



## **Raportul Conducerii privind închiderea exercițiului financiar – contabil pe anul 2022**

### **Prezentarea societății**

ICS Coca Cola Îmbuteliere Chișinău SRL (în continuare "Compania") a fost fondată în 14.06.1994 ca societate cu răspundere limitată în conformitate cu legislația Republicii Moldova.

CC Beverage Holdings II B.V. (Olanda) este unicul fondator al companiei ICS Coca Cola Îmbuteliere Chișinău SRL.

Activitatea de bază a Companiei constă în distribuirea, comercializarea angro și cu amănuntul a băuturilor răcoritoare cu marca comercială a firmei "The Coca-Cola Company" și a altor băuturi alcoolice.

Compania este înregistrată la Inspectoratul Fiscal de Stat al Moldovei cu nr. 1003600136646.

Adresa juridică a Companiei:  
Str. Industrială, 42;  
Chișinău, Republica Moldova.

### **1. Situația financiară – contabilă și analiza principalilor indicatori**

Situațiile financiare au fost pregătite în conformitate cu Legea contabilității și raportării financiare nr. 287/15.12.2017 ("Legea 287/2017"), Standardele Naționale de Contabilitate aplicabile în Republica Moldova ("SNC") și cu politicile contabile prezentate în Nota 2 a situațiilor financiare.

Politica contabilă a Societății se bazează pe următoarele principii de bază: continuitatea activității; contabilitatea de angajamente; permanența metodelor; separarea patrimoniului și datoriiilor; necompensarea și consecvența prezentării.



## 1.1. Situația patrimoniului societății

Indicator	2021	2022	Evoluția, MDL
<b>ACTIVE IMOBILIZATE</b>	<b>58.885.451</b>	<b>65.481.800</b>	<b>6.596.349</b>
Imobilizări necorporale	1.418.106	10.937.655	9.519.549
Imobilizări necorporale în curs de execuție	913.556	2.299.174	1.385.618
Imobilizări corporale	53.570.847	48.482.290	(5.088.557)
Imobilizări corporale în curs de execuție	2.982.941,40	3.738.078	755.137
Creante pe termen lung	-	24.603,19	24.603
<b>ACTIVE CIRCULANTE</b>	<b>293.288.728</b>	<b>315.795.932</b>	<b>22.507.205</b>
Stocuri	36.503.329	46.010.911	9.507.581
Creanțe comerciale	55.094.519	68.727.457	13.632.938
Creanțe ale părților afiliate	3.546.424	7.218.687	3.672.263
Avansuri acordate curente	59.991.598	-	(59.991.598)
Creanțe ale bugetului	2.835.004	4.567.847	1.732.844
Creanțe ale personalului	2.911	1.785	(1.127)
Alte creanțe curente	1.309.736	1.555.747	246.011
Numerar în casierie și la conturi curente	130.160.705	180.980.138	50.819.433
Cheltuieli anticipate curente	710.622	926.258	215.637
Alte active circulante	3.133.880	5.807.102	2.673.221
<b>TOTAL ACTIVE</b>	<b>352.174.179</b>	<b>381.277.732</b>	<b>29.103.554</b>
<b>CAPITAL PROPRIU</b>	<b>304.322.411</b>	<b>310.813.005</b>	<b>6.490.594</b>
<b>DATORII PE TERMEN LUNG</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Împrumuturi pe termen scurt	-	-	-
Datorii comerciale	36.200.427	33.042.775	(3.157.651)
Datorii față de părțile afiliate	6.468.888	23.533.575	17.064.688
Avansuri primite curente	1.152.111	5.389.219	4.237.108
Datorii față de personal	12.025	19.786	7.760
Datorii privind asigurările sociale și medicale	16.679	-	(16.679)
Datorii față de buget	1.087.877	1.668.198	580.320
Alte datorii curente	2.913.761	6.811.174	3.897.413
<b>DATORII CURENTE</b>	<b>47.851.768</b>	<b>70.464.727</b>	<b>22.612.959</b>
<b>TOTAL PASIVE</b>	<b>352.174.179</b>	<b>381.277.732</b>	<b>29.103.553</b>

