

A man and a woman are shown in a close-up, smiling and looking at each other. The woman is holding a glass of orange juice with a straw, and the man is also holding a glass of orange juice with a straw. The glasses have the CEDEVITA logo on them. The background is a blurred outdoor setting with warm lighting.

IZVJEŠĆE O ODRŽIVOSTI ROBNE MARKE CEDEVITA ZA 2023. GODINU

CEDEVITA®

SADRŽAJ

1. Ključni naglasci u 2023.	03	7. Prirodni okoliš	37	8.2 Odnosi s kupcima	55
2. O izvješću o održivosti	08	7.1 Klimatske promjene	38	8.2.1 Zdravlje i sigurnost kupaca	56
3. Uvodna riječ glavnog direktora	10	7.1.1 Ugljični otisak robne marke Cedevida	38	8.2.2 Kontrola kvalitete proizvoda	58
4. Robna marka Cedevida	13	7.1.2 Potrošnja energije	40	8.2.3 Označavanje proizvoda	58
4.1 Organizacijski položaj robne marke Cedevida u okviru Atlantic Grupe	15	7.2 Onečišćenje	42	8.2.4 Privatnost kupaca	58
4.2 Proizvodi	16	7.3 Vodni resursi	42	8.2.5 Razvoj novog proizvoda	59
4.2.1 Proizvodnja	17	7.3.1 Crpljenje pitke vode	42	8.2.6 Interakcija s kupcima i krajnjim korisnicima	59
4.3 Prisutnost na tržištu	19	7.3.2 Upravljanje otpadnim vodama	43	8.2.7 Komunikacija s potrošačima i komunikacijski kanali	62
4.3.1 Prodajna vrijednost	20	7.4 Resursi i kružno gospodarstvo	44	8.2.8 Dijalog s kupcima	62
4.3.2 Poslovanje distribucije	21	7.4.1 Ambalažni materijali	45	8.2.9 Odgovorna komunikacija i marketinške prakse	63
5. Poslovni naglasci	22	7.4.2 Ponovna uporaba nusproizvoda	46	8.2.10 Upiti i reklamacije	64
6. Održivo upravljanje	24	7.5 Upravljanje otpadom	46	8.3 Lokalne zajednice	64
6.1 Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda, koje podržavamo i u svojim aktivnostima u Atlantic Cedevidi d.o.o.	26	8. Jačanje naše odgovornosti prema društvenom okruženju	50	8.3.1 Edukativna web-stranica za mentalno zdravlje i dobrobit	64
6.2 Stupovi održivog razvoja	29	8.1 Prepoznavanje vrijednosti svoje radne snage	51	8.3.2 Inicijative	65
6.3 Integrirani sustav kvalitete	29	8.1.1 Struktura zaposlenih	51	8.3.3 Suradnja u borbi protiv raka dojke	65
6.4 Identifikacija strateških dionika	30	8.1.2 Poštivanje različitosti i osiguranje jednakih mogućnosti	53	8.3.4 Dan vrijednosti za zelene aktivnosti u zajednici	65
6.4.1 Matrica materijalnosti	32	8.1.3 Poštivanje dostojanstva i zaštita od diskriminacije	53	8.3.5 Sponzorstva i donacije	66
6.5 Članstvo u udrugama	34	8.1.4 Žalbeni mehanizam	53	9. Indeks sadržaja Globalne inicijative za izvještavanje (eng. GRI)	67
6.6 Upravljanje rizicima	34	8.1.5 Osiguravanje adekvatnog plaćanja	53		
6.7 Odnosi s dobavljačima	35	8.1.6 Kolektivni ugovori	53		
		8.1.7 Prepoznavanje talenata i razvoj zaposlenika	54		
		8.1.8 Upravljanje učinkom	54		
		8.1.9 Obrazovanje i osposobljavanje	54		
		8.1.10 Zaštita zdravlja i sigurnost na radu	54		

1

KLJUČNI NAGLASCI U 2023.

CEDEVITA®

CEDEVITA PROIZVODI



Ulazak u novi segment

**NISKOKALORIČNIH
PIĆA:**

VITAMINSKA VODA

U 2023. proizvedeno je
više od
**11 TISUĆA
TONA**
ili
**130 MILIJUNA
JEDINICA**
Cedevida proizvoda

50%
vrijednosne prodaje Cedevida
proizvoda prodano je u
**MALOPRODAJI U KATEGORIJI
ROBNE MARKE CEDEVITA VIN
AT HOME**

44%
prodajne vrijednosti
u svim kategorijama
Cedevida proizvoda
ostvareno je
NA HRVATSKOM TRŽIŠTU

100%
naših proizvoda sadrži vitamine,
ne sadrži genetski modificirane
organizme (GMO).

Svi Cedevida proizvodi, proizvedeni
u Hrvatskoj, nose



**OZNAKU
„HRVATSKA KVALITETA“**

UPRAVLJANJE

5 STUPOVA
ODRŽIVOG RAZVOJA:

EMISIJE

VODA

RECIKLIRANJE

ZAPOSLENICI

PROIZVODI

NEMA

slučajeva materijalne
neusklađenosti

93% DOBAVLJAČA

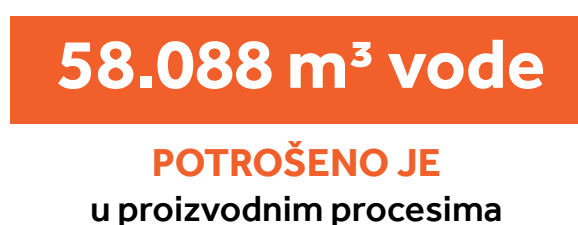
ocijenjeno je
ocjenom odličan (A)



PRIRODNI OKOLIŠ

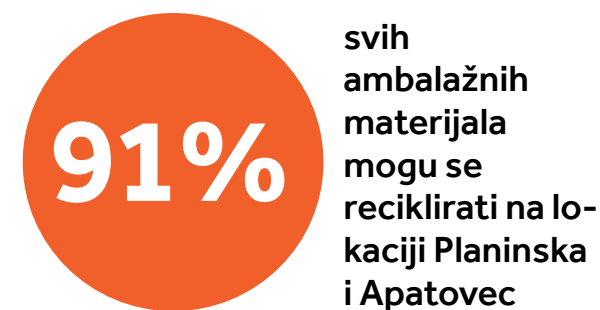


SVA
kupljena energija
za struju je iz
OBNOVLJIVIH
IZVORA



4% MANJE
SPECIFIČNE ENERGIJE U kWh/t
korišteno je na lokaciji
Planinska u usporedbi s 2022.

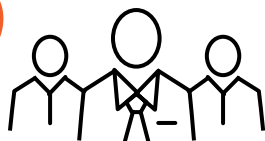
Sve boce koje se koriste za Cedevisa vitaminske granule izrađene su od



DRUŠTVENO OKRUŽENJE

345

zaposlenika



58%

MENADŽERA
ženskog su
spola



30 %

zaposlenika ima

**PLAN ZA
RAZVOJ KARIJERE.**



11 SATI
EDUKACIJE

i obuke po zaposleniku

**NEMA
PRITUŽBI**

na zdravlje i sigurnost naših proizvoda
ili označavanje proizvoda

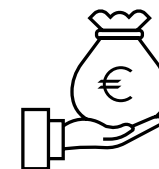
17 **NOVIH**

I POBOLJŠANIH
Cedevisa recepata

VIŠE OD

3.700
GRAĐANA

svakodnevno je sudjelovalo
u izvođenju malih dobrih djela u sklopu
akcije „21 dan optimizma”



372,543
EURA

sredstava utrošeno je na
SPONZORSTVA I DONACIJE
za robnu marku Cedevisa

2

O IZVJEŠĆU O ODRŽIVOSTI

CEDEVITA®

O IZVJEŠĆU O ODRŽIVOSTI

Kao regionalna robna marka visokog društvenog utjecaja Cedevida također želi komunicirati sa javnošću na **otvoren, transparentan i jasan** način o svojim aktivnostima u pogledu održivosti. Ovo Izvješće o održivosti **drugo je po redu**. Prilikom izvješćivanja prate se aspekti zaštite okoliša, društva i korporativnog upravljanja (eng. ESG). Cedevida izvještava u skladu sa standardima Globalne inicijative za izvještavanje (eng. GRI). Informacije su predstavljene uz uzimanje u obzir Europskih standarda za izvještavanje o održivosti (eng. ESRS) koji su prepoznati kao relevantni. Izvještavanje se odnosi i na sadržaj Godišnjeg izvješća Atlantic Grupe čiji smo dio jer se određenim procesima upravlja centralno na razini Grupe.

Neke su informacije ponovno navedene u odnosu na prethodno izvješće o održivosti iz različitih razloga (promjena metodologije, nova lokacija, itd.), što je predstavljeno u odgovarajućoj temi.

Izvješće o održivosti izrađeno je u suradnji s vanjskom konzultantskom organizacijom i internim timom koji se sastoji od članova iz različitih odjela. Projektom izrade Izvješća o održivosti upravlja Odjel za istraživanje, razvoj i inovacije, uz entuzijastičnu podršku Odjela marketinga.



3

UVODNA RIJEČ GLAVNOG DIREKTORA

CEDEVITA®

UVODNA RIJEČ GLAVNOG DIREKTORA



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

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

neizmjerljivo mi je zadovoljstvo i ponos predstaviti vam drugo Izvešće o održivosti Cedevite koje odražava kontinuiranu predanost održivosti naših zaposlenika i naših širih dionika.

Uvjerjenje je ono što nas vodi na ovom putu prema održivosti i što obilježava drugu godinu ovog izvješća. Uvjerjenje da svaki poduzeti korak može imati značajan

utjecaj, da dajemo primjer i utiremo put generacijama koje tek dolaze te da svaka naša odluka i inovacija predstavljaju 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 proizvod pronašao je put do hrvatskih kućanstava 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 je predanost održivosti ukorijenjena u naše temeljne vrijednosti i strateški pristup. Proaktivan 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 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 poštivati njihove interese, prava

U Atlantic Cedevidi je predanost održivosti ukorijenjena u naše temeljne vrijednosti i strateški pristup. Proaktivan 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 utjecaja na okoliš.

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. 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.

Nastavljajući na temeljima postavljenim u prvom izvješću, održivost ostaje naš prioritet kroz sveobuhvatan pristup, s ciljem postizanja pozitivnog društvenog i ekološkog utjecaja. Naša inicijativa 'Budi dobro. Budi CE', koja se fokusira na njegovanje mentalne dobrobiti i poticanju pozitivnih životnih ishoda, nastavila je igrati ključnu ulogu u naporima za društvenu odgovornost. Cedevida kontinuiranim radom i istraživanjem novih rješenja ambalaže za svoj maloprodajni portfelj nastavlja svoj put prema ekološkoj odgovornosti. U 2023. godini smo inovirali patentirani zatvarač Cedevide te ga uspješno adaptirali novoj regulativi neodvojivih čepova.

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 Romac,

glavni direktor Strateškog poslovnog područja Pića,
Atlantic Cedevida d.o.o.



4

ROBNA MARKA CEDEVITA

CEDEVITA®



ROBNA MARKA CEDEVITA

Robnom markom Cedevida upravlja Atlantic Cedevida d.o.o. koja je u stopostotnom vlasništvu Atlantic Grupe d.d., sa sjedištem u Zagrebu, Hrvatska. Atlantic Cedevida d.o.o. upravlja i robnim markama Cockta, Kala i Kalnička te Boom Box.

Sjedište Atlantic Cedevide d.o.o.:
Planinska 15, 10 000 Zagreb, Hrvatska

Tri proizvodna pogona:

- Lokacija Planinska, Planinska 15, 10 000 Zagreb, Hrvatska
- Lokacija Apatovec, Brežanci 89, 48 260 Križevci, Hrvatska
- Lokacija Rogaška Slatina, Kidričeva ulica 35, 3250 Rogaška Slatina, Slovenija

Uloga robne marke:

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

Vizija robne marke:

osvježiti i potaknuti pozitivan 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 u okviru Atlantic Grupe

Poslovanje Atlantic Grupe organizirano je u pet strateških poslovnih područja (SPP) i jedno poslovno područje (PP): Pored poslovnih područja Atlantic Grupa utemeljila je i zaseban odjel Novi rast koji je fokusiran na razvoj novih robnih marki Atlantic Grupe.



SPP Pića



SPP Kava



SPP Grickalice



SPP Delikatesni namazi



SPP Ljekarničko poslovanje



PP Donat



Novi rast

Atlantic Cedevisa d.o.o. dio je strateškog poslovnog područja Pića koje uključuje i robne marke Cockta, Kala i Kalnička. Radi poboljšanja učinkovitosti upravljanja pojedinim poslovnim i distribucijskim jedinicama Atlantic Grupa kombinira slične poslovne aktivnosti ili proizvode, zajednička tržišta ili kanale.

Za više informacija o organizacijskoj strukturi i najvišem upravljačkom tijelu Atlantic Grupe pogledajte Godišnje izvješće Atlantic Grupe za 2023. (stranice 23, 118 – 140).

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

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



4.2 Proizvodi

Cedevida je jedna od najpopularnijih robnih marki u regiji, s tradicionalnim okusima i brojnim novim okusima koji su prilagođenim društvu koje se neprestano mijenja i preferencijama korisnika. Cedevida je neraskidivo povezana sa svojim sadržajem od 9 vitamina: C, E, B1, B2, B3, B5, B6, B9, B12. Kao takva smatra se dodatkom prehrani jer jedna doza sadrži 50 % preporučene dnevne količine vitamina. Na taj način pridonosi smanjenju umora i iscrpljenosti, normalnom imunološkom sustavu i radu srca te štiti stanice od oksidativnog stresa.

Cedevida prati tržišne trendove. Kao rezultat lansirala je novi proizvod, Cedevida vitaminsku vodu (u tri okusa), koja je jedna od najbrže rastućih kategorija bezalkoholnih pića na domaćem i inozemnom tržištu u 2023. godini.

U 2023. godini robna marka Cedevida uključuje sljedeće proizvode:

- Cedevida multivitaminske granule: 9 proizvoda (naranča, limun, limeta, bazga i limun, crvena naranča, ružičasti grejp, naranča bez šećera), lansiranje novog proizvoda ananasa i manga te grejpa za HoReCa kanal, ananas i mango lansiranje pakiranja in & out za maloprodaju
- On the Go: 5 proizvoda (naranča, limun, bazga i limun, limeta, crvena naranča)
- Cedevida bombon: 4 proizvoda (okus naranče, limuna, šumskog voća i mješavine voća)
- PUC PUC pucketavi prah: 3 proizvoda (banana, jagoda, šumsko voće)
- VAB mješavina za smrznuti aromatizirani desert – 1 proizvod
- Cedevida vitaminska voda: 3 proizvoda (limun i ananas, naranča i papaja, limun i nar)

Ukupno: 25 proizvoda

Cedevida vitaminska voda

Naša vitaminska voda razvijena je praćenjem potreba naših sve osvještenijih potrošača koji traže zdrav način života i proizvode s manje kalorija i šećera. To nam je omogućilo ulazak u novi segment – niskokalorična pića. Cedevida vitaminska voda:

- **sadrži prirodne arome,**
- **sadrži vitamine i minerale – jedna vitaminska voda (500 ml) sadrži 50 % preporučene dnevne količine vitamina i 15 % preporučene dnevne količine minerala,**
- **sadrži manje šećera (4 g / 100 ml) i ne sadrži nikakva dodana sladila.**



**Cedevida
vitaminska voda
omogućila nam je
ulazak u novi
segment niskokalo-
ričnih pića u
2023. godini.**

4.2.1 Proizvodnja

Naši se proizvodi proizvode na tri lokacije:

- Planinska (Zagreb, Hrvatska): multivitaminske granule (maloprodaja 900 g, 455 g, 200 g), HoReCa pakiranje 19 g, CedeVita On the Go s čepom napunjenim granulama, CedeVita bomboni, PUC PUC pucketavi prah
- Apatovec (Križevci, Hrvatska): punjenje boca vodom za CedeVitu On the Go i stavljanje napunjenih čepova za CedeVitu On the Go
- Rogaška Slatina (Rogaška Slatina, Slovenija): CedeVita vitaminska voda

Razine proizvodnje CedeVite u kontinuiranom su porastu. U 2023. godini na lokaciji Planinska proizvedeno je više od 100 milijuna jedinica ili 10 tisuća tona

CedeVite odnosno približno 17 % više nego 2019. Maloprodaja čini većinu prethodno navedenih proizvedenih tona. U 2023. godini iznosila je više od 8000 tona. Pune se različita pakiranja vitaminskih granula CedeVite, i to 1000 g (900 + 100), 900 g, 455 g i 200 g. Nakon njih slijedi proizvodnja za potrebe HoReCa prodaje (19 g) za ugostiteljske objekte i restorane. U 2023. godini proizvedeno je nešto više od 1000 tona potonjih proizvoda.

Na lokaciji Apatovec pune se boce vodom za proizvod CedeVita On the Go. U 2023. godini napunjeno je gotovo 6,6 milijuna litara CedeVite On the Go ili približno 34 % više nego 2019.

Nova CedeVita vitaminska voda proizvodi se u Rogaškoj Slatini i uključuje tri vrste okusa. U 2023. godini proizvedeno je više od 5 milijuna litara CedeVita

vitaminske vode.

Na gore navedeni rast proizvodnje i prodaje ponovo je utjecalo nekoliko čimbenika. Osim što je od 2019. robna marka CedeVita repozicionirana iz lidera u kategoriji vitaminskih instant napitaka u robnu marku pozicioniranu u kategoriji napitaka s okusom voća, novim smo proširenjem robne marke uspješno oslobodili nove potencijale.

Novim proširenjem robne marke CedeVita – CedeVita vitaminskom vodom u prvoj smo se godini lansiranja uspješno probili na 4 najveća tržišta u regiji: Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji te Bosni i Hercegovini, što je dodatno pridonijelo rastu proizvodnje.

CedeVita u obliku multivitaminskih granula dostupna je u različitim pakiranjima:

CedeVita vitaminska voda dostupna je u on the go pakiranju:



200 g, 455 g, 900 g



19 g



340 mL



500 mL

Proizvodna grupa	2019.		2020.		2021.		2022.		2023.	
	Jedinice	Tone	Jedinice	Tone	Jedinice	Tone	Jedinice	Tone	Jedinice	Tone
Maloprodaja	13.545.777	6.568	15.727.124	7.672	14.084.765	7.689	15.912.295	8.437	15.761.421	8.126
HoReCa	55.414.500	1.053	39.697.000	754	44.483.950	845	52.256.900	993	54.563.900	1.037
Čep za OTG*	14.817.400	363	16.198.506	211	20.416.536	265	18.930.718	246	20.148.468	262
Komprimirani bombon	9.001.032	278	7.091.294	221	8.289.249	229	9.865.592	273	9.540.712	266
PUC PUC	6.859.980	34	5.435.300	26	6.507.180	33	6.739.380	34	4.575.420	23
Ukupno	99.638.689	8.296	84.149.224	8.884	93.781.680	9.061	103.704.885	9.983	104.589.921	9.714

Tablica: Proizvodnja Cedevidite u jedinicama i tonama na lokaciji Planinska 2019. – 2023.

Proizvodna grupa	2019.		2020.		2021.		2022.		2023.	
	Jedinice	Litre	Jedinice	Litre	Jedinice	Litre	Jedinice	Litre	Jedinice	Litre
Cedevida On the Go*	14,856,726	4,902,720	15,008,214	4,952,711	19,326,120	6,377,620	19,395,996	6,400,679	19,967,592	6,589,305

Tablica: Punjenje boca za Cedevidu On the Go u jedinicama i litrama na lokaciji Apatovec 2019. – 2023.

Proizvodna grupa	2023.	
	Jedinice	Litre
Cedevida vitaminska voda	10.162.452	5.081.226

Tablica: Proizvodnja Cedevida vitaminske vode u jedinicama i litrama na lokaciji Rogaška Slatina 2023.

* Cedevida On the Go proizvodi se na dvije lokacije, i to na lokaciji Planinska gdje se čepovi pune Cedevida multivitaminskim granulama i na lokaciji Apatovec voda se flašira u svoju ambalažu.

4.3 Prisutnost na tržištu

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

Glavna tržišta:

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

Ostala tržišta:

Austrija, Republika Češka, Njemačka, Irska, Nizozemska, Poljska, Španjolska, Švedska, Švicarska, Mađarska, Kosovo, Slovačka, Velika Britanija, Sjedinjene Američke Države, Albanija itd.

I u drugoj godini izvještavanja Cedevida je i dalje vodeća robna marka u kategoriji bezalkoholnih voćnih pića u Hrvatskoj i Sloveniji.*

*Izvor: Istraživanje Brand Value Creator, Ipsos, listopad 2023.



