvoda kontinuirano se provjerava tijekom i nakon proizvodnje u Centralnom laboratoriju Hrvatske i drugim vanjskim ovlaštenim laboratorijima. Veliku pozornost posvećujemo analizi parametara koji utječu na kvalitetu proizvoda, kao što su sirovine, ambalažni materijal i pitka voda.

Jedna od najvažnijih redovitih analiza Cedevitinih proizvoda je senzorska analiza. Provođi se radi praćenja i poboljšanja kvalitete i organoleptičkih svojstava proizvoda. Tu je i komisija testiranih i odabranih senzorskih stručnjaka koji otkrivaju svaku i najmanju promjenu u izgledu proizvoda i u njegovim organoleptičkim svojstvima.

Svaki zaposlenik dužan je pridržavati se politike kvalitete te u okviru svojih odgovornosti i ovlasti pridonositi ostvarenju zadanih ciljeva za osiguravanje kvalitete proizvoda. Korištenjem SAP informacijskog sustava osiguravamo učinkovit sustav sljedivosti svojih proizvoda koji u slučaju povlačenja ili opoziva proizvoda s tržišta omogućuje brz i potpun opoziv određenog proizvoda. Istodobno pridonosi učinkovitom upravljanju podacima i specifikacijama pojedinog ulaznog materijala. U 2023. godini informacijski

će sustav biti nadograđen na sustav SAP 4 HANA, što će omogućiti još bolju sljedivost i praćenje kvalitete proizvoda i ulaznih materijala.

8.3.4 Označavanje proizvoda

Jedan od stupova naše posvećenosti kvaliteti osigurati je da naši klijenti dobiju točne i pravovremene informacije.

Prvo i najvažnije, odnosi povjerenja izgrađeni su na činjeničnim informacijama.

Time se promiče snažan osjećaj povjerenja u našu robnu marku kada se potrošači mogu osloniti na informacije koje se nalaze na deklaracijama naših proizvoda ili u našim marketinškim materijalima. Dugotrajna lojalnost i dobar ugled proizlaze iz tog povjerenja. Osim toga, potreba za točnošću pojačana je zbog zdravstvenih i sigurnosnih pitanja u sektorima kao što su industrija hrane



i pića. Zdravlje naših kupaca ozbiljno je ugroženo ako im pružimo netočne ili nedostatne informacije o sastojcima, nutritivnom sastavu, alergenima ili uputama za korištenje. Stoga je očuvanje točnosti na tom području ne samo moralno nužno, već i propisano zakonom u mnogim različitim zemljama. **Pravilno deklariranje jamstvo je naše usklađenosti i pravnog integriteta.** Nadalje, točne informacije smatraju se sredstvom osnaživanja naših kupaca. Kada naši potrošači imaju pristup sveobuhvatnim i istinitim informacijama o proizvodu, bolje su pripremljeni za donošenje odluka koje su u skladu s njihovim prehrambenim preferencijama, moralnim načelima i medicinskim zahtjevima.

Uz te važne čimbenike točnost informacija također je usklađena s cjelokupnom kulturom robne marke naše kompanije. To pokazuje našu **predanost održivosti, moralnosti i otvorenosti.** Naša predanost pružanju točnih informacija izdvaja nas kao kompaniju kojoj su **poštenje i dobrobit kupaca prioritet** na sve konkurentnijem tržištu.

Tekstovi za deklariranje nastaju tako što poštujemo zakonske propise i norme te se njima vodimo. Stvaranje i postavljanje teksta za deklariranje naših proizvoda za piće detaljan je i vitalan proces za našu kompaniju. Naša je predanost usklađenosti s propisima nepokolebljiva i marljivo se pridržavamo specifičnih smjernica i zahtjeva koje postavlja svaka zemlja u kojoj se naši proizvodi prodaju.

Da bismo osigurali najveću točnost i transparentnost, vanjske agencije i nadležna tijela provode rigorozan proces dvostruke provjere svakog dijela teksta koji krase našu ambalažu za piće.

Taj sveobuhvatni pristup ne samo da osigurava ispunjavanje svih zakonskih i sigurnosnih standarda, već također pokazuje našu predanost pružanju pouzdanih i informativnih oznaka na našim proizvodima za naše kupce.

Oznake na proizvodima sadrže informacije o preporučenoj dnevnoj količini, načinu pripreme, upotrebe i čuvanja proizvoda. Isto je tako jasno označena vrsta ambalaže, što pomaže da se otpadna ambalaža naših proizvoda pravilno odvaja.

Između 2020. i 2022. nisu zabilježeni slučajevi nepoštivanja propisa u pogledu utjecaja proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost kupaca, kao ni nepoštivanje transkriptata ili dobrovoljnih kodeksa u pogledu podataka i označavanja proizvoda i usluga.

8.3.5 Znak „Hrvatska kvaliteta“.

Brojna istraživanja i znanstveni radovi potvrđuju činjenicu da potrošači razvijaju pozitivne emocije prema određenim proizvodima ili uslugama koji osim prepoznatljivosti, jedinstvenosti i dostupnosti imaju bitna domaća i lokalna obilježja, što svakako utječe na konačni odabir pri kupnji. Potrošači cijene domaću robnu marku i domaću proizvodnju te žele podržati njih i domaću proizvodnju.

Imajući to na umu, svim Cedevitinim proizvodima dodan je znak kvalitete „Hrvatska kvaliteta“ Hrvatske gospodarske komore. Znak Hrvatske kvalitete nose **natprosječno kvalitetne usluge i proizvodi proizvedeni na području Republike Hrvatske.** Znak kvalitete Hrvatska kvaliteta koristi se za prepoznavanje proizvoda i usluga, a istodobno pruža jamstvo potrošaču



Hrvatska kvaliteta

U razdoblju od 2020. – 2022. godine nisu zabilježeni slučajevi nesukladnosti u pogledu označavanja proizvoda i usluga ni njihova utjecaja na zdravlje i sigurnost kupaca.

da se radi o proizvodu i usluzi koji zadovoljava **najviše zahtjeve kvalitete** i predstavlja najbolje što zemlja može ponuditi.

8.3.6. Privatnost kupaca

Atlantic Grupa d.d. štiti privatnost kupaca primjenom Politike upravljanja osobnim podacima. Politika je usklađena s europskom Općom uredbom o zaštiti podataka i mjerodavnim nacionalnim zakonima. Njome se utvrđuju odgovornosti i ovlasti za različite odjele unutar organizacije, kao što su menadžment, pravni poslovi, IT i arhiva. Politikom se osigurava da se **osobni podaci prikupljaju i obrađuju na zakonit način i za posebne svrhe.** Njome se naglašava važnost točnog prikupljanja podataka i pohranjivanja na odgovarajuće vrijeme. Atlantic Grupa primjenjuje tehničke i organizacijske mjere za zaštitu osobnih podataka i obrađuje ih samo na temelju zakonskih osnova, kao što su privola, ugovorne obveze, zakonski zahtjevi i legitimni interesi.