**Coca-Cola HBC  
Moldova****1.2. Contul de profit și pierderi**

Indicator	2021	2022	Evoluția, %
Venituri din vânzări	627.649.378	786.671.711	25%
Costul vânzărilor	430.789.997	565.779.495	31%
<b>Profit brut (pierdere brută)</b>	<b>196.859.381</b>	<b>220.892.216</b>	<b>12%</b>
<b>Marjă brută, % din venituri din vânzări</b>	<b>31%</b>	<b>28%</b>	<b>3p.p.</b>
Alte venituri din activitatea operațională	13.564.956	14.267.961	5%
Cheltuieli de distribuire	101.375.407	114.443.485	13%
Cheltuieli administrative	50.101.600	57.719.599	15%
Alte cheltuieli din activitatea operațională	1.021.069	3.065.148	200%
<b>Rezultatul din activitatea operațională: profit (pierdere)</b>	<b>57.926.261</b>	<b>59.931.945</b>	<b>3%</b>
<b>Rezultatul din alte activități: profit (pierdere)</b>	<b>6.632.368</b>	<b>(94.112)</b>	<b>-101%</b>
Cheltuieli privind impozitul pe venit	8.603.317	7.847.239	-9%
<b>Profit net (pierdere netă) al perioadei de gestiune</b>	<b>55.955.312</b>	<b>51.990.594</b>	<b>-7%</b>
<i>Profit net/Venituri din vânzări, %</i>	<i>9%</i>	<i>7%</i>	<b>2p.p.</b>

**1.3. Analiza principalilor indicatori economico-financiari****1.3.1. Indicatori de lichiditate**

Indicatorii de lichiditate măsoară capacitatea companiei de a-și onora obligațiile pe termen scurt, pentru realizarea calculelor fiind utilizate activele circulante (cele mai lichide) și datoriile cu o scadență mai mică de un an.

**a. Indicatorul lichidității curente**

Indicatorul arată suma cu care activele circulante depășesc datoriile pe termen scurt și oferă garanția acoperirii datoriilor curente din activele curente. Valoarea atât în 2021, cât și 2022 este >1. Micșorarea valorii acestui indicator în 2021 se datorează în mare parte majorării la sfârșitul anului a datoriilor pentru achizițiile de mărfuri de la furnizorii locali, și diminuarea avansurilor pentru mărfurile importate.

	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2022</u>
<u>Active curente</u>	6.13	4.48
<u>Datorii curente</u>		



### b. Indicatorul lichidității imediate

Indicatorul lichidității imediate exprimă capacitatea firmei de a-și onora obligațiile pe termen scurt prin transformarea celor mai lichide active curente în numerar. Valoarea atât în 2021, cât și 2022 este >1.

	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2022</u>
<u>Active curente - Stocuri</u>	4.11	3.83
Datorii curente		

### 1.3.2. Indicatori de risc

#### a. Grad de îndatorare

Indicatorul reflectă raportul între datorii și capitalul propriu în formarea surselor de finanțare. În mod uzual, se recomandă ca un raport echilibrat între datorii și capital propriu să nu depășească 3:1.

	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> (unități)	<u>31 decembrie</u> <u>2022</u> (unități)
<u>Total Datorii</u>	0.16	0.23
<u>Capital propriu</u>		

#### b. Rata datoriilor pe termen scurt

	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> (%)	<u>31 decembrie</u> <u>2022</u> (%)
<u>Datorii curente x 100</u>	100	100
Total datorii		

#### c. Solvabilitate

Indicatorul exprimă gradul de acoperire a obligațiilor pe termen scurt, mediu și lung ale companiei din activele sale patrimoniale.

	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> (unități)	<u>31 decembrie</u> <u>2022</u> (unități)
<u>Total Datorii</u> =	0.14	0.18
Total Pasive		



### 1.3.3. Indicatori de activitate

#### a. Viteza de rotație a activelor totale

Viteza de rotație a activelor totale evaluează eficiența managementului activelor totale prin examinarea valorii cifrei de afaceri generate de activele societății.

	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2022</u>
<u>Venit din vânzări</u> =	1.78	2.06
Total active		

#### b. Viteza de rotație a stocurilor

Indicatorul arată de câte ori stocul a fost rulat de-a lungul exercițiului financiar.

	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2022</u>
<u>Costul vânzărilor</u>	14.26	13.71
Valoarea medie a stocurilor		

#### c. Viteza de rotație a creanțelor comerciale (debitori)

Indicatorul reflectă numărul mediu de zile necesar pentru a încasa banii pentru facturile emise.

