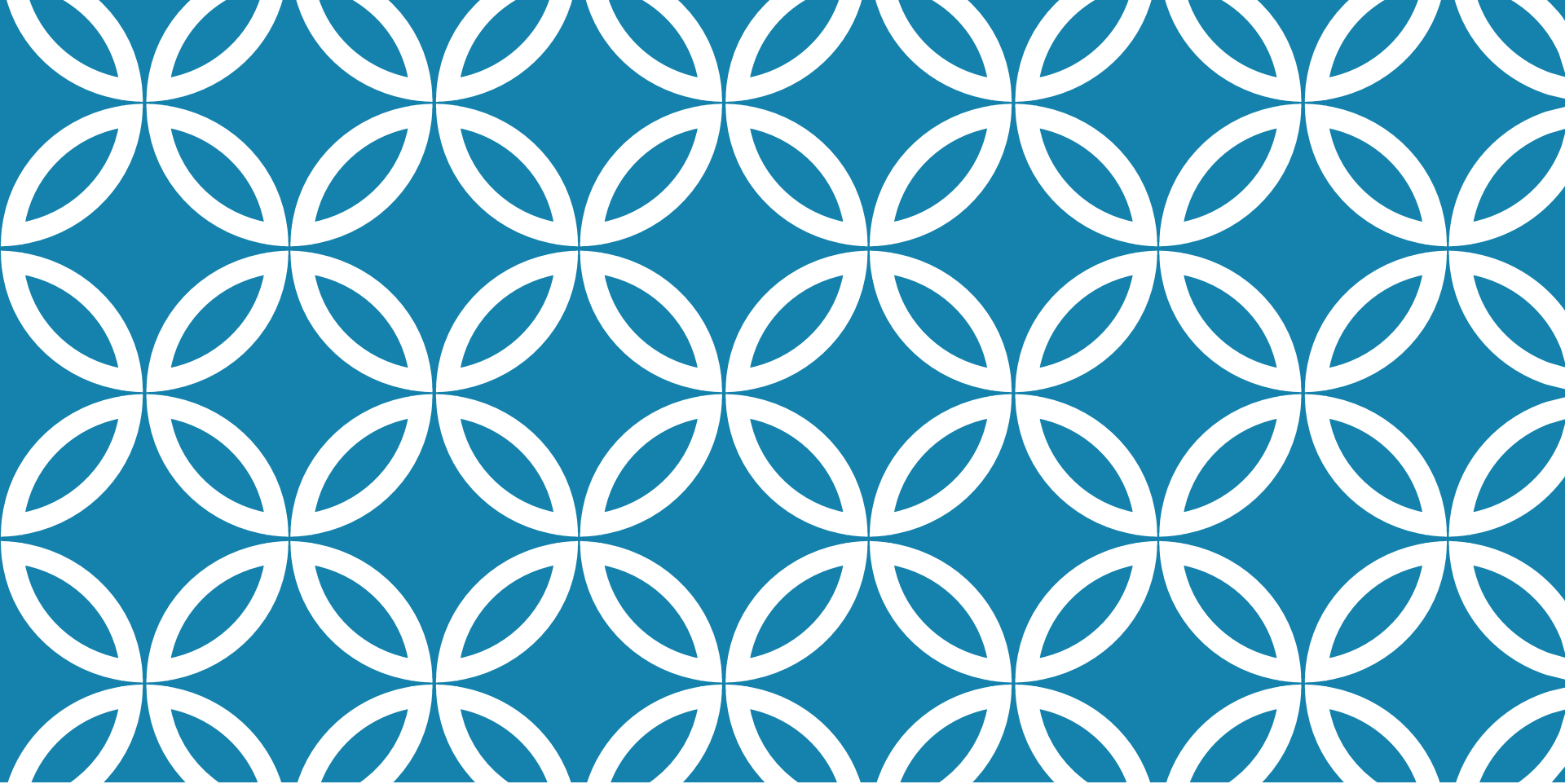




INDUSTRIJSKA GEOGRAFIJA

8. predavanje

Izv. prof. dr. sc. Jelena Lončar

TRANSNACIONALNE KOMPANIJE

CILJ PREDAVANJA

Naučiti što su transnacionalne kompanije (TNC), njihovo značenje i podjelu te se upoznati sa nekim od najznačajnijih TNC

Prikazati razvoje jedne TNC na primjeru Coca-Cole.

TRANSNACIONALNE KOMPANIJE (TNC)

- Svaka korporacija ima jednu ili više lokacija te veze sa dobavljačima i kupcima koji također djeluju u geografskom prostoru.
- Svaka tvrtka ima svoj jedinstveni prostorni „potpis“.
- Prave globalne korporacije su jako rijetke
- TRANSNACIONALNE KOMPANIJE: multi-lokacijska tvrtka koja posluje (djeluje) neovisno o državnim granicama te ima potencijal da “manipulira” geografskim prostorom odn. koristi prostor kao sastavni dio svoje korporativne strategije.

TNC: snažna ekonomska skupina više trgovačkih društava i drugih jedinica različitog državljanstva, koje su ujedinjene vezama zajedničkog vlasništva i ugovorima, a na temelju integracije velikoserijske proizvodnje i plasmana, specijalizacije, koncentracije i prijenosa tehnologije, kapitala i rukovodstva i unutar korporacijske trgovine, opslužuje svjetsko tržište u skladu s općom poslovnom strategijom matičnog društva.

TNC SU VELIKA PODUZEĆA KOJA:

1. razvijaju djelatnosti što stalno prelaze granice putem međunarodnog transfera dobara, investicija, kapitala i osoblja.



2. stoje pod jedinstvenim ukupnim rukovodstvom unatoč pravnoj i organizacijskoj samostalnosti dijelova poduzeća, pri čemu se načelne poslovno-političke odluke donose u vrhu poduzeća.

PRVE TRANSNACIONALNE KOMPANIJE U SVIJETU

Singer, 1867.

Agfa

Nestle

Ekspanzija: nakon 1933. odn. 1945.



Sl. 1-3. Prve reklame za Singer

OSNIVAČI PRVIH TNC



Sl. 5. Isaac Singer



Sl. 4. Henry Nestle

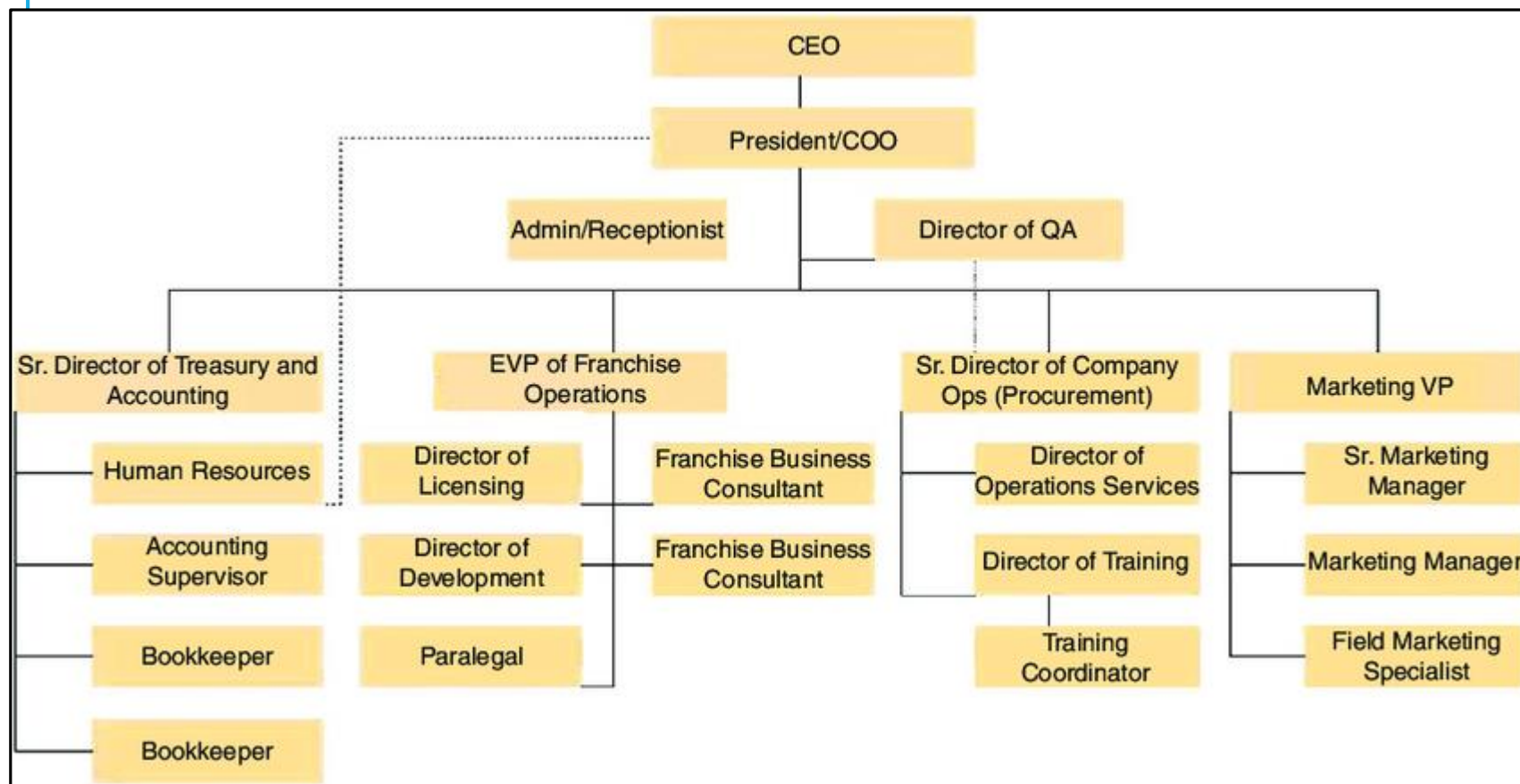


SL. 6. Nestlé najveća svjetska (Švicarska) prehrambena kompanija, 72 na svjetskoj listi 500 najvećih tj. Fortune global 500



Izvor: [article/4160357-nestles-high-floor-business-model-makes-attractive](https://www.fortune.com/ranking/2019/4160357-nestles-high-floor-business-model-makes-attractive)

Organizacijska struktura korporacije



Sl. 7. Organizacija korporacija - prema odjelima

Izvor: www.reserachgate.net

GLAVNA OBILJEŽJA TNC:

1. decentralizacija proizvodnje i distribucije - masovna i prilagodljiva proizvodnja



2. rast ekonomske i političke moći



3. stalna potraga za novim tržištima - ni jedna zemlja ne može izbjeći “globalno traženje”



4. “globalna lokalizacija” - u današnjoj fazi poslovanja svako je zaposlen lokalno

Još neka obilježja TNC-a

TNC uključuju različite stupnjeve strateške kolaboracije.

TNC (domaće ili strane) tj. njihovi pogoni također mogu biti dio klastera (u bilo kojem dijelu svijeta).

Neki pozitivni utjecaji TNC

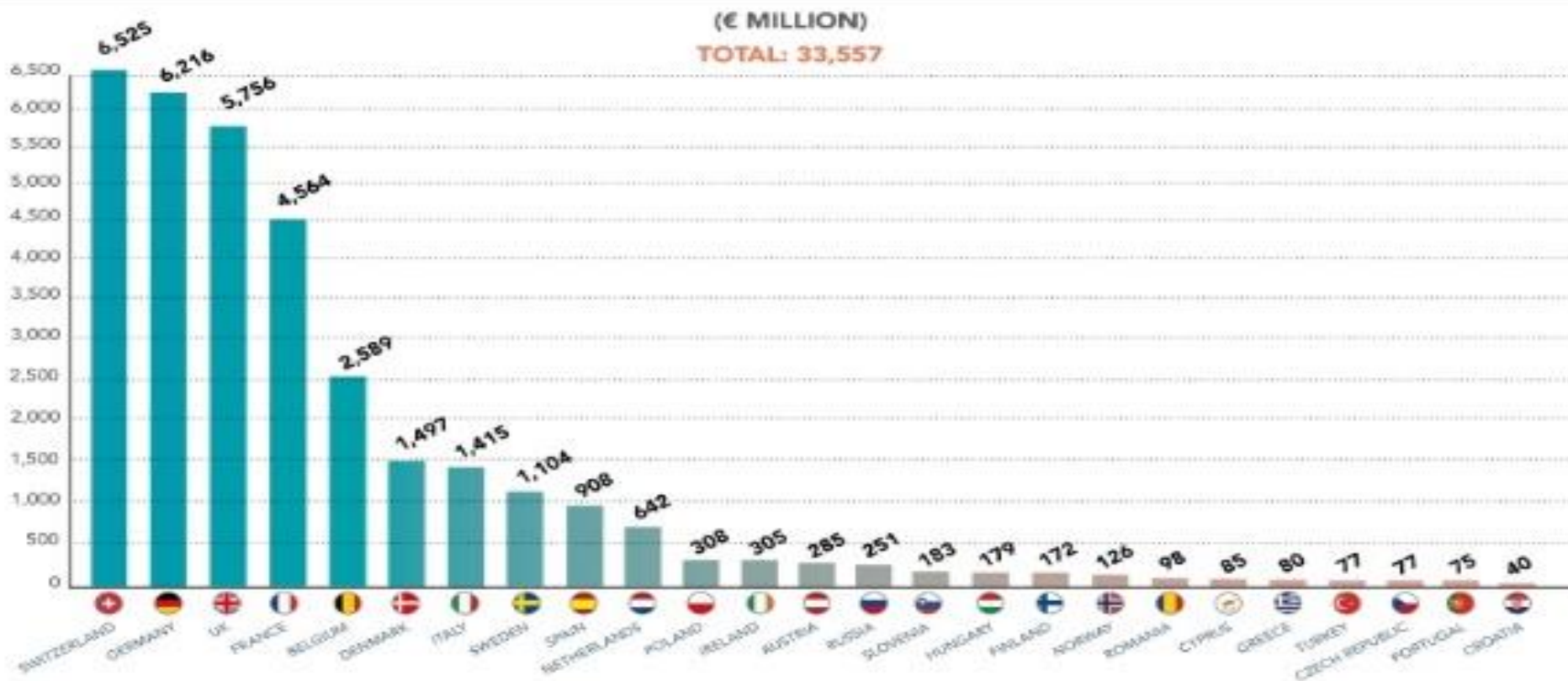


PODJELA I VRSTE TNC-a

-  a) prema obujmu proizvodnje i prodaje:
male, srednje i velike.
-  b) prema Howardu Perlmutteru (am. prof.):
-  1. etnocentrične
-  2. policentrične
-  3. geocentrične

TNC neke su od najvećih ulagača u R&D — primjer farmaceutske ind.