Zaposlenici su educirani za **pažljivo postupanje s osobnim podacima** i dužni su prijaviti svaku sumnju na zlouporabu. Povrede podataka odmah se prijavljuju nadležnim tijelima. Politika također uključuje

imenovanje savjetnika za zaštitu osobnih podataka i službenika za zaštitu podataka. Vanjski su partneri dužni pridržavati se istih standarda zaštite podataka. U slučaju zlouporabe provode se odgovarajući postupci i mjere, a pogođene se osobe obavješćuju. Politika obuhvaća tehničke i organizacijske mjere koje su opisane u pravilniku o informacijskoj sigurnosti. Uvođenjem tih pravila Atlantic Grupa i povezana društva žele osigurati odgovarajući nadzor nad procesom zaštite osobnih podataka koji se u sklopu obavljanja posla prikupljaju, obrađuju i pohranjuju od zaposlenika, potencijalnih zaposlenika, ugovornih partnera, kupaca, ispitanika i drugih osoba u svrhe koje su u skladu s internim pravilima Društva i mjerodavnim zakonskim propisima.

Usklađivanje obrade zaštite osobnih podataka u Atlantic Grupi i svim povezanim društvima, neovisno o tome posluju li u EU-u ili izvan EU-a, omogućuje sigurniji i jednostavniji prijenos podataka u skladu s internim pravilima i važećim propisima te osigurava najvišu primjenjivu razinu zaštite osobnih podataka.

Nije bilo utemeljenih prigovora na povredu privatnosti korisnika ni gubitak ili zlouporabu podataka o korisniku/kupcu.

8.3.7 Razvoj novog proizvoda

Razvoj novog proizvoda ključni je aspekt SPP Pića jer omogućuje kompaniji nastavak konkurentnosti, pružanje odgovora na zahtjeve potrošača i uvažavanje novih trendova. Strategija razvoja novog okusa proizvoda započinje temeljitim istraživanjem tržišta radi utvrđivanja trenutačnih trendova, preferencija potrošača i nezadovoljenih potreba u kategoriji pića. Osim toga, glavni element strategije razvoja novog okusa i proizvoda je jačanje relevantnosti robne marke

i stvaranje noviteta koji će oduševiti potrošače koji žele promijeniti svoju rutinu i začiniti je novitetom.

Globalni i potrošački trendovi pokazuju da potrošači traže raznolikost.

Prema istraživanjima kompacije FMCG Gurus 2023. 66 % europskih potrošača voli nove egzotične okuse (u kategoriji pića). Nakon što je proizvod lansiran, od iznimne važnosti je i praćenje povratnih informacija potrošača, uspješnosti prodaje i tržišnih trendova. Pomoću tih podataka utvrđuju se područja za poboljšanje, prikupljaju uvidi za buduće iteracije proizvoda i provode prilagodbe marketinških strategija.

U kategoriji pića koja se stalno razvija, biti korak ispred preferencija potrošača i trendova kroz kvalitetno implementirane strategijame razvoja novih proizvoda, ključno je za uspjeh i napredovanje na konkurentnom tržištu.

Cedevida je već 2022. lansirala limitirano izdanje – Pink Grejp koji društveno odgovornom kampanjom podržava Udrugu koja brine o mentalnom i fizičkom zdravlju osoba oboljelih od raka dojke. Kampanja je ostvarila iznimno pozitivan odjek uspješno prenoseći snažnu poruku da u najtežim trenucima nije potrebno puno – dovoljno je biti tu. Dobili smo brojne komentare od osoba koje se bore s malignim bolestima, ali i od članova njihovih obitelji i bližnjih, koji su iskazali zahvalnost za pruženu podršku i vrijedne savjete psiholoških stručnjaka.

8.3.7.1 Interakcija s kupcima i krajnjim korisnicima

Naša predanost održivosti proteže se na aktivnu interakciju s kupcima i krajnjim korisnicima tijekom kontinuiranog procesa dubinske analize. Cijenimo koliko je važno saznati njihova mišljenja o materijalnim pozitivnim i negativnim posljedicama koje naše poslovanje može imati na njih. Stječemo značajne uvide iz redovitog kontakta s potrošačima, njihovim predstavnicima i pouzdanim opunomoćenicima. Ta se stajališta ne samo čuju, već također igraju važnu ulogu u našim procesima donošenja odluka. Pažljivo ih procjenjujemo, osiguravajući da naše radnje i planovi odgovaraju brigama i očekivanjima onih kojima služimo, težeći u konačnici obostrano korisnim rezultatima kojima se promiče održivost i dobrobit kupaca.

Ključno je otkriti kako perspektive potrošača i krajnjeg korisnika pokreću naše odluke i napore usmjerene na ublažavanje stvarnih i budućih materijalnih posljedica na njih. To ne predstavlja samo posvećenost transparentnosti, već ključnu ulogu igraju i sami uvidi kupaca te njihov utjecaj pri definiranju naše strategije. Jedan od primjera je i vraćanje okusa Cedevida grejp, upravo zbog toga jer su potrošači to tražili. Svoju predanost aktivnom slušanju i odgovaranju na potrebe i brige potrošača pokazujemo javnim izražavanjem naše interakcije s njima. Time se naglašava ideja da su potrošači cijenjeni dionici čija gledišta utječu na naš pristup u stvaranju dobrih i smislenih iskustava, a ne samo primatelji naših proizvoda ili usluga.

Cedevida je 2022. godine lansirala limitirano izdanje – Pink Grejp, u simboličnom ružičastom pakiranju uz kojeg je podržala rad Udruga protiv raka dojke.



Novo pakiranje nikad zgodnije!

Riječ je o jednom od najvažnijih i najopsežnijih projekata u posljednje vrijeme, a vezan je uz redizajn i razvoj nove ambalaže robne marke Cedevisa. U našem nastojanju da ostanemo bitni svojim potrošačima, proveli smo opsežna istraživanja kako bismo odredili pravi smjer kojim treba krenuti. Kroz više stotina intervjua potrošači su iskazali svoj stav o budućem, željenom pakiranju Cedevisite. Sudionici nisu izrazili potrebu za većim promjenama pakiranja Cedevisite, već su umjesto toga tražili nadogradnju u smislu praktičnosti, jednostavnosti upotrebe, očuvanja proizvoda i za pojedina pakiranja ekološki prihvatljivijih materijala. Specifični zahtjevi uključivali su poboljšanja u samom načinu otvaranja/zatvaranja fleksibilne ambalaže od 500 g i 1 kg, kao i uvođenje srednjeg čvrstog pakiranja, dok praktičnost pakiranja od 200 g su željeli zadržati.



Slijedom toga krenuli smo s brojnim istraživačkim i razvojnim aktivnostima s primarnim ciljem pronalaženja prikladnih rješenja za pakiranje koja će zadovoljiti zahtjeve naših potrošača. Ti napori naglašavaju našu predanost poboljšanju korisničkog iskustva i usklađivanju naših proizvoda s njihovim očekivanjima.

Uzimajući u obzir sugestije potrošača, Cedevisa je, po uzoru na najmanje pakiranje od 200 grama koje su potrošači ocijenili kao najpraktičnije za korišten-

je, uvela i srednje pakiranje u čvrstoj formi. Na taj način je olakšano sipanje Cedevisite izravno u čašu ili presipavanje u manje pakiranje, a pojednostavljeno je i ponovno punjenje tako što novi 455g format preuzima ulogu spremnika. Uz to, potrošačima omogućuje i krajnje jednostavno otvaranje i zatvaranje prilikom korištenja, uz maksimalno zadržavanje kvalitete i svježine. Najveće pakiranje od 900g dobilo je čep koji potrošačima osigurava jednostavno i kontrolirano sipanje omiljenog napitka izravno u čašu odnosno presipavanje svoje omiljene Cedevisite u srednje ili najmanje pakiranje. Kad je riječ o izgledu proizvoda, Cedevisa je dobila potpuno novi vizualni identitet te već na prvi pogled približava voljeni okus Cedevisite koji potrošača čeka unutar pakiranja. Uvođenjem motiva voća na pakiranja svih pet okusa moderniziran je njihov izgled.



