



**Coca-Cola HBC
Moldova**

Raportul Conducerii privind închiderea exercițiului financiar – contabil pe anul 2021

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 datoriilor; necompensarea și consecvența prezentării.



1.1. Situația patrimoniului societății

Indicator	2020	2021	Evoluția, MDL
ACTIVE IMOBILIZATE	58 184 827	58 885 451	700 624
Imobilizări necorporale	752 632	1 418 106	665 474
Imobilizări necorporale în curs de execuție	-	913 556	913 556
Mijloace fixe	57 432 195	53 570 847	(3 861 348)
Imobilizări corporale în curs de execuție	-	2 982 941	2 982 941
ACTIVE CIRCULANTE	296 105 829	293 288 728	(2 817 101)
Stocuri	23 922 911	36 503 329	12 580 419
Creanțe comerciale	49 819 899	55 094 519	5 274 621
Creanțe ale părților afiliate	2 722 635	3 546 424	823 789
Avansuri acordate curente	81 957 238	59 991 598	(21 965 640)
Creanțe ale bugetului	155 217	2 835 004	2 679 787
Creanțe ale personalului	3 066	2 912	(154)
Alte creanțe curente	666 288	1 309 736	643 447
Numerar în casierie și la conturi curente	132 950 065	130 160 705	(2 789 360)
Cheltuieli anticipate curente	658 426	710 622	52 195
Cheltuieli anticipate curente	3 250 084	3 133 880	(116 204)
TOTAL ACTIVE	354 290 656	352 174 179	(2 116 478)
CAPITAL PROPRIU	320 075 993	304 322 411	(15 753 583)
DATORII PE TERMEN LUNG	-	-	-
Împrumuturi pe termen scurt	-	-	-
Datorii comerciale	23 309 597	36 200 427	12 890 829
Datorii față de părțile afiliate	4 047 578	6 468 888	2 421 310
Avansuri primite curente	889 142	1 152 111	262 969
Datorii față de personal	3 367	12 025	8 659
Datorii privind asigurările sociale și medicale	8 598	16 679	8 081
Datorii față de buget	3 349 890	1 087 877	(2 262 012)
Alte datorii curente	2 606 491	2 913 761	307 270
DATORII CURENTE	34 214 663	47 851 768	13 637 105
TOTAL PASIVE	354 290 656	352 174 179	(2 116 478)

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

Indicator	2020	2021	Evoluția, %
Venituri din vânzări	496 388 800	627 649 378	26%
Costul vânzărilor	315 677 191	430 789 997	36%
Profit brut (pierdere brută)	180 711 609	196 859 381	9%
Marjă brută, % din venituri din vânzări	36%	31%	5p.p.
Alte venituri din activitatea operațională	9 084 941	13 564 956	49%
Cheltuieli de distribuire	88 238 908	101 375 407	15%
Cheltuieli administrative	46 265 781	50 101 600	8%
Alte cheltuieli din activitatea operațională	1 477 815	1 021 069	-31%
Rezultatul din activitatea operațională: profit (pierdere)	53 814 046	57 926 261	8%
Rezultatul din alte activități: profit (pierdere)	1 085 204	6 632 368	511%
Cheltuieli privind impozitul pe venit	7 928 749	8 603 317	9%
Profit net (pierdere netă) al perioadei de gestiune	46 970 501	55 955 312	19%
<i>Profit net/Venituri din vânzări, %</i>	<i>9%</i>	<i>9%</i>	1p.p.

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 2020, cât și în 2021 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>2020</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u>
<u>Active curente</u>	8.65	6.13
<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 2020, cât și 2021 este >1.