PHARMACEUTICAL INDUSTRY RESEARCH AND DEVELOPMENT IN EUROPE (2015)



Sl. 8. Farmaceutska ulaganja u R&D u Europi

KOLIKO DRŽAVE EU ULAŽU U R&D?

- U Europskoj uniji u prosjeku se u istraživanje i razvoj godišnje uloži oko 2,3 % BDP-a
- Kod nas je to tek 1,3 %.
- Što je zemlja bogatija i stvara više BDP-a, to su i apsolutne milijarde koje se slijevaju u istraživanja izdašnije.
- Primjerice, Švedska i Belgija ulažu najviše - 3,5% svog godišnjeg BDP-a.
- Slijede Austrija s 3,2 %, te Njemačka, Danska i Finska - svaka s po 0,1 bod manje od druge, te Francuska s 2,4 %.
- Indikativno je začelje ljestvice - Rumunjska, Malta, Latvija, Slovačka, Cipar, Bugarska, Litva - od 0,5 do 1,2 % BDP-a usmjerenog na istraživanja.

Neke od svjetski najinovativnijih kompanija, 2023.

THE MOST INNOVATIVE COMPANIES IN 2023

Boston Consulting Group (BCG) has released the latest edition of their Most Innovative Companies ranking.

Industry



Technology



Transport
& Energy



Healthcare



Consumer Goods
& Services



Telecommunications

Rank	Change in Rank (1 year)		
1	—		
2	▲3	TESLA	
3	—	amazon.	
4	—	Alphabet	
5	▼3		
6	▲1	moderna	
7	▼1	SAMSUNG	
8	—		
9	Returned	BYD	
10	▲10	SIEMENS	
26	▲8		
27	▲22	Nestle.	
28	▲1		
29	▲2		
30	New	Honeywell	
31	▼22	SONY	
32	New		
33	▲6	HITACHI	
34	Returned		
35	Returned		

Izvor:

<https://www.digitalinformationworld.com/2023/06/ranking-year-2023s-most-innovative.html>

INOVACIJSKA PREMIJA

-> mjera koliko su investitori ponudili za cijenu dionice tvrtke iznad vrijednosti postojećeg poslovanja temeljenog na očekivanjima budućih inovativnih rezultata (novih proizvoda, usluga i tržišta).

-> Članovi liste moraju imati bar 10 mlrd \$ u tržišnom kapitalu te trošiti najmanje 1% svojih sredstava na R&D.

Bitna je za sve kompanije koje se natječu na globalnom tržištu i žele (po)statu inovativne.

Neke od najbrže
rastućih kompanija u
2023. po sektorima

FAST-GROWING COMPANIES: TOP 10 INDUSTRIES

Analysing the 1,360 fastest-growing companies by revenue growth across Europe and the US, these are the industries accounting for the most.

KEY: Companies in Europe Companies in US Total combined



Izvor:<https://merchanmachine.co.uk/fastest-growing/>

Najbrže rastuće kompanije po državama

Fastest-growing companies per country

RANK	COUNTRY	COMPANIES IN THIS COUNTRY	FASTEST-GROWING COMPANY IN THIS COUNTRY	TOP INDUSTRY IN THIS COUNTRY
1	US	360	Niantic	Technology
2	Germany	191	farmermobil	Support Services
3	Italy	190	Mamma 2.0	Industrial Goods
4	UK	173	OakNorth Bank	Technology
5	France	163	Les Eco-Isolateurs	Technology
6	Spain	70	Elements Global Services	Technology
7	Poland	44	TECHPROS	Technology
8	Finland	17	Wolt Enterprises	Technology
9	Sweden	16	Qred Företagslån	Technology
10	Portugal	14	Indie Campers	Travel & Leisure

Izvor: <https://merchantmachine.co.uk/fastest-growing/>

NAJBRŽE RASTUĆE KOMPA NIJE U EUROPI

RANK	NAME	COUNTRY	INDUSTRY	REVENUE GROWTH %
1	OakNorth Bank	United Kingdom	Fintech	37,463
2	Wolt Enterprises	Finland	Technology	15,642
3	Bolt Technology	Estonia	Technology	12,960
4	Elements Global Services	Spain	Support Services	10,233
5	Les Eco-Isolateurs	France	Construction	10,078
6	Gismart	United Kingdom	Games industry	8,788
7	Enens	France	Energy	8,603
8	Qred Företagslån*	Sweden	Fintech	7,301
9	Mamma 2.0	Italy	Ecommerce	7,110
10	In Touch Networks	United Kingdom	Technology	6,325

Izvor: <https://merchantmachine.co.uk/fastest-growing/>

TOP 10 COMPANIES IN 2024 FORTUNE GLOBAL 500 LIST



Source: Fortune, FY Data on or before 31st March, 2024.

Vodeće kompanije prema
Fortune Global 500

Izvor. Fortune Data, before 1st
March 2024

Najveće javne kompanije 2024.

Izvor: Forbes, 2020.
<https://www.forbes.com/global2000/list/>

The World's Largest Public Companies

The List

[Spreadsheet](#)[Reprints](#)[Logo Licensing](#)

Filter list by: All industries ▼ All countries/territories ▼ All states ▼



#1

JPMorganChase

United States

\$252.9 B

\$50.1 B

\$4,090.7 B

\$588.1 B

#2

Berkshire Hathaway

United States

\$369 B

\$73.4 B

\$1,070 B

\$899.1 B



#3

Saudi Arabian Oil Company (Saudi Aramco)

Saudi Arabia

\$489.1 B

\$116.9 B

\$661.5 B

\$1,919.3 B



#4

ICBC

China

\$223.8 B

\$50.4 B

\$6,586 B

\$215.2 B



#5

Bank of America

United States

\$183.3 B

\$25 B

\$3,273.8 B

\$307.3 B



#6

Amazon

United States

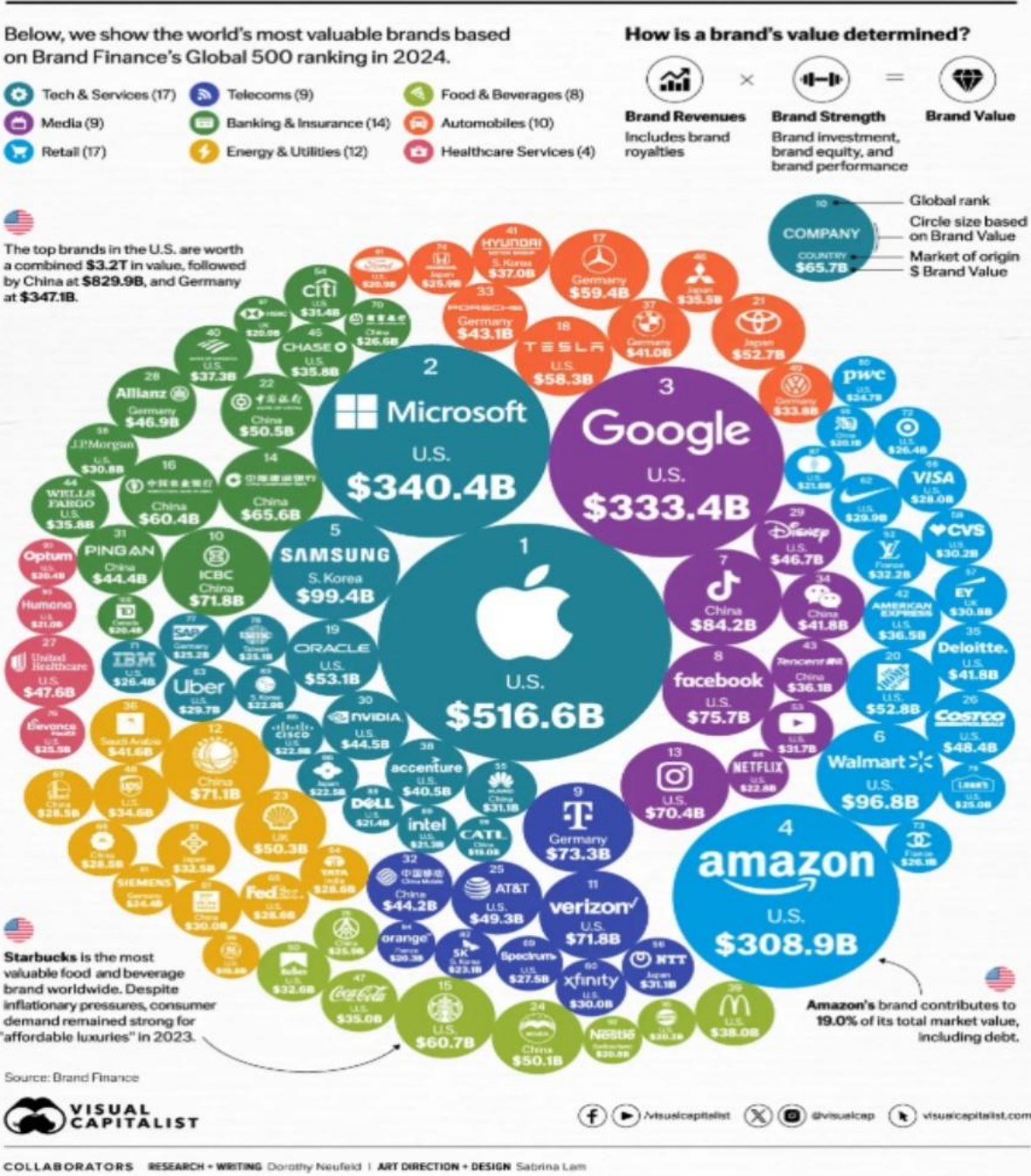
\$590.7 B

\$37.7 B

\$531 B

\$1,922.1 B

Najvrijednije TNC u svijetu prema vrijednosti brenda, 2024.