4.3.1 Prodajna vrijednost

Polovica Cedevitinih proizvoda prodaje se u sklopu našeg maloprodajnog portfelja, a slijedi ih prodaja u HoReCa kanalu (24 %) i On the Go (15 %). U prvoj godini nakon lansiranja naša vitaminska voda činila je 7 % prodaje proizvoda robne marke Cedevisa.

Portfelj	2022.	2023.
Maloprodaja – kod kuće	52%	50%
HoReCa	23%	24%
On the Go	17%	15%
Bombon	7%	4%
Vitaminska voda	/	7%

Tablica: Udio vrijednosti prodaje po portfelju u razdoblju 2022. – 2023.

Strateški ciljevi:

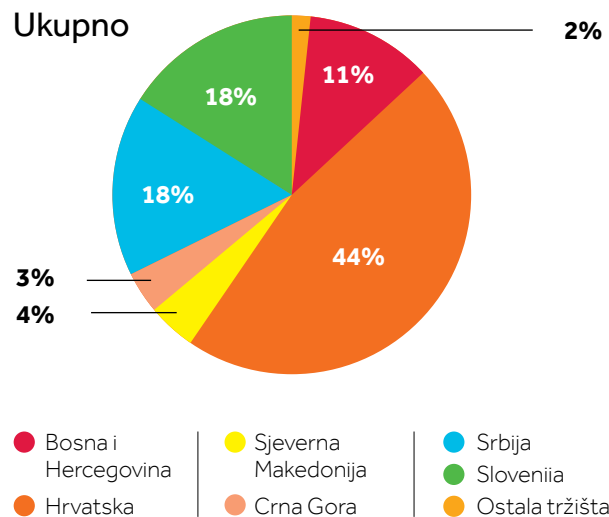
- pridobiti nove potrošače
- nastaviti graditi odnos s potrošačima i ljubav prema robnoj marki
- poboljšati dostupnost proizvoda

Najveća vrijednost prodaje u svim kategorijama Cedevisa proizvoda ostvaruje se na hrvatskom tržištu. Nakon Hrvatske slijede Srbija, Slovenija te Bosna i Hercegovina, gdje postoje razlike ovisno o vrsti proizvoda. Posebno je srpsko tržište s 30 % vrijednosti prodaje proizvoda On the Go vrlo blizu hrvatskom tržištu, gdje se generira 36 % vrijednosti prodaje. Vrijednost prodaje u Sloveniji najveća je u kategoriji vitaminske vode (30 %).

Tržište	Maloprodaja – kod kuće	HoReCa	Vitaminska voda	On the Go	Bombon	Ukupno
Bosna i Hercegovina	11%	11%	9%	10%	22%	11%
Hrvatska	47%	47%	34%	36%	35%	44%
Makedonija	4%	3%	0%	4%	7%	4%
Crna Gora	2%	2%	0%	6%	6%	3%
Srbija	15%	16%	27%	30%	14%	18%
Slovenija	17%	20%	30%	12%	18%	18%
Ostala tržišta	3%	0%	0%	2%	0%	2%
Ukupno	50%	24%	7%	15%	4%	100%

Tablica: Prodaja prema vrijednosti i kategorijama glavnih tržišta u 2023.

Na hrvatskom se tržištu ostvaruje 44 % ukupne prodajne vrijednosti.



Grafikon: Prodaja prema vrijednosti glavnih tržišta u 2023.



Planeta Zemlja nas iz dana u dan opominje i šalje jasne poruke koliko su je ljudi promijenili i koliko je iz dana u dan uništavaju. Svaki, pa čak i najmanji osobni korak za Zemlju je velik. Svaki, pa čak i najmanji korak koji jedna kompanija može napraviti za Zemlju još je veći. Biti dijelom tima koji se brine, promišlja i traži najbolje rješenje za mene je važno te budi dodatan osjećaj odgovornosti i potvrđuje da sam na pravoj strani. Voljeti Zemlju znači voljeti svaki dan koji nam ona bezuvjetno pruža.



Nataša Gaon-Grujić,
Prodaja, SPP Pića,
Atlantic Grupa

4.3.2 Poslovanje distribucije

Poslovanje distribucije za Cedevisu organiziran je na razini Grupe i pokriva naših šest najvećih tržišta – Hrvatsku, Srbiju, Sloveniju, Sjevernu Makedoniju, Rusiju i Austriju te odjel Globalnog upravljanja mrežom distributera, koji pokriva tržišta na kojima pretežito upravljaju naši distribucijski partneri.



5

POSLOVNI NAGLASCI

CEDEVITA®

POSLOVNI NAGLASCI

U još uvijek nestabilnom i izazovnom okruženju s kojim smo se suočavali u 2023. uspjeli smo ostvariti rekordni volumen prodaje. Rast prodaje najvećim je dijelom rezultat viših prodajnih cijena na svim tržištima, ali je stopa rasta također ostvarena u svim grupama proizvoda. Rast prodaje zabilježen je na svim tržištima, a najveće stope rasta u odnosu na prethodnu godinu ostvarene su na ključnim regionalnim tržištima. Ključni pokretač tih rezultata bio je niz uspješno implementiranih inicijativa na SPP-u Pića (robne marke Cedevida, Cockta i Kala). Unatoč daljnjim snažnim pritiscima na poslovanje, koji se očituju u visokim cijenama sirovina i ambalaže, energenata, logističkih i drugih usluga, kao i znatnom povećanju plaća, izvrsni prodajni rezultati omogućili su rast profitabilnosti u odnosu na prethodnu godinu.

Marketinške aktivnosti koje podupiru odličan prodajni rezultat većinom se odnose na medijski zakup (TV, digitalni mediji i sl.), vezano uz novu kampanju i lansiranje novog proizvoda, te izradu i aktivaciju promotivnih materijala i njihovo pozicioniranje na prodajnim mjestima. Tijekom godina uglavnom smo povećavali ulaganja u promotivne aktivnosti, što je rezultat širenja na nova tržišta i rasta potrošnje izvan doma nakon pandemije 2020. godine.

Osim sponzorstva i donacija vezanih uz brend Cedevida, sponzoriramo i dva košarkaška kluba koja djeluju u Hrvatskoj i Sloveniji, a to su Cedevida Junior (Hrvatska) i Cedevida Olimpija (Slovenija).

Za 2024. godinu očekujemo da ćemo i dalje biti okruženi neizvjesnošću iz okruženja iako se očekuje blagi pad cijena sirovina i ambalaže, dok pritisak na profitabilnost dolazi od daljnjih povećanja plaća i usluga. Naši će napori biti usmjereni na daljnji organski rast prodaje, razvoj novih proizvoda i izvrsnost operativnog poslovanja da bismo omogućili poboljšanu profitabilnost.

Financiranjem grupacije i porezom na dobit upravlja se na osnovi Grupe te se oni ne raspoređuju na poslovne segmente.

Izvešće o održivosti Cedevida za 2022. godinu obuhvatilo je izvješćivanje o financijskim podacima pravne osobe Atlantic Cedevida d.o.o. te robne marke koji se proizvode isključivo na lokacijama prethodno navedene pravne osobe. Izvešće o održivosti Cedevida za 2023. godinu prošireno je na cijeli segment poslovanja Pića robne marke Cedevida jer je Cedevida 2023. započela proizvodnju Cedevida vitaminske vode na našoj lokaciji u Rogaškoj Slatini (Slovenija) kao dio pravne osobe Atlantic Droga Kolinska d.o.o. Budući da je broj punionica pri raznim pravnim osobama u porastu, ovo Izvešće uključuje izvješćivanje o marketinškim ulaganjima i ulaganjima u robnu marku Cedevida, umjesto izvješćivanje o financijskim podacima za Atlantic Cedevidu d.o.o. Financijske informacije koje se odnose na Atlantic Cedevidu d.o.o. prikazane su u godišnjem izvješću Atlantic Grupe za 2023. godinu.



Sa sve većim fokusom na održivost širi se i opseg podrške koju financije pružaju poslovanju – neki od primjera su evaluacija i analiza poslovnih slučajeva ne isključivo s financijskog aspekta, već i nefinancijskog doprinosa iz područja održivosti, puno bliža i češća suradnja s drugim odjelima uslijed integracije financijskog i nefinancijskog izvješćavanja, prilagodba procesa i načina rada radi omogućavanja prikupljanja podataka potrebnih za uspostavljanje ciljeva i praćenje napretka. Iako se na prvu može činiti da održivost i ne mijenja previše ulogu odjela financija, razumijevanje načela održivosti i njihovih učinaka implementacije u poslovanje ključno je za nastavak pružanja kvalitetne podrške odjela financija.



Matea Lončar,
Financije, SPP Pića,
Atlantic Grupa

6

ODRŽIVO UPRAVLJANJE

CEDEVITA®

ODRŽIVO UPRAVLJANJE

Održivo upravljanje robnom markom Cedevisa čini dio održivog upravljanja na razini Atlantic Grupe. U cilju učinkovitog i djelotvornog praćenja standarda ESG-a i europskih propisa Atlantic Grupa uspostavila je u okviru svoje strukture korporativnog upravljanja jasan model i strukturu upravljanja na tom području. Ostvarivanje produktivnosti i profitabilnosti potpomognuto je jasnom organizacijskom strukturom, korporativnom kulturom i vrijednostima koje povezuju zaposlenike i doprinose ostvarenju poslovnih ciljeva i ciljeva održivog razvoja.

Cedevisin dugoročni cilj održivosti je stvarati vrijednost stavljanjem održivosti u prvi plan naših strateških planova, poboljšati naš ekološki otisak i voditi brigu o potrošnji energije i vode, i što je najvažnije – osigurati bolje mjesto za buduće generacije u regiji. Konstantnim praćenjem trendova i osluškivanjem potreba potrošača jedinstvenim pristupom s potrošačem u središtu i posebnom komunikacijskom strategijom Cedevisa teži uspješnoj izgradnji dugoročnih odnosa s potrošačima u regiji, ponosno stvarajući pozitivno i održivo iskustvo za nadolazeće generacije.

Atlantic Grupa razvija se i posluje u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja. Ključni dokumenti održivog upravljanja u Atlantic Grupi:

- Izjava o primjeni Kodeksa korporativnog upravljanja Zagrebačke burze i HANFE
- Kodeks korporativnog upravljanja Atlantic Grupe

- Kodeks poslovne etike (izdala Hrvatska gospodarska komora)
- Povelja o raznolikosti (izdao Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj)
- Pravila postupanja sa zviždačima
- Etički kodeks organizacije nabave

Više detalja o našem korporativnom ponašanju opisano je u Godišnjem izvješću Atlantic Grupe za 2023. godinu (stranice 116-118, 141).



Jedna od dobrih definicija održivog razvoja shvaća ga kao proces stvaranja novih razvojnih prilika za poslovanje uz osiguravanje bolje budućnosti za nove generacije. Održivost nije isključiva, nije sve ili ništa. Osnovno je načelo da se ne radi ništa što je trajno loše, bilo za okoliš bilo za društvo, a svaki poduzeti korak za bolje sutra vrijedan je pažnje i razumijevanja. Puno je važnije imati jasno definiran cilj i način na koji se on mjeri te kontinuirano napredovati, nego pokušavati učiniti sve, odmah ili u jednom koraku jer pristup sve odjedanput neće biti izvediv.



Lejla Dautović,
Istraživanje, razvoj i inovacije,
SPP Pića, Atlantic Grupa

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

- ISO 45001 sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnošću na radu implementiran je.
- Za sva radna mjesta napravljena je procjena rizika.
- Provođenje obveznih i preventivnih programa promicanja zdravlja na radu.
- Cedevisa je dodatak prehrani koji sadrži devet vitamina – pripremljeni proizvod sadrži 50 % dnevnog unosa preporučene količine vitamina.
- Proizvodnja proizvoda bez šećera prikladna za dijabetičare.
- „Budi Dobro. Budi CE.” (www.budidobrobudice.com) edukacijsko je web-mjesto kojim se ohrabruje ljude svih generacija da brinu o svom mentalnom zdravlju te je posebna kampanja s ciljem osvješćivanja javnosti o izazovima s kojima se suočavaju pacijenti oboljeli od raka dojke i njihove obitelji.
- Novi proizvod u kategoriji vitaminske vode s prirodnim aromama, bez zaslađivača i niskog energetskeg sadržaja

**Kvalitetno obrazovanje**

- Provođenje redovite obuke 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.
- Certificirano prema standardu ISO 50001 – sustavu upravljanja energijom.

6.1 Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda, koje podržavamo i u svojim aktivnostima u Atlantic Cedevis d.o.o.**Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda****Pristupačna i čista energija**

- Certificirano prema standardu ISO 50001 – sustavu upravljanja energijom.
- Provođenje mjera i ulaganja u učinkovito korištenje energije i obnovljivih izvora energije.
- Redoviti telemetrijski nadzor potrošnje energije.
- Sva otkupljena električna energija dobiva 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 i kulturom”.
- Interni proces prepoznavanja potencijala zaposlenika i razvoj njihove karijere.
- Uspostavljen proces upravljanja radnim učinkom i nagrađivanja.
- Kolektivni ugovor sklopljen sa Sindikatom radnika u djelatnostima energetike, kemije i industrije nemetala Hrvatske.
- Godišnje istraživanje organizacijske klime među zaposlenicima.

**Industrija, inovacije i infrastruktura**

- Korporativne procedure Atlantic Grupe za razvoj novih proizvoda.
- Strategija za razvijanje novog okusa proizvoda.
- Dva ključna pokazatelja uspješnosti ESG-a prate se za sve nove proizvode.

6.1 Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih naroda, koje podržavamo i u svojim aktivnostima u Atlantic Cedevidi 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. • 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 ponovnom upotrebom ambalaže. • ISO 14001 – Sustav upravljanja okolišem
 Klimatska akcija	• ISO 14001 – Sustav upravljanja okolišem i ISO 50001 – Upravljanje energijom. • Izračunat ugljični otisak robne marke Cedevida. • Praćenje emisija u zrak. • Plan tranzicije Atlantic Grupe usklađen s Pariškim sporazumom o ograničenju rasta globalne temperature do 1,5 °C

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 ciljeva ili stupova održivog razvoja na razini Grupe. Oni čine dio strateškog planiranja robne marke Cedevida:

- 1 smanjenje emisije stakleničkih plinova
- 2 odgovorno korištenje vode
- 3 recikliranje cjelokupnog plastičnog otpada
- 4 zadovoljstvo zaposlenika, sigurnost i ravnopravnost spolova
- 5 kontinuirano poboljšavanje recepture i nutritivne vrijednosti, jasno označavanje i ekološki prihvatljive inovacije

Atlantic Grupa od 2021. godine uspostavlja AG Indeks održivosti, gdje je svih pet stupova uravnoteženo, a ukupna izvedba u postizanju godišnjih ciljeva mjeri se pomoću dvanaest ključnih pokazatelja uspješnosti ESG-a.

Uspješnost se ogleda u programima poticaja za članove Uprave i druge menadžere u Društvu. Uprava

je imenovala Koordinacijski odbor za održivost, koji je odgovoran za vođenje aktivnosti ESG-a tvrtke. Generalni direktori SPP-a, kao i rukovoditelji poslovnih funkcija odgovorni su za usklađivanje svojih poslovnih strategija sa zajedničkim održivim ciljevima na razini Grupe, osiguravajući da ciljevi druge razine na operativnoj razini odgovaraju korporativnim ciljevima te osiguravaju resurse za postizanje godišnjih namjera i ciljeve.

Za više informacija o AG Indeksu održivosti pogledajte Godišnje izvješće Atlantic Grupe za 2023. (str. 43).

6.3 Integrirani sustav kvalitete

Kvaliteta proizvoda i zakonska usklađenost temelj su uspješnog poslovanja. Atlantic Cedevida slijedi integrirani sustav kvalitete Atlantic Grupe koji uključuje globalne standarde za vlastite procese učinkovitosti, sustav kvalitete i sigurnosti proizvoda te sustava upravljanja okolišem i energijom. Integrirani sustav definiran je i njime aktivno upravlja funkcija korporativnog upravljanja kvalitetom (CQM). Sukladnost s certifikatima redovito provjeravaju unutarnji revizori za usklađenost i vanjski revizori neovisnih certifikacijskih tijela. Nije bilo materijalnih slučajeva neusklađenosti ni

tijekom ni prije izvještajnog razdoblja.

Integrirani sustav kvalitete za Cedevidu 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 proizvoda robnih marki)



Atlantic Cedevida također je nositelj oznake kvalitete „Hrvatska kvaliteta“. Oznakom se daje priznanje hrvatskom proizvođaču / pružatelju usluge, a ujedno i pruža sigurnost potrošačima da se radi o proizvodu/usluzi koji/koja zadovoljava najvišu razinu kvalitete i predstavlja najvišu kvalitetu među onim što se globalno nudi.

Integrirana certifikacija Atlantic Cedevide

Mjesto	Tržište	Standard upravljanja procesima	Certifikacija sustava sigurnosti hrane (FSSC/IFS)	Standard sigurnosti hrane	Standard upravljanja okolišem	EnMS (sustav upravljanja energijom)
Planinska	HR	ISO 9001	IFS	HACCP	ISO 14001	ISO 50001
Apatovec	HR	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001
Rogaška Slatina	SLO	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001

Tablica: Integrirani standardi i certifikati Atlantic Cedevide prema mjestu proizvodnje u 2023.

6.4 Identifikacija strateških dionika

Naše poslovanje snažno je povezano s našim strateškim dionicima s kojima gradimo povjerenje i dugoročne odnose. Uprava Atlantic Grupe prvenstveno je odgovorna za odnose s našim dionicima. Pod njenim vodstvom rukovoditelji i ostali zaposlenici Atlantic Cedevisa d.o.o. također su angažirani na njegovanju odnosa s njom. Različitim metodama komunikacije i komunikacijskim kanalima nastojimo poštivati prava svih naših dionika, aktivno ih uključiti u važne teme, prepoznati njihove interese i omogućiti im da svoje brige podijele s nama. Sve to provodimo uz dobru poslovnu praksu i njegujući dijalog s našim dionicima na lokalnoj i međunarodnoj razini. Po potrebi svoje komunikacijske kanale nadopunjujemo ili prilagođavamo komunikacijskim trendovima i skupinama dionika. Komuniciramo na iskren, transparentan i jasan način te uspostavljamo prostor za zajedničko stvaranje i poboljšanje.

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

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 · društvene mreže · 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 stranica, adresa e-pošte, društvene mreže) · tradicionalni mediji (telefon, pošta) · osobni sastanci · upitnici za dobavljače · poslovni sastanci · godišnje izvješće Atlantic Grupe · Cedevisa izvješće o održivosti
Kupci i potrošači	· utvrđivanje potreba, želja i očekivanja kupaca i potrošača · podizanje svijesti o zdravom načinu života i održivom razvoju · prepoznavanje Cedevisa kao robne marke koja čini pravu stvar za održavanje društva i izgradnju povjerenja i lojalnosti potrošača	· regionalni centar za kontakt · web stranica · društvene mreže · informacije i oznake na proizvodima i pokraj njih · marketinške kampanje i događanja · e-bilten · istraživanje tržišta · godišnje izvješće Atlantic Grupe · Cedevisa izvješće o održivosti · edukativna platforma „Budi Dobro. Budi CE.”



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

Strateški dionici	Ciljevi	Komunikacijski kanali
Zainteresirana javnost: građanske inicijative, lokalne zajednice, strukovne organizacije, udruge itd.	· 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	· regionalni centar za kontakt · sponzorstva i donacije · izravna komunikacija s lokalnim vlastima, civilnim inicijativama, stručnim institucijama itd. · web stranica · društvene mreže · adresa e-pošte · telefon, e-pošta · događanja organizirana za lokalnu zajednicu · edukativna platforma „Budi Dobro. Budi CE.” · Cedevisa izvješće o održivosti
Vlasnici	· razvoj robne marke · ostvarivanje poslovnih ciljeva i ciljeva održivosti · uspješno upravljanje rizicima i mogućnostima	· izravna komunikacija · Kvartalna i godišnja izvješća Atlantic Grupe · Cedevisa izvješće o održivosti · e-komunikacija · telefon, e-pošta
Mediji	· informiranje o aktivnostima i događanjima robne marke i tvrtke · jačanje imidža i ugleda robne marke · uspostava redovite komunikacije, dobrih odnosa i otklanjanje potencijalnih nejasnoća · održavanje vjerodostojnosti robne marke i informacija o tvrtki	· priopćenja za tisak · konferencije za tisak · osobni razgovori · web stranica · društvene mreže · e-komunikacija · telefon, e-pošta

6.4.1 Matrica materijalnosti

Ključ strateškog održivog upravljanja čimbenicima okoliša, društva i korporativnog upravljanja (eng. ESG) jest utvrditi najvažnije teme za tvrtku i ključne dionike. Stoga smo u sklopu održivog upravljanja i izvještavanja o robnoj marki Cedevida izradili matricu materijalnosti kojom se utvrđuje materijalnost 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.). Matrica materijalnosti provedena je 2023. Bili su obuhvaćeni aspekti okoliša (7 indikatora), društva (12 indikatora) i upravljanja (2 indikatora).