„One – Obroci za preživljavanje i hitne slučajeve nove generacije“

Razvoj ratnih obroka (porcija) za preživljavanje redoviti je dio vojnog razvoja. No, u novije vrijeme, čak i u civilnom društvu, sve se češće događaju situacije u kojima dostupnost hrane postaje jedini i glavni faktor preživljavanja. Primjer takvih izvanrednih događaja gdje je opstanak u pitanju prirodne su nesreće, različite nezgode, operacije potrage, sve češći slučajevi nestanaka planinara, penjača i članova raznih ekspedicija i adrenalinskih sportova. U takvim je slučajevima obrok za preživljavanje kao jedini izvor hrane izuzetno važan i koristan. Svijest o važnosti

toga dovela nas je do razvoja obroka za preživljavanje nove generacije koji sastavom, oblikom i pakiranjem nadmašuje slične proizvode koji već postoje na tržištu.

Nakon 36 mjeseci intenzivnog rada na tom polju razvili smo porciju odnosno obrok za preživljavanje složenijeg nutritivnog sastava koji sadrži ugljikohidrate, biljne bjelancevine i vitamine te ima visoku energetska gustoću. Obrok je u obliku komprimiranog bombona ili tablete, što ga čini praktičnim i prikladnim za konzumaciju bez prethodne pripreme te za

konzumaciju u pokretu i bez vode. Ujedno ima dobra organoleptička svojstva. Prikladan je za komplete za preživljavanje u zrakoplovima, na plovilima ili kao sastavni dio opreme gdje su težina i volumen ograničeni. Projekt se odvijao od 2020. do 2023. godine, a sufinancirala ga je EU iz sredstava Europskog fonda za regionalni razvoj u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija. U projektu je sudjelovala vodeća hrvatska znanstveno-istraživačka i međunarodno priznata prirodoslovna i tehnološka institucija, Institut Ruđer Bošković.

8.3.7.2 Kvalitativno istraživanje

Kvalitativno istraživanje u obliku fokusnih grupa igra ključnu ulogu u procesu razvoja novih proizvoda (eng. NPĐ). Taj strateški pristup provodi se nakon razvoja prototipa s primarnim ciljem jačanja sveobuhvatnog i pronicljivog razumijevanja preferencija i percepcija potrošača.

Raspoređene unutar šireg okvira razvoja novih proizvoda fokus grupe su ključne pri usavršavanju i finom podešavanju različitih aspekata proizvoda, osiguravajući da on optimalno rezonira s ciljnom publikom.

Te su grupe osmišljene za poticanje otvorenih rasprava i interakcija među pažljivo odabranom skupinom sudionika, koji predstavljaju predviđenu bazu potrošača. Pokrećemo fokusne grupe da bismo istražili višestruke aspekte koji obuhvaćaju široku lepezu čimbenika, uključujući među ostalim okuse, razine intenziteta, profile slatkoće, dizajn pakiranja, razmatranja težine i ukupnu

konceptualnu privlačnost. Angažirajući sudionike u iskrenim razgovorima i raspravama koje potiču na razmišljanje, robne marke imaju za cilj izvući **neprocjenjive uvide koji nadilaze kvantitativne podatke**. Sudionike se potiču da podijele svoja necenzurirana mišljenja, preferencije i prijedloge u vezi s prototipom. Koristimo se ovim pristupom kvalitativnog istraživanja da bismo informirali o iterativnim usavršavanjima prototipa, optimizirajući ga u skladu s nijansiranim preferencijama i očekivanjima ciljnih potrošača. Kao rezultat toga fokusne grupe služe kao most između inovacije proizvoda i zadovoljstva potrošača, vodeći nas prema stvaranju proizvoda koji ne samo da ispunjavaju funkcionalne zahtjeve, već također emocionalno i iskustveno privlače ciljanu publiku.

8.3.7.3 Empatijski intervjui

Kako bi što bolje razumjeli emocije i potrebe potrošača uveli smo design thinking pristup koji se bazira se na vrlo ranom testiranju ideje i proizvoda na malim

grupama ispitanika kroz serije dubinskih, odnosno empatijskih intervjua. Empatijski intervjui omogućuju nam da uđemo u misli, osjećaje i motivacije osobe da bismo utvrdili i razumjeli izbore koje osoba donosi, njezine osobine, ponašanja, glavne prilike i potrebe, emocije povezane s potrošnjom. Empatijski intervjui služe za **uključivanje naših potrošača od samog početka radi prikupljanja valjanih i relevantnih uvida**. Design thinking radionica i empatijski intervjui provode se uz podršku predavača i stručnjaka za inovacije. U tom slučaju koncept proizvoda u potpunosti je razvijen u korelaciji s ključnim uvidima i rezultatima istraživanja empatije.

Nakon empatijskih intervjua dvaput provodimo istraživanje kontrolnih točaka da bismo saznali krećemo li se u pravom smjeru. Usredotočeni smo na tri glavna područja istraživanja: koncept, okus i dizajn.

8.3.8 Komunikacija s potrošačima i komunikacijski kanali

Učinkovita komunikacija s potrošačima temelj je svakog uspješnog poslovanja, a služi kao dinamičan kanal kroz koji se informacije šire, grade odnosi i zadovoljavaju jedinstvene potrebe kupaca. Cedevida, entitet koji u tom smislu razmišlja unaprijed, ovladala je umijećem komunikacije s potrošačima, razvivši sveobuhvatnu strategiju implementacije od 360 stupnjeva koja osigurava da svaka dodirna točka rezonira s njezinom publikom.

- **Materijali na prodajnom mjestu (eng. POSm)** u prednjem je planu komunikacijske strategije Cedevide. Oni su strateški pozicionirani da bi preusmjerili kupce na putu kupnje. Ti pomno izrađeni promotivni materijali nose ključne poruke koje su detaljno usklađene s robnom markom, potičući potencijalne kupce da se angažiraju i istraže ponudu.

- **TV reklame** očituju Cedevitinu predanost vizualnom pripovijedanju. Svaki audiovizualni aspekt pomno je scenski osmišljen kako bi istaknulo vrline proizvoda, prigode upotrebe ali i osnažio emocionalnu poveznicu s potrošačima. Zbog toga je svaka reklama ispunjena ne samo racionalnošću, već i emocijama, stvarajući vezu koja nadilazi puku potrošnju.

- **Platforme društvenih medija** djeluju kao dinamična središta na kojima robna marka komunicira sa svojom publikom u stvarnom vremenu, odgovarajući na upite, dijeleći uvide u proizvode i njegujući osjećaj zajedništva. Sponzorirani oglasi povećavaju digitalni doseg, osiguravajući da poruka robne marke precizno dopre do željene demografske skupine.

- **Lokalni influenceri** evangelisti su robne marke. Robna marka se na njih oslanja kako bi dodatno izgradio povjerenje i autentičnost. Svojim izgrađenim kredibi-

litetom ti pojedinci daju robnoj marki dozu pouzdanosti, utirući tako put dubljim vezama s ciljnom publikom. Suradnja je simbiotska jer i influenceri imaju koristi od svoje povezanosti s renomiranim robnim markama.

- **Vanjsko oglašavanje (eng. OOH/DOOH)**, još jedan aspekt naših komunikacijskih strategija, utkan je u tkivo svakodnevnog života potrošača, služeći kao nježan podsjetnik i stvarajući svijest o robnoj marki.