Sl. 9. Najvrijedniji brendovi prema sektorima

Najveće kompanije u Europi prema državama

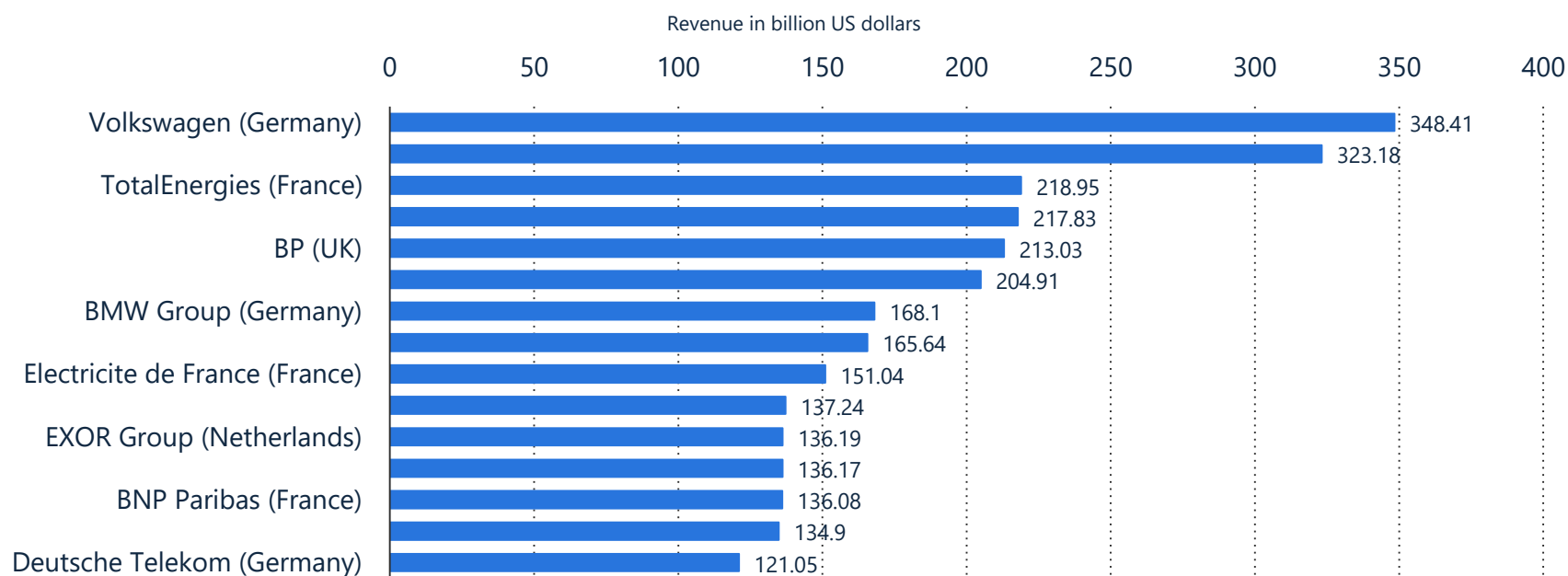


Sl. 10. Vodeće kompanije u Europi

Izvor: <http://dailyinfographics.eu/biggest-company-in-each-country/>

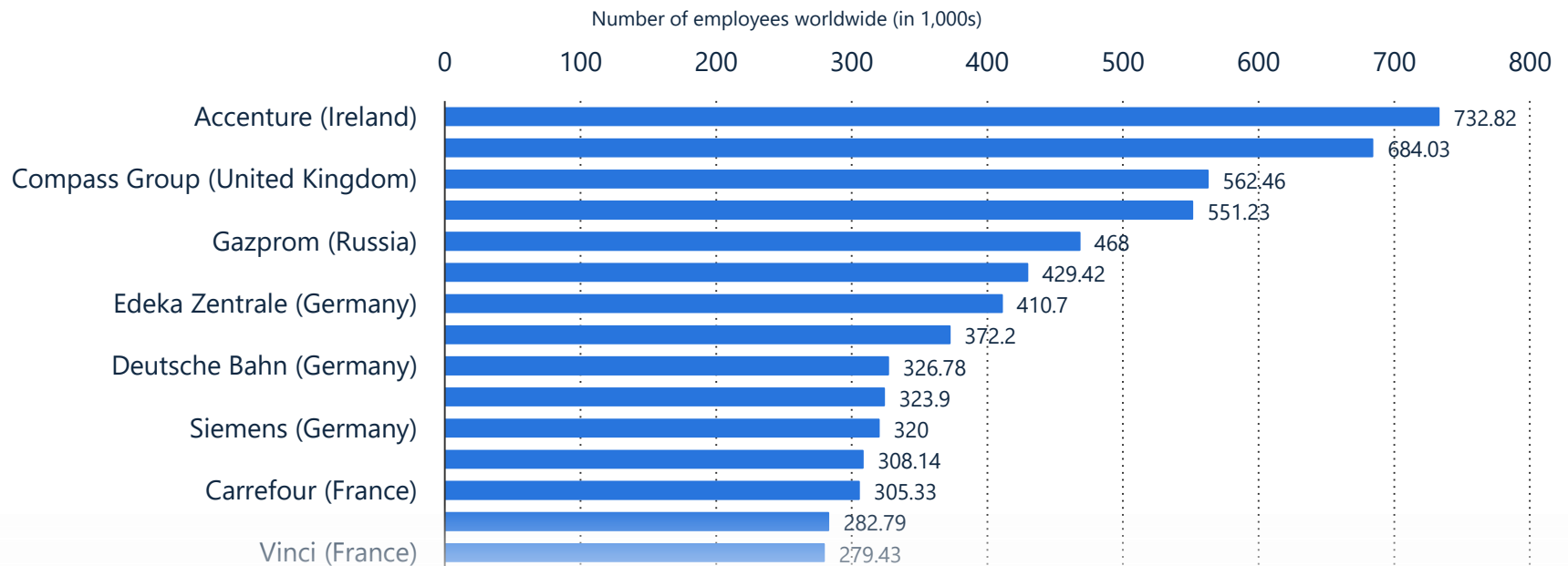
Largest European companies based on revenue in 2024 (in billion US dollars)

Largest European companies based on revenue 2024



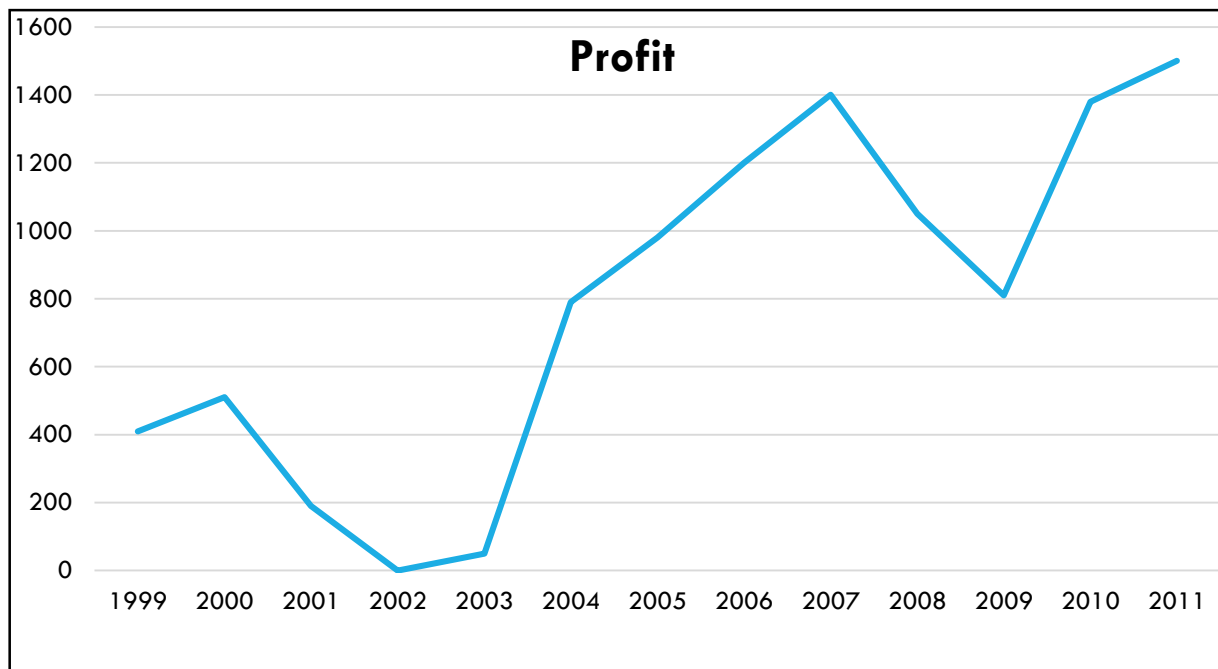
Largest European companies based on number of employees worldwide in 2024 (in 1,000s)

Largest European companies based on number of employees 2024



Profit TNC-a od 1999. do 2011. godine, u mlrd. \$

- Globalna kretanja se ponekad ipak odražavaju i na poslovanje najvećih – primjer je svjetska financijska kriza 2008. g.

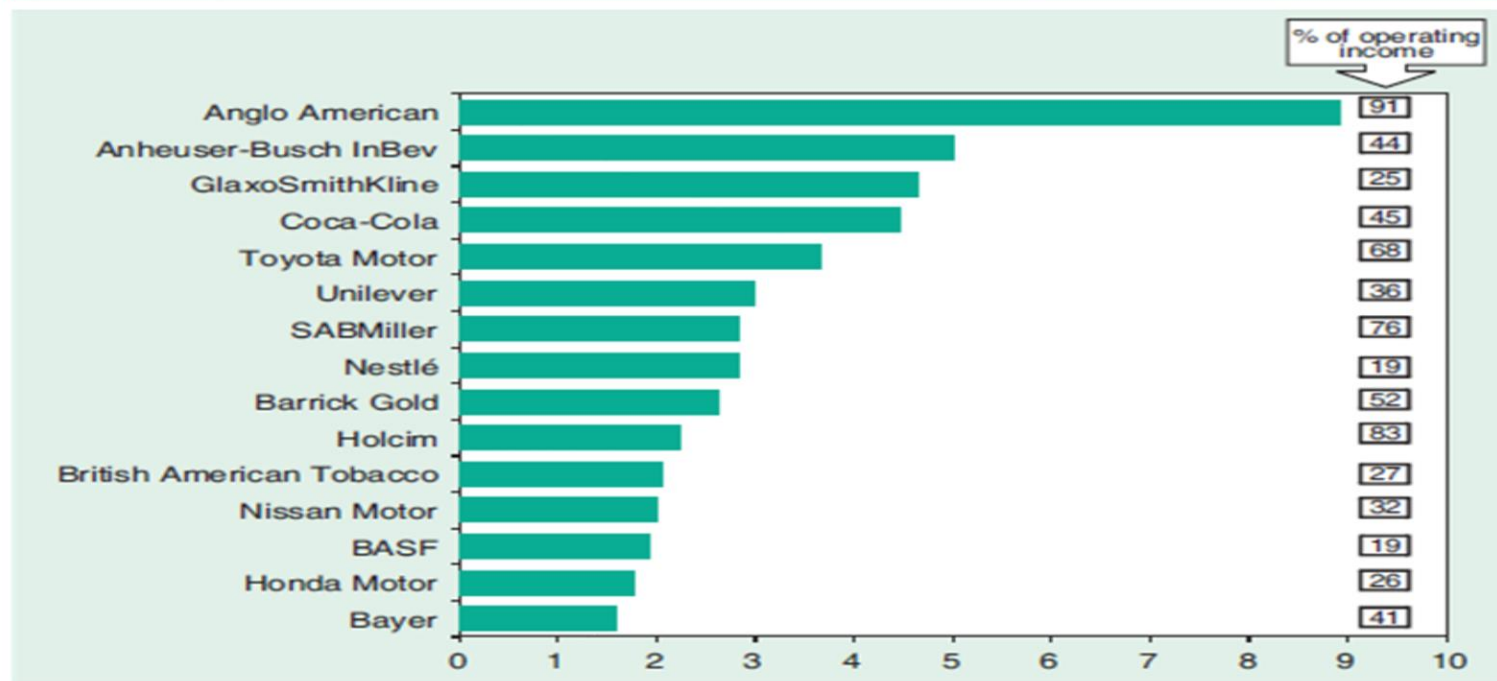


Sl. 11. Trend kretanja profita u poslovanju TNC-a

Izvor: *Global World Competitiveness Report*, 2012; UNCTAD, based on data from Thomson One Bankar (Broj TNC iznosi 2.498)

Profiti koje su TNC ostvarivale u tranzicijskim i državama u razvoju, 2010.

Figure I.23. Operating profits derived from operations in developing and transition economies, selected top 100 TNCs, 2010
(Billions of dollars and share of total operating profits)



Source: UNCTAD.

Note: Regional reporting by TNCs differs, in this case segments that were either completely or mainly located in developing or transition economies were included.

PRIMJER RAZVOJA TRANSNACIONALNE KOMPANIJE: COCA-COLA

Ima 146.000
zaposlenih
šikom svijeta

Prodaje
proizvod u 200
zemalja svijeta

Glavni
proizvodi:

Energetska
pića

Sokovi

Sportska pića

Čajevi i kava

Voda

ostalo

RAZVOJ U RAZDOBLJU OD 1886.-1892.

God. 1886. **John Pemberton**,
farmaceut iz Atlante.

Kupci se složili da je proizvod zaista poseban pa je stavljen na prodaju u u *Jacobs' Pharmacy* za 5 centi po čaši.

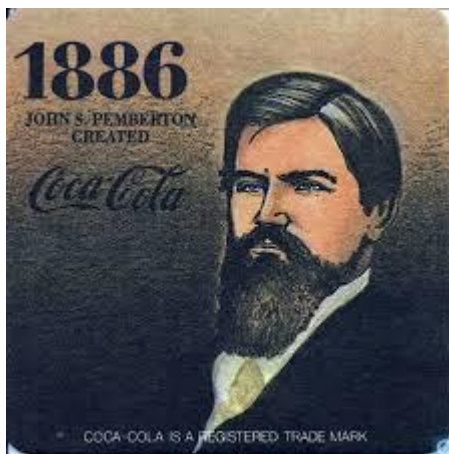
Prve godine Pemberton je prodavao svega 9 čaša Coca-cola na dan.

Pemberton je umro 1888. g. ne doznajući kakav je uspjeh ostvarilo piće koje je on osmislio.

Tijekom sljedeće 3 godine, 1888-1891. biznismen iz Atlante, **Asa Griggs Candler**, osigurao je prava na posao u ukupnoj vrijednosti od 2.300\$.

Bio i prvi predsjednik nove kompanije i prvi koji je **donio viziju poslovanja i brenda**.

Stoljeće kasnije kompanija Coca-Cola proizvodila je više od **10 mlrd. galona sirupa** potrebnih za napitak.



RAZDOBLJE 1893.-1904.

Asa G. Candler - transformirao je **Coca-colu od izuma do poslovanja**.

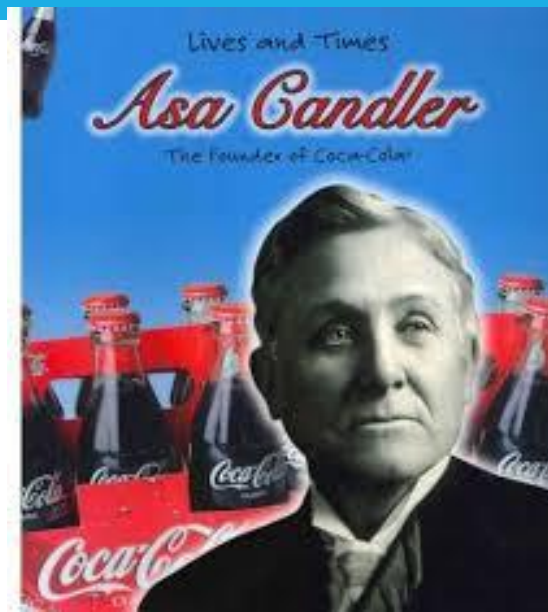
Htio je ljudima na inovativne načine predstaviti novo osvježavajuće piće.

Podijelio je kupone za prvo besplatno kušanje pića te uz to proizvode s logom Coca-cola.