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

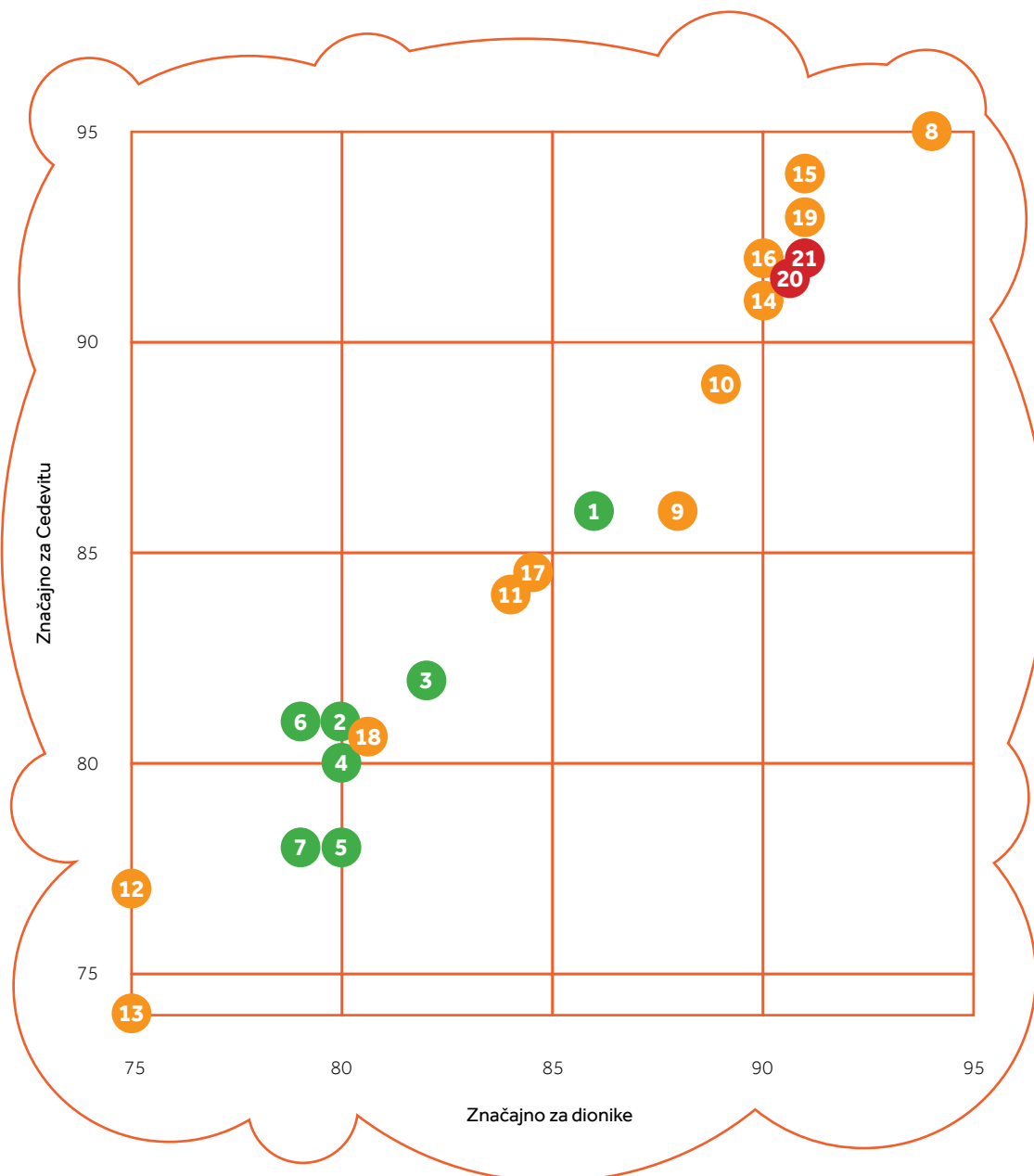
Društveni pokazatelji od najveće su važnosti, pri čemu su kvaliteta i sigurnost proizvoda na prvom mjestu kako za tvrtku tako i za dionike.

Skup pokazatelja proizvoda dopunjen je pokazateljima zdravih proizvoda i funkcionalnih nutrijenata te proizvoda koji su ocijenjeni s više od 85 % materijalnosti. 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.

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 ekološki aspekti odnose se na ambalažu, pri čemu je reciklabilna ambalaža prioritet. Malo je manje važno što ambalaža ne sadrži plastiku, nakon čega slijedi pokazatelj koji ukazuje na razinu recikliranog materijala u ambalaži.





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

6.5 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 (NMWE), čime je Atlantic Grupa neizravna članica tog udruženja,
- Hrvatska udruga poslodavaca,
- Eko-Ozra d.o.o. (organizacija za gospodarenje otpadnom ambalažom) – suosnivač,
- 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).

6.6 Upravljanje rizicima

Kao integrirana multinacionalna korporacija koja posluje u sektoru robe široke potrošnje (eng. FMCG), grupacija Atlantic Grupa izložena je mnogim vanjskim i unutarnjim rizicima. Integrirani proces upravljanja rizicima – Enterprise Risk Management (ERM) – implementiran je u cijeloj Grupi da bi se spriječio i smanjio njihov utjecaj na naše aktivnosti. Proces uključuje identifikaciju rizika, njihovu kvalifikaciju i upravljanje njima. Na razini Grupe prepoznavamo različite kategorije rizika, kao što su financijski, strateški, operativni,

Više o našem pristupu upravljanju rizicima dostupno je u Godišnjem izvješću Atlantic Grupe za 2023

(str. 56 – klimatski rizici, str. 222 – 228).

kvalitativni, zdravstveni i sigurnosni, ugled, ljudski kapital, usklađenost i tehnologija. Atlantic Grupa je krajem 2023. Također prvi put procijenila i kronične i akutne rizike povezane s klimom..

Ključni rizici koje prepoznavamo i kojima smo izloženi u Cedevidi:

- **Financijski rizici:** mogućnost da potrošači bojkotiraju proizvod ili robnu marku iz etičkih, ekoloških ili drugih razloga. Nestalnost tržišta, gospodarska recesija, poremećaji opskrbe i zakonodavne promjene također predstavljaju važan financijski rizik. 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 pandemijom Covid-19, gdje su se zatvarali kafići i restorani, što je smanjilo ili potpuno zaustavilo prodaju putem HoReCa kanala. Prilagodljivost i otpor-

nost u slučaju nepredviđenih okolnosti u tom se slučaju pokazala se iznimno važnom.

• **Rizik od krive percepcije izvedbe nagradnih igara:** sa stajališta odnosa s potrošačima potencijalni rizik može biti vezan uz provedbu Cedevida 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 tim 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 napravimo i videozapis svih dobitnika glavnih nagrada, gdje javnosti predstavljamo da su oni stvarne osobe. 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 ambalaže robne marke Cedevida:** to je važan rizik s kojim se suočavamo i koji utječe na percepciju kvalitete robne marke. Krivotvorenje šteti ugledu naše robne marke i potkopava naše povjerenje i kredibilitet. Zato smo poduzeli odlučne korake da bismo zaštitili svoje potrošače i ugled robne marke u suradnji s pravnim tijelima i agencijama.

• **Neusklađenost s Općom uredbom o zaštiti podataka:** upotreba propisa OUZP-a u digitalnom okruženju nosi niz rizika. Nepoštivanje tih pravila može dovesti do znatnih novčanih kazni. Atlantic Grupa ima jasno definirane smjernice na razini grupe vezane uz uredbu OUZP. Obavezna procjena učinka zaštite podataka (DPIA) potrebna je za visokorizične aktivnosti, a minimalizacija podataka ključna je da bi se osiguralo da se podaci koriste samo u svrhu za koju su prikupljeni. Obuka i edukacija zaposlenika ovdje je od velike važnosti.

6.7 Odnosi s dobavljačima

Naši su dobavljači odabrani postupkom dubinske analize i njihova se usklađenost s našim zahtjevima redovito provjerava.

Posebnu pozornost posvećujemo dobavljačima koji isporučuju sirovine koje se izravno koriste za naše proizvode, slijedeći visoke standarde o kvaliteti sigurnosti hrane.

Dobavljači se također biraju i ocjenjuju uz uzimanje u obzir ekoloških parametara. U budućnosti će se ocjenjivanje dobavljača uskladiti s pokazateljima koji su u skladu sa standardima Globalne inicijative za izvještavanje (eng. GRI) i Europskim standardima za izvještavanje o održivosti (eng. ESRS) s obzirom na osiguravanje adekvatnih ljudskih prava radnika u opskrbnom lancu, provjeru dječjeg rada te prisilan ili obavezan rad.

U naših dobavljača postoji nizak rizik od zlouporabe slobode udruživanja radnika i radnih prava, kolektivnog pregovaranja, dječjeg i prisilnog rada.

Nabava se obavlja u središnjem odjelu nabave Atlantic Grupe. Detaljniji pristup upravljanju dobavljačima predstavljen je u Godišnjem izvješću Atlantic Grupe za 2023.

godinu (str. 145 – 148).

Gdje god je to moguće, odabiru se lokalni dobavljači iz Hrvatske i Slovenije. Također surađujemo s mnogim dobavljačima iz EU-a. U razdoblju od 2020. – 2023. nije bilo važnih promjena dobavljača u pogledu naših osnovnih kategorija materijala. Promjene udjela domaćih dobavljača u ukupnoj vrijednosti proizlaze prvenstveno iz strukture proizvodnje gotovih proizvoda i znatnih cjenovnih oscilacija različitih kategorija materijala.

Godina	Udio nabave od lokalnih dobavljača*	
	Lokacija Planinska i Apatovec (Hrvatska)	Lokacija Rogaška Slatina (Slovenija)
2020.	60%	/
2021.	56%	/
2022.	58%	/
2023.	60%	8%

Tablica: Udio izdvojenih sredstava za primarne materijale i ambalažu lokalnih dobavljača u razdoblju od 2020. – 2023.

*Lokalni dobavljači su dobavljači sa sjedištem u Republici Hrvatskoj i Republici Sloveniji.

Naši dobavljači na razini središnje nabave Atlantic Grupe podliježu godišnjem ocjenjivanju. Pojedini dobavljači podliježu dodatnom ocjenjivanju ili se ocjenjuju po svakoj isporuci ulaznih materijala, ovisno o riziku koji materijal ili usluga predstavlja za kvalitetu i sigurnost naših proizvoda.

U 2023. na sve tri Cedevitine lokacije ocijenjeno je ukupno 82 dobavljača, što je više nego prethodnih godina

jer su ocjenom u 2023. godine bili obuhvaćeni i naši dobavljači na lokaciji Rogaška Slatina gdje se proizvodi vitaminska voda, naš novi proizvod.

Godina	Broj ocijenjenih dobavljača
2020.	66
2021.	61
2022.	61
2023.	82

Tablica: Broj ocijenjenih dobavljača za robnu marku Cedevisa 2020. – 2023.

Ovisno o postignutoj ocjeni naši su dobavljači podijeljeni u tri skupine ovisno o broju postignutih bodova: odličan, dobar ili loš. Većina naših dobavljača ili 93 % svih ocijenjenih dobavljača koji su ocijenjeni u 2023. ocijenjeno je ocjenom odličan (76). Samo je 6 dobavljača ocijenjeno ocjenom dobrim. Nijedan dobavljač nije ocijenjen ocjenom loš.

Broj ocijenjenih dobavljača određenom ocjenom	2020.	2021.	2022.	2023.
A – odličan	62	56	57	76
B – dobar	4	5	4	6
C – loš	0	0	0	0

Tablica: Broj ocijenjenih dobavljača određenom ocjenom za robnu marku Cedevisa u razdoblju od 2020. – 2023.

Dobavljači prve razine imaju nisku razinu rizika od ugrožavanja slobode udruživanja svojih radnika i kolektivnog pregovaranja, dječjeg rada, prisilnog ili obaveznog rada. U 2023. godini u ocjenjivanje je dodana

Ocjenu odličan dobilo je 93 % svih ocijenjenih dobavljača.

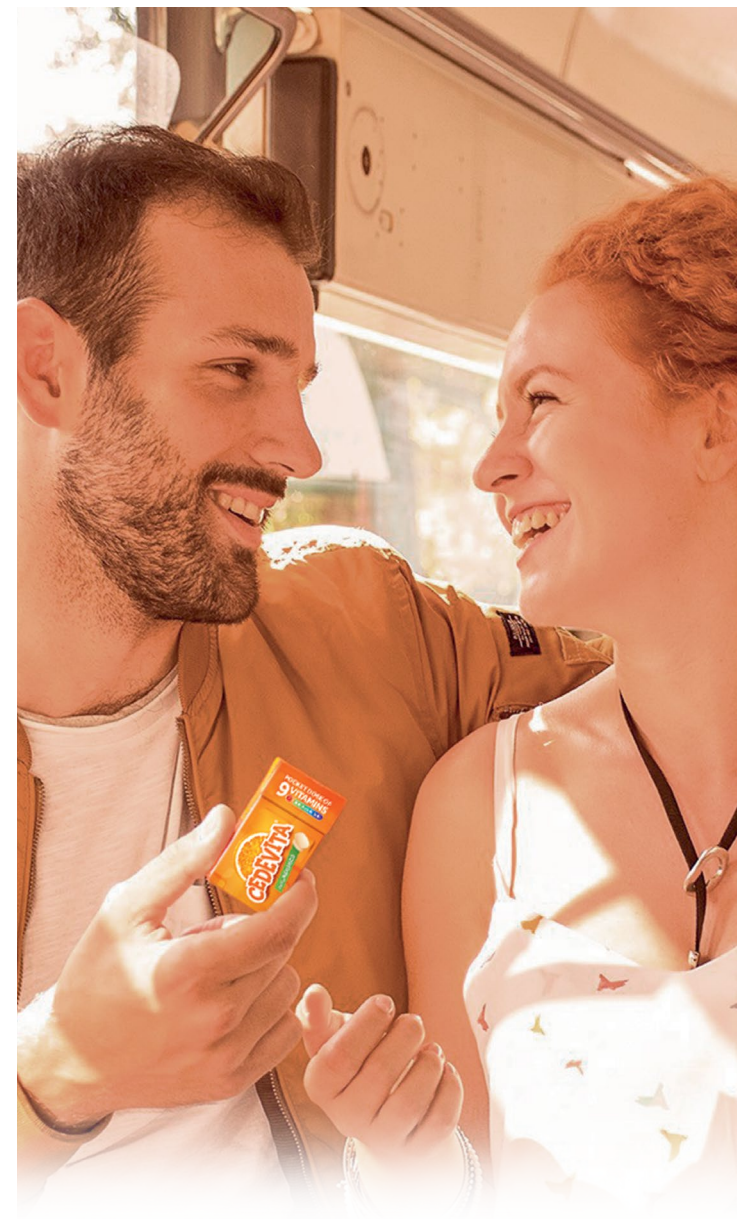
detaljnija provjera zaštite okoliša, pri čemu ocjena za zaštitu okoliša čini dio ukupne ocjene dobavljača. Provjeravamo posluju li dobavljači u skladu sa zakonima, dozvolama i propisima o zaštiti okoliša, posjeduju li certifikat sustava upravljanja okolišem ISO 14001, ISO 50001 ili EMAS (ako ga nemaju, 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 upotreba održivih materijala.



U skladu sa strategijom društvene odgovornosti tvrtke cilj je Nabave putem komunikacije i razvoja partnerskih odnosa s dobavljačima poticati, razvijati i održavati usmjerenost dobavljača prema održivim rješenjima, koja će podržati i omogućiti inovativnost i razvoj naših robnih marki – Cede vite i Cockte te utjecati na konkurentnost, prodaju i povećanje lojalnosti kupaca.



Damir Herceg,
Centralna nabava,
Atlantic Grupa



7

PRIRODNI OKOLIŠ

CEDEVITA®

PRIRODNI OKOLIŠ

Odgovornost prema okolišu sastavni je dio naših svakodnevnih procesa. Poslujemo u skladu sa sustavom upravljanja okolišem ISO 14001, svim važećim zakonskim propisima i zahtjevima te pratimo interne smjernice za upravljanje prirodnim okolišem Atlantic Grupe. Uvođen-



Održivost treba biti dio čovjeka koji je svjestan činjenice da je dio čovječanstva koje treba čistu prirodu, pravedan i odgovoran rad te ravnopravnost u svakom pogledu. Čovjeka koji je dolaskom na svijet dobio priliku očuvati svijet, ako ne i učiniti ga boljim, zdravijim, čistijim. Kaskadnim spuštanjem ciljeva procesa okoliša na osobe koje zaista mogu operativno utjecati na realizaciju postavljenih ciljeva postavljaju se preduvjeti za unapređenje okolišnog aspekta održivosti.



Mirela Sekula,
Zaštita okoliša,
Atlantic Grupa

jem najboljih tehnoloških rješenja, provođenjem redovitog praćenja i optimizacije procesa, temeljitim odabirom ulaznih resursa, učinkovitim gospodarenjem vodama i otpadom, obukom i podizanjem svijesti naših zaposlenika i korisnika nastojimo smanjiti i upravljati svojim utjecajima na prirodni okoliš. Naše se mjere redovito ocjenjuju i uvode se mjere ovisno o postignutim rezultatima. Svoje dobavljače i poslovne partnere također potičemo na odgovoran stav prema prirodnom okolišu. Svoje važne utjecaje prvenstveno prepoznavamo u klimatskim promjenama i potrošnji energije, vode, ulaznih resursa i gospodarenju otpadom.

7.1 Klimatske promjene

Cedevida je svjesna svog utjecaja na klimatske promjene, koji se prvenstveno očituje u razinama potrošnje energije. Zbog toga ulaže u optimizaciju svojih procesa, poboljšavajući upravljanje energijom, opredjeljuje se za potrošnju obnovljivih izvora energije i povećava udio vlastitih obnovljivih izvora energije, kao što su solarne elektrane na krovovima proizvodnih pogona. Istodobno je svjesna utjecaja koji klimatske promjene mogu imati na njezinu djelatnost i posljedično na kvalitetu proizvoda. Prvenstveno se to odnosi na upravljanje temperaturom i vlagom u proizvodnim procesima Cedevidite, povećanu vjerojatnost poplava i druge utjecaje čiji je proces identifikacije u sklopu pla-

na tranzicije na razini Atlantic Grupe još u tijeku.

U skladu s Pariškim sporazumom Atlantic Grupa odlučila je smanjiti emisiju stakleničkih plinova opsega 1 i 2 za 59 % do 2030. godine u odnosu na 2020. te smanjiti emisije Opsega 1, 2 i 3 za 90 % do 2050.

Sukladno tome izrađen je plan tranzicije na razini Grupe, uključujući sve proizvodne pogone u Grupi i dionike u dobavljačkom lancu koji čine čak 94 % emisija stakleničkih plinova Atlantic Grupe. U prvom koraku plan tranzicije odnosi se na emisije Opsega 1 i 2, a u budućnosti će biti uključene i emisije Opsega 3. U središtu plana do 2030. dobivanje je odgovarajućih podataka od dobavljača i njihovo poticanje da usvoje vlastiti plan tranzicije koji se odnosi na smanjenje njihovih emisija.

Cedevida također nastoji smanjiti emisije Opsega 3 održivim inovacijama svojih proizvoda. Kao rezultat toga 2023. u procesu razvoja novih proizvoda uveden je obvezni kontrolni popis za dizajn novih proizvoda. Detaljniji plan tranzicije na razini Grupe koji će sadržavati daljnje aktivnosti po godinama i lokaciji bit će dovršen do kraja 2024.

7.1.1 Ugljični otisak robne marke Cedevida

U ovom je izvješću prikazan naš ugljični otisak korištenjem novih podataka emisijskih faktora za izračun ugljičnog otiska na razini grupacije Atlantic Grupe. Kao rezultat toga brojke za 2022. razlikuju se od prikaza

ugljičnog otiska u Izvešću o održivosti za 2022. Energetski faktori prikazani su uzimajući u obzir podatke udruženja European Association of Issuing Bodies (AIB). Emisijski faktori fosilnih goriva prikazani su prema smjernicama Protokola o stakleničkim plinovima (eng. GHG) u skladu sa zahtjevima Međuvladinog panela o klimatskim promjenama (eng. IPCC). Izvještavamo o CO₂ ekvivalentu. U 2022. uključene su i lokacije Planinska i Apatovec. U 2023. pridružena im je lokacija Rogaška Slatina. Emisije iz službenih automobila također su uključene na svim lokacijama.

Ukupne emisije CO₂ u 2023. godini iznosile su 1.600 tona CO₂ekv, što je 23 % manje nego 2022. bez obzira što su u izračun bile uključene tri lokacije (za razliku od 2022. kada su bile uključene dvije lokacije).