	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> <u>(zile)</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2022</u> <u>(zile)</u>
<u>Valoarea medie a creanțelor (debitori) X 365 zile</u>	32.33	31.32
Venit din vânzări		

#### d. Viteza de rotație a datoriilor comerciale (creditori)

Indicatorul reflectă numărul mediu de zile pentru a achita datoriile comerciale. Valoarea mai mare a acestui indicator indică puterea de negociere a companiei față de furnizorii săi.

	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> <u>(zile)</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2022</u> <u>(zile)</u>
<u>Valoarea medie a datoriilor (creditori) X 365 zile</u>	21.91	24.44
Costul vânzărilor + cheltuieli operaționale		



#### 1.3.4. Indicatori de profitabilitate

##### a. Rentabilitatea veniturilor din vânzări

	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> (%)	<u>31 decembrie</u> <u>2022</u> (%)
<u>Profit Brut x 100</u> Venit din vânzări	31.36	28.08

##### b. Rentabilitatea activelor (economică)

	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> (%)	<u>31 decembrie</u> <u>2022</u> (%)
<u>Profit până la impozitare x 100</u> Valoarea medie a activelor	18.28	16.32

## 2. Analiza indicatorilor nefinanciari de performanță

### 2.1.1. Relațiile entității cu piața

În cadrul Grupului este definit un concept pentru a măsura gradul de execuție în punctele de vânzare conform strategiei, denumit RED. Acest indicator se stabilește anual, conform strategiei de creștere pentru anul în curs. În 2022, acest indicator a înregistrat valoarea de 65.0% (+5.2p.p. față de începutul anului).

Strategia companiei este de a-și menține calitatea sa de lider pe piața națională, cât și mondială prin portofoliul de produse extrem de variat pentru toate categoriile de vârstă și ocazii. Scopul nostru este să creăm valoare în piața în care activăm, cât și să creștem categoriile în care suntem prezenți prin diverse activități promoționale, lansări noi, recrutarea de noi clienți, consolidarea relațiilor existente, etc.

Astfel, cota noastră de piață în categoria de Băuturi Non Alcoolice gata de consum (denumită categoria NARTD – non-alcoholic ready to drink beverages) în termeni de volum înregistrează o creștere de +0.6pp în 2022 față de 2021.

Colectarea de feedback de la clienți este vitală pentru a dezvolta strategia orientată spre satisfacerea nevoilor clienților. În compania noastră, instrumentul digital prin care noi colectăm feedback de la clienți este Customer Gauge, proiect implementat în toate țările grupului nostru, iar anul trecut au fost implicați 3800 clienți, cu o rată de răspuns de cca 54% și un grad de satisfacție de 78%.



Pentru a ajunge mai repede la clienți și a le oferi serviciile noastre, a fost lansat un magazin online (Customer Portal) cu numeroase beneficii pentru clienți: ei pot efectua rapid comenzi pentru produsele noastre, pot monitoriza statutul comenzii/livrării, pot vizualiza care promoții sunt active pentru ei, de altfel și vizualizarea soldului cit și a facturilor. În 2022 cca 1000 dintre clienții noștri au folosit serviciile magazinului online și s-au creat mai mult de 14 000 ordine de comandă (4.2% din total).

### **2.1.2. Organizarea proceselor interne**

ICS Coca-Cola Îmbuteliere Chișinău S.R.L. importă produsele pe care le comercializează de la furnizorii săi. Astfel, produsele marca The Coca-Cola Company sunt importate din România și Ucraina de la producătorii din Grupul Coca Cola Hellenic Bottling, iar produsele alcoolice de la partenerii locali (vinăriile Purcari, Bostovan și Bardar) și străini (mărcile comerciale Aperol, Campari, Macallan, Edrington, Nemiroff, etc.). Procesul de import este stabilit în conformitate cu legislația Republicii Moldova. Ulterior, aceste produse sunt livrate clienților noștri pe întreg teritoriul țării conform modelului de livrare. Compania urmărește cu regularitate indicatori de performanță (zilnici, lunari și anuali) pentru a monitoriza atât execuția completă și în termen a livrărilor, cât și acuratețea reflectării acestora în evidența contabilă și financiară.

Coca-Cola Îmbuteliere Chișinău S.R.L. consideră că succesul său depinde de vânzarea produselor sigure și de calitate, care să corespundă și chiar să depășească așteptările clienților și consumatorilor săi.