Ljudi su na taj način vidjeli znak Coca-cola svugdje.

Do kraja 1895.g. Candler je izgradio pogone za proizvodnju sirupa u Chicagu, Dallasu i Los Angelesu.

Neizbježno - popularnost napitka dovela je do veće potražnje.



G.1894. **Joseph Biedenharn** - prvi je Coca-colu stavio u bocu.

Poslao je 12 boca Candleru koji je na tu ideju nije odreagirao s entuzijazmom.

Iako je bio inovativni biznismen, Candler nije shvatio da budućnost Coca-cola leži u prenosivim, staklenim bocama koje bi kupci mogli nositi posvuda.

God. 1899. dva odvjetnika iz Chattanooga (Benjamin F. Thomas i Joseph B. Whitehead), osigurali ekskluzivna prava od Candlera da prodaju napitak u bocama – za iznos od samo 1 \$.



RAZDOBLJE 1905.-1918.

Kompanija shvaća da raspolaže s jedinstvenim proizvodom i brendom pa nastoji izbjeći **opasnost kopiranja napitka**.

Reklamiranje na **autentičnosti** Coca-cola i apelira na potrošače da: "*Demand the genuine*" i "*Accept no substitute.*"

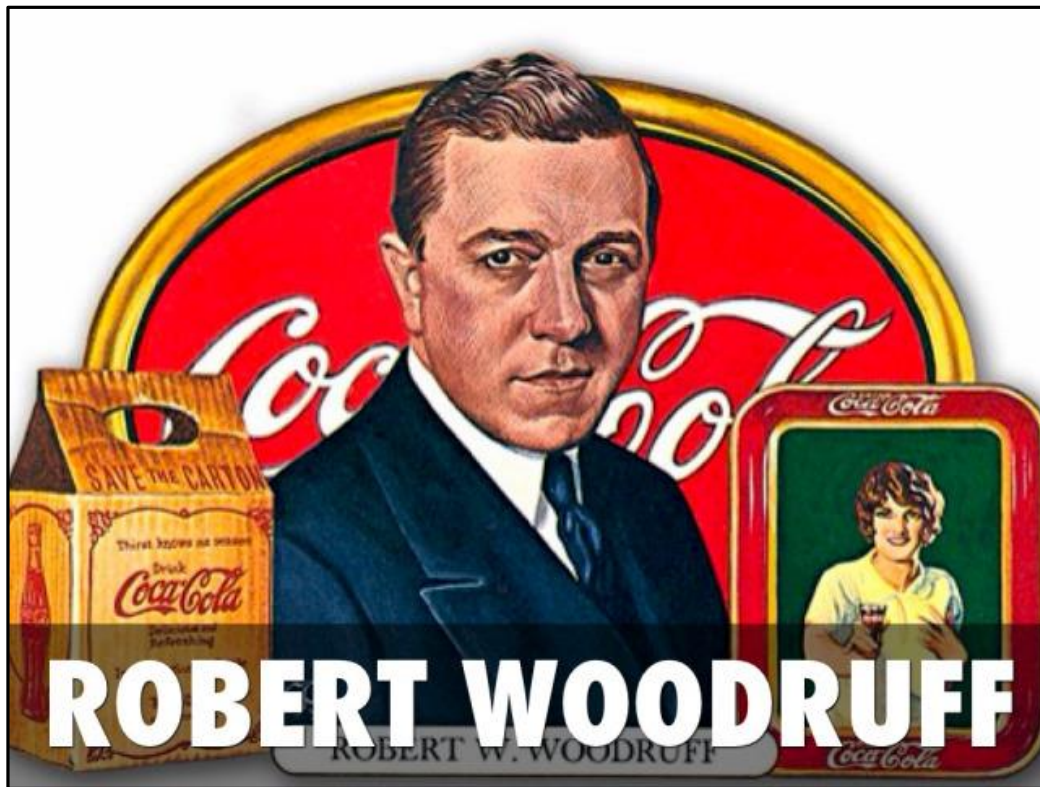
Kompanija je također odlučila kreirati nove boce (novih oblika).

Natječaj za izradu boca koja bi svojim oblikom bila prepoznatljiva čak i u mraku, dobila je ***The Root Glass Company*** iz Terre Haute, Indiana.

G. 1916. počeli su proizvoditi poznate boce koje su ostale **prepoznatljiv znak** Coca-cola sve do danas.

U ovom periodu kompanija je počela ubrzano rasti i širiti se u Kanadu, Panamu, Cubu, Puerto Rico, Francusku, te druge zemlje i teritorije SAD-a.

RAZDOBLJE 1919.-1940.



Sl. 13. R. Woodruff

Izvor: <https://developingsuperleaders.wordpress.com/>

Robert Woodruff – najveći utjecaj na kompaniju Coca-cola u njenoj povijesti.

God. 1923., 4 godine nakon što je njegov otac kupio kompaniju od Ase Candlera, Woodruff je postao novi kompanijin predsjednik.

Woodruffu je trebalo više od 60 godina na čelu kompanije da uvede napitak u ostatak svijeta

R. Woodruff je bio **marketinški genije** koji je vidio mogućnost širenja svugdje.

Vodio je ekspanziju Coca-Cola u prekomorske zemlje

-> 1928. prvi put poslao američki **olimpijski tim** s ovim pićem na natjecanje.

-> time je Coca-cola uvedena i na Olimpijske igre, 1928. u Amsterdamu.



Sl.14. Štand Cole u Amsterdamu

Izvor:

<https://www.flickr.com/photos/worldofcocacola/7650975036>

Woodruff je osigurao razvoj i distribuciju pića od **6 u pakiranju** te mnoge druge inovacije koje su omogućile ljudima da lakše piju Coca-colu kod kuće i vani.

Ovaj novi način razmišljanja ostvario je **ogroman uspjeh**.



RAZDOBLJE 1941.-1959.

Početak Drugog svj.rata Woodruff je odlučio da svaki čovjek i žena u uniformi koji su poslani u prekomorske zemlje, bez obzira gdje i ma koliko to koštalo kompaniju sa sobom dobivaju bocu Coca-cola za 5 centi.

G. 1943., general Dwight D. Eisenhower poslao je hitan kablogram Coca-Coli sa zahtjevom da se pošalje materijal za otvaranje 10 pogona za punjenje boca.



Na taj način stvoreni su temelji za otvaranje i širenje kompanijinih pogona posvuda.

Woodruffova vizija se počela ostvarivati – od **sredine 1940-ih pa do 1960.**, broj zemalja s pogonima za punjenje boca gotovo se udvostručio, a kompanija je uživala napredak.

Piće je postalo dio zabave i bezbrižnog stila života u Americi, što je odražavalo i duh ondašnjeg vremena.



RAZDOBLJE 1960.-1981.

Nakon 70 kompanija je odlučila **proširiti nova pića** (s novim okusima) na tržište: Fanta koja je razvijena još 1940-ih uvedena je 1950-ih, Sprite je stavljen na tržište 1961., a Fresca 1966.

Kompanijina prisutnost diljem svijeta brzo se širila, pa i u zemljama poput Kambodže, Paragvaja, Macaua, Turske i mnogih drugih.

God. 1960. Coca-Cola Company kupila je *The Minute Maid Company*, dodajući bezalkoholnim napicima potpuno **novu liniju poslovanja** kompaniji – sokove.

Tijekom 1970-ih oglašavanje Coca-cole formiralo je brend koji se povezivao sa **zabavom, prijateljima i dobrim vremenima.**

RAZDOBLJE 1982.-1989.

1980-e: vrijeme velikih promjena i inovacija u Coca-coli.

To je značilo prvu promjenu formule u proizvodnji pića u 99 godina.

U to vrijeme (1981.) predsjednik upravnog odbora postao je **Roberto C. Goizueta** koji je uveo potpuno novu strategiju pod "*intelligent risk taking*."

God.1985. na Goizuetinu inicijativu proizvedena je Cola s novim okusom.

Operacije proizvodnje i punjenja boca postale su dio posebne tvrtke: Coca-Cola Enterprises Inc.

Osim toga Goizueta uveo je **Colu bez šećera** (prvo proširenje Coca-cola trademarka) koja je unutar dvije godine postala najprodavanije niskokalorično piće u svijetu.

Jedna od reklama za Colu iz 1980-ih godina



Sl. 15. Reklamiranje jedinstvenosti proizvoda

Izvor: <https://developingsuperleaders.wordpress.com/2014/05/12/coca-colas-robert-woodruff-he-made-the-real-thing/>

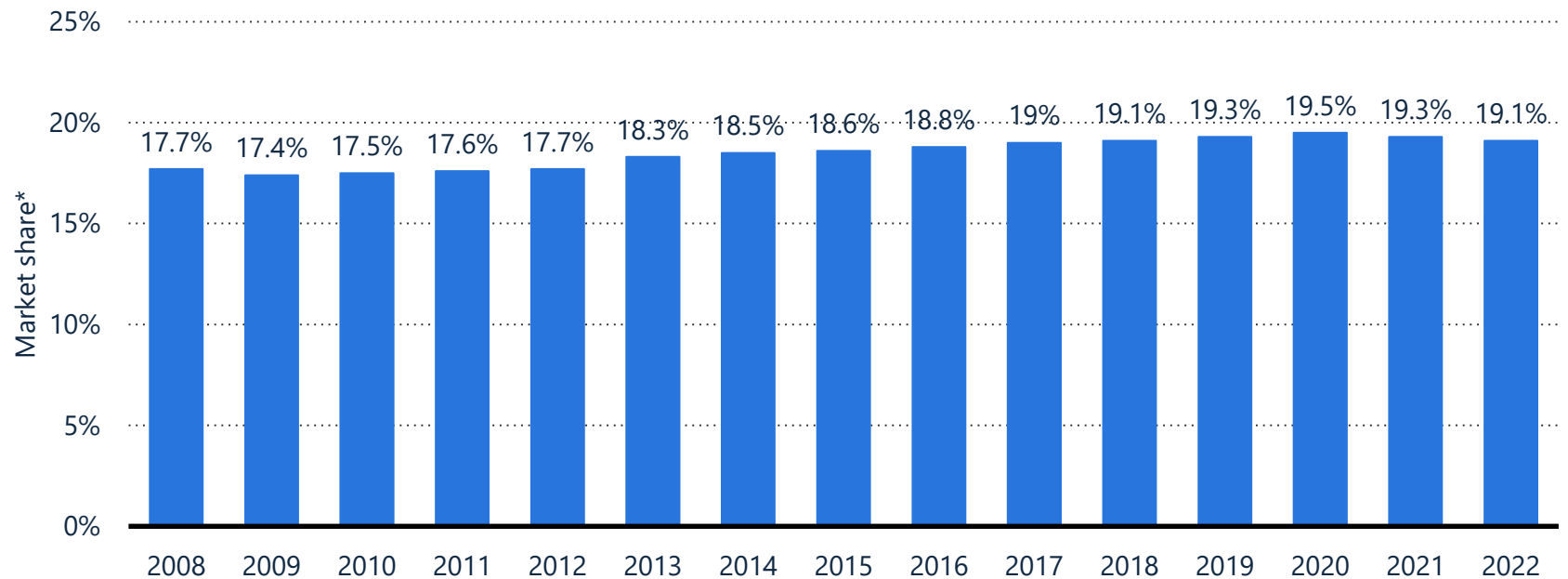
Ljudima u Americi se svidio novi okus koji je nazvan “**new Coke.**”

Drugdje u svijetu potrošači su htjeli povratak “stare” Cole pa je originalni napitak vraćen pod nazivom **Coca-Cola classic.**



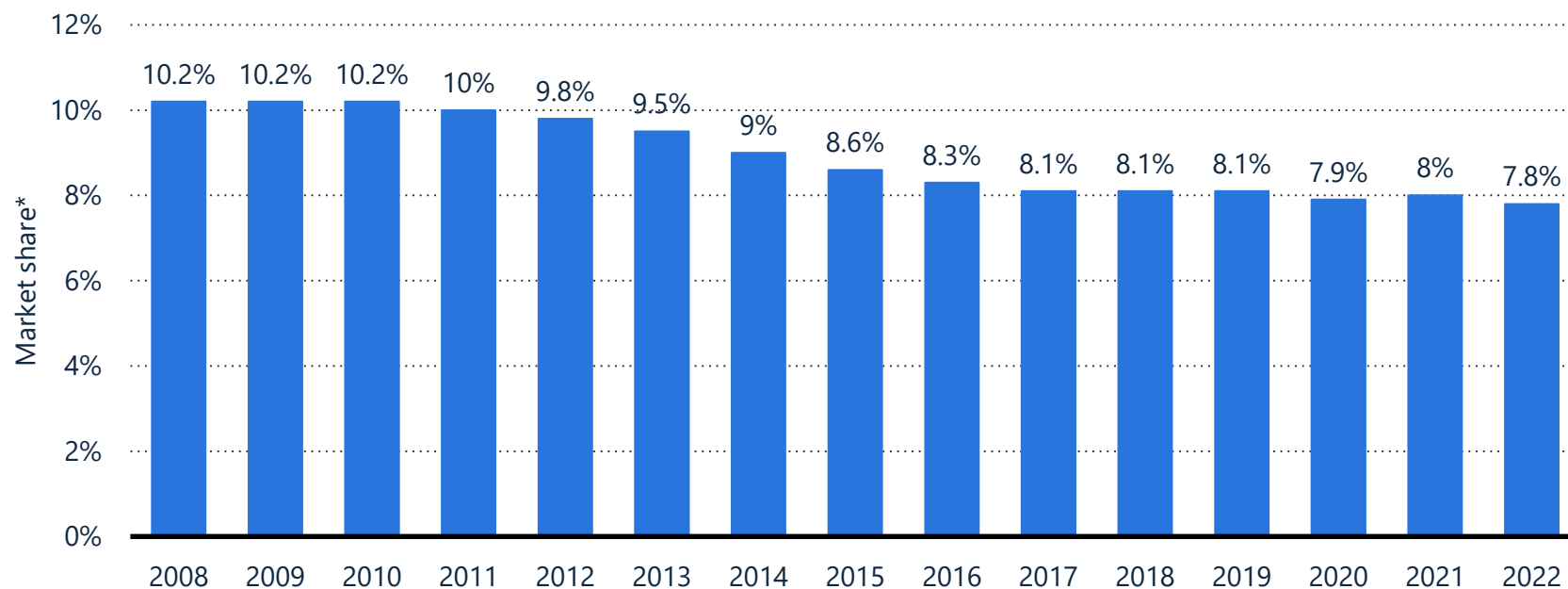
Market share of the Coke Classic brand in the United States from 2008 to 2022

Market share of the Coke Classic brand in the U.S. 2008-2022



Market share of the Diet Coke brand in the United States from 2008 to 2022

Market share of the Diet Coke brand in the U.S. 2008-2022



RAZDOBLJE 1990.-1999.