Tome je najviše pridonijela rekordno niska potrošnja tehnološke pare na lokaciji Planinska. To je postignuto strogim nadzorom otvaranja parnih ventila za sušače tehnološkog zraka. Centralni sustav nadzora (CNUS) omogućio nam je da to izvedemo ručno. U budućnosti će proces nadzora biti automatiziran pomoću novog sustava SCADA. Niži emisijski faktor također je donekle utjecao na smanjenje emisija u 2023. godini u odnosu na 2022. godinu.

Tablica: Emisije Opsega 1 i 2 i ukupni ugljični otisak robne marke Cedevisa u 2022. i 2023.

Zemlja	Mjesto	Stacionarna izgaranja						Pokretna izgaranja		Rashladna sredstva	
		Opseg 1									
		Emisije prirodnog plina CO ₂ na lokaciji		Emisije LPG CO ₂ na lokaciji		Ukupne emisije CO ₂ lož ulja na lokaciji		Gorivo za emisije CO ₂ vozila na lokaciji*		Emisije iz HFC-a	
		u t CO ₂		u t CO ₂		u t CO ₂		u t CO ₂			
		2022.	2023.	2022.	2023.	2022.	2023.	2022.	2023.	2022.	2023.
Hrvatska	Apatovec	0	0	0	0	78	85	0	0	16	0
	Zagreb - Planinska	0	0	0	0	0	0	123	138	105	3
Slovenija	Rogaška	/	39	/	0	/	0	/	0	/	4
Opseg 2 (na temelju lokacije)											
Zemlja	Mjesto	Emisije CO ₂ u pari na lokaciji		Emisije CO ₂ fotonaponske energije na lokaciji		Emisije CO ₂ toplinske energije na lokaciji		Ukupne emisije CO ₂ električne energije na lokaciji			
		u t CO ₂		u t CO ₂		u t CO ₂		u t CO ₂			
		2022.	2023.	2022.	2023.	2022.	2023.	2022.	2023.	2022.	2023.
Hrvatska	Apatovec	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Zagreb - Planinska	1.760	1.333	0	0	0	0	0	0	0	0
Slovenija	Rogaška	/	0	/	0	/	0	/	0	/	0
Ukupne emisije CO ₂ (in tCO ₂)											
Zemlja	Mjesto	2022						2023			
Hrvatska	Apatovec	94						85			
	Zagreb - Planinska	1.989						1.473			
Slovenija	Rogaška	/						42			
Sve lokacije		2.083						1.600			

* Korporativni izračun uključuje gorivo za vozila – budući da se korporativni izračun koristi za potrebe izvješćivanja o robnoj marki, uključena su i vozila.

7.1.2 Potrošnja energije

Atlantic Grupa od 2021. provodi politiku kupnje što više sustava obnovljive energije (eng. RES). Kao rezultat toga **sva električna energija koju Atlantic Grupa kupuje u Hrvatskoj i Sloveniji od 2022. dolazi iz 100-postotno obnovljivih izvora** s certifikatom o podrijetlu. To se odnosi na sva tri glavna tržišta na kojima poslujemo (Slovenija, Hrvatska i Srbija). Za proizvodnju električne i toplinske energije upotrebljavaju se različiti izvori energije. Aktivno nastojimo povećati udio obnovljivih izvora energije i zamijeniti fosilna goriva koja se upotrebljavaju za grijanje ekološki prihvatljivijim alternativama.

Na lokaciji Planinska sva se električna energija nabavlja od dobavljača električne energije. Za grijanje se upotrebljava 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. Upotreba toplinske energije ostala je prilično konstantna tijekom godina. Kao izvor topline upotrebljavaju se ukapljeni naftni plin (UNP) i lož-ulje.

U 2023. povećana je potrošnja električne energije jer je uključena i lokacija Rogaška Slatina gdje je 2023. započela proizvodnja Cedevisa vitaminske vode.

Potrošnja energije	2021. (u kWh)	2022. (u kWh)	2023. (u kWh)
Lokacija Planinska			
Struja	4.249.155	4.615.517	4.528.461
Toplinska energija (para)	6.186.322	6.162.448	5.730.653
Ukupno	10.435.477	10.777.965	10.259.114
Lokacija Apatovec*			
Struja	1.232.833	1.223.363	1.200.234
UNP (i propan)	61.034	56.447	56.733
Lož ulje	806.954	611.074	617.163
Ukupno	2.100.821	1.890.884	1.874.130
Lokacija Rogaška Slatina			
Struja	/	/	329.783
Plin	/	/	786.730
Ukupno	/	/	1.116.513
Ukupno za lokacije Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina	12.536.298	12.668.850	13.249.757

Tablica: Potrošnja energije u proizvodnim pogonima Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina između 2021. i 2023.

*Podaci za lokaciju Apatovec razlikuju se od podataka u Izvešću o održivosti za 2022. zbog promjene metodologije izračuna (zasebno za robne marke Cedevisa i Cockta).

Od 2022. sva nabavljena energija za električnu energiju potječe iz obnovljivih izvora, dok za grijanje i dalje upotrebljavamo neobnovljivi izvor. U ukupnoj strukturi energije potrošnja obnovljivih izvora čini gotovo polovicu kupljene energije (48 %) za proizvodnju Cedevisa u odnosu na 2021. kada je iznosila samo 22 %.

Specifična potrošnja energije po proizvodnoj jedinici na lokaciji Planinska i Apatovec smanjuje se tijekom godina. Na lokaciji Planinska ona je pala za 14,1 % u odnosu na 2021., a na lokaciji Apatovec za 13,7 %.

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	2021. (u kWh)	2022. (u kWh)	2023. (u kWh)
Lokacija Planinska			
Neobnovljivi izvor	8.333.280	6.162.448	5.730.653
Obnovljivi izvor	2.102.197	4.615.517	4.528.461
Ukupno	10.435.477	10.777.966	10.259.114
Lokacija Apatovec*			
Neobnovljivi izvor	1.458.346	667.521	673.896
Obnovljivi izvor	642.475	1.223.363	1.200.234
Ukupno	2.100.821	1.890.884	1.874.130
Lokacija Rogaška Slatina			
Neobnovljivi izvor	/	/	240.765
Obnovljivi izvor	/	/	329.783
Ukupno	/	/	570.548
Ukupno za lokacije Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina – neobnovljivi izvor	9.791.626	6.829.969	6.645.314
Ukupno za lokacije Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina – obnovljivi izvor	2.744.672	5.838.880	6.058.478

Tablica: Nabavljena energija iz neobnovljivih i obnovljivih izvora u proizvodnim pogonima Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina za proizvodnju Cedevisa u razdoblju od 2021. – 2023.

Od 2022. sva energija koja se nabavlja za električnu energiju potječe iz obnovljivih izvora.

Specifična potrošnja energije po proizvodnoj jedinici	2021.	2022.	2023.
Lokacija Planinska (u kWh/t)	1.106	988	951
Lokacija Apatovec* (u kWh/hl)	32,94	29,54	28,44
Lokacija Rogaška Slatina (u kWh/t)	/	/	219,73

Table: Shared use of energy per manufacturing unit in the Planinska, Apatovec and Rogaška Slatina manufacturing plants between 2021-2023

*Podaci za lokaciju Apatovec razlikuju se od podataka u Izvešću o održivosti za 2022. zbog promjene metodologije izračuna (zasebno za robne marke Cedevisa i Cockta).

7.2 Onečišćenje

Jedan od proizvodnih pogona Cedebite nalazi se u središtu grada Zagreba (Planinska), 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.

Svojim utjecajem na zagađenje upravljamo primjenom najsuvremenijih sustava za filtriranje izlaznog zraka i otpadnih voda. Radimo to u cilju uklanjanja preostale prašine povezane s našom proizvodnjom. Razvijali smo i sustav alarmiranja za otkrivanje prašine u našem izlaznom zraku, gdje želimo da naši sustavi alarmiranja pokriju 100 % naših strojeva s potencijalnim ispuštanjem preostale prašine. Naš je cilj postići nultu emisiju u sljedećih pet godina. Ovdje treba naglasiti da ta prašina ne predstavlja nikakvu opasnost. Ta preostala prašina najfinija je faza našeg Cedevida proizvoda.

7.3 Vodni resursi

Proizvodni pogoni Cedebite nalaze se u područjima niskog rizika prema Karti rizika od poplava akvedukta Svjetskog instituta za resurse. Naše upravljanje vodama pokriveno je korporativnim Pravilima gospodarenja energijom i vodama Atlantic Grupe. Redovito pratimo potrošnju vode na mjesečnoj razini u odnosu na proizvedenu količinu i sukladno tome postavljamo godišnje ciljeve. Pitku vodu koristimo za tehnološke procese, sanitarne potrebe i za punjenje boca svojim proizvodima.

Voda na lokaciji Planinska prikuplja se iz javne vodoopskrbne mreže, na lokacijama Apatovec i Rogaška Slatina, gdje punimo boce Cedevida napitcima (Cedevida On the Go i Vitaminska voda), upotrebljavamo podzemne vode za tehnološke procese i punjenje boca svojim proizvodima. Pažljivo gospodarimo vodenim resursima, a voda koja se crpi iz bunara utvrđena je odlukom o koncesiji. Provode se redovita mjerenja razine podzemne vode u bunarima. Oba su bunara ograđena i pod ključem te pod stalnim videonadzorom. Provodi se i redoviti dnevni nadzor u vidu fizičkog obilaska zaštitarske službe. Svakodnevno se provode mikrobiološke i kemijske analize uzorkovane vode u bunarima i gotovih proizvoda u proizvodnji.

Konstantno provodimo aktivnosti za poboljšanje učinkovitosti vode i osiguranje kvalitete vode za svoje proizvode. Kontinuirano radimo na:

- sprječavanju kvarova koji mogu uzrokovati nepotrebno izlivanje vode uz pomoć telemetrijskog nadzora i sustava alarmiranja (kada nešto curi – brza reakcija),
- optimizaciji postupaka čišćenja i proizvodnih procesa za smanjenje potreba za vodom, ulaganju u napredne tehnološke nadogradnje koje zahtijevaju manje vode,

- implementaciji tehnoloških rješenja za ponovnu uporabu vode,
- podizanje svijesti zaposlenika o ekonomičnom korištenju vode.

7.3.1 Crpljenje pitke vode

U 2023. potrošnja vode porasla je za 4 % u odnosu na 2022. zahvaljujući u prvom redu novom proizvodu – Cedevida vitaminskoj vodi. Inače smo se trudili održavati prilično konstantne razine potrošnje vode. Zbog toga je velika pozornost posvećena sprječavanju grešaka koje bi mogle uzrokovati izlivanje vode. Redovitim telemetrijskim nadzorom i obavješćavanjem po satu uspjeli smo uspostaviti sustav koji je gotovo bez gubitaka vode.

Tijekom godina specifično crpljenje vode po proizvodnoj jedinici je u padu. Specifično crpljenje na lokaciji Planinska bilo je nešto veće u 2023. (0,77 m³/t), uzrokovano prvenstveno većim količinama proizvedenih proizvoda.

Ukupno crpljenje tehnološke i sanitarne vode	2020.	2021.	2022.	2023.
Crpljenje vode iz javne vodoopskrbne mreže (u m ³) – lokacija Planinska	7.753	8.072	7.911	8.282
Crpljenje vode iz drugih izvora (m ³) – lokacija Apatovec	48.101	52.874	47.945	44.247
Crpljenje vode iz drugih izvora (m ³) – lokacija Rogaška Slatina	/	/	/	5.559
Ukupno za lokacije Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina (u m³)	55.854	60.946	55.856	58.088

Tablica: Crpljenje tehnološke i sanitarne vode u proizvodnim pogonima Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina u razdoblju od 2020. – 2023.

Specifično crpljenje vode po proizvodnoj jedinici	2020.	2021.	2022.	2023.
Lokacija Planinska (u m ³ /t)	0,87	0,86	0,73	0,77
Lokacija Apatovec (u m ³ /t)	1,6	1,8	1,8	1,7
Lokacija Rogaška Slatina (u m ³ /t)	/	/	/	1,09

Tablica: Crpljenje vode po proizvodnoj jedinici Cedevisa proizvoda u proizvodnim pogonima Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina u razdoblju od 2020. – 2023.

7.3.2 Upravljanje otpadnim vodama

Upravlja se emisijama u vode i provode se redovita mjerenja sukladno važećoj vodopravnoj dozvoli trajne valjanosti na lokacijama Planinska i Apatovec. Na lokaciji Planinska dva puta godišnje provode se mjerenja emisija otpadnih voda u sustav javne odvodnje. Na lokaciji Apatovec otpadna se voda pročišćava u vlastitom postrojenju za pročišćavanje i ispušta u biolagunu, mjerenja se provode šest puta godišnje. Na lokaciji Rogaška Slatina otpadna se voda prvo pročišćava u vlastitom sustavu za pročišćavanje voda, čime se izjednačava pH vrijednost, a potom se ispušta u gradsko postrojenje za pročišćavanje. Uzorak mulja iz postrojenja za pročišćavanje uzima se četiri puta godišnje te dodatno ako je potrebno u slučaju neadekvatnog nadzora.

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 otpadnih voda konstantna je tijekom godina.

2023. količina ukupne otpadne vode bila je neznatno viša što je povezano s višom razinom proizvodnje i novim proizvodom na tržištu tj. vitaminskom vodom. Većina otpadnih voda dolazi iz tehnoloških procesa.

Specifično crpljenje vode po proizvodnoj jedinici	2020.	2021.	2022.	2023.
Planinska				
Tehnološka voda* (u m ³)	4.275	4.612	4.389	4.462
Sanitarna voda (u m ³)	3.717	3.761	3.755	3.820
Ukupno	7.992	8.373	8.144	8.282
Apatovec				
Tehnološka voda* (u m ³)	8.132	11.342	11.356	11.243
Sanitarna voda** (u m ³)	/	/	/	/
Ukupno	8.132	11.342	11.356	11.243
Rogaška Slatina				
Tehnološka voda* (u m ³)	/	/	/	5.559
Sanitarna voda** (u m ³)	/	/	/	/
Ukupno	/	/	/	5.559
Ukupno za lokacije Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina	16.124	19.715	19.500	25.084

Tablica: Količina tehnoloških i sanitarnih otpadnih voda u razdoblju od 2020. – 2023.

*Industrijske otpadne vode iz tehnološkog procesa.

**Na lokaciji Rogaška Slatina i Apatovec ne nadziremo sanitarne otpadne vode jer je količina zanemariva.

7.4 Resursi i kružno gospodarstvo

Sirovine potrebne za naše procese i proizvode pažljivo se biraju, a naši dobavljači redovito se ocjenjuju u pogledu svoje kvalitete i sigurnosti te ekoloških i društvenih aspekata.

Slijedi se i načelo očuvanja biološke raznolikosti u procesu odabira sirovina za postojeće i nove proizvode. Ujedno osiguravamo sigurno skladištenje sirovina potrebnih za proizvode. Odabiru se materijali i sirovine koji su certificirani ili u skladu sa standardima prehrambene industrije.

Naši glavni ulazni resursi sirovine su potrebne za naše proizvode, materijali potrebni za rad naših procesa i ambalažni materijali. Tamo gdje je to moguće, traže se kružna rješenja i uvode reciklabilni ili reciklirani materijali te se smanjuje količina nastalog otpada, prvenstveno otpada koji završava na odlagalištima.

Od kraja 2023. nadalje svi poslovi u Atlantic Grupi moraju slijediti korporativne procedure za razvoj novih proizvoda koje zahtijevaju:

- smanjenje količine pakiranja radi smanjenja otpada nakon potrošnje,
- smanjenje nefunkcionalne ambalaže u sekundarnoj ambalaži,
- odabir sirovina/materijala za pakiranje s nižim faktorima emisije stakleničkih plinova,
- smanjenje upotrebe nepotrebnih boja/aditiva,
- uzimanje u obzir podataka o preporučenim porcijama i ponašanju potrošača radi pronalaženja optimalnih rješenja kojima se smanjuje potencijalno stvaranje otpada od hrane tijekom konzumacije proizvoda,
- razmatranje moguće ponovne uporabe proizvedenog otpada.

Sirovine (u kg)				
Planinska				
Cedevida VIN i OTG	2020.	2021.	2022.	2023.
Saharoza	7.780.216	8.271.852	9.646.319	9.349.040
Limunska kiselina (bezvodna i mikrokapsulirana)	776.055	814.123	930.548	918.039
Natrijev bikarbonat	257.815	269.892	309.838	299.045
Vitamini	41.711	44.112	52.089	49.502
Okusi	119.684	120.400	136.611	138.361
Prirodna bojila i prehrambene boje	13.116	20.550	22.186	19.528
Voće u prahu	2.296	5.448	18.846	18.914
Glukoza monohidrat, glukozni sirup, sorbitol	139.935	160.876	185.380	172.611
Jabučna i vinska kiselina	25.487	22.452	27.558	8.798
Zaslađivači	567	713	668	689
Pomoćne sirovine	6.492	7.079	7.914	7.698
Ukupno	9.163.374	9.737.497	11.337.957	10.982.225
Rogaška Slatina				
Cedevida vitaminska voda	2020.	2021.	2022.	2023.
Saharoza	/	/	/	406.629
Limunska kiselina	/	/	/	8.708
Trinatrijev citrat	/	/	/	511
Spojevi	/	/	/	66.115
Trimagnezijev citrat	/	/	/	1.109
Dušik	/	/	/	92.094
Konzervansi	/	/	/	791
Ukupno	/	/	/	575.957

Tablica: Potrošnja ključnih sirovina za proizvodnju Cedevidite u razdoblju od 2020. – 2023.

Tijekom godina količina utrošenih sirovina bila je u porastu, što je proizašlo iz povećane proizvodnje i prodaje ili je ostala približno ista u zadnje dvije godine. Veće smanjenje količine u 2023. u odnosu na 2022. primijećeno je u odnosu na jabučnu i vinsku kiselinu, što je rezultat promjene sastava našeg recepta gdje je jabučna kiselina korištena za okus limete zamijenjena alternativnom sirovinom – limunskom kiselinom. Osim što smo postigli dobar osjetilni rezultat, to nam je omogućilo smanjenje količine sirovina, smanjenje broja analiza i probnih proizvodnja, pojednostavljenje proizvodnog procesa i nabave materijala te ostvarivanje ušteda.

Podaci za Cedevisu vitaminsku vodu dostupni su samo za prethodnu godinu jer se radi o novom proizvodu koji je lansirao 2023.



7.4.1 Ambalažni materijali

Odljev resursa u prvom je redu vezan uz naše proizvode, pri čemu važnu ulogu imaju ambalažni materijali. Na razini Atlantic Grupe nastojimo postići kružno recikliranje, što znači da se otpadna ambalaža koristi za izradu nove ambalaže. Kontinuirano se traga za inovativnim ambalažnim rješenjima koja smanjuju utjecaj na okoliš i olakšavaju optimizaciju utrošenih ambalažnih materijala te pravilnu funkcionalnost ambalaže. To se provodi prema najvišim standardima kvalitete i sigurnosti za naše proizvode. Podižemo svijest korisnika o pravilnom gospodarenju otpadnom ambalažom i važnosti odvojenog prikupljanja otpada.

Sve boce koje se koriste za Cedevisu vitaminski prah izrađene su od 100-postotno reciklabilnog HDPE materijala s PP zatvaračem i PET omotnim naljepnicama koje se mogu 100-postotno reciklirati. Isto vrijedi i za našu ambalažu tekućih pića – Cedevisu On the Go i Cedevisu Vitaminska voda.

Plastična ambalaža čini većinu naše ambalaže. Slijedom toga na razini Atlantic Grupe postavljen je cilj povećanja udjela reciklirane plastike u ukupno nabavljenoj plastici.

Sva sekundarna i tercijarna ambalaža izrađena je od 100-postotno reciklabilnog materijala (papir ili LDPE folija). Plastična termofolija zamijenjena je kartonskom sekundarnom ambalažom (SRP) za Cedevisu vitaminski prah.

U 2023. intenzivno se pripremamo za implementaciju nove SUP Direktive (Direktiva (EU) 2019/904 o smanjenju utjecaja određenih plastičnih proizvoda na okoliš). Za Cedevisu On the Go razvili smo prilagođe-

no privezano zatvaranje. Rješenje smo pokrenuli na proizvodima 2024.

U Atlantic Cedevisi neprestano radimo na uvođenju održive i ekološki prihvatljive ambalaže da bismo optimizirali i smanjili štetne učinke ambalaže na okoliš.

Sustavno radimo u smjeru smanjenja težine ambalažnih materijala i težimo reciklabilnoj, ali učinkovitoj ambalaži s dobrim svojstvima barijere da bismo osigurali dulji vijek trajanja.

Tijekom godina u porastu je uporaba ambalažnih materijala koji se mogu reciklirati. U 2023. reciklabilna ambalaža na lokacijama Planinska i Apatovec činila je dobrih 91 % sveukupne ambalaže ili približno 4 % više nego 2020. Na lokaciji Rogaška Slatina gdje se proizvodi Cedevisu vitaminska voda reciklabilna ambalaža čini gotovo 100 posto svih ambalažnih materijala.