- **Radio** je važan kanal robne marke. Prepoznajući izvornu snagu glazbe, robna marka Cedevida često koristi radio kao alat za senzorsko brendiranje.

- **Odnosi s javnošću (eng. PR)** dodatno ističu značaj robne marke kroz strateške plasmane u medijima i događanjima.

Stalno procjenjujemo učinkovitost svoje interakcije s potrošačima i krajnjim korisnicima. Ta procjena čini važan dio naše predanosti ostvarivanju vrijednosti i održavanju jakih odnosa s kupcima. Pomno pratimo i mjerimo ishode svojih interakcija, aktivnosti i projekata, uzimajući u obzir različite čimbenike kao što su povratne informacije kupaca, prodajni rezultati i tržišni udio.

8.3.8.1 Dijalog s kupcima

Prepoznajući važnost uključivanja u dijalog s kupcima, aktivno tražimo perspektive svojih potrošača, pri čemu dosljedno promičemo dvosmjernu komunikaciju.

Edukativna platforma Budi Dobro. Budi CE

U doba pandemija i potresa Cedevida je 2021. godine pokrenula edukativnu stranicu „Budi DOBRO. Budi CE.” radi poticanja ljudi svih generacija na brigu o vlastitom mentalnom zdravlju. Ta je inicijativa poprimila oblik edukacijske mrežne platforme koja pruža niz



resursa, savjeta i alata za pomoć ljudima pri snalaženju sa složenim emocijama i svakodnevnim životnim poteškoćama, pomažući im da pronađu put do optimizma i jednostavo – budu dobro. U tom je nastojanju Cedevida udružila snage s nizom psihologa i stručnjaka. „Dobro je pitati”, razlikovno obilježje inicijative, nudi pojedincima povjerljivu platformu na kojoj mogu postavljati pitanja koja bi inače ostala neizgovorena. Korisnici mogu anonimno poslati svoje upite u bilo koje doba dana. Prikupljena se pitanja zatim rješavaju na tjednoj bazi, a svakog petka odgovore daje psihologinja Tijana Debelić. Taj aspekt inicijative važna je prilika za pojedince koja im omogućuje da potraže vodstvo i podršku, znajući da će se na njihove upite odgovoriti empatično i profesionalno.

Društveni mediji i dijalog

Poruke i komentari na Facebooku i Instagramu zahtijevaju svakodnevne odgovore na upite. Naša marketinš-

ka agencija na svim tržištima koristi komunikaciju razumljivom jeziku potrošača i jeziku naše robne marke. Dodatno, održavamo konzultacije s brojnim timovima iz organizacije i vanjskim agencijama kako bismo osigurali da potrošači primaju točne informacije.

Na godišnjoj razini primimo više od 15.000 poruka od svojih korisnika. To zahtijeva točnost, brigu o kupcima i suradnju u našem timu da bismo zajamčili da svaki potrošač dobije važne i točne informacije.

Centar za korisničku podršku

Naš centar za korisničku podršku uključuje se u komunikaciju putem e-pošte i telefona radi davanja informacija i pružanja podrške, osobito prilikom promotivnih natjecanja. Osim čestih upita vezanih uz nagradne igre naših robnih marki, centar pruža i informacije o našim proizvodima, kompaniji i srodnim pitanjima. Da bi se osigurala najviša razina korisničke usluge, kontaktni centar održava popis najčešćih pitanja i odgovarajućih odgovora na njih. Taj je repozitorij razvijen tijekom vremena da bi se omogućilo učinkovito odgovaranje na uobičajene upite.

U slučajevima kada centar za korisničku podršku naiđe na upite izvan opsega prethodno definiranog popisa ili koji uključuju specifične situacije koje nisu obuhvaćene, primjenjujemo suradnički pristup. To prema potrebi uključuje angažiranje različitih timova iz organizacije, kao što su marketinški tim za robnu marku, pravni odjel, digitalni tim i prodajni tim radi cjelovite obrade i rješavanja upita.

8.3.9 Upiti i reklamacije

Atlantic Cedevida d.o.o. kao odgovorna kompanija konstantno brine o kvaliteti svojih proizvoda koji su namijenjeni našim vjernim potrošačima. Upravo zbog toga

kompanija visoko cijeni svaku povratnu informaciju s tržišta jer nam omogućuje stalno unaprjeđenje procesa i postupaka. Cedevida ima specijalizirani Kontaktni centar kojem se potrošači mogu obratiti s pitanjima, nejasnoćama i izazovima vezanim uz Cedevida proizvode. Kontakt se može uspostaviti putem besplatne telefonske linije ili putem naše adrese e-pošte, a sami podaci za kontakt mogu se vrlo jednostavno pronaći na samom pakiranju proizvoda.

Kontaktni centar mjesečno zaprimi oko 900 upita i pritužbi na hrvatskom i slovenskom tržištu. Uveden je postupak zaprimanja pritužbi čiji je cilj pravodobno odgovoriti na svaki prigovor/pritužbu potrošača na proizvod na razini organizacijske strukture i na temelju određenog uzorka ili kontrolnog broja na proizvodu ili fotografijama. Nakon toga pritužba ulazi u našu službeni postupak i šalje se u odjel kontrole kvalitete na analizu.

Što se tiče digitalnih kanala, u 2022. nije bilo negativnih komentara i/ili komentara punih mržnje na kanalima robnih marki Atlantic Cedevida d.o.o. koji bi mogli utjecati na naše robne marke ili druge potrošače. Ako se takav sadržaj pojavi u budućnosti, mi ćemo ga svakako riješiti pažljivo i na pravilan način. Povremeno, međutim, dobivamo komentare u kojima, primjerice, pojedinci na platformama društvenih mreža izražavaju svoje negodovanje o određenim aspektima, kao što je primjerice izražavanje mišljenja o novom okusu. Vrijedno je napomenuti kako u našim objavama na društvenim mrežama dosljedno potičemo korisnike da sudjeluju u komentiranju i da se uključe u dvosmjerni oblik komunikacije.

Pritužbe

Od 2020. do 2022. godine na lokaciji Planinska podneseno je ukupno 68 pritužbi, od čega je 13 ili 20,6 % svih zaprimljenih pritužbi ocijenjeno opravdanima. Najčešći razlozi pritužbi su pakiranje proizvoda (6 od 13 slučajeva) i promjena senzorskih svojstava proizvoda (4 od 13 slučajeva). Na lokaciji Apatovec u istom je razdoblju bilo ukupno 36 pritužbi, od čega je 4 ili 11 % ocijenjeno opravdanima. Većina pritužbi odnosila se na pakiranje proizvoda (4 od 4 slučaja).

8.4. Lokalne zajednice

Cedevida, kao jedna od najpoznatijih hrvatskih robnih marki, ima poziv, želju i odgovornost aktivno sudjelovati u široj društvenoj zajednici i pridonositi izgradnji vrednijeg i pozitivnijeg društva.

8.4.1. Edukativna web-stranica za mentalno zdravlje i dobrobit

U veljači 2021. Cedevida je pokrenula edukativnu web-stranicu „Budi Dobro. Budi CE.” (www.budidobrobudice.com) radi poticanja ljudi svih generacija na brigu o vlastitom mentalnom zdravlju.

Cilj je platforme naučiti zajednicu kako se nositi s nizom životnih izazova kroz prizmu nade i vjere u pozitivne životne ishode.