1990-e označile su nastavak rasta Coca-cola kompanije, i tijekom tog razdoblja **povezanost Cole sa sportom** znatno je ojačala.



Coca -cola je postala sponzor Olimpijskih igara, FIFA World Cupa, Rugby World Cupa te National Basketball Association.

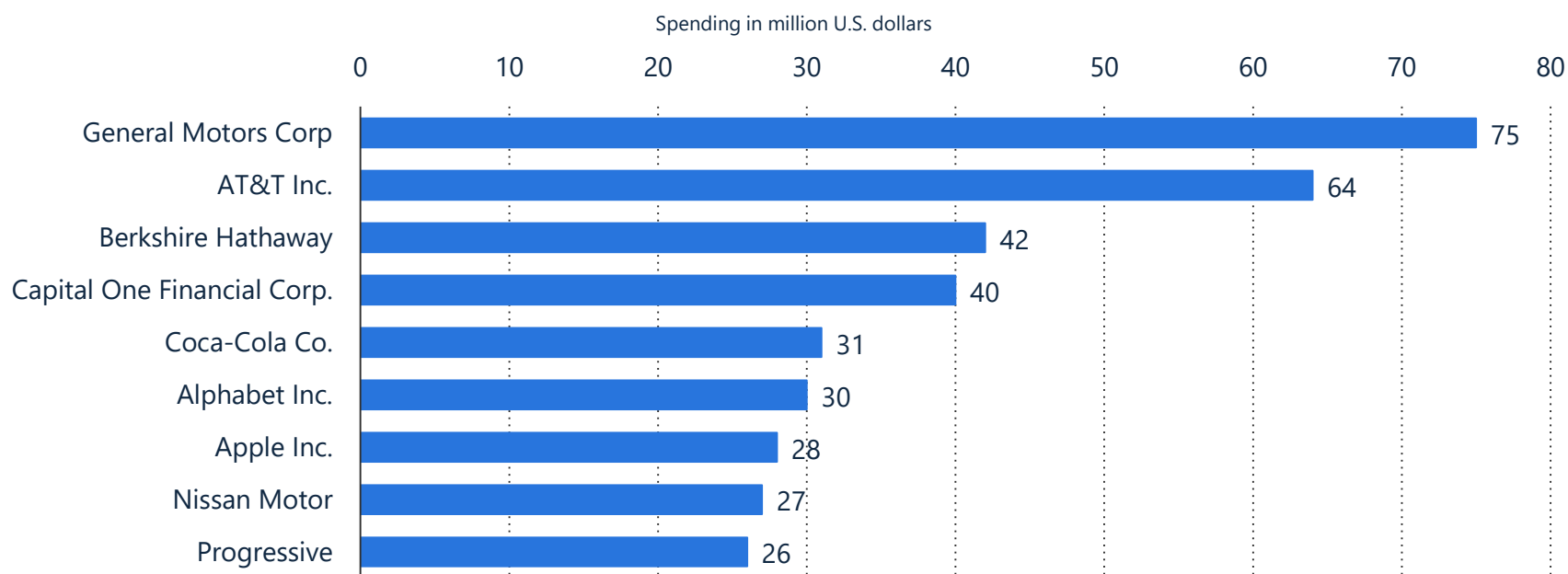
God. 1993. uvedena je popularna promotivna kampanja "Always Coca-Cola" u kojoj je svijet upoznao Coca-cola polarnog medvjeda po prvi put.

Nova tržišta otvorila su se u Istočnoj Njemačkoj 1990. te ponovno u Indiji 1993.

Akvizicijama kompanija je proširena na proizvode drugih proizvođača.

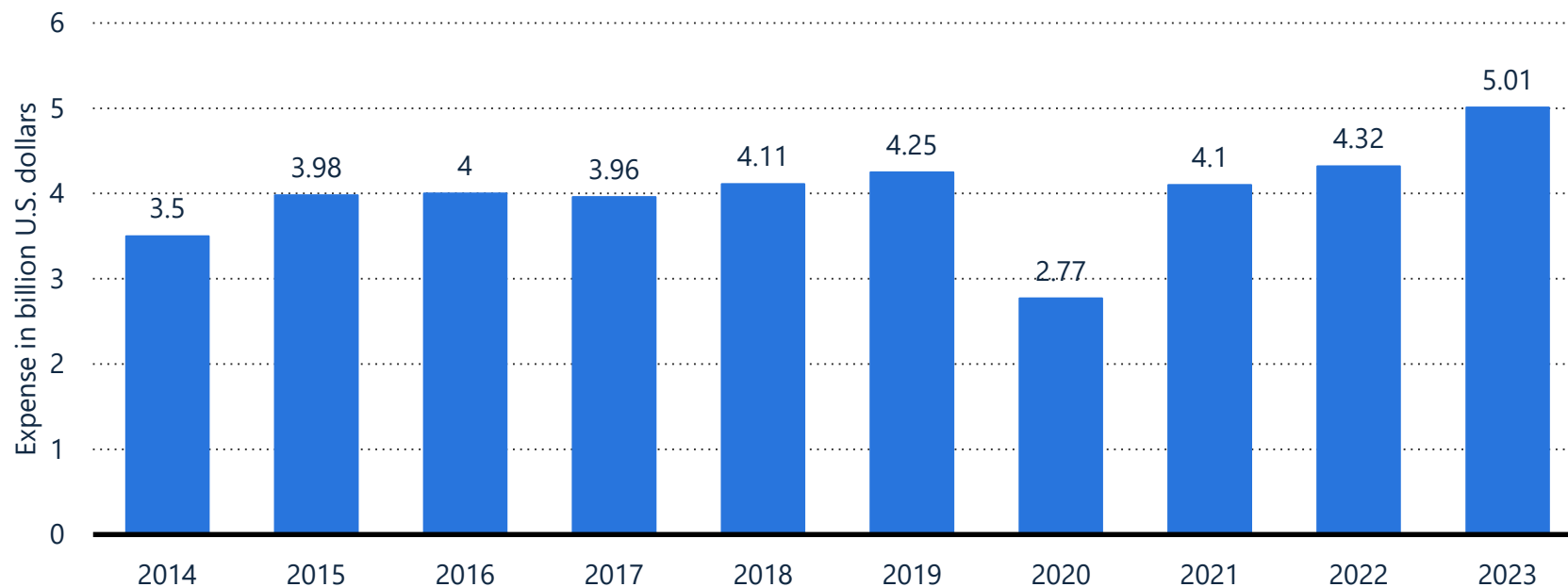
Advertising spending of leading TV advertisers during the NCAA Men's Basketball Championship (March Madness) in 2019 (in million U.S. dollars)

Leading TV advertisers during the NCAA championship 2019



Coca-Cola Company's advertising expense from 2014 to 2023 (in billion U.S. dollars)

Coca-Cola Co.: ad spend 2014-2023



Coca-Cola Polar Bears



Sl. 16-18. Polarni medvjed postao je zaštitni znak kompanije

Izvor: <https://www.mibepa.info/coca-cola-polar-bears/>

RAZDOBLJE OD 2000. DO DANAS

Tvrtka i danas osluškuje želje i potrebe potrošača u svim dijelovima svijeta te nastoji doprijeti do svih zajednica.

Svaki dan proda se 1,7 mlrd. napitaka iz brenda Coca-cola.



Sl. 19. Napici brenda Coca-cola

Izvor: <https://dividendscholar.com/coca-cola-dividend-stock/>

MISIJA, VIZIJA I VRIJEDNOSTI

Tvrtka ima razrađenu strategiju poslovanja do 2020.g. i viziju koja se odnosi na:

Ljude

Portfolio: ponuditi portfolio kvalitetnih brendova pića koji će zadovoljiti potrebe potrošača.

Partneri: negovati mrežu dobavljača i kupaca sa zajedničkim vrijednostima.

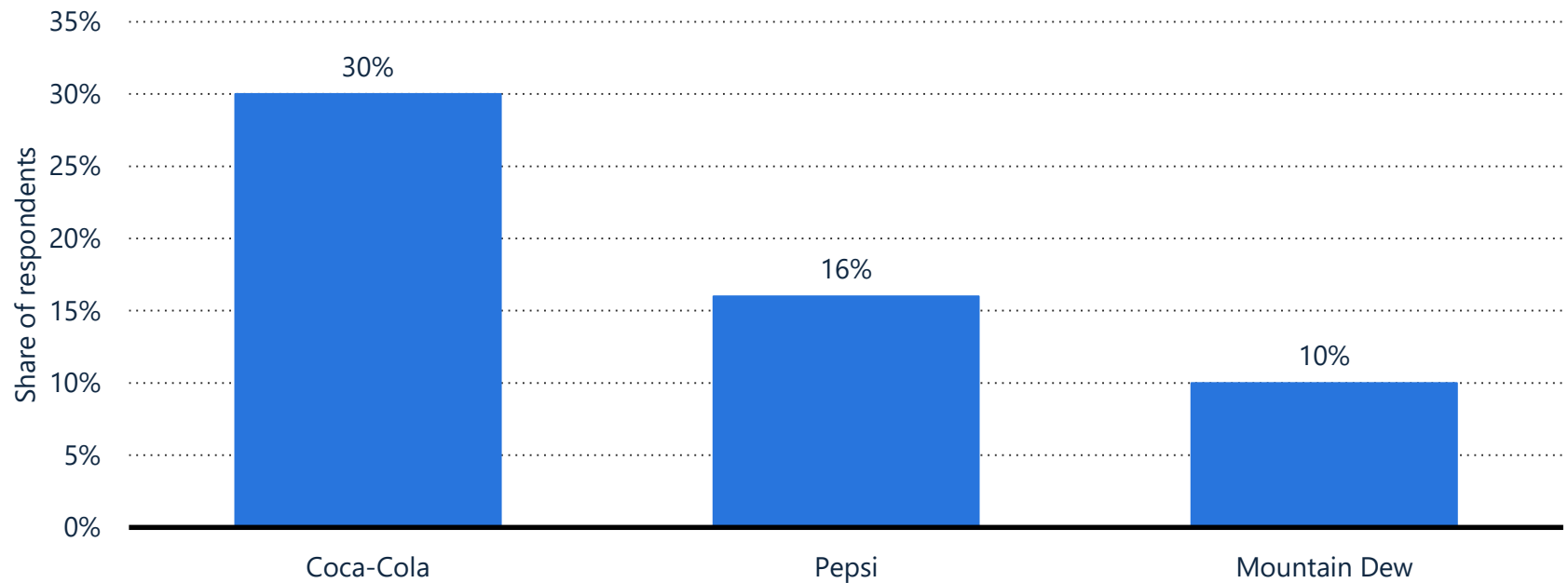
Planet: izgradnja održivih zajednica

Profit: što veći povrat uloženog dioničarima

Produktivnost: biti efektivna i mobilna organizacija

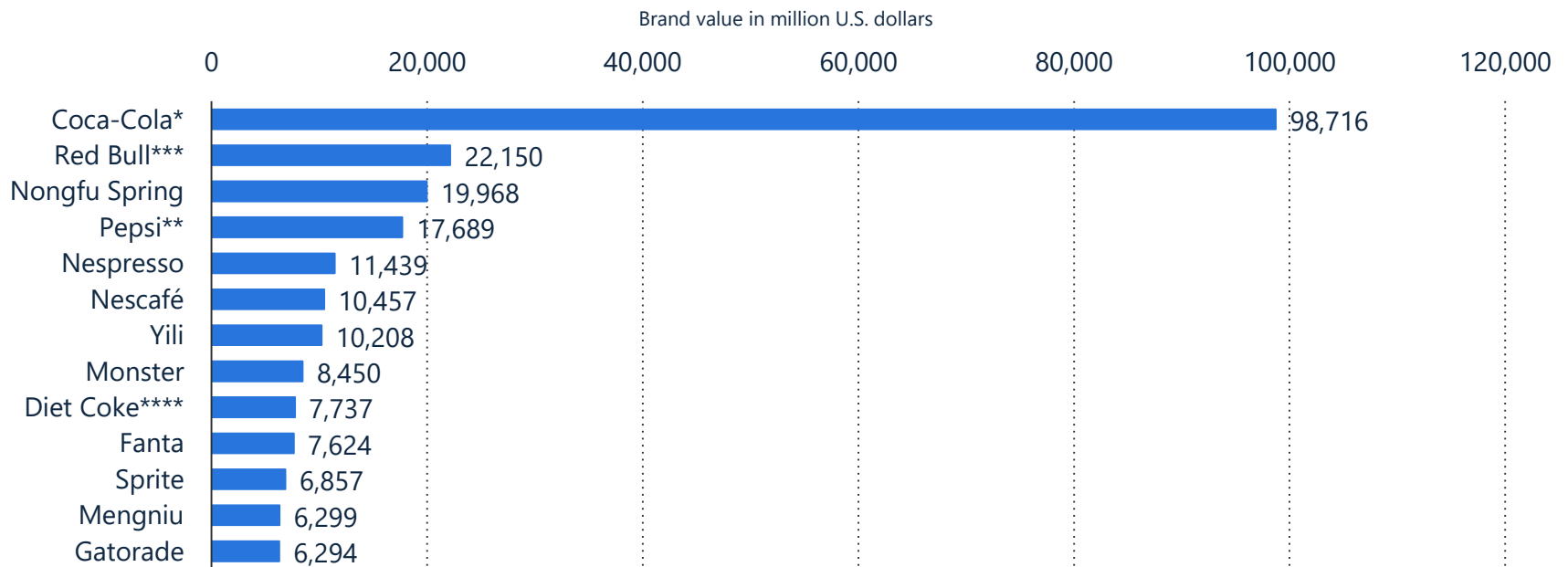
Most popular soda brands for summer road trippers in the United States as of May 2014