Reciklabilni ambalažni materijali čine više od 91 % svih ambalažnih materijala.

Cedevisa Apatovec and Planinska		
Vrsta ambalažnog materijala	U tonama	U %
2020.	1.733	
Reciklabilno	1.505	86,84%
Nije reciklabilno	228	13,16%
2021.	1.990	
Reciklabilno	1.750	87,93%
Nije reciklabilno	240	12,07%
2022.	2.421	
Reciklabilno	2.208	91,20%
Nije reciklabilno	213	8,80%
2023.	2.302	
Reciklabilno	2.103	91,36%
Nije reciklabilno	199	8,64%
Cedevisa Rogaška Slatina		
Vrsta ambalažnog materijala	U tonama	U %
2023.	130	
Reciklabilno	129	99,51%
Nije reciklabilno	0,63	0,49%
Cedevisa Apatovec, Planinska and Rogaška Slatina		
Vrsta ambalažnog materijala	U tonama	U %
2023.	2.432	
Reciklabilno	2.232	91,80%
Nije reciklabilno	200	8,20%

Tablica: Količina i udio reciklabilne i nereciklabilne ambalaže u razdoblju od 2020. – 2023.

7.4.2 Ponovna uporaba nusproizvoda

Nastojimo pronaći rješenja za sve vrste nusproizvoda u granicama nacionalnog zakonodavstva.

Otpadni granulat i lomljeni bomboni iz proizvodnje Cedevisite predaju se našem ugovornom partneru kao nusproizvod i koriste kao dodatak stočnoj hrani.

U 2023. izručeno je nešto više od 94 tone.

7.5 Upravljanje otpadom

Na razini grupacije Atlantic Grupe uspostavljen je integrirani sustav upravljanja okolišem kojim se ujedno definiraju i zahtjevi gospodarenja otpadom

Slijedi se hijerarhija gospodarenja otpadom u pet koraka, pri čemu se odlažu minimalne količine otpada.

Najveći dio otpada podliježe recikliranju. Ostali procesi obrade uključuju ponovnu uporabu, kompostiranje, energiju i spaljivanje. Posebno je pažnja posvećena dizajnu proizvoda, pri čemu od 2023. pratimo korporativne procese razvoja novih proizvoda, primjenjujući minimalnu upotrebu ambalaže (gdje je to moguće) da bismo smanjili otpad nakon potrošnje. Tražimo i mogućnosti za ponovnu uporabu otpada koji nastaje na našim proizvodnim lokacijama ili za njegovu reciklažu. Otpad se odvaja na mjestu nastanka u našim internim ekološkim zonama, a nastali se otpad isporučuje ovlaštenim operaterima.

Za više informacija o našem pristupu gospodarenju otpadom pogledajte stranice 78 do 81 Godišnjeg izvješća Atlantic Grupe za 2023.

Podaci o otpadu na lokacijama Planinska i Apatovec u ovom se Izvješću o održivosti razlikuju od prethodnog izvješća, a to proizlazi iz promjene metodologije izračuna ovisno o postotku proizvedenih proizvoda robne marke Cedevisa.

Tako je lokacija Planinska generirala oko 8 % manje otpada u 2023. nego godinu prije, a lokacija Apatovec čak 35 % manje, u prvom redu zbog manje količine otpada od gotovih proizvoda i mulja iz biorotora (nije provedeno čišćenje u 2023). U 2022. količina otpada bila je veća prvenstveno zbog povećanja količine zaostalog mulja od pročišćavanja otpadnih voda.

Na lokaciji Rogaška Slatina otpad koji nastaje tijekom proizvodnje Cedevisite čini manji dio ukupne količine otpada na lokaciji Rogaška Slatina, gdje se proizvode i ostale robne marke Atlantic Grupe, kao i mali dio ukupne količine otpada koji generira robna marka Cedevisa.

Na sve tri lokacije u 2023. nastalo je 9 % manje otpada, bez obzira na to što lokacija Rogaška Slatina nije bila uključena u prethodnu godinu.

Vrsta otpada	2021. (u t)	2022. (u t)	2023. (u t)
Lokacija Planinska			
Bezopasni otpad	367,99	349,71	333,67
Opasni otpad	27,45	23,76	33,59
Ukupno	395,44	373,47	367,26
Lokacija Apatovec			
Bezopasni otpad	83,22	136,45	89,74
Opasni otpad	2,43	0,63	0,32
Ukupno	85,65	137,08	90,06
Lokacija Rogaška Slatina			
Bezopasni otpad	/	/	11,74
Opasni otpad	/	/	0,08
Ukupno	/	/	11,82
Ukupno za lokacije Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina	481,09	510,55	469,14

Tablica: Količina otpada po vrstama otpada u razdoblju od 2021. – 2023.



Način gospodarenja	2021. (u t)	2022. (u t)	2023. (u t)
Lokacija Planinska			
Ponovna uporaba	102,78	97,12	91,40
Recikliranje	187,19	162,37	154,89
Kompostiranje	53,87	31,36	29,65
Prikupljanje energije	/	36,95	35,46
Spaljivanje	2,72	1,55	0,20
Odlaganje na odlagalište*	21,44	20,37	22,07
Ukupno	368,00	349,72	333,67
Lokacija Apatovec			
Recikliranje	82,24	135,11	83,39
Kompostiranje	/	/	4,83
Spaljivanje	0,01	0,02	0,10
Odlaganje na odlagalište*	0,97	1,32	1,43
Ukupno	83,22	136,45	89,75
Lokacija Rogaška Slatina			
Recikliranje	/	/	7,76
Kompostiranje	/	/	2,77
Spaljivanje	/	/	0,034
Odlaganje na odlagalište*	/	/	1,17
Ukupno	/	/	11,73
Ukupno za lokacije Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina	451,22	486,17	435,15

Tablica: Bezopasni otpad prema načinu gospodarenja u razdoblju od 2021. – 2023.

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

Način gospodarenja	2021. (u t)	2022. (u t)	2023. (u t)
Lokacija Planinska			
Recikliranje	25,62	22,42	32,86
Spaljivanje	1,82	1,34	0,73
Ukupno	27,44	23,76	33,59
Lokacija Apatovec			
Recikliranje	2,14	0,24	/
Prikupljanje energije	/	/	0,04
Spaljivanje	0,29	0,40	0,28
Ukupno	2,43	0,64	0,32
Lokacija Rogaška Slatina			
Recikliranje	/	/	0,005
Prikupljanje energije	/	/	0,018
Spaljivanje	/	/	0,058
Ukupno	/	/	0,081
Ukupno za lokacije Planinska, Apatovec i Rogaška Slatina	29,87	24,40	34,00

Tablica: Opasni otpad prema načinu gospodarenja u razdoblju od 2021. – 2023.

Upravljanje otpadom	2021.	2022.	2023.
Lokacija Planinska			
Komunalni otpad odložen na odlagalište (u t)	21,44	20,37	22,07
Ukupna količina otpada (u t)	395,43	373,47	367,26
Odvojeno prikupljeni otpad za daljnju uporabu (pepeo s dna peći) (u t)	374,00	353,10	345,19
Odvojeno prikupljeni otpad (u %)	95%	95%	94%
Učinkovitost odvajanja otpada (u t/t ili po hl ili po broju paleta)	0,028	0,034	0,036
Lokacija Apatovec			
Komunalni otpad odložen na odlagalište (u t)	0,97	1,32	1,43
Ukupna količina otpada (u t)	85,64	137,09	90,03
Odvojeno prikupljeni otpad za daljnju uporabu (pepeo s dna peći) (u t)	84,67	135,77	88,60
Odvojeno prikupljeni otpad (u %)	99%	99%	98%
Učinkovitost odvajanja otpada (u t/t ili po hl ili po broju paleta)	0,003	0,005	0,003
Lokacija Rogaška Slatina			
Komunalni otpad odložen na odlagalište (u t)	/	/	0,39
Ukupna količina otpada (u t)	/	/	11,82
Odvojeno prikupljeni otpad za daljnju uporabu (pepeo s dna peći) (u t)	/	/	10,59
Odvojeno prikupljeni otpad (u %)	/	/	90%
Učinkovitost odvajanja otpada (u t/t ili po hl ili po broju paleta)	/	/	0,0021

Tablica: Gospodarenje otpadom u razdoblju od 2021. – 2023.



8

JACANJE NAŠE ODGOVORNOSTI PREMA DRUŠTVENOM OKRUŽENJU

CEDEVITA®

JAČANJE NAŠE ODGOVORNOSTI PREMA DRUŠTVENOM OKRUŽENJU

I u drugoj godini našeg izvješća, robna marka Cedevida nastavlja puštati svoje korijene u lokalnim zajednicama i široj regiji. Cedevida je robna marka koju stvaraju ljudi za ljude. U potpunosti svjesni svog sve većeg utjecaja preuzimamo punu odgovornost za dobrobit svojih zaposlenika i lokalno okruženje u kojem se djelujemo. Nadovezujući se na prošlogodišnje temelje, intenzivirali smo svoje aktivnosti i kampanje da bismo dodatno podržali fizičko i mentalno zdravlje pojedinaca u svim dobima, jačajući svoje vrijednosti i unapređujući svoju viziju donošenja svježine i pozitivnosti svakoj generaciji. Ostajemo posvećeni različitosti i jednakim mogućnostima za sve zaposlenike bez obzira na spol, rasu, etničku skupinu ili vjersko uvjerenje. Nastavljamo identificirati talente i podržavati razvoj karijere u Atlantic Grupi, nudeći zaposlenicima kontinuirano usavršavanje, obrazovanje i razvoj vještina putem različitih inicijativa. Dajemo prednost zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu te potičemo zaposlenike na zdrav i uravnotežen način života. Uz to održavamo rigorozne standarde u ocjenjivanju svojih ključnih dobavljača sirovina, sa sve većim fokusom na suradnju s lokalnim dobavljačima da bismo podržali regionalno gospodarstvo.

8.1 Prepoznavanje vrijednosti svoje radne snage

Naš pristup zaposlenicima temelji se na korporativnoj strategiji Atlantic Grupe pod nazivom Strategija Organizacijske jedinice Ljudi & Kultura i sastavni je dio cjelokupne korporativne poslovne strategije. Uključuje

stupove koji obuhvaćaju:

- agilnu organizaciju usmjerenu na potrošača,
- pristup vodstvu koje se njeguje u svakodnevnom radu s ljudima, i
- zaposlenike koji su predani i uživaju raditi u tvrtki Atlantic.

U budućnosti će naša strategija biti usmjerena na intenziviranje pristupa usredotočenog na čovjeka, što će se ostvarivati jačanjem organizacijske otpornosti, razvojem vodstva i jačanjem lojalnosti zaposlenika.

Svjesni izazova koje donosi tržište rada, nastojimo zaposliti i zadržati nove talente te omogućiti našim zaposlenicima programe razvoja kompetencija, omogućavajući im profesionalni i osobni rast i razvoj.

Svi novozaposleni zaposlenici upoznaju se s korporativnom politikom Atlantic Grupe koja se odnosi na prava i odgovornosti zaposlenika, poštivanje ljudskih prava na radnom mjestu i zaštitu od diskriminacije i nasilja na radnom mjestu te ih se potiče na poštivanje korporativnih pravila i vrijednosti. Svi zaposlenici tretiraju se jednako, bez obzira na spol, rasu ili političku orijentaciju te im se pružaju jednake mogućnosti napredovanja.

8.1.1 Struktura zaposlenih

Svi podaci o zaposlenicima odnose se na Atlantic Cedevidu d.o.o. na lokacijama Planinska i Apatovec, gdje se odvija najveći dio Cedevida proizvodnje. Vita-

minska voda proizvodi se na lokaciji u Rogaškoj Slatini, gdje se proizvode i druge robne marke pića.

Broj zaposlenih u 2023. smanjen je zbog odlaska u mirovinu. 56 % naših zaposlenika su žene, što sugerira da rad za nas nije previše fizički zahtjevan te da je stoga prikladno u većoj mjeri regrutirati žene kao kandidatkinje za posao.

Spol	2021.	2022.	2023.
Muškarci	157	154	152
Žene	184	197	193
Ukupno	341	351	345

Tablica: Broj zaposlenih po spolu u razdoblju od 2021. – 2023.

Dobna struktura zaposlenika ostala je približno ista tijekom godina. U 2023. obrnut je trend zaposlenih u dobi od 29 do 39 godina i zaposlenih u dobi od 50 do 59 godina. Prva skupina činila je većinu zaposlenih (28 %), a druga, koja je prethodnih godina činila većinu zaposlenih, činila je 26 % zaposlenih. To je pokazatelj naših nastojanja da povećamo udio mlađih zaposlenika i tražimo mlade talente. Zaposlenici u dobi od 18 do 28 godina činili su 14 % svih zaposlenika u 2023.

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. Preferiraju 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. Većina zaposlenih ima završen IV. stupanj stručne sprema (proizvodni radnici). Slijede zaposlenici sa završenim VII. stupnjem obrazovanja.



Dob	2021.		2022.		2023.	
	Broj zaposlenih	u %	Broj zaposlenih	u %	Broj zaposlenih	u %
18-28	47	14	53	15	45	14
29-39	87	26	92	26	95	28
40-49	58	17	68	20	71	20
50-59	116	33	105	30	91	26
60+	33	10	33	9	43	12
Ukupno	341	100	351	100	345	100

Tablica: Zaposlenici po dobnoj skupini u razdoblju od 2021. – 2023.*

* Ovo izvješće o održivosti podliježe distribuciji nove dobne strukture koja se razlikuje od strukture sadržane u prethodnom izvješću o održivosti.

Završena razina obrazovanja	2021.	2022.	2023.
0	11	10	13
I	1	1	2
II	20	16	11
III	14	13	10
IV	197	205	207
V	5	5	3
VI	13	15	19
VII (sveučilišni studij)	74	80	75
VII (Magisterij)	6	6	5
Total	341	351	345

Tablica: Broj zaposlenih prema završenom stupnju obrazovanja u razdoblju od 2021. – 2023.

Većina zaposlenika ima ugovor o radu na neodređeno vrijeme. U 2023. imali smo tri radnika s ugovorom na određeno vrijeme (sezonski rad).

U 2023. fluktuacija radnika iznosila je 51 (6 % više u odnosu na prethodnu godinu), a rezultat je prvenstveno odlaska u mirovinu većeg broja starijih zaposlenika, nastavka školovanja ili odlaska zbog drugog posla. Zaposleno je 39 novih djelatnika.

Status zaposlenosti	2021.	2022.	2023.
Ugovor na neodređeno vrijeme	310	305	330
Ugovor na određeno vrijeme	29	46	12
Ugovor na određeno vrijeme – sezonski rad	2	0	3
Total	341	351	345

Tablica: Zaposlenici prema statusu zaposlenja u razdoblju od 2021. – 2023.

	2021.	2022.	2023.
Fluktuacija (broj)	45	48	51
Novi zaposlenici (broj)	54	56	39

Tablica: Fluktuacija i novi zaposlenici u razdoblju od 2021. – 2023.

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

Raznolikost i inkluzija bit su naših vrijednosti na korporativnoj razini i promiču se brojnim politikama o ljudima i kulturi. Na razini Atlantic Grupe osnovano je imenovano povjerenstvo za osiguranje usklađenosti s navedenim.

Svi zaposlenici, neovisno o spolu, imaju jednake mogućnosti razvoja svojih talenata i napredovanja, ovisno o svojim kvalifikacijama i području rada.

Osigurane su i jednake mogućnosti za sve nove kandidate za posao, pri čemu se uzimaju u obzir potrebne vještine za određeno radno mjesto. Svi kandidati za posao podvrgnuti su istom standardiziranom procesu selekcije.

Atlantic Cedevisa d.o.o. koja proizvodi proizvode robne marke Cedevisa nema predstavnika u Upravi Atlantic Grupe. Tvrtku predstavlja glavni izvršni direktor, a više od 60 % voditelja odjela su žene. Svi su rukovoditelji lokalni su zaposlenici odnosno iz Hrvatske.

8.1.3 Poštivanje dostojanstva i zaštita od diskriminacije

Kodeks korporativnog upravljanja Atlantic Grupe nudi jasne smjernice kako postupati u određenim situacijama na radnom mjestu. Imamo nultu toleranciju prema bilo kojem obliku diskriminacije na radnom mjestu, što također uključuje selekciju pri zapošljavanju i uvjete zapošljavanja, napredovanje, profesionalno usmjerenje, 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.

Kategorija zaposlenika prema razini	u %	M u %	Ž u %	Dobna skupina u %		
				< 30	30 - 50	> 50
Uprava	0	0	0	0	0	0
Vijeće za odbor i upravljanje bez Uprave	0,29	100	0	0	0	100
Upravljanje drugima	16,87	41,63	58,37	10,01	53,22	36,77
Asistenti	63,36	48,65	51,35	18,40	42,40	39,20
Stručno osoblje	19,48	33,83	66,17	11,77	55,02	33,21

Tablica: Zaposlenici Atlantic Cedevisa d.o.o. prema radnim mjestima i spolu u 2023.

Osigurane su jednake mogućnosti za sve kandidate za posao.

Imamo također nultu toleranciju prema potencijalnim situacijama koje uključuju dječji rad, prisilni ili obvezni rad. U slučaju prijave diskriminacije na radnom mjestu postupamo u skladu s internim Pravilnikom o radu koji sadrži način postupanja.

8.1.4 Žalbeni mehanizam

Žalbeni mehanizam uspostavljen je na razini Atlantic Grupe i ključni je alat zaposlenika za izražavanje zabrinutosti ili prijavu kršenja njihovih ljudskih prava na radnom mjestu. To uključuje probleme kao što je diskriminacija, uznemiravanje ili zlorabica bilo kojih drugih prava.

Zaposlenici mogu prijaviti sve zabrinutosti ili pritužbe na sljedeću adresu e-pošte: grievance@atlanticgrupa.com. Pritužba se proslijeđuje na rješavanje na lokalnoj razini, ovisno o predmetu. U 2023. nije bilo odgovarajućih prijavljenih slučajeva ni postupaka za Cedevisu.

Za više informacija o žalbenom postupku pogledajte Godišnje izvješće Atlantic Grupe za 2023. (str. 93).

8.1.5 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 2023. godini iznosila je 800 eura bruto (za zaposlenike u Hrvatskoj)..

8.1.6 Kolektivni ugovori

Imamo sklopljeni Kolektivni ugovor za Atlantic Cedevisu d.o.o. sa Sindikatом radnika u djelatnostima energetike, kemije i nemetala Hrvatske. Ugovorom se definiraju prava i obveze na radnom mjestu za zaposlenike, kao što su radno vrijeme, dopust, sustav nagrađivanja, 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.

8.1.7 Prepoznavanje talenata i razvoj zaposlenika

Zapošljavanje novih ljudskih potencijala i talenata specijaliziranih za područja u kojima djelujemo pokazalo se prilično izazovnim u posljednjih nekoliko godina zbog uvjeta na tržištu rada. Stoga je na razini Atlantic Grupe razvijen novi model zapošljavanja i zadržavanja talenata. Nastojimo zaposliti visoko motivirane, visokokvalificirane i kreativne zaposlenike. U isto se vrijeme prilike za regrutiranje novih talenata promatraju se kao one koje se odnose na alternativne bazene talenata, kao što su marginalizirane skupine u društvu i strana radna snaga. Ujedno postoji detaljan novi proces zapošljavanja ljudskih potencijala i talenata koji ovisi o radnim potrebama i stručnosti.

Isto tako razvijamo talente unutar internog bazena zaposlenika pri čemu upravljanje karijerom zaposlenika koje se koristi za identificiranje, razvoj i stjecanje talenata za sadašnje i buduće potrebe Atlantic Grupe čini dio procesa upravljanja zaposlenicima. Olakšavamo razvoj talenata i vještina zaposlenika raznim programima, kao što su programi Atlantic škole, funkcionalne akademije, programi rukovođenja, a 2023. ponudili smo i mogućnosti razvoja putem vanjske edukacije na platformi Coach Hub, gdje surađujemo s certificiranim

U 2023. godini 30 % zaposlenika imalo je individualni razvojni plan.

edukatorima na globalnoj razini da bismo se fokusirali na identificirane razvojne potrebe. Osim toga, zaposlenici su imali priliku surađivati s certificiranim internim mentorima, iskusnim kolegama iz različitih područja koji su dobrovoljno podijelili svoje znanje i iskustvo s Atlantic zajednicom.

Za sve zaposlenike Atlantic Grupe te zaposlenike u robnoj marki Cedevisa dostupna je interna platforma tržišta prilika Atlantic GO (Grab the Opportunity) na kojoj zaposlenici mogu voditi projekte ili im se pridružiti radi stjecanja iskustva u poslovnim područjima koja nisu povezana s njihovim trenutačnim radnim mjestima, čime se približavaju svojim karijernim težnjama.