	<u>31 decembrie</u> <u>2020</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u>
<u>Active curente - Stocuri</u>	5.56	4.11
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>2020</u> (unități)	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> (unități)
<u>Total Datorii</u>	0.11	0.16
<u>Capital propriu</u>		

b. Rata datoriilor pe termen scurt

	<u>31 decembrie</u> <u>2020</u> (%)	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> (%)
<u>Datorii curente x 100</u>	100,00	100,00
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>2020</u> (unități)	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> (unități)
<u>Total Datorii</u> =	0.10	0.14
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>2020</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u>
<u>Venit din vânzări</u> =	1,40	1,78
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>2020</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u>
<u>Costul vânzărilor</u>	12.23	14.26
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>2020</u> <u>(zile)</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> <u>(zile)</u>
<u>Valoarea medie a creanțelor (debitori) X 365 zile</u>	41.5	32.33
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>2020</u> <u>(zile)</u>	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> <u>(zile)</u>
<u>Valoarea medie a datoriilor (creditori) X 365 zile</u>	25.54	21.91
Costul vânzărilor + cheltuieli operaționale		



1.3.4. Indicatori de profitabilitate

a. Rentabilitatea veniturilor din vânzări

	<u>31 decembrie</u> <u>2020</u> (%)	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> (%)
<u>Profit Brut x 100</u> Venit din vânzări	36.41	31.36

b. Rentabilitatea activelor (economică)

	<u>31 decembrie</u> <u>2020</u> (%)	<u>31 decembrie</u> <u>2021</u> (%)
<u>Profit până la impozitare x 100</u> Valoarea medie a activelor	<u>15.98</u>	<u>18.28</u>

2. Analiza indicatorilor nefinanciari de performanță

2.1.1. Relațiile entității cu piața

În cadrul Grupului a fost definit un concept pentru a măsura gradul de execuție în punctele de vânzare conform strategiei, denumit RED. Acest indicator este definit anual conform priorităților anului curent. În anul 2021, acest indicator a înregistrat valoarea de 72.0% (+8.8p.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 creștem valoarea 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 +1.4pp în 2021 față de 2020.

Pe parcursul anului 2021 au fost lansate următoarele produse noi:

- Coca Cola Plus Coffee Vanilla - Martie 2021
- Fanta Whatthefanta - Martie 2021
- Fanta Whatthefanta - Martie 2021



- Fanta Whatthefanta - Martie 2021
- Fanta Whatthefanta - Martie 2021
- Rich Watermelon-Strawberry - Mai 2021
- Rich Mango-Passion Fruit - Mai 2021
- Schweppes Clear Lemonade - Aprilie 2021
- Schweppes Pina Colada - Aprilie 2021
- Schweppes Clear Lemonade - Aprilie 2021
- Rich Gr Ap Aron Or Nect - Noiembrie 2021
- Schweppes Spr Aperitivo - Iulie 2021
- Coca-Cola Zero Lime - Iulie 2021
- Coca-Cola Zero Lime - Iulie 2021
- Coca-Cola Zero Lime - Iulie 2021
- Burn Dark Energy - Octombrie 2021

Totodată, portofoliul nostru a fost lărgit după ce am devenit distribuitorul oficial al produselor brand-ului Nemiroff începând cu Iulie 2021.

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 2021 (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/clientilor înregistrate la linia fierbinte, cât și prin intermediul echipei comerciale. Ulterior, se informează producătorii privind neconformitățile identificate pentru a oferi răspuns consumatorilor/clientilor 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.

Calitatea deservirii și gradul de satisfacție a clienților stau la baza activității noastre, iar pentru a le menține la cel mai înalt nivel Compania noastră a fost prima din ramura care a lansat un Call Centru. Acesta are rolul de a prelua comenzile pentru anumite categorii de clienți, cât și asigurarea deservirii calitative post-vânzare. Această practică a fost ulterior preluată și de unii dintre concurenții noștri.

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.

Începând cu anul 2014, compania realizează sondajul anual de satisfacție a angajaților. În toți acești ani sondajul a fost ajustat constant conform viziunii și priorităților companiei legate de modelul de leadership, colaborarea între departamente, mediul pozitiv de lucru, securitatea la locul de muncă, etc. În 2021 deoarece ne-am confruntat cu situația pandemică COVID-19 am realizat 3 sondaje, prin intermediul lor am dorit să fim aproape și conectați cu angajații, deoarece bunăstarea lor fizică, emoțională și mentală în această situație este foarte importantă pentru noi. Rezultatele sondajelor ne-au ajutat să luăm acțiuni corective și să continuăm cu acele acțiuni efective pe care le-am luat încă de la începutul pandemiei.