Most popular soda brands for summer road trippers in the U.S. as of May 2014



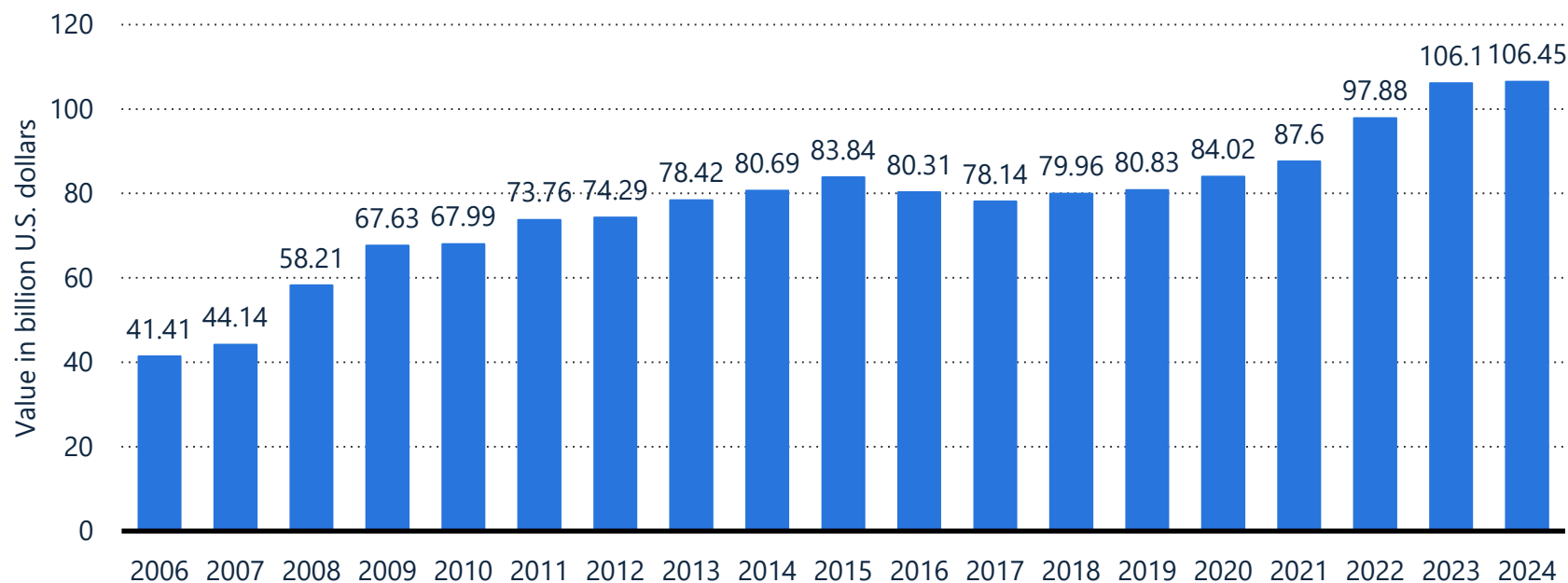
Most valuable soft drink brands worldwide in 2024, based on brand value (in million U.S. dollars)

Brand value of the most valuable soft drink brands worldwide 2024



Coca-Cola's brand value from 2006 to 2024 (in billion U.S. dollars)

Coca-Cola: brand value 2006-2024



5

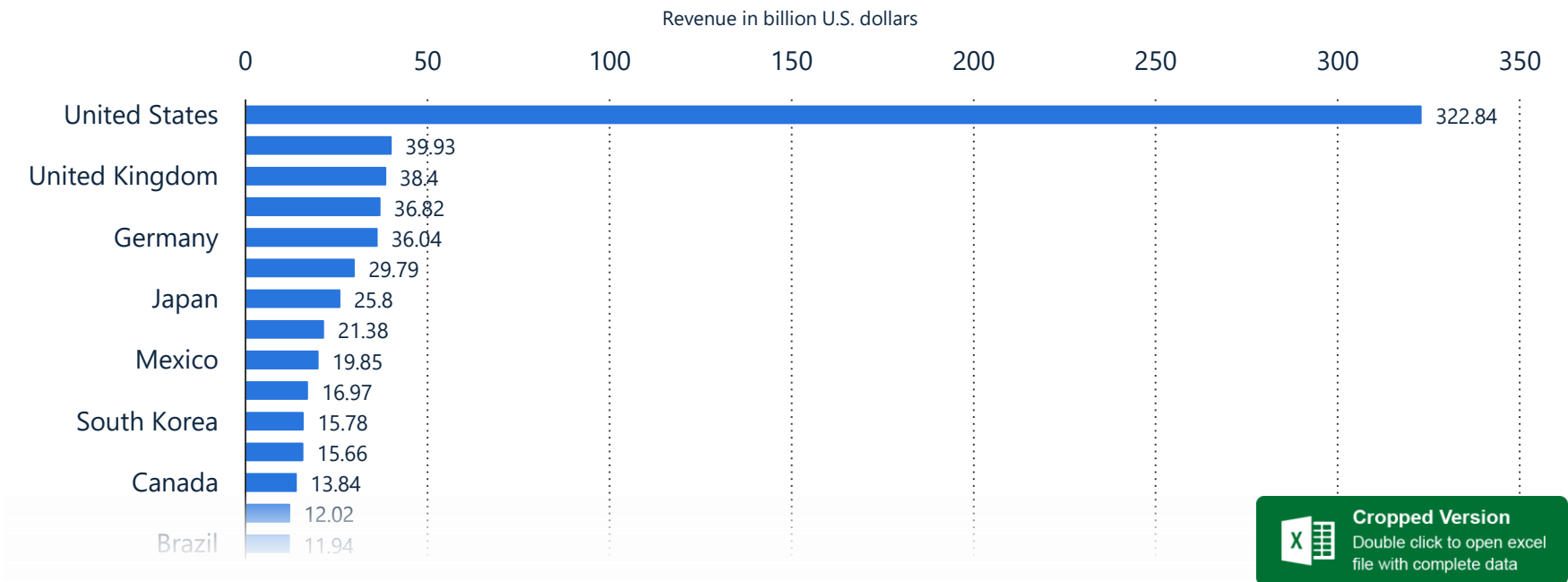
Description: In 2024, Coca-Cola's brand was valued at 106.45 billion U.S. dollars. The value remained flat compared to 2023 and gave the brand spot 15 in the most valuable global brands ranking. [Read more](#)

Note(s): Worldwide; 2006 to 2024

Source(s): Kantar; Marketing Week

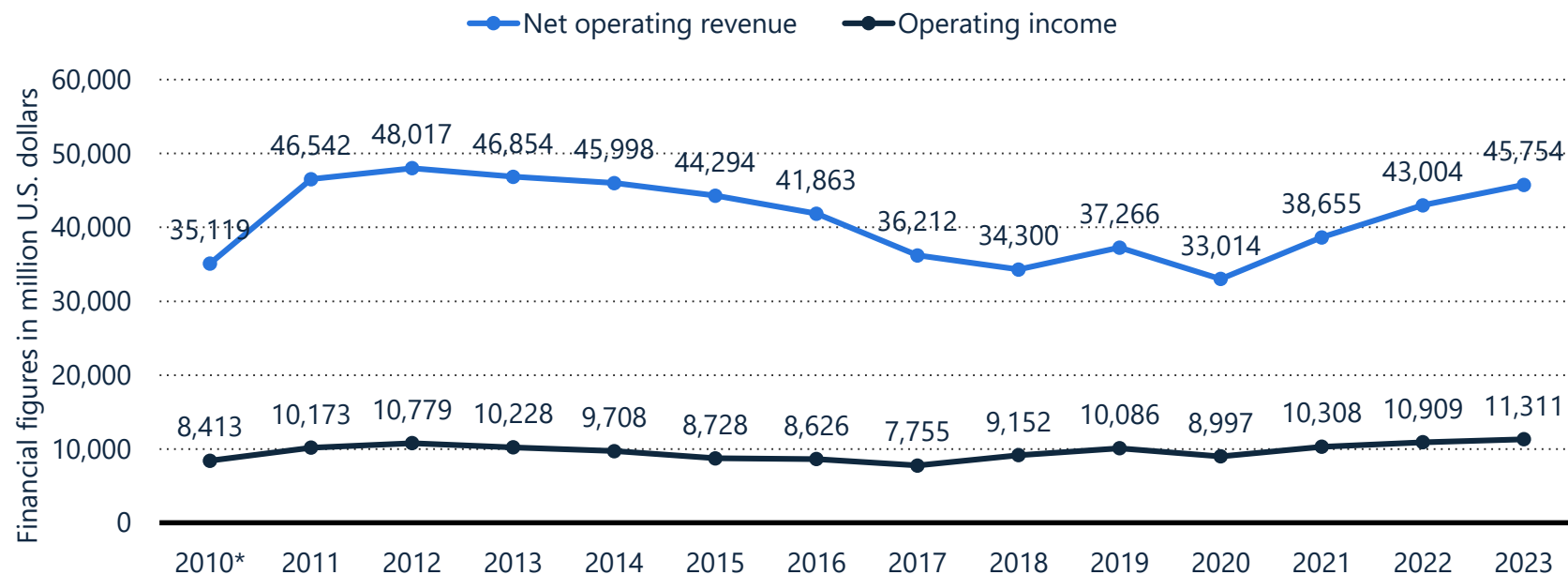
Revenue of the soft drinks market worldwide by country in 2023 (in million U.S. dollars)

Revenue of the soft drinks market worldwide by country 2023



Global revenue and financial results of the Coca-Cola Company from 2010 to 2023 (in million U.S. dollars)

Revenue and financial key figures of Coca-Cola 2010-2023

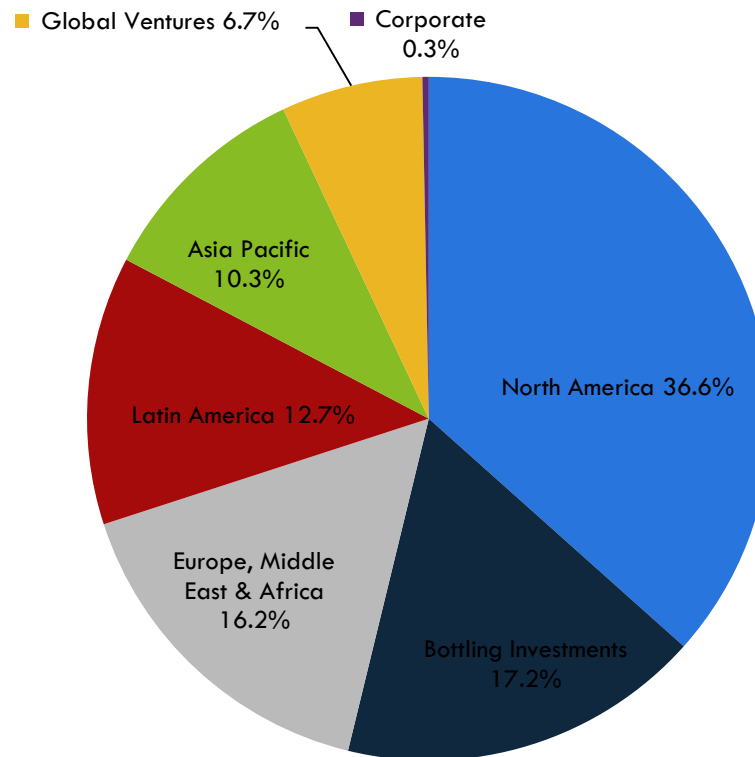


9

Description: The Coca-Cola Company's net operating revenue and operating income have both fluctuated over the past decade. Revenue refers to a business' total income through the sale of goods and services, whilst income refers to the revenue minus all business expenses. Net operating revenue figure hit a peak in 2012 of around 48.02 and operating income figure was highest in 2023 with 11.3 billion U.S. dollars. [Read more](#)
Note(s): Worldwide; 2010 to 2023; *2010 figures from were influenced by the acquisition of Coca-Cola Enterprises Inc's North American business and the sale of Norwegian and Swedish bottling operations, which closed on October 2, 2010. Data [...] [Read more](#)
Source(s): Coca-Cola Company