Individualni razvojni plan	2021.	2022.	2023.
Udio zaposlenih s individualnim razvojnim planom	22,50%	25%	30%

Tablica: Udio zaposlenih s individualnim razvojnim planom u razdoblju od 2021. – 2023.

8.1.8 Upravljanje učinkom

Proces upravljanja učinkom skup je aktivnosti čiji je cilj održati i poboljšati učinak zaposlenika i tima u skladu s ciljevima organizacije. Fleksibilan je i prilagodljiv poslovnim promjenama i zahtjevima radnog mjesta.

Proces individualnog upravljanja učinkom u Atlantic Grupi namijenjen je za sva rukovodeća i stručna radna mjesta unutar svih grupa poslova te je obavezan za zaposlenike koji imaju godišnji ugovorni bonus u svom ugovoru o radu. Proces upravljanja učinkom podijeljen je na skupinu bez nagrade i skupinu s nagradom, kao mogućnost bonusa koja može varirati od 10 – 75 %, ovisno o rezultatima relevantnim za odgovarajuću poziciju i individualni učinak. Skupina s nagradom može se odnositi i na timska postignuća te uključivati nagrade za rad na strateški važnim projektima.

Ostale bonuse i nagrađivanja svake godine na početku godine utvrđuje i odobrava član Uprave ili potpredsjednik za korporativne poslove.

Na području upravljanja učinkom osnovna se plaća ili fiksni dio uvijek se definira po radnom mjestu i njegovoj složenosti. Vrijednost radnog mjesta temelji se na razini vještina, opsegu odgovornosti i radnim uvjetima sadržanim u obavljanju posla i nije povezana s različitim spolovima.

Od svih zaposlenih u SPP Pića (335) u 2023. godini ocjenu radnog učinka dobilo je njih 318 ili 95 %.

8.1.9 Obrazovanje i osposobljavanje

Redovita edukacija i osposobljavanje zaposlenika ima važnu ulogu u uspješnom radu te doprinosi većoj produktivnosti, većoj sigurnosti na radnom mjestu i profesionalnom obavljanju poslova. U sklopu različitih programa svim je zaposlenicima omogućeno stjecanje novih znanja i kompetencija iz područja rada uz stjecanje općih znanja i razvoja psihosocijalnih vještina. Prosječno je svaki zaposlenik proveo 11 sati na edukaciji u 2023. godini ili 16 % više u odnosu na prethodnu godinu.

Komplet obrazovnih programa u 2023.:

a) Atlantic škola & Atlantic škola za menadžere: dostupne svim zaposlenicima i u velikoj mjeri uključuju razvoj psihosocijalnih vještina kao što su prezentacije, upravljanje vremenom, upravljanje stresom, teme o dobrom zdravlju itd.

b) Program UPRAVLJANJA: za nove menadžere ili one koji će to ubrzo postati, uključuje skup unutarnjih i vanjskih modula.

c) Razgovori o učinku i razvoju: zaposlenici mogu definirati individualni razvojni plan 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) Funkcionalni program kvalitete laboratorija: uključuje obuku vezanu uz proces upravljanja okolišem i energijom.

Obrazovanje i osposobljavanje	2021.	2022.	2023.
Prosječan broj sati obrazovanja i osposobljavanja po zaposleniku	9,5	9,5	11

Tablica: Prosječan broj sati obuke po zaposleniku u razdoblju od 2021. – 2023.

8.1.10 Zaštita zdravlja i sigurnost na radu

Zdravlje i sigurnost na radu sastavni su dio korporativnog upravljanja tvrtkom. Uveli smo standard ISO

Prosječno je svaki zaposlenik proveo 11 sati na edukaciji u 2023. godini
(16 % više nego u 2022. godini)

45001 – Zdravlje i sigurnost na radu i poštujemo sve relevantne zakonske zahtjeve. Svi zaposlenici, kao i zaposlenici vanjskih izvođača koji rade na našim lokacijama na tržištima na kojima smo prisutni, uključeni su u sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu. Zaštita zdravlja i sigurnosti na radu osigurava se korištenjem odgovarajuće opreme na individualnim radnim mjestima, uz istovremeno obavljanje raznih aktivnosti usmjerenih na sprječavanje bilo kakvih ozljeda na radnom mjestu i brigu o zdravlju naših zaposlenika. Osim toga, svi novozaposleni prije preuzimanja dužnosti prolaze obuku o zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu. Osposobljavanje uključuje opće teme o zdravlju i sigurnosti na radu te specifične teme koje se odnose na odgovarajuće radno mjesto..

8.1.10.1 Procjena rizika na radnom mjestu

Za sva radna mjesta izrađena je procjena rizika koju je usvojilo povjerenstvo za zaštitu zdravlja i sigurnost na radu i dostupna je na radnom mjestu. U procesu procjene rizika na radnom mjestu sudjeluju predstavnici radnika i sami radnici. Svi zaposlenici također mogu anonimno prijaviti sve potencijalne rizike ili opasnosti na radnom mjestu. Izvešća pregledava stručnjak za zaštitu zdravlja i sigurnost na radu koji, sukladno usvojenim procesima, odlučuje o eventualnoj izmjeni procjene rizika.

8.1.10.2 Provedba fizičkih i tehničkih sigurnosnih mjera

Brinemo o fizičkoj i tehničkoj sigurnosti koju provode ovlašteni vanjski partneri s kojima je Atlantic Cedevisa sklopila sporazum. Primarni je posao zaštitara 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 sigurnosnih mjera. Vanjski se zaštitari osposobljuju pri (ponovnom) započinjanju zaštitarskog rada na lokaciji, a periodičnu prekvalifikaciju provode njihovi neposredni rukovoditelji i/ili naše stručne osobe.

8.1.10.3 Promicanje zdravlja na radnom mjestu

Liječnički su pregledi sastavni dio sustava zaštite zdravlja i sigurnosti na radu. Liječnički pregled obavezan je za sve nove zaposlenike prije preuzimanja dužnosti. Osim toga, preventivni liječnički pregled prolaze svi zaposlenici na godišnjoj razini. Zaposlenici na radnom mjestu s višom ocjenom rizika podvrgavaju se i posebnim periodičnim zdravstvenim pregledima. Osim toga, za naše je zaposlenike organizirana obuka i savjetovanje koje provodi medicinsko osoblje. Osoblje ih povremeno posjećuje i na radnom mjestu. Brinemo i unapređujemo radno okruženje u smislu zaštite zdravlja naših zaposlenika (prvenstveno na rizičnim radnim mjestima) te tijekom cijele godine organiziramo različite medicinske preventivne programe, aktivnosti i radionice. Svi se zaposlenici također mogu savjetovati s nutricionistom o zdravoj prehrani i načinu života. Mogu se također učlaniti u neki od brojnih

sportskih klubova Atlantic Grupe.

Na radnim mjestima gdje je to moguće zaposlenici mogu raditi u hibridnom radnom modelu tj. mogu povremeno raditi na daljinu ili imati mogućnost fleksibilnog radnog vremena. Zadovoljstvo naših zaposlenika takvim modelom rada redovito se provjerava na razini Atlantic Grupe i po potrebi se model rada prilagođava.

8.1.10.4 Ozljeđe na radnom mjestu

Naš je cilj spriječiti ili minimizirati ozljede na radnom mjestu bez obzira na stupanj ozljede. Prate se sve ozljede na radnom mjestu koje se dogode unatoč preventivnih mjera, 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. Sve ozljede na radnom mjestu tijekom izvještajnog razdoblja bile su lakše ozljede. Nije bilo teških ni smrtonosnih ozljeda.

Ozljeđe na radnom mjestu	2021.	2022.	2023.
Broj ozljeda na radnom mjestu	3	3	2
Izgubljeni radni dani zbog ozljeda na radnom mjestu	86	49	66

Tablica: Ozljeđe na radnom mjestu u Atlantic Cedevidi d.o.o. u razdoblju od 2021. – 2023.

U prethodnim smo godinama zaposlili i osobe s invaliditetom koje imaju prilagođeno radno mjesto prema svojim sposobnostima. Mjere posebne skrbi uključuju adaptaciju poslovnog prostora, prilagodbu opisa posla i sl.

U 2023. nije bilo radnika sa smanjenom radnom sposobnošću ili utvrđenom profesionalnom bolešću jer su zaposlenici s tim statusom otišli u mirovinu.

Radnici s invaliditetom	2021.	2022.	2023.
% radnika s invaliditetom	1,5%	1,5%	0%

Tablica: Radnici s invaliditetom u Atlantic Cedevidi d.o.o. u razdoblju od 2021. – 2023.

8.1.10.5 Izostanak s posla

Izostanci zaposlenika povezani su s raznim bolestima te bolovanjima ili roditeljskim dopustom. Na radnim mjestima Cedevide nisu utvrđene bolesti povezane s radom.

Vrsta odsutnosti	2021.	2022.	2023.
Bolovanje (broj dana)	6.330	6.516	5.251
Roditeljski dopust (broj dana)	1.598	2.653	2.980

Tablica: Izostanak s posla zbog bolesti ili roditeljskog dopusta u razdoblju od 2021. – 2023.

8.2 Odnosi s kupcima

U SPP Pića razumijemo da su interesi, perspektive, prava i očekivanja naših kupaca, kao i jedinstveni uvidi koje oni pružaju ključni za stvaranje našeg poslovnog modela i strategije. Poštivanje njihovih ljudskih prava nije samo etička potreba, već i ključna komponenta naše strategije. Stvaramo nove okuse i provodimo promocije, društvene projekte i druge aktivnosti ima-





jući na umu temeljitu svijest o potrebama i ukusima naših potrošača. Njihove povratne informacije i ideje utječu na naše odluke, osiguravajući da naši proizvodi i projekti odražavaju njihove želje i vrijednosti.

Naša se strategija temelji na stavljanju potrošača u središte svega što radimo. Naše marketinške i komunikacijske strategije pažljivo su osmišljene radi jačanja povezanosti naše robne marke s potrošačima, poticanja lojalnosti robnoj marki i propagiranja. Poštujemo njihova ljudska prava, što je ključna komponenta naše strategije (Kodeks korporativnog upravljanja). Između ostalog, naša je strategija usmjerena na osobnu sig-

Potrošači ne traže samo osvježavajuće i funkcionalne proizvode, već i one koji su u skladu s njihovim etičkim i ekološkim vrijednostima.

urnost naših potrošača, njihov zdrav način života i pristup informacijama o robnoj marki/proizvodu, društvenu uključenost potrošača i potencijalne negativne utjecaje informacija na potrošače.

Još jedna ključna komponenta je inovacija – glasovi kupaca motiviraju nas da stvaramo nove okuse, posve nove artikle, upotrebljavamo nove metode pakiranja, provodimo snažne kampanje i sudjelujemo u društvenim aktivnostima koje poboljšavaju njihove živote i usklađuju se s njihovim idealima. Kako potrošači sve više i više cijene etičko ponašanje, održivost je osnovno načelo koje ugrađujemo u svoje poslovanje. Da bismo ispunili očekivanja tehnički potkovanih klijenata, uložili smo u solidnu prisutnost na webu i optimizirali digitalna iskustva u ovo digitalno doba.

Cedevida ima konceptualnu i višegeneracijsku ciljnu publiku koja je u skladu s komunikacijskom platformom robnoj marki Generacija CE i prilagođena je prilikama: kućni potrošači, HoReCa potrošači, potrošači u pokretu i potrošači Cedevida vitaminske vode. Cedevida je primjerena za sve populacijske skupine: žene, muškarce, djecu, mlađe i starije osobe, sportaše, rekreativce, fizički manje aktivne osobe itd.

Potrošači ne traže samo osvježavajuće i funkcionalne proizvode, već i one koji su u skladu s njihovim etičkim i ekološkim vrijednostima. Odgovarajuća regulativa EU-a također dugoročno vodi prema održivosti i ekološkoj svijesti: davanje prednosti ekološki prihvatljivoj ambalaži, sastojcima iz odgovornih izvora i smanjenom ugljičnom otisku. Zbog toga ne razmatramo samo zdravstvene aspekte svog portfelja, već i naš utjecaj na okoliš.

“

U današnjem poslovnom okruženju održivost nije samo trend, već ključna komponenta dugoročnog uspjeha robne marke. Sa stajališta marketinga Cedevida, krenuvši na put održivosti, pronalazi svoju jedinstvenu i autentičnu priču kojom se emocionalno dublje povezuje s potrošačima koji dijele naše vrijednosti. Zajedno gradimo uvjete za bolje sutra, stvarajući svijet u kojem su naši postupci vođeni brigom za okoliš i zajednicu. Naš je cilj integrirati održivost u srž Cedevide, osiguravajući da svaki aspekt našeg poslovanja odražava našu posvećenost boljoj budućnosti za sve nas. Vjerujemo da održivom praksom ne činimo samo dobro za planet, već i inspiriramo svoje potrošače da se pridruže našem putovanju prema održivijem svijetu. Svaki korak koji poduzimamo, svaka inovacija koju uvodimo vođeni su željom da ostavimo pozitivan trag i stvorimo naslijeđe na koje možemo biti ponosni. Naša predanost toj misiji odražava se u svemu što radimo. Zajedno s našim potrošačima težimo stvoriti bolju budućnost.

”



Ivana Srb Ditrih,
Marketing SPP Pića,
Atlantic Grupa

8.2.1 Zdravlje i sigurnost kupaca

Kupci postaju izbirljiviji u pogledu napitaka koje konzumiraju, s većim naglaskom na funkcionalnost, smanjeni udio šećera i nedostatak umjetnih sladila. Osim toga, propisi i smjernice za promicanje zdravije hrane i pića također su postali sve stroži u Europskoj uniji. Ulažemo maksimalne napore u usklađivanje ponuđenih proizvoda s promjenjivim ukusima potrošača da bismo ostali konkurentni i udovoljavali propisima.

Svi Cedevisa proizvodi sadrže vitamine, ne sadrže alergene ni genetski modificirane organizme (GMO). Pojedini Cedevisa proizvodi uvršteni su u kategoriju dodataka prehrani, to su proizvodi obogaćeni nutrijentima (vitaminima), neki su bez šećera i prikladni su za dijabetičare. Pojedini Cedevisa proizvodi sadrže konzervanse.

Sirovine za Cedevisa proizvode biraju se tako da odaberemo one s minimalnim negativnim utjecajem na okoliš i ljudsko zdravlje.

Ulažemo maksimalne napore da bismo uskladili proizvode koje nudimo s promjenjivim ukusima potrošača.

8.2.2 Kontrola kvalitete proizvoda

Kvaliteta proizvoda kontinuirano se provjerava tijekom i nakon proizvodnje. Analize se provode u našim procesnim, kemijskim, instrumentalnim, senzorskim i mikrobiološkim laboratorijima. Veliku pozornost posvećujemo analizi parametara koji utječu na kvalitetu proizvoda, kao što su sirovine, ambalažni ma-

Zdravstvene koristi	Udio proizvoda
Dodatak prehrani	56%
Vitamini	100%
Smanjen unos šećera	20%
Bez šećera	4%
Bez konzervansa	88%
Bez genetski modificiranih organizama (GMO-a)	100%

Tablica: Udio proizvoda marke Cedevisa s određenim zdravstvenim prednostima za korisnike

terijal i pitka voda. Svaki laboratorij ima odgovarajuće objekte, prostorije, opremu i kompetentno osoblje u skladu sa zahtjevima dobre prakse za laboratorije. U nekim slučajevima koristimo se uslugama vanjskih laboratorija koji su akreditirani prema standardu ISO 17025.



Svaki je zaposlenik dužan pridržavati se usvojene Politike kvalitete te u okviru svojih odgovornosti i ovlaštenja doprinosti ostvarenju postavljenih ciljeva. 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 to pridonosi učinkovitom upravljanju podacima i specifikacijama pojedinačnog ulaznog materijala.

8.2.3 Označavanje proizvoda

Jedan od stupova naše posvećenosti kvaliteti osigurati je da naši klijenti dobiju točne i stvarne informacije. Potreba za točnošću pojačana je zbog zdravstvenih i sigurnosnih pitanja u sektorima kao što su industrija hrane i pića te nije nužna samo iz moralnih, već i zakonskih razloga. Zdravlje naših kupaca ozbiljno je ugroženo ako im pružimo netočne ili nedostatne informacije o sastojcima, nutritivnom sastavu, alergenima ili uputama za korištenje. Pravilno označavanje jamstvo je naše usklađenosti i pravnog integriteta.

Prilikom izrade deklarativnih tekstova na svim našim proizvodima poštujemo zakonske propise i norme te se njima vodimo. Svaki komad teksta koji krasi našu ambalažu za piće prolazi rigorozan proces dvostruke provjere koju provode vanjske agencije i nadležna tijela. Oznake na proizvodima sadrže informacije o nutritivnim i kalorijskim vrijednostima, vitaminima, 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.

Prednosti u našim novim proizvodima Cedevisa vitaminska voda kao što su „Relaxing“, „Energizing“, „Feel Good“, „Focus“, „Body & Mind“ neodvojivo su pov-

Svaki komad teksta koji krasi našu ambalažu za piće prolazi rigorozan proces dvostruke provjere koju provode vanjske agencije i nadležna tijela.

ezane s regulatornim tvrdnjama koje se mogu pripisati vitaminima i mineralima sadržanim u svakom pojedinačnom proizvodu.

2023. nisu zabilježeni slučajevi nepoštivanja propisa u pogledu utjecaja proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost kupaca, kao ni nepoštivanje transkripata ili dobrotvoljnih kodeksa u pogledu podataka o proizvodu i usluzi te označavanju.

8.2.3.1 Oznaka „Hrvatska kvaliteta“

U našoj drugoj godini nastavljamo graditi na snažnim temeljima lokalnog ponosa i povjerenja potrošača u Cedevida proizvode. Brojna istraživanja i dalje potvrđuju da potrošači stvaraju pozitivne emocionalne veze s proizvodima koji, osim što su prepoznatljivi, jedinstveni i dostupni, nose relevantna domaća i lokalna obilježja. Ti čimbenici znatno utječu na odluke o kupnji jer potrošači sve više cijene i nastoje podržati domaće robne marke i lokalnu proizvodnju.

Prepoznajući to, svi Cedevida proizvodi proizvedeni u Hrvatskoj (isključujući vitaminsku vodu) s ponosom



Croatian Quality

i dalje nose prestižni znak „Hrvatske kvalitete“ koji dodjeljuje Hrvatska gospodarska komora. Taj znak, rezerviran za proizvode i usluge natprosječne kvalitete proizvedene u Hrvatskoj, ostaje simbol izvrsnosti i jamči potrošačima da biraju proizvode koji zadovoljavaju najviše standarde kvalitete. Zadržavši to priznanje, Cedevida potvrđuje svoju predanost nuđenju najboljeg što Hrvatska i svijet imaju za ponuditi, dodatno jačajući vezu sa svojim potrošačima i lokalnom zajednicom.

8.2.4 Privatnost kupaca

Privatnost svojih kupaca štitimo implementacijom Politike upravljanja osobnim podacima Atlantic Grupe koja je usklađena s europskom Općom uredbom o zaštiti podataka i odgovarajućim nacionalnim zakonima. Njome se utvrđuju odgovornosti i ovlasti za različite odjele unutar organizacije, kao što su upravljanje, 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 prikupljanja točnih podataka i pohranjivanja na odgovarajuće vrijeme. Zaposlenici su educirani za pažljivo postupanje s osobnim podacima i dužni su prijaviti svaku sumnju na zlouporabu. O povredama podataka hitno se izvješćuju nadležna tijela, a u slučaju zlouporabe slijede se odgovarajući postupci i mjere te se obavješćuju pogođene osobe.

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

8.2.5 Razvoj novog proizvoda

Ulažemo maksimalne napore u usklađivanje ponuđenih proizvoda s promjenjivim ukusima potrošača da bismo ostali konkurentni i udovoljavali propisima.

Stalno nastojimo poboljšati nutritivnu strukturu naših proizvoda. Cedevitina strategija razvoja novog okusa proizvoda (eng. NPD) započinje temeljitim istraživanjem tržišta radi utvrđivanja trenutačnih trendova, preferencija potrošača i nezadovoljenih potreba u kategoriji pića. Svaka inovacija napravljena je isključivo na temelju uvida i zahtjeva potrošača.

Kvalitativno istraživanje u obliku fokusnih grupa igra ključnu ulogu u procesu razvoja novog proizvoda te prati razvoj prototipa s primarnim ciljem prikupljanja sveobuhvatnog i pronicljivog razumijevanja potrošačkih preferencija i percepcija o okusima, razinama intenziteta, profilima slatkoće, dizajnu ambalaže, razmatranju težine i općoj konceptualnoj privlačnosti.

U pojedinim slučajevima provode se empatijski intervjui koji nam omogućuju da uđemo u misli, osjećaje i motivacije osobe da bismo utvrdili i razumjeli izbore koje osoba donosi, njezine osobine ponašanja, glavne razloge i potrebe, emocije povezane s potrošnjom. Empatijski intervjui služe za uključivanje naših potrošača od samog početka u prikupljanje valjanih i relevantnih uvida, omogućujući nam da razvijemo koncept proizvoda koji je u potpunosti u korelaciji s ključnim uvidima i rezultatima prikupljenim istraživanjem 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.