Obiectivele stabilite în acest context sunt următoarele:

- Transportarea și depozitarea produselor în condiții optime. Monitorizarea procesului de transportare și depozitare: temperatura, umiditate și igienă;
- Certificarea anuală a produselor la Organele acreditate din Republica Moldova;
- Obținerea Avizelor Sanitare anuale la toate categoriile de produse emise de către Agenția Națională de Sănătate Publică (ANSP);
- Lansarea de produse noi în 2022 (menționate mai sus) care au fost supuse procesului de certificare. Certificatul de Conformitate și Avizul Sanitar a obținut la prima livrare de produs nou;
- Monitorizarea reclamațiilor din partea consumatorilor clienților înregistrate la linia fierbinte, cât și prin intermediul echipei comerciale. Ulterior, se informează producătorii privind neconformitățile identificate pentru a oferi răspuns consumatorilor clienților noștri. Reclamațiile sunt înregistrate centralizat la nivel de Grup cu o frecvență lunară în sistemul unic de monitorizare;
- Identificarea vizuală a produselor neconforme la intrarea în depozit și izolarea lor până la finalizarea investigațiilor;
- Monitorizarea vârstei produselor în piață, cât și depistarea vârstei primare depășite.



### 2.1.3. Grija față de angajați

Una din valorile de bază ale companiei este grija față de oameni, fiind una recunoscută atât intern, cât și extern.

În cadrul Grupului se acordă o atenție deosebită angajaților prin diverse mecanisme: instruire funcțională, programe de dezvoltare personală și profesională, proiecte, sondaje, sistem intern de monitorizare și premiere a performanței, definirea planului de carieră, securitatea la locul de muncă, etc. Acestea fiind un sumar al celor mai importante aspecte implementate în cadrul companiei noastre.

În calitate de angajator vom continua să informăm și să facem tot ce este necesar pentru asigurarea condițiilor de muncă sigure și confortabile pentru angajații companiei.

În 2022 am continuat implementarea strategiei bazate pe o Organizație puternică și flexibilă care să conducă la creșterea și câștigarea cu clienții în piață, atragerea și reținerea talentelor în cadrul companiei.

În acest sens, în 2022 am avut 3 direcții clare privind oamenii și dezvoltarea lor:

1. O structură Organizațională relevantă realității
2. Leadership și Cultura Organizațională orientată spre crearea unui mediu inclusiv, echitabil și echipe diverse.
3. Crearea unor echipe puternice în Departamentul de Vânzări având ca prioritate îmbunătățirea capacităților Managerii de Echipe, reducerea fluctuației, atragerea talentelor noi și asigurarea succesiunii în cadrul Departamentului Comercial.

Funcționăm într-un mediu foarte dinamic, în care trebuie să fim flexibili și să ne adaptăm rapid. Astfel, prioritatea noastră este să Accelerăm Capabilitățile Critice pentru a fi competitivi și să protejăm talentele în cadrul companiei noastre.

În general, ne conducem după formula de învățare:

- 70% învățare la job,
- 20% învățare de la colegi și
- 10% învățare din cursuri de formare specializate.

În cadrul Companiei HBC Moldova programele de dezvoltare și instruire sunt divizate și adresate pe segmente de angajați:

1. Agenții de vânzări
2. Profesioniști/Experți
3. Lideri de echipă
4. Manageri de Departamente

Toate programele de dezvoltare sunt create special de către Departamentele de Dezvoltare a Talentelor și Dezvoltare a Capabilităților (Logistica și Vânzări), și conține un program specific care este aliniată cu strategia companiei și nevoilor actuale de dezvoltare a capabilităților în diferite arii.





O serie de măsuri sunt definite atât în cadrul companiei, cât și cele stipulate în legislația Republicii Moldova:

- O dată la 2 ani se desfășoară examenul medical oftalmologic pentru angajații cu factorul de risc "Suprasolicitare a analizatorului vizual" în conformitate cu Hotărârea de Guvern Nr. 1025 din 07.09.2016 pentru aprobarea Regulamentului sanitar privind supravegherea sănătății persoanelor expuse acțiunii factorilor profesionali de risc p. 5.5.3;
- Anual se desfășoară examenul medical ocupațional pentru angajații cu următorul factor de risc din mediul ocupațional: Persoane care lucrează în tura de noapte (în intervalul orar 22<sup>00</sup> – 6<sup>00</sup>) cel puțin 120 de ore într-o perioadă de 6 luni;
- Conducătorii locurilor de munca sunt instruiți periodic (o dată la 36 de luni), în baza art. 17 din Legea Securității și Sănătății în Muncă (LEGE Nr. 186 din 10.07.2008);
- Bi-anual, conform cerințelor de la Grup, se desfășoară Săptămâna Securității și Sănătății în muncă cu diferite tematici (de ex. Managementul stresului, Importanța centurii de siguranță și exercițiul practic cu folosirea unui simulator special, prezentat de către colaboratorii Inspectoratului Național de Patrulare al Inspectoratului General de Poliție al Republicii Moldova).

De asemenea, deoarece compania dispune de mijloace de transport utilizate în timpul exercitării atribuțiilor de serviciu, o altă prioritate este siguranța în traficul rutier. Astfel, flota este dotată cu echipamente speciale pentru a monitoriza respectarea regulilor de circulație, disciplina în trafic, viteza de deplasare, etc. Lunar se monitorizează numărul de accidente și se analizează cauzele producerii acestora, cât și planul de acțiuni corespunzătoare.

### **3. Perspectivile de dezvoltare ale entității.**

Misiunea Coca-Cola HBC Moldova este de a răspunde nevoilor de consum printr-o gamă de băuturi de înaltă calitate, de a asigura creșterea fiecărui client și de a dezvolta echipa noastră. Pe calea acestei misiuni, Coca-Cola HBC Moldova, lucrează în mod constant la reducerea impactului negativ asupra mediului, la îmbunătățirea vieții comunităților și a situației socio-economice din Republica Moldova.

Cu obiective de referință clare, Coca-Cola HBC Moldova s-a concentrat pe inovații. În Republica Moldova, activitățile companiei respectă obiectivele globale și angajamentele privind sustenabilitatea, actualizate în 2022. În aspirația realizării misiunii noastre, Coca-Cola HBC Moldova prezintă în mod activ noi arome de băuturi, rețete noi, extinde portofoliul de produse, în special, crește numărul de băuturi fără zahăr. Toate materialele utilizate în producție și ingredientele produselor noastre respectă standardele de calitate internaționale și locale, fapt ce ne permite să garantăm un nivel adecvat de calitate și siguranță pentru sănătatea consumatorilor noștri.

Compania Coca-Cola HBC Moldova este dedicată demersurilor pentru atingerea priorităților strategice clare în domeniile social și de mediu. Prin adoptarea strategiei „Lumea fără deșeuri”, sprijinim și dezvoltăm proiecte pentru gestionarea responsabilă a ambalajelor, în special. Totodată



facem permanent investiții semnificative și implementăm proiecte pentru dezvoltarea abilităților tinerilor și femeilor din societatea noastră.

Coca-Cola HBC se bazează pe încrederea clienților și consumatorilor produselor companiei și a comunităților în care activăm. Cu toții avem obligația de a câștiga această încredere în fiecare zi. Cultura noastră la locul de muncă și succesul nostru pe piață s-au bazat întotdeauna pe valorile noastre:

- Câștigăm cu clienții;
- Avem grijă de oamenii noștri;
- Excelența, Integritatea, Învățarea;
- Performăm ca un întreg.

Prin Codul de Conduită în Afaceri aplicabil tuturor angajaților Coca-Cola HBC din întreaga lume, indiferent de locație, rol sau nivel ierarhic, se stabilesc principiile generale pe baza cărora trebuie să ne evaluăm cu toții comportamentele. Complementar, am dezvoltat multiple politici corporative și cerințe legale care se aplică situațiilor specifice prin care sunt gestionate foarte atent riscurile de corupție. Politica Grupului cu privire la corupție este extrem de simplă și avem zero toleranță când vine vorba despre mită. Regulile stricte sunt aplicabile în egală măsură angajaților noștri și furnizorilor, distribuitorilor, agenților, consultanților și subcontractanților noștri care acționează în numele nostru.

#### **4. Activitățile din domeniul cercetării și dezvoltării.**

Compania nu are activități în domeniul cercetării și dezvoltării.

#### **5. Răscumpărarea părților sociale și a acțiunilor proprii.**

Compania nu a răscumpărat părți sociale și acțiuni proprii.

#### **6. Filialele entității.**

Compania nu deține filiale.