Ca rezultat, la fiecare chestionar am obținut un scor de peste 90% în ceea ce privește subiectele de mai jos care au fost abordate în cadrul chestionarului:

- Angajații se simt pozitiv, sunt calmi și dețin controlul în activitatea sa
- Angajații consideră că sunt bine informați de cum este gestionată situația COVID-19 în companie
- Angajații se simt implicați și conectați cu toți membrii echipei
- Angajații au simțit suportul superiorilor săi în această perioadă
- Angajații sunt bine echipați pentru ași putea îndeplini munca



Ca și companie, vom continua să informăm și să facem tot ceea ce este necesar pentru asigurarea condițiilor de muncă sigure și confortabile pentru angajații companiei.

În 2021 a fost lansată platforma Employee Assistant Program, unde atât angajații cât și membrii de familie pot apela 24/7 la servicii gratis de psiholog, probleme de ordin financiar sau suport pentru Manageri privind soluționarea unor situații neordinare sau conflicte la locul de muncă.

Funcționăm într-un mediu foarte dinamic, unde trebuie să fim flexibili și să ne adaptăm rapid, ca să facem față acestui mediu avem ca prioritate să accelerăm Capabilitățile Critice ca să fim și mai competitive 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.

La fel, reușind din restricțiile create de pandemie, munca de acasă a devenit o necesitate odată cu apariția pandemiei, ca un instrument de prevenire și răspândire a virusului în cadrul companiei, până atunci nu am avut astfel de experiențe în cadrul Companiei.

Din start am creat o procedură în acest sens și am asigurat angajații cu echipamente și soluții IT necesare pentru a obține în continuare productivitate înaltă și a realiza obiectivele care și le-a propus compania. Am realizat că este important să ne axăm pe calitatea lucrului și performanța obținută decât pe cantitate și controlul asupra angajaților care muncesc de acasă, avem încredere în angajații noștri și apreciem implicarea, inițiativa și adaptarea rapidă de care dau dovadă. Pe parcursul anului, circa 85% dintre angajații din oficiu au muncit de acasă.

Munca de acasă face parte din strategia noastră „Operăm în noua realitate” și este orientată în 3 direcții:

- De unde muncesc
- Cum colaborez și cum rămân conectați
- Bunăstarea și starea mea de bine

Dincolo de faptul că munca de acasă a dus la accelerarea lumii digitale, un lucru care cu siguranță ne va marca în continuare este că pandemia ne-a determinat să căutăm noi modalități de a rămâne conectați cu colegii și cu echipele noastre, datorită utilizării în mod



Coca-Cola HBC
Moldova

eficient a resurselor și instrumentelor digitale care sunt adaptate din ce în ce mai mult la modul nostru de lucru.

Un loc de muncă sigur și sănătos este important pentru compania noastră. Astfel, conducerea se asigură că angajații au programe eficiente, echipamente sigure pentru ca zilnic să fie în siguranță în mediul nostru. Pe parcursul anului am asigurat regulat angajații cu echipamente cu protecție necesare pentru a rămâne în siguranța, la fel, am creat proceduri interne privind modul de organizare a companiei pe durata pandemiei conform legislației și cerințelor 2021 legate de COVID-19.

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 22⁰⁰ – 6⁰⁰) 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 colaborarii 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. Perspectivele 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 2021. 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, consultantților 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.
- impactul crizei rezultate de COVID-19 la nivel mondial și național: principalul impact vine din reducerea vânzărilor, cât și instabilitatea cererii pe piață (închiderea punctelor de vânzare de tip HORECA, chioșcuri, etc., prioritizarea cheltuielilor în coșul consumatorilor, etc.)
- 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 și USD), compania este expusă riscului de fluctuație extremă ale valutei naționale.
- Riscul de îndatorare și insolvabilitate a clienților afectați în special de măsurile întreprinse pentru combaterea COVID-19: 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 începând din anul 2021 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 luna Noiembrie 2021 APIAM în parteneriat cu un reciclator autorizat Salubris Grup au lansat 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

**Coca-Cola HBC**
Moldova

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.

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: _____