Svi novi proizvodi podliježu praćenju dvaju uobičajenih ključnih pokazatelja uspješnosti ESG-a u kategoriji „Proizvodi“, koja su potrebna na razini Atlantic Grupe:

- omjer novih recepata godišnje u navedenim kategorijama i
- omjer novih proizvoda s poboljšanim pakiranjem koje

je rezultiralo smanjenim emisijama stakleničkih plinova i inovacijama u pogledu utjecaja na okoliš (npr. mala težina ambalaže, privezani čep).

Nakon što je proizvod lansirao, ključno je pratiti povratne informacije potrošača, uspješnost prodaje i tržišne trendove. Pomoću tih podataka utvrđuju se područja za poboljšanje, prikupljaju uvidi za buduće iteracije proizvoda i provode prilagodbe marketinških strategija.

U 2023. formulirano je 17 novih i poboljšanih receptura za Cedevidu te je poboljšana ambalaža na pojedinim proizvodima.

8.2.5.1 Cedevida vitaminska voda

U 2023. Cedevida, sinonim za vitamine, prvi se put u svojoj povijesti proširila na novu potkategoriju, brzorastuću vitaminsku vodu. Cedevida vitaminska voda je niskoenergetska i sadrži vitamine i minerale, bez umjetnih aroma i sladila. Koncept Cedevida vitaminske vode razvijen je vođenjem empatijskih intervjua s našim potrošačima radi prikupljanja valjanih i relevantnih uvida. Nastojali smo razumjeti gledište svojih potrošača o njihovim očekivanjima, ispunjenim i nezadovoljenim potrebama, skupu razmatranja, okidačima i preprekama s kojima se suočavaju. Provedeno je 26 detaljnih empatijskih intervjua u Hrvatskoj, Sloveniji i Srbiji.

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 razloge i potrebe, emocije povezane s potrošnjom. Empatijski intervjui služe za uključivanje naših potrošača od samog početka radi prikupljanja valjanih i

U 2023. Cedevida, sinonim za vitamine, prvi se put u svojoj povijesti proširila na novu potkategoriju, brzorastuću vitaminsku vodu. Ideja robne marke dokazano je uspješna jer je nadmašila sva očekivanja u godini lansiranja. Tri okusa Cedevida vitaminske vode ostvarile su 69 % više nego što je planom predviđeno.

relevantnih uvida. Radionica dizajnerskog promišljanja (eng. design thinking) 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 smo proveli istraživanje kontrolnih točaka da bismo saznali krećemo li se u pravom smjeru. Bilo smo usredotočeni na tri glavna područja istraživanja: koncept, okus i dizajn.

Nakon radionica o dizajnerskom razmišljanju, empatijskih intervjua, kvalitativnih i kvantitativnih istraživanja, rezultati za koncept, okus i dizajn bili su iznad očekivanja tako da je proizvod – Cedevida vitaminska voda prvi

put bila u prodaji u ožujku 2023.

Pokazalo se da je ideja robne marke dokazano uspješna jer je nadmašio sva očekivanja u godini lansiranja. Tri okusa Cedevida vitaminske vode ostvarile su 69 % više nego što je planom predviđeno.

8.2.5.2 Izračun učinka na okoliš

Tijekom 2024. provedena je procjena životnog ciklusa (eng. LCA) za dvije vrste pakiranja Cedevide, i to za čvrstu bocu i pakiranje u vrećici. Referentno razdoblje prikupljanja podataka i prikupljenih podataka bila je 2023. godina. Ekološki učinak proizvoda Cedevida Naranča od 200 g i Cedevida Naranča od 900 g izračunat je pomoću metodologije procjene životnog ciklusa (LCA), počevši od proizvodnje sirovina do distribucije gotovog proizvoda u skladište i završne obrade otpada. Studija je provedena u skladu s LCA načelima i okvirom definiranim u međunarodnim LCA standardima: ISO 14040 i ISO 14044.

Procesi koji čine analizirani sustav organizirani su u uzvodne, jezgrene i nizvodne procese. LCA se temelji na načelu „od kolijevke do groba”, isključujući fazu korištenja. Uključuje obvezne faze životnog ciklusa: fazu proizvodnje, sav transport i finalne scenarije recikliranja ili odlaganja.

Zemljopisni opseg LCA odgovara maloprodajnom području svih država članica EU-a i ovisi također o prodaji i tržišnim uvjetima u Hrvatskoj. Podaci se odnose na 100 g dotičnih proizvoda uključujući odgovarajuću ambalažu (čvrsta boca i pakiranje u vrećici).



Ekološki rezultati

Ova LCA analiza dokazala je ekološke prednosti vrećica za sve kategorije utjecaja na okoliš i sve faze životnog ciklusa, izuzevši ugljične kredite. Pakiranje u vrećici nudi više ekoloških prednosti od čvrste HDPE boce i predstavlja ekološki prihvatljivu alternativu ambalaži za HDPE i PET čvrste boce za napitke u odnosu na sve razmatrane kategorije utjecaja na okoliš:

- iscrpljivanje abiotičkih resursa (elemenata i fosila),
- globalno zatopljenje (tj. ugljični otisak),
- oštećenje ozonskog omotača,
- toksičnost za ljude,

Uzvodno

Jezgra

Nizvodno

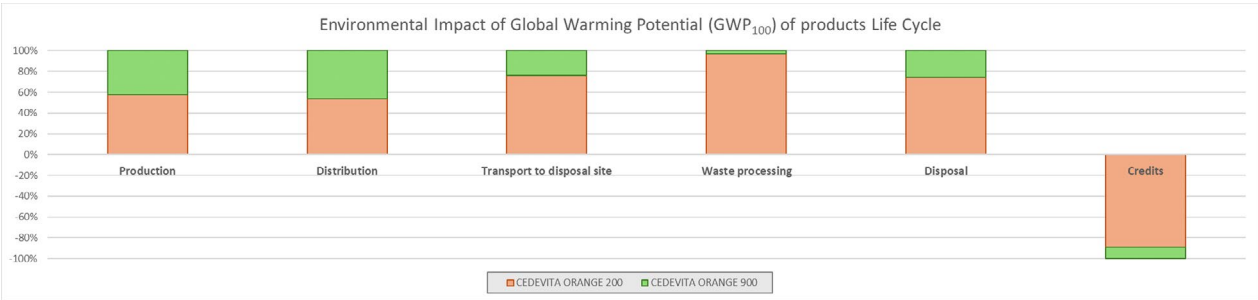


Shema: Faze životnog ciklusa, uključene u analizu Cedevita LCA.

- ekotoksičnost za slatkovodne organizme,
- ekotoksikologija morskih vodenih organizama,
- ekotoksičnost za kopnene sustave,
- fotokemijska oksidacija,
- zakiseljavanje i
- eutrofikacija.

U cjelini pakiranje u vrećici znatno doprinosi nižim emisijama stakleničkih plinova, upotrebi manje sirovi-

na u proizvodnim procesima i manjoj potrošnji fosilnih goriva pri njihovoj proizvodnji i transportu. Prikazani rezultati različitih faza životnog ciklusa pokazuju da, općenito, Cedevita Orange od 900 g ima manje važne utjecaje na informacije o okolišu u skladu s CML metodologijom. Stoga vrećica za pakiranje ima **prosjечно 16 % manje** utjecaja na okoliš u svim fazama životnog ciklusa (izuzevši ugljične kredite) što se odnosi na potencijal globalnog zagrijavanja (tj. ugljični otisak).



Grafikon i tablica: Utjecaj potencijala globalnog zatopljenja na okoliš (GWP100) životnog ciklusa proizvoda

Faze životnog ciklusa	Potencijal globalnog zagrijavanja (GWP ₁₀₀)	
	Cedevita naranča 200	Cedevita naranča 900
Proizvodnja	57,84 %	42,16 %
Distribucija	53,42 %	46,58 %
Transport do mjesta odlaganja	75,89 %	24,11 %
Obrada otpada	97,00 %	3,00 %
Odlaganje	74,37 %	25,63 %
Ugljični krediti	88,89 %	11,11 %

*Krediti su dobroti za okoliš koje se smatraju izbjegavanjem pri proizvodnji sirovina.

8.2.6 Interakcija s kupcima i krajnjim korisnicima

Naša predanost održivosti proteže se na aktivnu interakciju s kupcima i krajnjim korisnicima tijekom našeg 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 i igraju važnu ulogu u našim procesima donošenja odluka i definiranju naše strategije. 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 dobit kupaca.

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.

8.2.7 Komunikacija s potrošačima i komunikacijski kanali

Učinkovita komunikacija s potrošačima ostaje temelj uspjeha Cedevida, služeći kao dinamičan kanal putem kojeg se šire informacije, grade odnosi i uzimaju u obzir jedinstvene potrebe kupaca. U svojoj drugoj godini izvještavanja o održivosti Cedevida je dodatno poboljšala svoju komunikacijsku strategiju od 360 stupnjeva, osiguravajući da svaka dodirna točka i dalje rezonira s njezinom publikom.

Komunikacijski kanali:

- **Materijali na prodajnom mjestu (eng. POSm):** U pr-

vom planu Cedevitine komunikacijske strategije, POS materijali strateški su pozicionirani da bi angažirali kupce u ključnim trenucima njihove kupnje. Ti se materijali neprestano usavršavaju da bi isporučili jasne, dojmive poruke koje odražavaju opredijeljenost robne marke.

- **TV reklame** odražavaju Cedevitinu predanost vizualnom pripovijedanju. Svaki audiovizualni element pažljivo je izrađen da bi istaknuo prednosti proizvoda, prigode za korištenje i ojačao emocionalnu vezu s potrošačima. Svaka reklama prožeta je ne samo racionalnom privlačnošću, već i emocijama, stvarajući vezu koja nadilazi puku potrošnju.

- **Društvene mreže:** Društvene mreže djeluju kao interaktivno središte gdje Cedevida komunicira sa svojom publikom u stvarnom vremenu. Odgovarajući na upite potrošača, dijeleći uvide u proizvode i potičući osjećaj zajedništva, robna marka njeguje dublje odnose, istovremeno unapređujući svoje vrijednosti putem digitalnih kanala.

- **Lokalni influenceri:** Influenceri djeluju kao pouzdani Cedevida ambasadori, pomažući u izgradnji autentičnosti i povjerenja. Te suradnje, osnažene u drugoj godini, usmjerene su na usklađivanje vrijednosti robne marke s osobnim vrijednostima utjecajnih osoba, jačajući istinsku povezanost s ciljnom publikom.

- **Vanjsko oglašavanje (OOH/DOOH):** Vanjsko oglašavanje neprimjetno se integrira u svakodnevni život potrošača, služeći kao dosljedni i nježni podsjetnici na robnu marku. Uz pomoć dojmivih i strateški postavljenih oglašivačkih vanjskih površina Cedevida pojačava svoju prisutnost u javnom prostoru, osiguravajući da robna marka ostane potrošačima na prvom mjestu.

- **Radio:** Radio je i dalje ključni kanal za Cedevitinu, s fokusom na senzorni marketing. Pažljivo odabrane

poruke odjekuju među slušateljima, povećavajući prepoznatljivost robne marke i jačajući predanost robne marke održivosti.

- **Odnosi s javnošću (PR):** Napori odnosa s javnošću ostaju ključni stup Cedevida strategije, koristeći ciljane medijske plasmane i sponzorstva događaja da bi se istaknule vrijednosti robne marke i ojačala njegova snažna pozicija na tržištu. Te inicijative pomažu u održavanju relevantnosti i vidljivosti Cedevida, potičući angažman i povjerenje potrošača.

Cedevida kontinuirano ocjenjuje učinkovitost svojih komunikacijskih napora s potrošačima i krajnjim korisnicima. Ta stalna procjena ključni je dio predanosti robne marke u pružanju vrijednosti i održavanju snažnih odnosa s kupcima. Ishodi interakcija, aktivnosti i kampanja pomno se prate i mjere, uzimajući u obzir čimbenike kao što su povratne informacije kupaca, prodajni učinak i tržišni udio. To osigurava da Cedevida ostaje osjetljiva na svoju publiku, istodobno unapređujući svoje poslovne ciljeve.

8.2.8 Dijalog s kupcima

Aktivno tražimo stajališta naših potrošača, dosljedno promičući dvosmjernu komunikaciju, pri čemu ih također savjetujemo o zdravom načinu života.

Edukacijska mrežna platforma

Kao što je navedeno u prethodnom izvješću, Budi DOBRO. Budi CE. nastao je kao odgovor na izazove s kojima se naša zajednica suočila tijekom pandemije i potresa 2021., koji su znatno utjecali na mentalno zdravlje. Cedevida je u suradnji s istraživačkom agencijom Ipsos provela istraživanje koje je istaknulo važnost optimizma u očuvanju mentalnog zdravlja, s čime se složilo 77 % ispitanika. Da bismo podigli svijest o

mentalnom zdravlju i smanjili stigmom oko psihološke podrške okoline, pokrenuli smo edukativnu platformu „Budi Dobro. Budi CE.“ (www.budidobrobudice.com) u veljači 2021., nudi korisnicima priliku da anonimno postavljaju pitanja psihologu koji je dostupan 24 sata 7 dana u tjednu. Platforma pruža niz resursa i alata za pomoć ljudima u snalaženju sa svojim složenim emocijama i mentalnim zdravljem. Svojim raznolikim sadržajem „Budi DOBRO. Budi CE.“ ima za cilj potaknuti pozitivne promjene u svakodnevnom životu. Na platformi u odjeljku s pitanjima bilo koji od naših potrošača može postaviti anonimne upite kvalificiranim psiholozima. Naši psiholozi marljivo odgovaraju na te upite u roku od tjedan dana, učvršćujući naš status platforme koja ostaje lako dostupna i odgovara na potrebe naših cijenjenih kupaca.

Redovitim istraživanjem nastojimo razumjeti teme i izazove s kojima se naši korisnici suočavaju, što nam omogućuje stvaranje sadržaja koji izravno odgovara njihovim potrebama i brigama.

Društveni mediji i dijalog

Održavamo snažnu prisutnost na raznim platformama društvenih medija, uključujući Instagram, Facebook i YouTube. Svaki dan odgovaramo na upite potrošača na više jezika, osiguravajući da se naša komunikacija odvija na jeziku koji je jasan i dostupan našoj publici te u skladu s tonom i vrijednostima naše robne marke.

Naša marketinška agencija ima ključnu ulogu u prilagođavanju tih komunikacija da bi se osigurala jasnoća i dosljednost. Predani smo pružanju točnih, pravovremenih i relevantnih informacija u svim interakcijama, potičući povjerenje i angažman s našim po-

trošačima. Osim toga, u svakoj komunikaciji prioritet dajemo korištenju jezika koji odgovara našoj publici, osiguravajući da su naše poruke razumljive i usklađene s njihovim potrebama. Taj nam pristup pomaže da održavamo snažne odnose s našim potrošačima, dok istovremeno podržavamo integritet naše marke. Godišnje primimo više od 12.000 poruka od naših korisnika. Prije svake marketinške kampanje temeljito pregledavamo i ažuriramo dokument s pitanjima i odgovorima da bismo osigurali precizne odgovore na sva potencijalna pitanja. Naša predanost jasnoći i zadovoljstvu korisnika ostaje glavni prioritet u svakoj interakciji.

Centar za korisničku podršku

U našoj drugoj godini naš centar za korisničku podršku ostaje predan pružanju vrhunske podrške putem e-pošte i telefonske komunikacije s kontinuiranim naglaskom na pružanje pomoći korisnicima tijekom promotivnih natjecanja. Osim upita vezanih uz natjecanje centar nastavlja služiti kao pouzdan izvor informacija o našim proizvodima, tvrtki i drugim relevantnim temama.

Nadovezujući se na snažne temelje prethodne godine, dodatno smo poboljšali naš odabrani popis često postavljanih pitanja i njihovih odgovora da bismo osigurali još učinkovitiji odgovor na uobičajene upite. Ta rastuća baza znanja omogućuje nam održavanje najviših standarda korisničke usluge.

Za složenije upite koji su izvan standardnog repozitorija, nastavljamo usvajati kolaborativni pristup. Naš centar za korisničku podršku blisko surađuje s raznim internim timovima – kao što su marketing, pravni odjel



i digitalni tim – da bi se brzo i učinkovito pozabavili problemima korisnika te ih riješili. Ta multifunkcionalna suradnja osigurava da udovoljavamo potrebama naših kupaca, dok se istovremeno pridržavamo svoje predanosti izvrsnosti usluge.

8.2.9 Odgovorna komunikacija i marketinške prakse

Naše marketinške i komunikacijske strategije pažljivo su osmišljene da bi ojačale povezanost naše robne marke s potrošačima, potičući lojalnost robnoj marki i njegovo zagovaranje. Svaku komunikaciju, bilo da se radi o oglašavanju/promociji ili komunikaciji o samom proizvodu, kao i kontrolu kvalitete, temeljito pregledava zasebna pravna služba Atlantic Grupe. Taj proces jamči da su poruke u skladu sa svim mjerodavnim zakonima, propisima i industrijskim standardima. Ulažemo velike napore u izbjegavanje bilo kakvih obmanjujućih ili neutemeljenih tvrdnji o ekološkim prednostima

proizvoda, usluge ili tvrtke. Isto smo tako vrlo oprezni u svojoj komunikaciji s djecom da bismo osigurali da su naše poruke odgovorne i etičke, izbjegavajući sve što bi moglo biti štetno, neprikladno ili poticati na rizično ponašanje, poštujući pritom kulturnu osjetljivost.

8.2.10 Upiti i reklamacije

Cedevida ima specijalizirani Kontakt centar kojem se potrošači mogu obratiti s pitanjima, nejasnoćama i izazovima vezanim uz Cedevida proizvode. Centru se potrošači mogu obratiti putem besplatne telefonske linije ili putem naše adrese e-pošte, a sami podaci za kontakt mogu se vrlo jednostavno pronaći na samoj ambalaži proizvoda.

Centar za kontakt bilježi 53 % više upita/pritužbi u odnosu na prethodnu godinu. Tom su znatnom porastu prvenstveno pridonijele promotivne aktivnosti. Posebno su digitalne aktivnosti znatno pridonijele povećanom angažmanu. Slijedom toga tim se prilagodio da bi se nosio s rastućim brojem upita, osiguravajući dosljednu podršku našim korisnicima. U postupku zaprimanja prigovora cilj nam je pravodobno odgovoriti na svaki prigovor. Uveden je sustav povlačenja i opoziva u slučaju da se neispravnost proizvoda ili rizik za zdravlje potrošača pokazuju opravdanima.

2023. zabilježene su 83 reklamacije, a najčešći razlozi reklamacija odnose se na senzorska svojstva proizvoda.

2023. nije bilo pritužbi na zdravlje i sigurnost naših proizvoda ili označavanja proizvoda. Nije također bilo negativnih komentara i/ili komentara punih mržnje na kanalima robnih marki SPP Pića 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.

Ocjena zadovoljstva naših kupaca ostaje iznimno visoka, dosežući impresivnih 4,7 od 5. Ta ocjena odražava našu predanost pružanju kvalitetne podrške i izgradnji pozitivnih iskustava za naše korisnike. Dosljedno pratimo povratne informacije i dajemo prioritet poboljšanjima da bismo ispunili i premašili očekivanja korisnika. Tako visoka ocjena zadovoljstva naglašava našu predanost usluzi usmjerenoj na korisnika i učinkovitost napora našeg tima u održavanju zadovoljstva i povjerenja kupaca.

8.3 Lokalne zajednice

CedevKao jedna od najpopularnijih robnih marki u Hrvatskoj, Cedevida proizvodi i komunikacija robne marke imaju važan utjecaj na lokalne zajednice. Različitim projektima podizanja svijesti, edukativnim i drugim projektima Cedevida želi prvenstveno pozitivno utjecati na tjelesno i psihičko zdravlje. Sponzorstva i donacije služe za potporu sportskim i kulturnim aktivnostima, raznim dobrotvornim projektima te ranjivim skupinama.

8.3.1 Edukativna web-stranica za mentalno zdravlje i dobrobit

Naša web-stranica „Budi Dobro. Budi CE.“ (www.budidobrobudice.com) potiče ljude 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. Poruka „Budi Dobro. Budi CE.“ služi tomu da pozove

građane da udruže snage s nama i vode optimistične živote jer nam je istraživanje omogućilo da utvrdimo da je optimizam pravi čuvar našeg mentalnog zdravlja i dobrobiti. Želimo pružiti konkretnu pomoć ljudima, ali i pokušati skinuti stigmatu s traženja psihološke pomoći i poslati poruku da je u redu potražiti pomoć kada se suočimo s teškim životnim okolnostima. Stručni partner platforme „Budi Dobro. Budi CE.“ psihološka je udruga „Psihološka pomoć“. Sadržaj platforme pripremaju stručnjaci, psiholozi i psihoterapeuti.