U 2020. godini naša se zajednica suočila s nizom izazova, od pandemija preko poplava do potresa, koji su nedvojbeno ostavili traga na našem mentalnom zdravlju. Imajući to na umu, Cedevida je u suradnji s istraživačkom agencijom Ipsos provela istraživanje (Ipsosovo istraživanje o mentalnom zdravlju u Hrvatskoj, siječanj 2021., na nacionalno reprezentativnom uzorku od 600 građana u dobi od 18 do 60 godina) o

Cedevita je pokrenula edukativno web-mjesto „Budi Dobro. Budi CE.“ (www.budidobrobudice.com) edukativne web-stranice za poticanje ljudi svih generacija da brinu o vlastitom mentalnom zdravlju.

mentalnom zdravlju zajednice u kojem se optimizam pokazao ključnim čimbenikom za očuvanje mentalnog zdravlja, što je prepoznalo 77 % građana.

Smatra se, kroz prizmu odgovornosti, da će Cedevita, koja je sveprisutna u domovima diljem Hrvatske i zalaže se za zajedništvo i pozitivan pristup životu, u suradnji s brojnim stručnjacima i udrugama postati **pokretač optimizma u društvu** putem podizanja svijesti i učenja o vrijednostima i snagama koje posjedujemo.

Poruka „Budi Dobro. Budi CE.“ služi kao poziv građanima s ciljem zajedničkog udruživanja snaga i pronalaska puta prema boljem unutarnjem osjećaju.

Istraživanje provedeno s agencijom Ipsos je utvrdilo kako je upravo optimizam pravi čuvar našeg mentalnog zdravlja i dobrobiti. Gotovo dvije trećine građana Republike Hrvatske tvrdi da im je donekle stalo do mentalnog zdravlja, no manje od 3 % ispitanika obratilo se stručnjacima za mentalno zdravlje poput psihijataru i psihologu.

Zbog toga smo željeli pružiti konkretnu pomoć ljudi-

ma, ali i pokušati skinuti stigmatu s traženja psihološke pomoći i poslati poruku da je u redu potražiti pomoć u teškim životnim okolnostima. Primjerice, podcasti koji su dostupni na platformi daju uvid u stvarni razgovor između psihoterapeuta i klijenta, koji nije simulacija, već predstavlja autentične razgovore o stvarnim životnim problemima s kojima se većina nas može poistovjetiti. Stručni partner platforme „Budi Dobro. Budi CE.“ psihološka je udruga „Psihološka pomoć“. Posjetitelji platforme također mogu postaviti potpuno anonimno pitanje psihologu, u bilo koje doba dana, te dobiti odgovor od stručnjaka. Nadalje, razvili smo program „Devet dana za više optimizma“, koji je davanjem kratkih savjeta na dnevnoj bazi pomogao sudionicima da poboljšaju svoj unutarnji osjećaj. S obzirom na to da je mentalno zdravlje mladih iznimno važno, kampanja „Povratak u školu“ je hvaljevrijedna aktivacija vezana uz



povratak učenika u školske klupe i brigu o njihovoj dobrobiti.

Platforma „Budi Dobro. Budi CE.“ zamišljena kao **du-goročan projekt** jer je **tema optimizma i mentalnog zdravlja bezvremenska**. Iako je platforma namijenjena osobama svih generacija, pretežno je prate ciljna skupina žene (68 %) u dobi od 25 do 44 godina (55 %). Važno je naglasiti da sadržaj platforme pripremaju stručnjaci, psiholozi i psihoterapeuti.

8.4.1.1. Utjecaj platforme „Budi Dobro. Budi CE.“

Platforma „Budi Dobro. Budi CE.“ Iznjerala je izvrsne i hvaljevrijedne rezultate u samo dvije godine svog postojanja. Do kraja 2022. platforma je zabilježila 385.000 posjetitelja (+41 % u 2022. u odnosu na 2021.) i 1.155.000 posjećenih stranica (123 % u 2022. u odnosu na 2021.). Od početka rada platforme zabilježeno je više od 100.000 posjeta podcastima, više od 370.000 posjeta člancima o različitim temama te više od 70.000 pregleda videosadržaja. Na cijeloj je platformi moguće ocjenjivati svaki sadržaj, a među 1500 reakcija više od 95 % čitatelja označilo je sadržaj s „Puno mi je pomogao“ i „Dobar sadržaj“.

Na važnost platforme „Budi Dobro. Budi CE.“ za izgradnju Cedevite kao robne marke koja radi za dobrobit zajednice ukazalo je i nacionalno istraživanje (Hendal, veličina uzorka: N=500), na reprezentativnom uzorku građana po dobi, spolu i regiji, odnosno uzorku koji simulira cjelokupnu populaciju. Rezultati su pokazali da je platformu primijetilo 40 % ispitanika, a posjećuje je njih 69 % što ukazuje na relevantnost sadržaja. Nadalje, ispitanici koji znaju za platformu percipiraju Cedevitu znatno više kao robnu marku koja brine o zajednici u kojoj posluje, koja brine o mentalnom zdravlju društva te kao robna marka koja govori o svakodnevnim život-

U programu „Pitaj psihologa” uspješno je odgovoreno na 570 pitanja.

nim poteškoćama educirajući građane kako nositi se s njima.

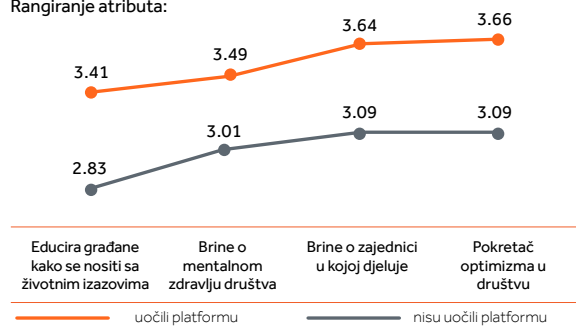
Platforma je također postigla izvrsne rezultate u raznim aktivacijama i kampanjama. Više od 10.000 ljudi prijavilo se za aktivaciju „Devet dana za više optimizma”. U aktivaciji „Pitajte psihologa” uspješno je odgovoreno na 570 pitanja (+ 28 % u odnosu na prošlu godinu). Kampanja „Povratak u školu” pomogla je više od 20 roditelja da se pobrinu za dobrobit svoje djece pri povratku u školu. Korporativna aktivnost Atlantic Grupe „Dan vrijednosti” u suradnji s robnom markom

Budi DOBRO. Budi CE. REZULTATI 2022

Nacionalni reprezentativni rezultat:

Osvještenost: **40%** Upotreba: **69%**

Rangiranje atributa:



Izvor: Omnibus rezultati istraživanja, Hendl 2023, Hrvatska, N=800 - NACIONALNI REPREZENTATIVNI REZULTAT

Cedevita poučio je zaposlenike kako se brinuti za planet Zemlju racionalnijim gospodarenjem energetskim resursima te je u okviru 1300 aktivnosti optimizacije i štednje prikupljeno 10 tisuća eura sredstava.

Cedevita je uz kampanju „Budi Tu. Budi CE” donirala 30.000 eura udruzi Europa Donna koja pomaže ženama oboljelima od raka dojke i njihovim obiteljima.