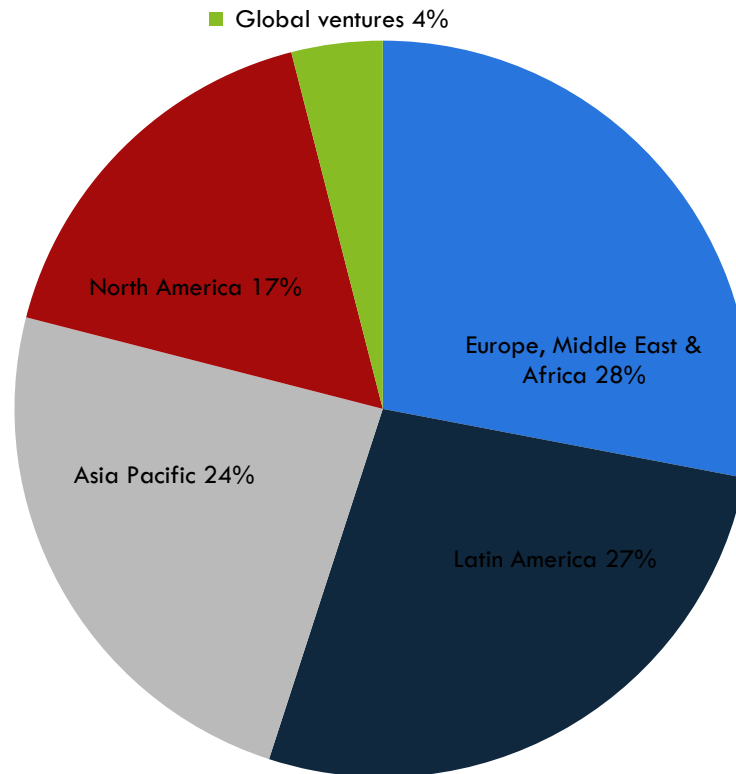
Revenue distribution share of the Coca-Cola Company worldwide in 2023, by operating segment

Revenue distribution of the Coca-Cola Company worldwide 2023, by operating segment



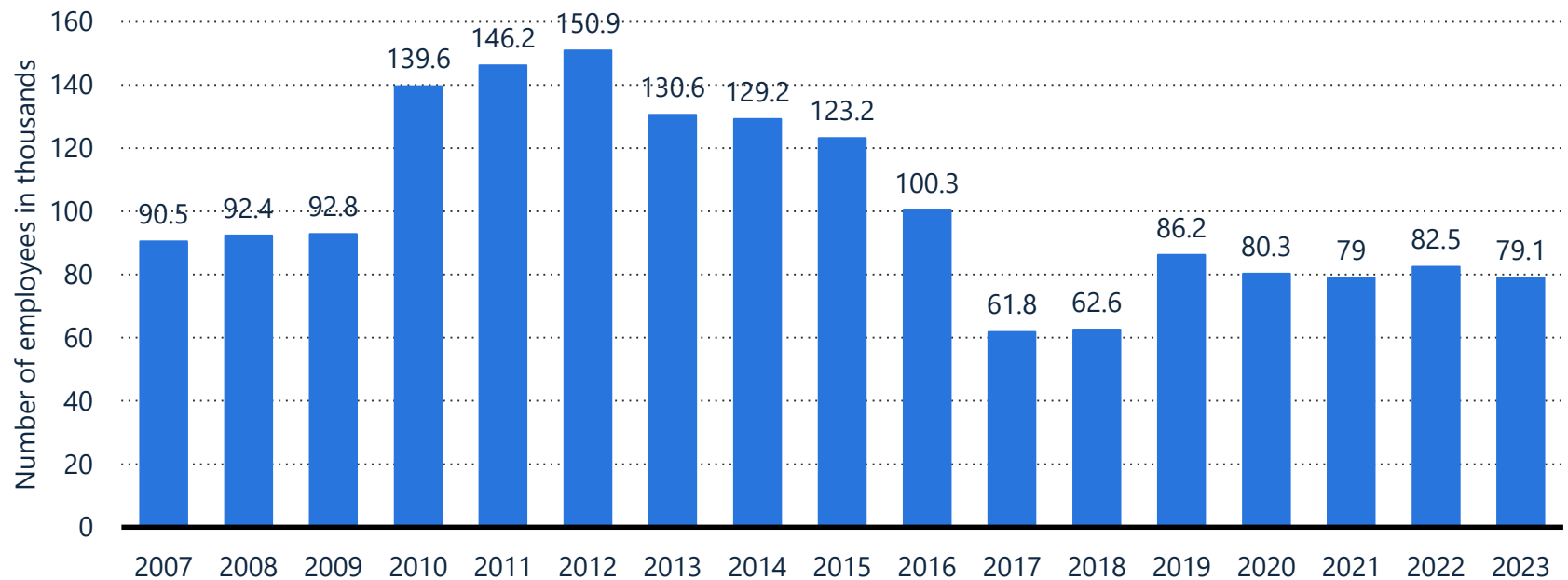
Unit sales volume share of The Coca-Cola Company worldwide in 2022, by region

The Coca-Cola Company: global unit sales volume share 2022, by region



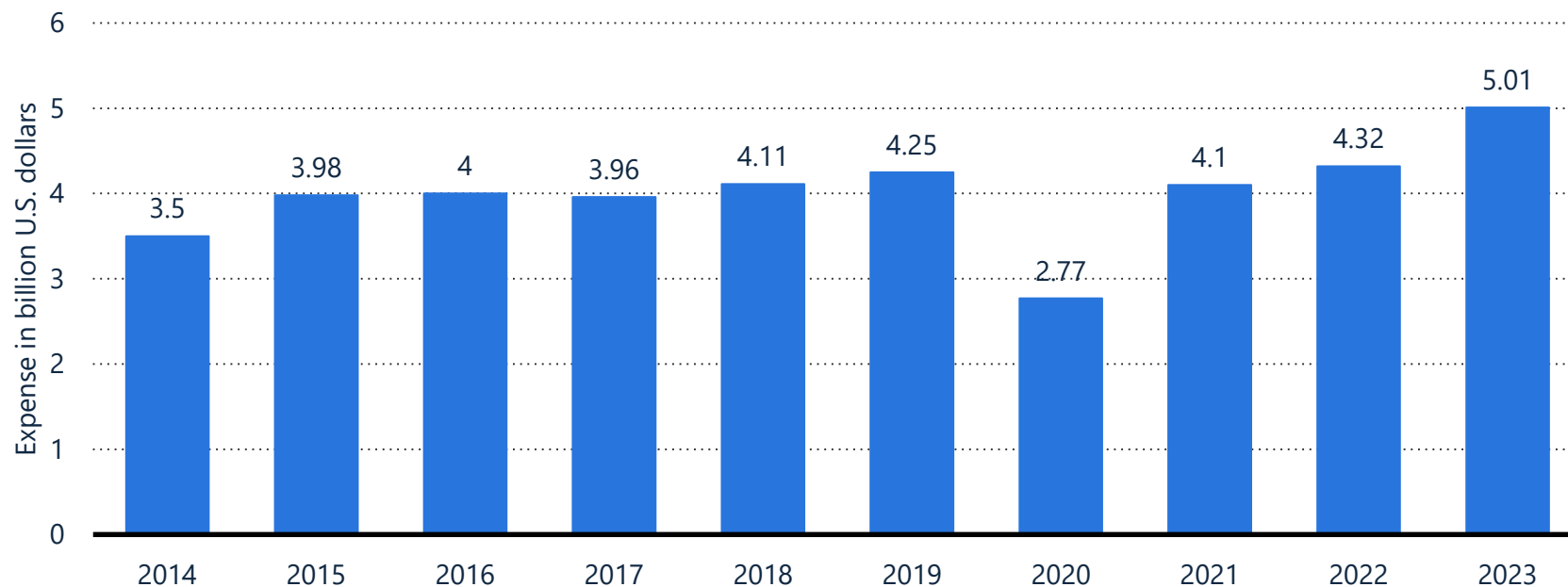
Number of employees of the Coca-Cola Company from 2007 to 2023 (in 1,000s)

Coca-Cola employees 2007-2023



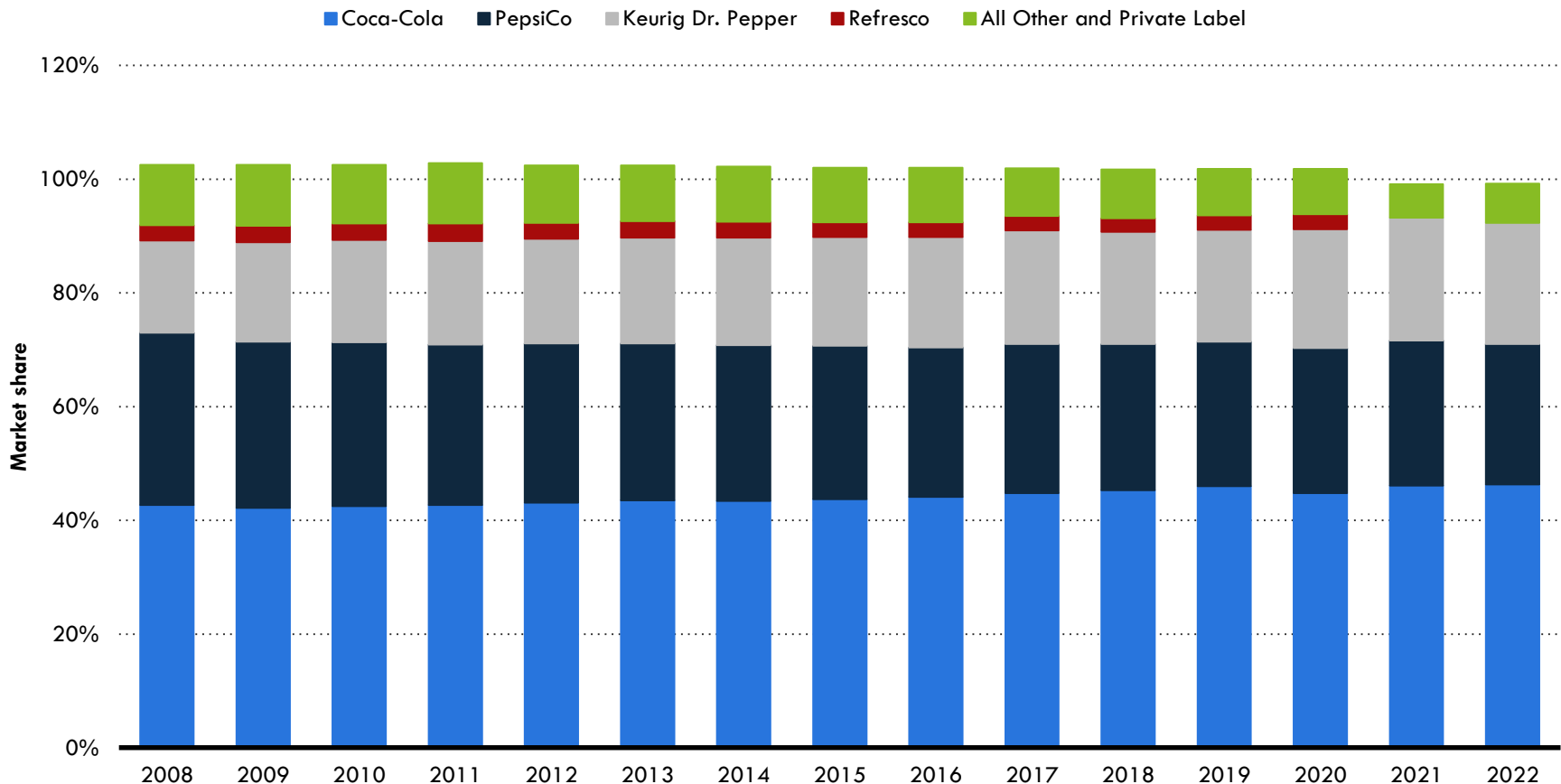
Coca-Cola Company's advertising expense from 2014 to 2023 (in billion U.S. dollars)