2023. u sklopu edukativne platforme „Budi Dobro. Budi CE.“ Cedevida je nastavila s nekoliko inicijativa. Rubrika „Optimistične vijesti“, koja potiče korisnike da dijele optimistične događaje koje primjećuju oko sebe, donijela je više od 2.600 vijesti. Surađivali smo također s udrugom „Boli me“ i Centrom za psihološku podršku i razvoj „Pričaj mi“ povodom Europskog tjedna mentalnog zdravlja, pokrivajući teme vezane uz djecu i mlade. Na primjer: „Webinar o emocionalnom razvoju djece“ i podcast na temu „Kako reorganizirati misli u potrazi za odgovorom na pitanje 'Tko sam ja?'“.

Komuniciramo putem podcasta, ljudi mogu postaviti potpuno anonimno pitanje psihologu 24 sata 7 dana u tjednu i dobiti odgovor od stručnjaka bez obzira na temu s kojom se bore. Rubrika „Pitajte psihologa“, u kojoj na pitanja odgovara psihologinja Tijana Debelić, zabilježila je više od 1.130 upita od pokretanja platforme.

Od svog je početka naša platforma zabilježila više od 600 milijuna utisaka, više od 3 milijuna pregleda stranice, više od 680.000 klikova i više od 625.000 jedinstvenih posjetitelja. Nastavljamo podržavati zajednicu u suočavanju s raznim životnim izazovima i unositi optimizam u svakodnevni život.

Platforma „Budi Dobro. Budi CE.” potiče ljude svih generacija na brigu o vlastitom mentalnom zdravlju.

8.3.2 Inicijative

Cedevida je pokrenula razne projekte od osnutka svoje edukativne platforme usmjerene na pružanje praktičnih savjeta i poticanje vjere u optimistične životne ishode. Neke od važnih inicijativa uključuju:

- **Online program „9 dana do optimizma”** osmišljen je da bi sudionicima pomogao razviti optimističniji pogled na život. Program počinje kratkim testom koji pomaže sudionicima identificirati područja svoje dobrobiti s kojima se već dobro nose i ona koja bi možda trebala poboljšati. Svaki dan tijekom devet dana sudionici su primali e-poštu s dnevnim savjetom psihologinje Tijane Debelić, koji je bio usmjeren na poticanje optimizma i osobnog rasta. Sudionici su bili potaknuti da dovrše zadatak svakog dana radi dobivanja savjeta za sljedeći dan, osiguravajući kontinuirani angažman i napredak. Nakon 9 dana ponovno polažu početni test radi usporedbe svojih rezultata i mjerenja svog napretka. Taj strukturirani pristup namijenjen je stvaranju trajnog utjecaja na njihovo mentalno zdravlje. Mrežni program imao je više od 10.000 prijava.

- **Kampanja „Budi TU. Budi CE.”** u sklopu obilježavanja mjeseca borbe protiv raka dojke. Ova je kampanja podigla svijest o izazovima s kojima se susreću pacijentice oboljele od raka dojke i njihovi bližnji, naglašavajući kako pružiti potrebnu podršku. U sklopu kampanje Cedevida je predstavila novi okus Pink Grapefruit u simboličnom ružičastom pakiranju od 200 grama, čime su svi dobili priliku podržati rad hrvatske podružnice Europa Donna koja se bori protiv raka dojke te brine o fizičkom i psihičkom zdravlju pacijenata.

- **Kampanja „21 dan optimizma”** u prosincu 2023. potaknula je građane svih dobnih skupina na svakodnevna mala djela dobrote, sitniCE, za svoje bližnje i sebe. Više od 3.700 građana sudjelovalo je u svakodnevnim izazovima, šireći valove dobrote i optimizma. Sama inicijativa imala je više od 134.000 posjeta.

- **Aktivacijom rubrike „Pitajte psihologa”** uspješno smo odgovorili na više od 1.130 pitanja.



8.3.3 Suradnja u borbi protiv raka dojke

U sklopu obilježavanja mjeseca borbe protiv raka dojke surađujemo s udrugom za borbu protiv raka dojke Europa Donna. U 2023. drugu godinu zaredom bilo je dostupno ograničeno izdanje okusa Pink Grapefruit (ružičasti grejp) u sklopu naše tekuće kampanje za podržavanje svijesti o raku dojke i mentalnom zdravlju pacijenata i njihovih bližnjih.

Raznolikim sadržajem i edukativnim aktivnostima na web-stranici „Budi Tu. Budi CE.” kampanjom se težilo osvijestiti javnost o izazovima s kojima se susreću osobe oboljele od raka dojke i njihove obitelji te kako im u tom procesu pružiti potrebnu psihološku podršku. Uz pomoć brojnih korisnih savjeta i video intervju, u čiju su se izradu uključile udruge, i tima psihologa i pacijenata spremnih podijeliti svoja iskustva s javnošću, Cedevida je uspjela educirati javnost o tome 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.

8.3.4 Dan vrijednosti za zelene aktivnosti u zajednici

Svake godine Atlantic Grupa organizira Dan vrijednosti, interni program uz pomoć kojeg već tradicionalno brinemo o zajednicama u kojima živimo i poslužemo. Dan vrijednosti 2023. predstavljao je evoluciju inici-

Cilj nam je upoznati javnost izazovima s kojima se susreću osobe oboljele od raka dojke i njihove obitelji.

jative stare jedno desetljeće na platformi vođenoj održivošću koja je usklađena s temom napredne ESG strategije Atlantic Grupe „Klima i društvo“, koja naglašava smanjenje emisije stakleničkih plinova pomoću aktivnosti pošumljavanja i ozelenjavanja. Središnja zelena aktivnost u 2023. bila je usmjerena na sadnju 5500 stabala u Sloveniji, Hrvatskoj i Srbiji. Ostale timske zelene aktivnosti uključivale su revitalizaciju lokacija Atlantic Grupe, škola, vrtića, domova za starije osobe, skloništa za životinje, dječjeg doma i ustanove za slabovidne osobe. Pojedinačni zeleni paketi namijenjeni ozelenjavanju doma i ureda također su podijeljeni i pojedinim zaposlenicima u različitim zemljama u kojima Atlantic Grupa posluje.

8.3.5 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 genijalcima, 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 2023. godinu.

Atlantic Cedevida najveći dio svojih sponzorskih sredstava izdvaja za promicanje kulture sporta i podršku sportskim događanjima, kao i za košarkaške klubove Cedevida Junior i Cedevida Olimpija. Tvrtka također podupire aktivnosti Crvenog križa, vatrogasnih društava, projekte o podizanju svijesti o zdravlju (npr. Europa Donna) itd. U 2023. godini robna marka Cedevida potrošila je ukupno 372.543 eura na sponzorstva. Nakon 2021. sponzorska smo sredstva usmjerili na podršku KK Cedevida Olimpija i Junior i njihove projek-

te. U zadnje dvije godine njihova su potraživanja znatno niža, što je i glavni razlog smanjenja sponzorstava.

Godina	Sredstva utrošena na sponzorstva i donacije (u EUR)
2021.	602.203
2022.	433.397
2023	372.543

Tablica: Sponzorstva i donacije u razdoblju od 2021. – 2023.

**U 2023.
godini za
sponzorstva i
donacije izdvojeno
je 372.543 eura.**



INDEKS SADRŽAJA GLOBALNE INICIJATIVE ZA IZVJEŠTAVANJE (ENG. GRI)



Izjava o korištenju	Robna marka Cedevisa izvještava u skladu sa standardima Globalne inicijative za izvještavanje (eng. GRI) za razdoblje od 1. siječnja 2023. do 31. prosinca 2023. godine.
Korišten GRI 1	GRI 1: Zaklada 2021.

AN AG = Godišnje izvješće Atlantic Grupe za 2023. godinu

SR = Izvešće o održivosti robne marke Cedevisa za 2023. godinu

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje			
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje	ESRS standardi
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.			
2-2 Subjekti uključeni u izvješćivanje organizacije o održivosti		9				ESRS2
2-3 Razdoblje izvještavanja, učestalost i točka za kontakt		9				/
2-4 Ponovno objašnjavanje informacija		9				/
2-5 Vanjsko osiguranje	242-247					/
2-6 Djelatnosti, lanac vrijednosti i drugi poslovni odnosi		15-16, 19-20				ESRS 2
2-7 Zaposlenici		51-56				ESRS 2, S1
2-8 Radnici koji nisu zaposlenici		52				S1
2-9 Struktura i sastav upravljanja	141	14-15				ESRS 2, G1
2-10 Imenovanje i izbor najvišeg tijela upravljanja	118-119					/
2-11 Predsjednik najvišeg tijela upravljanja	133	11-12				/
2-12 Uloga najvišeg upravljačkog tijela u nadziranju upravljanja utjecajima	222	34-35				ESRS 2, S1, S3, S4

General disclosures	Location AR AG	Location SR	Omission			
			Requirement(s) omitted	Reason	Explanation	ESRS standards
Opća transparentnost						
2-13 Delegiranje odgovornosti za upravljanje utjecajima	222	34-35				ESRS 2, G1
2-14 Uloga najvišeg upravljačkog tijela u izvješćivanju o održivosti		9				ESRS 2
2-15 Sukob interesa	116-117					G1
2-16 Priopćavanje kritičnih problema		30-31, 53				ESRS 2, G1
2-17 Kolektivno znanje najvišeg tijela upravljanja	133-139					ESRS 2
2-18 Ocjena rada najvišeg tijela upravljanja	131					ESRS 2
2-19 Politike nagrađivanja		54				ESRS 2
2-20 Proces određivanja naknade		54				ESRS 2
2-21 Ukupni godišnji omjer naknada		/		Nije primjenjivo		S1
2-22 Izjava o strategiji održivog razvoja		25, 29				ESRS 2
2-23 Političke obveze		25, 29, 59				S1, S3, S4, G1
2-24 Ugradnja političkih obveza		25, 29, 59				ESRS 2, S1, G1
2-25 Postupci za sanaciju negativnih utjecaja		53, 64				S1, S3, S4
2-26 Mehanizmi za traženje savjeta i izražavanje zabrinutosti		53, 63-64				S1, S3, S4, G1
2-27 Usklađenost sa zakonima i propisima		25, 29, 58, 59				ESRS 2, S1, G1
2-28 Članstvo u udrugama		34				/
2-29 Pristup uključivanju dionika		30-31				ESRS 2, S1, S3, S4
2-30 Kolektivni ugovori		53				S1

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje			
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje	ESRS standardi
Materijalne teme						
3-1 Postupak određivanja materijalnih tema		32-33	Siva ćelija označava da razlozi za izostavljanje nisu dopušteni za objavu ili da referentni broj GRI sektorskog standarda nije dostupan.			ESRS 2
3-2 Popis materijalnih tema		32-33				ESRS 2
Gospodarski rezultati						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		23				ESRS 2
201-1 Generirana i distribuirana izravna ekonomska vrijednost	175-177					ESRS 2
201-2 Financijske implikacije i drugi rizici i mogućnosti uslijed klimatskih promjena		34		Nije primjenjivo		ESRS 2, E1
201-3 Obveze plana definiranih naknada i ostali mirovinski planovi	91, 261-262					/
201-4 Financijska pomoć primljena od države		/		Nije primjenjivo		/
Prisutnost na tržištu						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		19				ESRS 2
202-1 Omjeri standardne početne plaće prema spolu u usporedbi s lokalnom minimalnom plaćom		53				S1
202-2 Udio višeg rukovodstva angažiranog iz lokalne zajednice		/		Nije primjenjivo		/
Neizravni ekonomski utjecaji						
3-3 Upravljanje materijalnim temama	175-177					ESRS 2
203-1 Podržana infrastrukturna ulaganja i usluge		64-66				S3
203-2 Važni neizravni ekonomski utjecaji		7				S1, S3, S4

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje			
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje	ESRS standardi
Postupci nabave						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		35-36				ESRS 2
204-1 Udio troškova na lokalne dobavljače		35-36				G1
Suzbijanje korupcije						
3-3 Upravljanje materijalnim temama	149	35				ESRS 2
205-1 Poslovi procijenjeni na rizike povezane s korupcijom	149	35				G1
205-2 Komunikacija i obuka o antikorupcijskim politikama i postupcima	149	35				G1
205-3 Potvrđeni slučajevi korupcije i poduzete radnje		/		Nije primjenjivo	Nije bilo pravnih incidenata korupcije.	G1
Protutržišno ponašanje						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		/		Nije primjenjivo		ESRS 2
206-1 Pravni postupci za protutržišno ponašanje, antikonkurentne i monopolске postupke		/		Nije primjenjivo	Nije bilo pravnih postupaka za antikonkurentsko ponašanje, antitrust i monopolску praksu.	G1
Porez						
3-3 Upravljanje materijalnim temama	261, 264					ESRS 2
207-1 Pristup porezu	261, 264					/
207-2 Porezno upravljanje, kontrola i upravljanje rizicima	261, 264, 282, 301					/
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	ESRS standardi
Materijali						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		44-46				ESRS 2
301-1 Materijali upotrijebljeni prema težini ili volumenu		44-46				E5
301-2 Korišteni reciklirani ulazni materijali		45-46				E5
301-3 Regenerirani proizvodi i materijali za njihovu ambalažu		45-46				E5
Energija						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		38				ESRS 2
302-1 Potrošnja energije unutar organizacije		38-41				E1
302-2 Potrošnja energije izvan organizacije		38-41				E1
302-3 Intenzitet energije		38-41		Informacije nedostupne/nepotpune		E1
302-4 Smanjenje potrošnje energije		38-41				E1
302-5 Smanjenje energetske potrošnje proizvoda i usluga		41				E1
Voda i otpadne vode						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		42-43				ESRS 2
303-1 Interakcije s vodom kao zajedničkim resursom		42				E3
303-2 Upravljanje utjecajima ispuštanja voda		42-43				E3
303-3 Povlačenje vode		42-43				E3
303-4 Ispuštanje vode		43				E3
303-5 Potrošnja vode		42-43				E3

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje			
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje	ESRS standardi
Bioraznolikost						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		/		Informacije nedostupne/nepotpune		ESRS 2
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		E4
304-2 Važni utjecaji aktivnosti, proizvoda i usluga na biološku raznolikost	146					E4
304-3 Zaštićena ili obnovljena staništa		/		Informacije nedostupne/nepotpune		E4
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	146	44				E4
Emisije						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		38				ESRS 2, E1
305-1 Izravne (Opseg 1) emisije stakleničkih plinova		39				E1
305-2 Energetske neizravne (Opseg 2) emisije stakleničkih plinova		39				E1
305-3 Ostale neizravne (Opseg 3) emisije stakleničkih plinova		/		Informacije nedostupne/nepotpune		E1
305-4 Intenzitet emisija stakleničkih plinova		39				E1
305-5 Smanjenje emisija stakleničkih plinova		39				E1
305-6 Emisije tvari koje oštećuju ozonski omotač (eng. ODS)		/		Informacije nedostupne/nepotpune		E2
305-7 Dušikovi oksidi (NOx), sumporni oksidi (SOx) i druge važne emisije u zrak		/		Informacije nedostupne/nepotpune		E2

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje			
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje	ESRS standardi
Otpad						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		46-47				ESRS 2, E5
306-1 Nastajanje otpada i važni utjecaji povezani s otpadom		46-49				ESRS 2
306-2 Upravljanje važnim utjecajima vezanim uz otpad		46-49				E5
306-3 Nastali otpad		47-48				E5
306-4 Otpad preusmjeren s odlaganja		48-49				E5
306-5 Otpad upućen na zbrinjavanje		48-49				E5
Procjena okoliša dobavljača						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		35-36				ESRS 2
308-1 Novi dobavljači koji su pregledani korištenjem ekoloških kriterija		35-36				G1
308-2 Negativni utjecaji na okoliš u opskrbnom lancu i poduzete radnje		35-36				ESRS 2
Zapošljavanje						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		51				ESRS 2
401-1 Novi zaposlenici i fluktuacija zaposlenika		52				S1
401-2 Beneficije koje se daju zaposlenicima s punim radnim vremenom, a koje se ne pružaju zaposlenicima na određeno ili skraćeno radno vrijeme		54				S1
401-3 Roditeljski dopust		56				S1
Odnosi rukovodstva sa zaposlenicima						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		51				ESRS 2
402-1 Minimalni rokovi za obavješćivanje o operativnim promjenama		53-54				S1

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje			
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje	ESRS standardi
Zaštita zdravlja i sigurnost na radu						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		55				ESRS 2
403-1 Sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnošću na radu		55				S1
403-2 Utvrđivanje opasnosti, procjena rizika i istraživanje incidenta		55				S1
403-3 Službe medicine rada		55-56				S1
403-4 Sudjelovanje radnika, savjetovanje i komunikacija o profesionalnim bolestima i sigurnosti na radu		55-56				S1
403-5 Osposobljavanje radnika za zaštitu od profesionalnih bolesti i sigurnost na radu		55-56				S1
403-6 Promicanje zdravlja radnika		55-56				S1
403-7 Prevencija i ublažavanje utjecaja na zdravlje i sigurnost na radu koji su izravno povezani s poslovnim odnosima		55-56				S1
403-8 Radnici obuhvaćeni sustavom upravljanja zdravljem i sigurnošću na radu		55-56				S1
403-9 Ozljede na radu		56				S1
403-10 Kronična bolest povezana s radom		56				S1
Obuka i obrazovanje						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		54-55				ESRS 2
404-1 Prosječni broj sati obuke godišnje po zaposleniku		54-55				S1
404-2 Programi za nadogradnju vještina zaposlenika i programi pomoći pri tranziciji		54-55				S1
404-3 Postotak zaposlenika koji primaju redovite ocjene učinka i razvoja karijere		54-55				S1

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje			
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje	ESRS standardi
Raznolikost i jednake mogućnosti						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		53				ESRS 2
405-1 Raznolikost upravljačkih tijela i zaposlenika		53				ESRS 2, S1
405-2 Odnos osnovne plaće i primanja žena i muškaraca		53				S1
Nediskriminacija						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		53				ESRS 2
406-1 Slučajevi diskriminacije i poduzete korektivne mjere		53				S1
Sloboda udruživanja i kolektivnog pregovaranja						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		35				ESRS 2
407-1 Poslovi i dobavljači u kojima pravo na slobodu udruživanja i kolektivnog pregovaranja može biti ugroženo		35				S2
Dječji rad						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		35				ESRS 2
408-1 Operacije i dobavljači izloženi znatnom riziku od slučajeva dječjeg rada		35				S1
Prisilni ili obvezni rad						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		35				ESRS 2
409-1 Operacije i dobavljači pod znatnim rizikom za slučajeve prisilnog ili obveznog rada		35				S1
Sigurnosne prakse						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		55				ESRS 2
410-1 Sigurnosno osoblje obučeno za politike ili postupke ljudskih prava		55				S1

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje			
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje	ESRS standardi
Prava autohtonih naroda						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		/		Nije primjenjivo		ESRS 2
411-1 Slučajevi kršenja prava autohtonih naroda		/		Nije primjenjivo		S3
Lokalne zajednice						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		64				ESRS 2
413-1 Operacije s angažmanom lokalne zajednice, procjenama utjecaja i razvojnim programima		64-66				S3
413-2 Poslovi sa izrazitim stvarnim i potencijalnim negativnim utjecajima na lokalne zajednice		43, 46-47				ESRS 2
Socijalna procjena dobavljača						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		35-36				ESRS 2
414-1 Novi dobavljači koji su pregledani primjenom društvenih kriterija		35-36				G1
414-2 Negativni društveni utjecaji u opskrbnom lancu i poduzete radnje		35-36				ESRS 2
Javna politika						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		/		Nije primjenjivo		ESRS 2
415-1 Politički doprinosi		/		Nije primjenjivo		G1
Zdravlje i sigurnost kupaca						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		58				ESRS 2
416-1 Procjena utjecaja kategorija proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost		58				S4
416-2 Slučajevi neusklađenosti u pitanjima utjecaja proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost		64				S4

Transparentnost	Mjesto AR AG	Lokacija SR	Izostavljanje			
			Zahtjev(i) izostavljen(i)	Razlog	Obrazloženje	ESRS standardi
Marketing i označavanje						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		58-59				ESRS 2
417-1 Zahtjevi za informacije o proizvodima i uslugama te njihovo označavanje		58-59				S4
417-2 Slučajevi neusklađenosti u pogledu in- formacije o proizvodima i uslugama te njihovog označavanja		59, 64				S4
417-3 Slučajevi neusklađenosti u pogledu marketinških komunikacija		64				S4
Privatnost kupaca						
3-3 Upravljanje materijalnim temama		59-60				ESRS 2
418-1 Potkrijepljene pritužbe koje se tiču povrede privatnosti kupaca i gubitaka podataka o kupcima		59-60				S4