8.4.2. Kampanja za borbu protiv raka dojke „Budi Tu. Budi CE”

U sklopu obilježavanja mjeseca borbe protiv raka dojke Cedevita je 2022. godine pokrenula novu kampanju i mrežnu platformu pod istim nazivom „Budi Tu. Budi CE.” radi upoznavanja javnosti s izazovima s kojima se susreću osobe oboljele od raka dojke i njihove obitelji. U sklopu Cedevitine kampanje novi okus robne marke Cedevita, Pink Grejp plasirao se u simbolično ružičasto pakiranje od 200 grama, čime su potrošači imali priliku podržati rad renomirane udruge Europa Donna, udruge koja se bori protiv raka dojke te promiče brige o fizičkom i psihičkom zdravlju bolesnika svojim angažiranim humanitarnim djelovanjem u Hrvatskoj, Sloveniji i Srbiji. Aktivnost je imala i donacijski karakter, a na regionalnoj razini Cedevita je donirala 30.000 eura udruzi Europa Donna za daljnju pomoć oboljelima od raka dojke i njihovim obiteljima.

Raznolikim sadržajem i edukativnim aktivnostima na web-mjestu „Budi Tu. Budi CE.” kampanja je imala za cilj



osvijestiti javnost o izazovima s kojima se susreću osobe oboljele od raka dojke i njihove obitelji te prikazati kako im pritom pružiti potrebnu psihološku podršku. Brojnim korisnim savjetima i videointervjuima, u čiju su se izradu uključile udruge, tim psihologa i pacijenata spremnih podijeliti svoja iskustva s javnošću, Cedevita je uspjela educirati javnost kako biti tu za svoje bližnje, kako im pristupiti čim dobiju dijagnozu te kako pružiti odgovarajuću podršku i utjehu svima u njihovoj blizini koji su izravno pogođeni bolešću.

8.4.2.1. Utjecaj kampanje

Kampanja je izuzetno dobro odjeknula u javnosti, ne samo zbog odlične prihvaćenosti novog okusa, već i zbog društveno odgovornog djelovanja robne marke. Naše snažne i emotivne poruke u videomaterijalima pregledane su više od 14.000.000 puta i ostavljeno je 25.000.000 impresija. Dosegnuto je 2.700.000 ljudi ciljne skupine te je zabilježen visok porast posjetitelja web-stranice (+ 386 %) u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Kampanja je medijski odjeknula i nadmašila sva očekivanja. Objavili smo dva priopćenja

za tisak i primili podršku u čak **38 uredničkih objava**, koje su samo u Hrvatskoj doprle do gotovo 760.000 ljudi. Kampanja „Budi tu. Budi CE.” donijela je Cedevidi brončanu medalju u **Grand Prix kategoriji za društveno odgovorno poslovanje**.

8.4.3. „Dan vrijednosti Atlantic Grupe”

„Dan vrijednosti” je program kojim Atlantic Grupa brine o zajednicama u kojima živimo i poslujemo. U 2022. godini „Dan vrijednosti” proveden je desetu godinu zaredom, ovog puta u suradnji s Cedevida robnom markom i platformom Budi Dobro. Budi CE. Tom je prilikom predstavljen novi koncept programa koji prati nove potrebe hibridnog radnog okruženja i želju za stvaranjem ljubaznije budućnosti za naš planet. Ovaj je put fokus je bio održivnoj energiji i pokazivanju brige za budućnost Zemlje. Educirani smo se o racionalnom korištenju resursa te smo istodobno zabilježili provedbu takvih aktivnosti kod kuće i na radnom mjestu. Svaki uštedjeni kW pretvoren je u jedan euro za naš humanitarni fond. Na taj smo način prikupili 10.000 eura za farmu „Bašta može svašta”, a sredstva humanitarnog fonda iskoristila su se za izgradnju solarne elektrane koja služi za rad sustava za navodnjavanje voća i povrća koje udruga besplatno daje djeci oboljeloj od raka.

„Dan vrijednosti” karakterizira i posebno obilježje: okuplja kolege iz različitih područja rada te pomoću Atlantic GO platforme omogućuje svakom zaposleniku aktivno sudjelovanje u projektu te posljedično služi kao poligon za profesionalni i karijerni razvoj u Grupi. U 2022. „Dan vrijednosti” okupio je marketinški tim Cedeвите te tim za ljudske potencijale i kulturu Atlantic Grupe. Tim za ljudske potencijale i kulturu postavio je temelje za novi pristup programa „Dan vrijednosti”



kojem se pridružio i tim Cedeвите kreiranjem edukativnog videozapisa na platformi „Budi dobro. Budi CE.” koja sadrži stručne savjete kako ostati optimističan i motiviran, a istovremeno uključen kad je u pitanju budućnost.

Za izdanje programa u 2022. primljeno je nekoliko nagrada koje su navedene u odjeljku Nagrade i priznanja.

8.4.4. Utjecaj okoliša na zajednicu

Cedevida je svjesna važnosti vlastitog utjecaja na promicanje društvene odgovornosti, stoga je jedna od ključnih budućih aktivnosti usmjerena na dodatni razvoj održivih rješenja s ciljem smanjenja negativnog utjecaja na okoliš. Dugoročni cilj održivosti kompanije je generirati vrijednost stavljanjem održivosti u prvi plan svojih strateških planova, poboljšanjem svog ekološkog otiska i brigom o potrošnji energije i vode, i što je najvažnije – osigurati bolje mjesto za buduće generacije u regiji.

Kao što je spomenuto ranije, **Cedevida je bila ključni partner Dana vrijednosti Atlantic Grupe 2022.**

internog programa uz pomoć kojeg već tradicionalno brinemo o zajednicama u kojima živimo i poslujemo. Cilj je bio saznati kako naša interna javnost može osigurati bolju budućnost racionalnijim gospodarenjem energetske resursima. Zato su stručnjaci platforme „Budi Dobro. Budi CE.” osmislili edukativni videozapis o racionalnom upravljanju resursima koji sadrži korisne savjete psihologa kako zadržati pozitivan pogled na ono što nam budućnost nosi.

Konstantnim praćenjem trendova i osluškivanjem potreba potrošača Cedevice se koristi jedinstvenim pristupom korporativne društvene odgovornosti i posebnom komunikacijskom strategijom da bi uspješno izgradila kvalitetne dugoročne odnose s potrošačima u regiji, ponosno stvarajući pozitivno i održivo iskustvo za generacije koje dolaze.



8.4.5. Sponzorstva i donacije

Naše se vrijednosti ogledaju u brojnim sponzorstvima i donacijama sportskim klubovima ili pojedincima, kulturnim i obrazovnim ustanovama, raznim dobrotvornim projektima i mladim čudima, rizičnim skupinama itd. Otvoreni smo za nova partnerstva koja ističu naše vrijednosti i podržavaju razvoj.

Sponzorstva i donacije definirane su na razini Atlantic Grupe te su detaljnije prikazane u Godišnjem izvješću Atlantic Grupe za 2022. godinu.

Atlantic Cedevida najveći dio svojih sponzorskih sredstava izdvaja za promicanje sportske kulture i podršku sportskim događanjima, kao i za košarkaške klubove Cedevida Junior i Cedevida Olimpija. Kompanija također podržava aktivnosti Crvenog križa, vatrogasnih društava, projekte podizanja zdravstvene svijesti (npr. Europa Donna) itd.

Godina	Sredstva utrošena na sponzorstva i donacije (u EUR)
2020.	411.983
2021.	602.203
2022.	433.397

Tablica: Sponzorstva i donacije u razdoblju od 2020. – 2022.

U 2022. godini za sponzorstva i donacije izdvojeno je 433.397 eura.