#### **7. Principalele riscuri și incertitudini cu care se confruntă entitatea**

În acest compartiment al raportului conducerii se dezvăluie informația privind principalele riscuri care au afectat sau care ar putea afecta activitatea entității în perioada de gestiune curentă și ulterioară.

##### **7.1. Riscuri de piață**

Mai jos enumerăm principalele riscuri de piață identificate de către companie, precum:

- instabilitatea cererii pe piață: acest risc este influențat de o serie de factori externi precum migrarea masivă a populației active, îmbătrânirea accelerată a populației, veniturile reduse ale populației, scăderea remitențelor, etc. Compania face eforturi de a-și redefini strategia pentru a răspunde la noile segmente de piață prin diverse inovații și produse noi.

**Coca-Cola HBC  
Moldova**

- impactul războiului din Ucraina la nivel mondial și național: principalul impact vine din dificultatea prognozei vânzărilor, cât și instabilitatea cererii pe piață și a punctelor de aprovizionare.
- risc concurențial: acest risc este unul firesc într-o societate sănătoasă. Anume în mediul concurențial corect și echitabil, activitățile prosperă, se dezvoltă continuu și inovează.

## 7.2. Riscuri financiare

Mai jos enumerăm principalele riscuri financiare identificate de către companie, precum:

- Risc cursului de schimb: ținând cont de faptul că majoritatea achizițiilor sunt efectuate în valută străină (preponderent EURO), compania este expusă riscului de fluctuație extremă ale valutei naționale.
- Riscul de îndatorare și insolvabilitate a clienților: compania a definit un plan de acțiuni la nivel local, cât și la nivel de Grup pentru a minimiza aceste riscuri. În această situație, compania prioritizează dezvoltarea relațiilor de loialitate și parteneriat, ajustarea punctual a condițiilor de achitare, etc.

## 7.3. Riscuri legislative

Riscuri legislative pot fi legate de modificarea legislației în domeniul fiscal, muncii, riscuri de litigii în instanțe judecătorești etc. Compania depune eforturi de a fi la curent cu inițiativele legislative și de a participa la dezbateri alături de asociațiile de business din Republica Moldova, la care este membră.

## 7.4. Riscuri operaționale

Mai jos enumerăm principalele riscuri operaționale identificate de către companie, precum:

- riscul de aprovizionare: acest risc este minimizat prin strategia companiei de a acționa pro activ în orice situație și de a găsi soluții alternative pentru aprovizionare. Acesta este avantajul Grupului Coca Cola Hellenic Bottling (29 de țări).
- riscul de organizare și conducere: acest risc este minimizat în cadrul companiei, deoarece prin structura de unitate de business cu Foreign Enterprise Coca Cola și Coca-Cola HBC Armenia există o continuitate a activității la o bună parte din departamentele suport. De asemenea, pentru fiecare funcție este definit un plan de succesiune (în planul de carieră individual).
- riscul de fraudă și eroarea de management: în cadrul Companiei există Codul de Conduită al angajaților, cât și Politica Internă Anti-Mită. Angajaților le este adusă la cunoștință această politică la diferite etape și prin mai multe mijloace de informare, și anume: în primele 3 luni de la angajare prin curs online și testare; anual se face instruirea (în clasă) angajaților care sunt cu risc ridicat de Anti-Mită. De asemenea, compania a realizat o platformă online, unde în mod anonim fiecare angajat poate să



informeze despre suspectarea unui caz de fraudă sau privind încălcarea codului de conduită.

- riscuri determinate de factorul uman: aceste riscuri sunt legate de lipsa cadrelor calificate, fluctuației cadrelor, migrarea cadrelor calificate, erori identificare, profiluri adaptate, etc.

## 8. Protecția mediului

Coca-Cola HBC Moldova acționează constant într-o manieră responsabilă și în conformitate cu legile aplicabile privind protecția mediului, cu standardele înalte ale Grupului, precum și cu alte cerințe la care subscriem în domeniul protecției mediului, pentru a reduce continuu impactul activităților asupra mediului.

Pentru a-și îmbunătăți performanțele de mediu, Coca-Cola HBC Moldova în parteneriat cu comunitățile locale, partenerii de afaceri și autoritățile se angajează în acțiuni menite să prevină poluarea și să protejeze calitatea factorilor de mediu pentru angajații, contractorii, clienții și vizitatorii săi, care permit creșterea durabilă a companiei și ne susțin în eforturile noastre de reducere responsabilă a impactului pe care îl generăm asupra mediului.