8.4.6. Košarkaški klub Cedevida Junior

Cedevida Junior hrvatski je košarkaški klub koji sudjeluje u natjecanjima za sve uzraste pod okriljem Hrvatskog košarkaškog saveza. S jednom od najboljih akademija i škola košarke, razvoj mladih košarkaša predstavlja temelj našeg rada. Bitnu ulogu u ostvarivanju naših ciljeva ima velik broj predanih i iskusnih stručnjaka, a vrlo smo ponosni na naš Dom košarke unutar kojeg svi igrači, treneri i zaposlenici kluba imaju vrhunske uvjete za rad.

Nakon što je profesionalni pogon kluba preselio u Ljubljanu i spojio se s Olimpijom 2019. godine te je formiran novi klub Cedevida Olimpija. Tad se Cedevida Junior u Zagrebu još više okrenula radu s mladima i razvoju igrača s kojima se možemo natjecati u svim rangovima nacionalnih i regionalnih natjecanja i ponosni smo što te ciljeve kontinuirano ostvarujemo.



5

naslova prvaka Hrvatske



7

kupova Krešimir Ćosić



2

kupa Dražen Petrović



3.

mjesto na Eurokup Final 4, Treviso 2011



33

godine povijesti



2800

kapacitet Doma sportova



+650

djece u Školi košarke



19

godina Cedevida kao glavni sponzor kluba

Iznimno smo ponosni na još jedan značajan projekt - našu Školu košarke - koji okuplja 18 škola s područja Zagreba i više od 650 najmlađih igrača, a uz to je i usko vezan naš ljetni kamp u Velom Lošinj. Naši ciljevi i model rada postavljeni su kao prioritet 2019. godine što je već rezultiralo time da su igrači iz našeg pogona nastavili karijeru u europskim klubovima, na američkim sveučilištima te nastupali za nacionalne reprezentacije.

INDEKS SADRŽAJA GLOBALNE INICIJATIVE ZA IZVJEŠTAVANJE (ENG. GRI)



Izjava o korištenju	Atlantic Cedevisa d.o.o. podnijela je izvješće u skladu sa standardima Globalne inicijative za izvještavanje (eng. GRI) za razdoblje od 1. siječnja 2022. do 31. prosinca 2022. godine.
Korišten GRI 1	GRI 1: Zaklada 2021.

AN AG = Godišnje izvješće Atlantic Grupe za 2022. godinu

SR = Izvješće o održivosti Atlantic Cedevisa d.o.o. za 2022. godinu

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje		
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje
Opća transparentnost					
2-1 Organizacijski detalji		14-15	Siva ćelija označava da razlozi za izostavljanje nisu dopušteni za objavu ili da referentni broj GRI sektorskog standarda nije dostupan. Izvješće o održivosti nije podvrgnuto vanjskoj provjeri.		
2-2 Subjekti uključeni u izvješćivanje organizacije o održivosti		9			
2-3 Razdoblje izvještavanja, učestalost i točka za kontakt		9			
2-4 Ponovno objašnjavanje informacija		9			
2-5 Vanjsko osiguranje	31, 166-171				
2-6 Djelatnosti, lanac vrijednosti i drugi poslovni odnosi		15-16, 19-20			
2-7 Zaposlenici		51-58			
2-8 Radnici koji nisu zaposlenici		52			
2-9 Struktura i sastav upravljanja	13, 15, 32-35	15			
2-10 Imenovanje i izbor najvišeg tijela upravljanja	22-36				
2-11 Predsjednik najvišeg tijela upravljanja	6-7, 32	11-12			
2-12 Uloga najvišeg upravljačkog tijela u nadziranju upravljanja utjecajima	36, 148	36-37			

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje		
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje
Opća transparentnost					
2-13 Delegiranje odgovornosti za upravljanje utjecajima	36, 148	36-37			
2-14 Uloga najvišeg upravljačkog tijela u izvješćivanju o održivosti		9			
2-15 Sukob interesa	20-21				
2-16 Priopćavanje kritičnih problema		49, 53, 54			
2-17 Kolektivno znanje najvišeg tijela upravljanja	32-35				
2-18 Ocjena rada najvišeg tijela upravljanja	31				
2-19 Politike nagrađivanja		42, 54			
2-20 Proces određivanja naknade		54			
2-21 Ukupni godišnji omjer naknada		/		Nije primjenjivo	
2-22 Izjava o strategiji održivog razvoja		25, 29			
2-23 Političke obveze		25, 29-30, 39, 53, 54			
2-24 Ugradnja političkih obveza		25, 29-30, 39, 53, 54			
2-25 Postupci za sanaciju negativnih utjecaja		49, 53			
2-26 Mehanizmi za traženje savjeta i izražavanje zabrinutosti		49, 53			
2-27 Usklađenost sa zakonima i propisima		6, 7, 29-30, 39, 62-64			
2-28 Članstvo u udrugama		35			
2-29 Pristup uključivanju dionika		31-32			
2-30 Kolektivni ugovori		54			

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje		
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje
Materijalne teme					
3-1 Postupak određivanja materijalnih tema		33-34	Siva ćelija označava da razlozi za izostavljanje nisu dopušteni za objavu ili da referentni broj GRI sektorskog standarda nije dostupan.		
3-2 Popis materijalnih tema		33-34			
Gospodarski rezultati					
3-3 Upravljanje materijalnim temama	125, 137				
201-1 Generirana i distribuirana izravna ekonomska vrijednost		22			
201-2 Financijske implikacije i drugi rizici i mogućnosti uslijed klimatskih promjena		36			
201-3 Obveze plana definiranih naknada i ostali mirovinski planovi	188				
201-4 Financijska pomoć primljena od države		23			
Prisutnost na tržištu					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		19-20			
202-1 Omjeri standardne početne plaće prema spolu u usporedbi s lokalnom minimalnom plaćom		54			
202-2 Udio višeg rukovodstva angažiranog iz lokalne zajednice		/		Nije primjenjivo	
Neizravni ekonomski utjecaji					
3-3 Upravljanje materijalnim temama	95-99				
203-1 Podržana infrastrukturna ulaganja i usluge	95-99	64-65			
203-2 Važni neizravni ekonomski utjecaji	53-54	6			

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje		
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje
Postupci nabave					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		58			
204-1 Udio troškova na lokalne dobavljače		58			
Suzbijanje korupcije					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		25			
205-1 Poslovi procijenjeni na rizike povezane s korupcijom		25			
205-2 Komunikacija i obuka o antikorupcijskim politikama i postupcima		25			
205-3 Potvrđeni slučajevi korupcije i poduzete radnje		/		Nije primjenjivo	Nije bilo pravnih incidenata korupcije.
Protutržišno ponašanje					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		/		Nije primjenjivo	
206-1 Pravni postupci za protutržišno ponašanje, antikonkurentne i monopolske postupke		/		Nije primjenjivo	Nije bilo pravnih postupaka za antikonkurentsko ponašanje, antitrust i monopolsku praksu.
Porez					
3-3 Upravljanje materijalnim temama	188, 191				
207-1 Pristup porezu	188,191				
207-2 Porezno upravljanje, kontrola i upravljanje rizicima	188, 193-198, 209, 227				
207-3 Uključivanje dionika i rješavanje problema povezanih s porezom		/		Nije primjenjivo	
207-4 Izvještavanje po državama		/		Informacije nedostupne/nepotpune	

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje		
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje
Materijali					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		44-46			
301-1 Materijali upotrijebljeni prema težini ili volumenu		44-46			
301-2 Korišteni reciklirani ulazni materijali		45-46			
301-3 Regenerirani proizvodi i materijali za njihovu ambalažu		45-46			
Energija					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		39			
302-1 Potrošnja energije unutar organizacije		40-42			
302-2 Potrošnja energije izvan organizacije		40-42			
302-3 Intenzitet energije		/		Informacije nedostupne/nepotpune	
302-4 Smanjenje potrošnje energije		40-42			
302-5 Smanjenje energetske potrošnje proizvoda i usluga		42			
Voda i otpadne vode					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		39			
303-1 Interakcije s vodom kao zajedničkim resursom		39, 43-44			
303-2 Upravljanje utjecajima ispuštanja voda		43-44			
303-3 Povlačenje vode		43-44			
303-4 Ispuštanje vode		44			
303-5 Potrošnja vode		43-44			

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje		
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje
Bioraznolikost					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		/		Informacije nedostupne/ nepotpune	
304-1 Radna područja u vlasništvu, najmu, kojima se upravlja na zaštićenim područjima ili u blizini njih i područja visoke vrijednosti biološke raznolikosti izvan zaštićenih područja		/		Informacije nedostupne/ nepotpune	
304-2 Važni utjecaji aktivnosti, proizvoda i usluga na biološku raznolikost		44			
304-3 Zaštićena ili obnovljena staništa		/		Informacije nedostupne/ nepotpune	
304-4 Vrste s IUCN-ovog Crvenog popisa ugroženih biljnih i životinjskih vrsta te nacionalnog popisa očuvanja vrsta sa staništima u područjima koja su pod utjecajem djelatnosti		44			
Emisije					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		39			
305-1 Izravne (Opseg 1) emisije stakleničkih plinova		40			
305-2 Energetske neizravne (Opseg 2) emisije stakleničkih plinova		40			
305-3 Ostale neizravne (Opseg 3) emisije stakleničkih plinova		/		Informacije nedostupne/ nepotpune	
305-4 Intenzitet emisija stakleničkih plinova		40			
305-5 Smanjenje emisija stakleničkih plinova		40			
305-6 Emisije tvari koje oštećuju ozonski omotač (eng. ODS)		/		Informacije nedostupne/ nepotpune	
305-7 Dušikovi oksidi (NOx), sumporni oksidi (SOx) i druge važne emisije u zrak		/		Informacije nedostupne/ nepotpune	

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje		
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje
Otpad					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		39, 46-47			
306-1 Nastajanje otpada i važni utjecaji povezani s otpadom		46-47			
306-2 Upravljanje važnim utjecajima vezanim uz otpad		46-49			
306-3 Nastali otpad		47			
306-4 Otpad preusmjeren s odlaganja		48-49			
306-5 Otpad upućen na zbrinjavanje		48-49			
Procjena okoliša dobavljača					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		58-60			
308-1 Novi dobavljači koji su pregledani korištenjem ekoloških kriterija		58-60			
308-2 Negativni utjecaji na okoliš u opskrbnom lancu i poduzete radnje		58-60			
Zapošljavanje					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		51			
401-1 Novi zaposlenici i fluktuacija zaposlenika		52			
401-2 Beneficije koje se daju zaposlenicima s punim radnim vremenom, a koje se ne pružaju zaposlenicima na određeno ili skraćeno radno vrijeme		54			
401-3 Roditeljski dopust		58			
Odnosi rukovodstva sa zaposlenicima					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		25, 39, 51			
402-1 Minimalni rokovi za obavješćivanje o operativnim promjenama		54			

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje		
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje
Zaštita zdravlja i sigurnost na radu					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		51 , 55-56			
403-1 Sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnošću na radu		55-56			
403-2 Utvrđivanje opasnosti, procjena rizika i istraživanje incidenta		56			
403-3 Službe medicine rada		56			
403-4 Sudjelovanje radnika, savjetovanje i komunikacija o profesionalnim bolestima i sigurnosti na radu		54, 56-57			
403-5 Osposobljavanje radnika za zaštitu od profesionalnih bolesti i sigurnost na radu		57			
403-6 Promicanje zdravlja radnika		57			
403-7 Prevencija i ublažavanje utjecaja na zdravlje i sigurnost na radu koji su izravno povezani s poslovnim odnosima		55-56			
403-8 Radnici obuhvaćeni sustavom upravljanja zdravljem i sigurnošću na radu		55-57			
403-9 Ozljede na radu		57-58			
403-10 Kronična bolest povezana s radom		57-58			
Obuka i obrazovanje					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		51, 55			
404-1 Prosječni broj sati obuke godišnje po zaposleniku		55			
404-2 Programi za nadogradnju vještina zaposlenika i programi pomoći pri tranziciji		55			
404-3 Postotak zaposlenika koji primaju redovite ocjene učinka i razvoja karijere		53-54			

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje		
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje
Raznolikost i jednake mogućnosti					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		25, 51, 53			
405-1 Raznolikost upravljačkih tijela i zaposlenika		53			
405-2 Odnos osnovne plaće i primanja žena i muškaraca		53, 54			
Nediskriminacija					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		25, 51, 53			
406-1 Slučajevi diskriminacije i poduzete korektivne mjere		6, 53			
Sloboda udruživanja i kolektivnog pregovaranja					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		58			
407-1 Poslovi i dobavljači u kojima pravo na slobodu udruživanja i kolektivnog pregovaranja može biti ugroženo		58			
Dječji rad					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		58			
408-1 Operacije i dobavljači izloženi znatnom riziku od slučajeva dječjeg rada		58			
Prisilni ili obvezni rad					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		58			
409-1 Operacije i dobavljači pod znatnim rizikom za slučajeve prisilnog ili obveznog rada		58			
Sigurnosne prakse					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		57			
410-1 Sigurnosno osoblje obučeno za politike ili postupke ljudskih prava		57			

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje		
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje
Prava autohtonih naroda					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		/		Nije primjenjivo	
411-1 Slučajevi kršenja prava autohtonih naroda		/		Nije primjenjivo	
Lokalne zajednice					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		25			
413-1 Operacije s angažmanom lokalne zajednice, procjenama utjecaja i razvojnim programima		49, 68-72			
413-2 Poslovi sa izrazitim stvarnim i potencijalnim negativnim utjecajima na lokalne zajednice		43-44, 46			
Socijalna procjena dobavljača					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		58			
414-1 Novi dobavljači koji su pregledani primjenom društvenih kriterija		58-60			
414-2 Negativni društveni utjecaji u opskrbnom lancu i poduzete radnje		58-60			
Javna politika					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		/		Nije primjenjivo	
415-1 Politički doprinosi		/		Nije primjenjivo	
Zdravlje i sigurnost kupaca					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		60-61			
416-1 Procjena utjecaja kategorija proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost		61-62			
416-2 Slučajevi neusklađenosti u pitanjima utjecaja proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost		68			

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje		
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje
Marketing i označavanje					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		62-63			
417-1 Zahtjevi za informacije o proizvodima i uslugama te njihovo označavanje		62-63			
417-2 Slučajevi neusklađenosti u pogledu informacije o proizvodima i uslugama te njihovog označavanja		68			
417-3 Slučajevi neusklađenosti u pogledu marketinških komunikacija		68			
Privatnost kupaca					
3-3 Upravljanje materijalnim temama		63-64			
418-1 Potkrijepljene pritužbe koje se tiču povrede privatnosti kupaca i gubitaka podataka o kupcima		63-64			