Coca-Cola HBC Moldova gestionează responsabil deșeurile pe care le generează și, în acord cu legislația aplicabilă, achită la timp toate taxele asociate impactului său de mediu, astfel încât în perioada de raportare nu au fost aplicate amenzi și sancțiuni pentru nerespectarea legilor sau a reglementărilor de mediu.

Ambalajele noastre sunt 100% reciclabile, iar deja de câțiva ani peste 30% din ambalajele noastre PET puse pe piață sunt produse din plastic 100% reciclat.

Compania este membru fondator al Asociației Producătorilor și Importatorilor de Ambalaje din Moldova (APIAM), asociație non-guvernamentală, non-profit, care are ca scop implementarea unui sistem integrat de management al deșeurilor de ambalaje, transparent, bazat pe costuri minime, eficient și eficace în Republica Moldova.

În anul 2022 APIAM, în parteneriat cu un reciclator autorizat, a realizat un proiect pilot de colectare separată a deșeurilor de ambalaje, cu scopul promovării principiului European de Răspundere Extinsă a Producătorului (REP). Proiectul a fost lansat în 9 localități din zona rurală, fiind acoperiți circa 56.000 locuitori (gospodării, școli, instituții bugetare, companii private etc.). Esența proiectului este ca cetățenilor li se oferă containere de gunoi în mod gratuit, la care pot depozita deșeurile de ambalaje: sticlă, plastic, polietilenă, metal, hârtie și carton etc. Conținutul acestor containere, este evacuat pentru sortare și procesare ulterioară de către un operator autorizat. Un alt scop este și creșterea gradului de informare și conștientizare a consumatorilor cu privire la colectarea separată a deșeurilor, problemele de mediu și responsabilitatea civică în localitățile implicate în proiectul pilot. Doar în anul 2022 APIAM a reușit să colecteze, sorteze și valorifice circa 218 tone de deșeurii de ambalaje, dintre care 120 tone de plastic, 25 tone hârtie/carton, 67 tone de sticlă și 5 tone de metale.

Un alt exemplu prin care Coca-Cola HBC Moldova și-a asumat angajamentul față de protecția mediului este și proiectul Pădurea Coca-Cola, care a rezultat în plantarea a 2200 puietii de salcâm pe terenul care cândva a fost depozit pentru deșeurii, iar acum puietii vor crește în Pădurea Coca-Cola. Copacii au fost plantați în localitatea Onițcani, Criuleni. Proiectul a fost realizat în parteneriat cu organizația locală neguvernamentală Hai Moldova și finanțat de Coca-Cola HBC Moldova. Proiectul

**Coca-Cola HBC  
Moldova**

își propune să reducă eroziunea solului, să îmbunătățească calitatea aerului și să creeze un mediu mai durabil pentru comunitățile locale. Copacii plantați vor oferi, de asemenea, o sursă de hrană pentru fauna sălbatică și vor ajuta la îmbunătățirea biodiversității din regiune.

Coca-Cola HBC Moldova este mândră că face parte din aceste proiecte și că poate contribui la mediu într-un mod atât de pozitiv.

## **9. Oportunitățile profesionale ale angajaților**

Compania implementează noi procese privind perfecționarea continuă a angajaților pentru a se asigura că nivelul de pregătire este suficient de înalt încât angajatul să fie cât mai flexibil la noile procese, să livreze rezultate înalte, să fie motivat și implicat la locul de muncă.

Pentru a cunoaște ariile de dezvoltare a angajaților și de a contribui la perfecționarea profesională compania efectuează anual evaluarea performanțelor a fiecărui angajat, este creat un plan de dezvoltare individual care este implementat de către angajat cu sprijinul șefului de echipă pe parcursul unui an calendaristic.

La fel, în cadrul Companiei este implementat un sistem de gestionare a performanței la nivel de organizație, care permite evaluarea performanței lunare a companiei pe fiecare arie, să identifice motivele de performanță sau non-performanță și să stabilească un plan de acțiuni de îmbunătățire. Astfel, prin implicarea activă a angajaților se asigură o perfecționare profesională continuă și colaborare strânsă între departamente.

**Sergey Hovelyan** \_\_\_\_\_

*Director General*

Data: \_\_\_\_\_