Coca-Cola Co.: ad spend 2014-2023



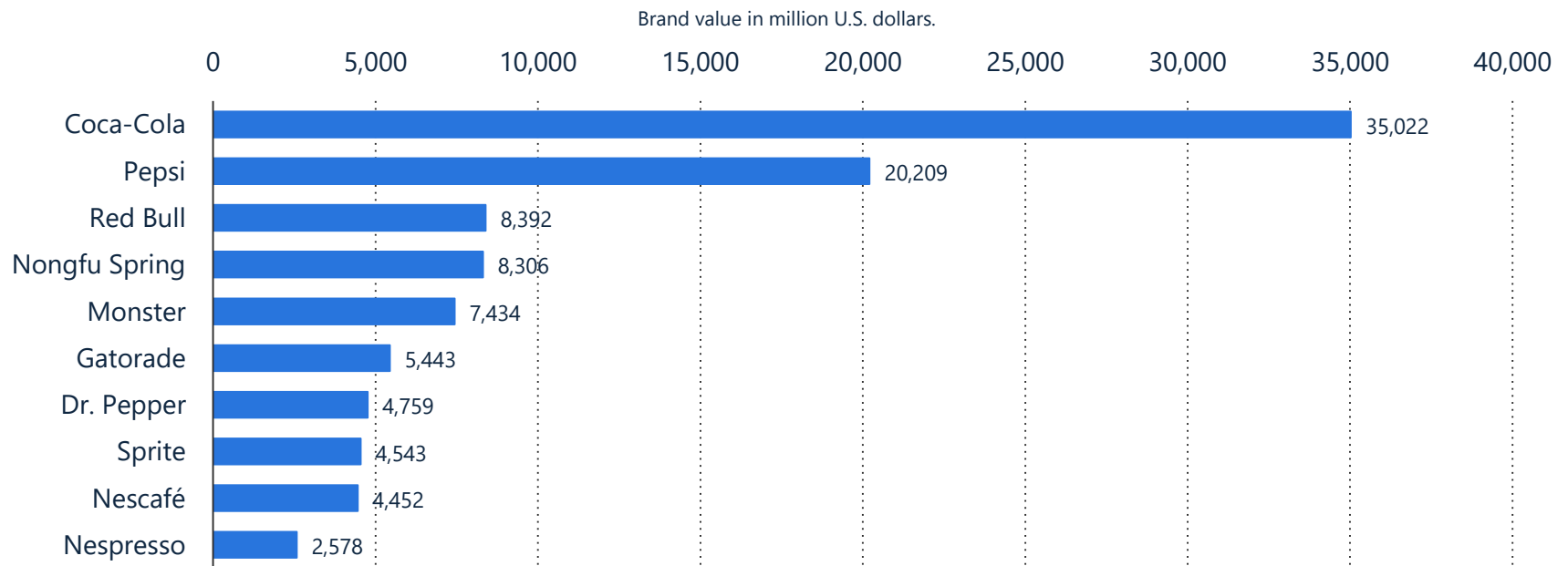
KONKURENCIJA

Market share of leading carbonated soft drink (CSD) companies in the United States from 2008 to 2022*



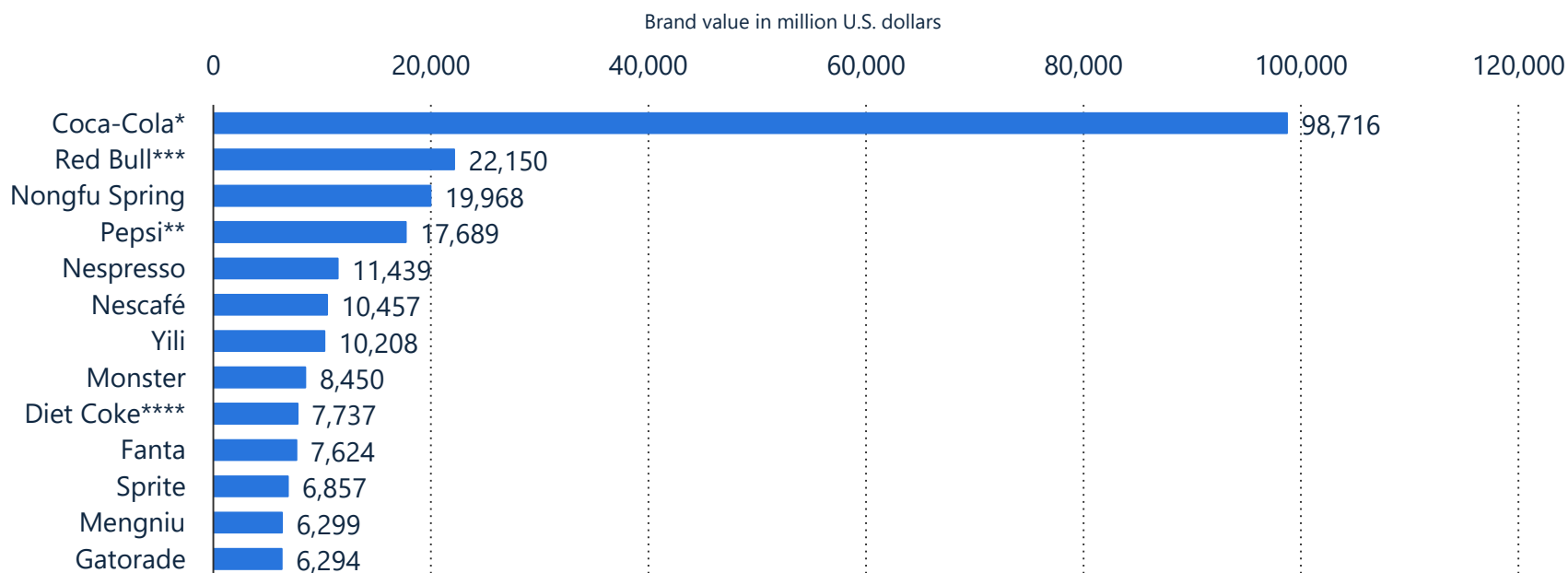
Brand value of the most valuable non-alcoholic beverage brands worldwide as of 2024 (in million U.S. dollars)

Brand value of the most valuable soft drink brands worldwide 2024



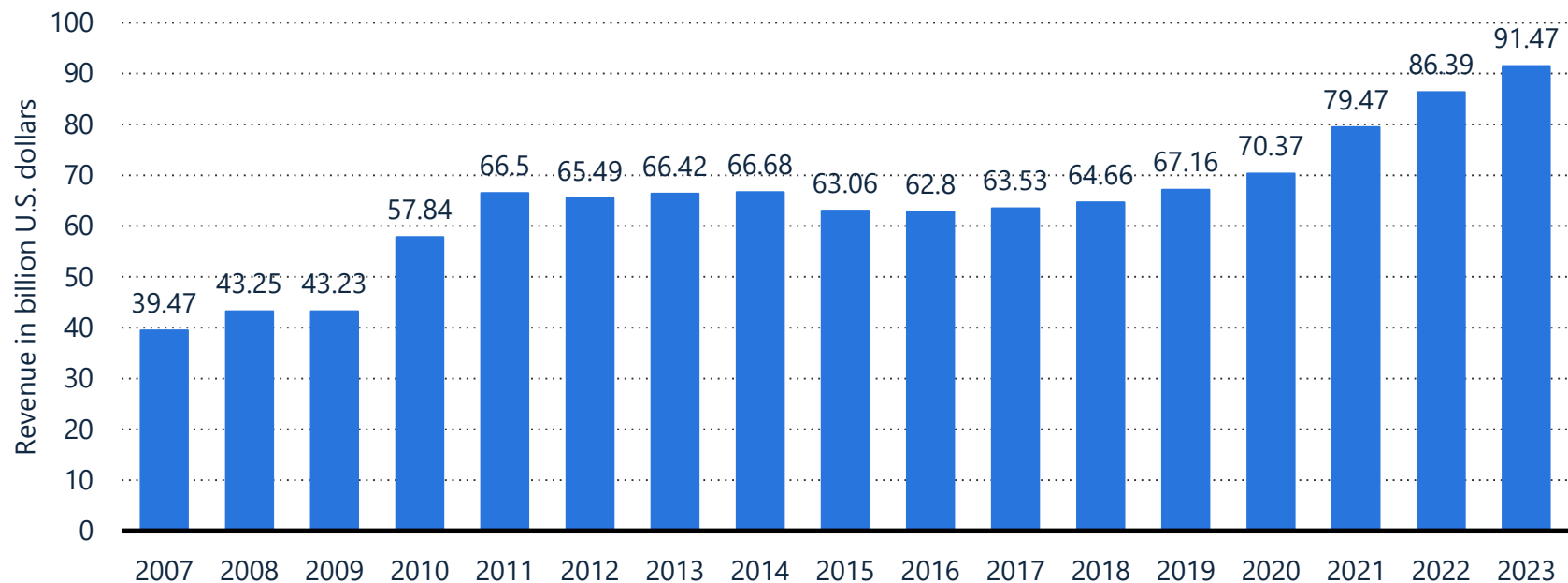
Most valuable soft drink brands worldwide in 2024, based on brand value (in million U.S. dollars)

Brand value of the most valuable soft drink brands worldwide 2024



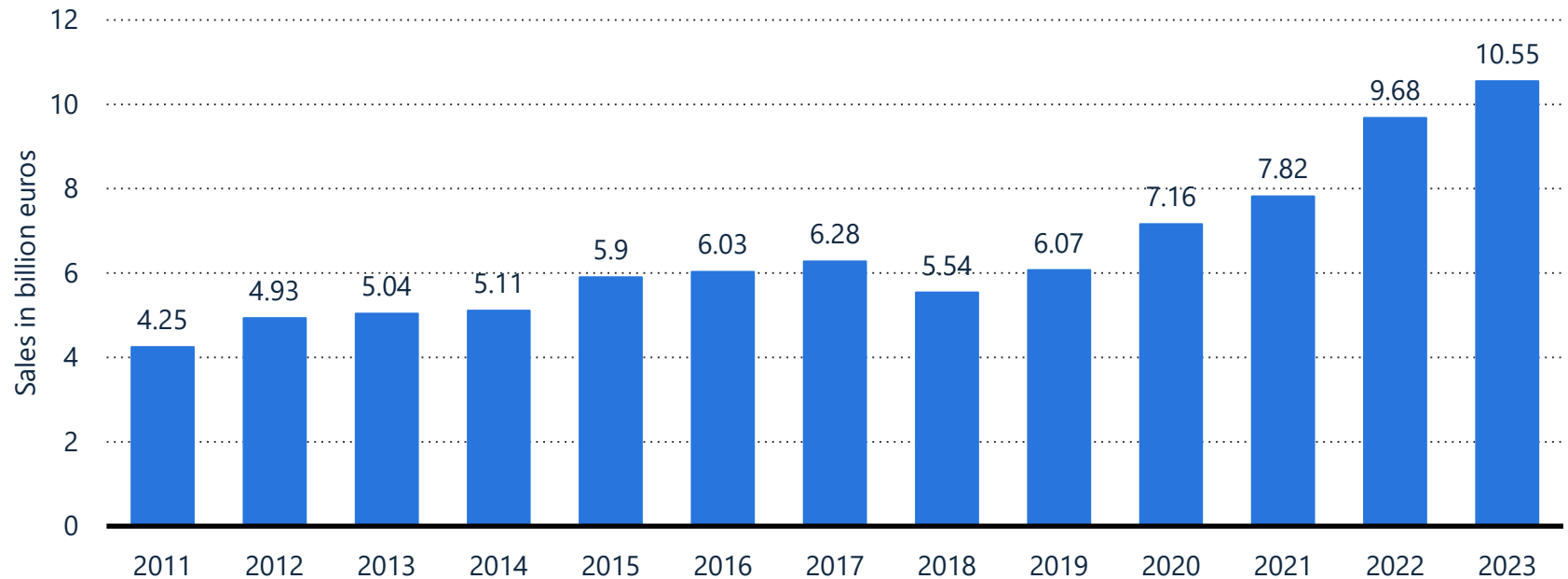
Revenue of PepsiCo from 2007 to 2023

PepsiCo revenue 2007-2023



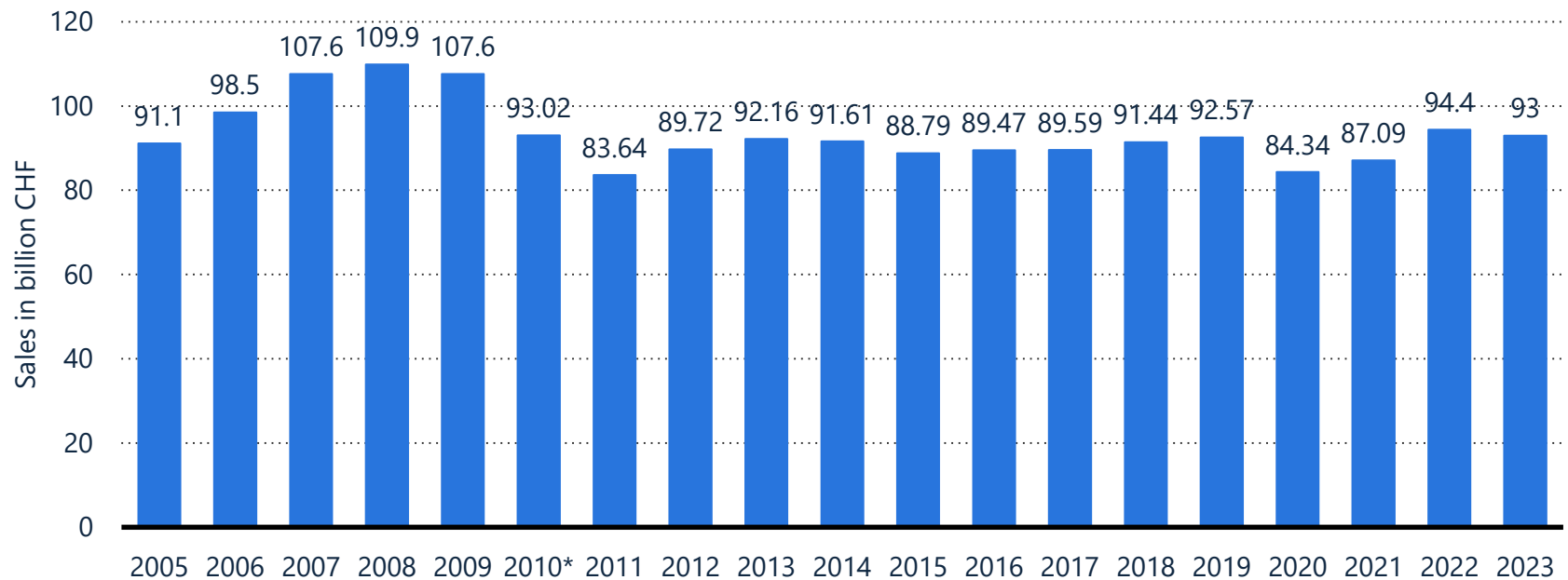
Revenue of Red Bull worldwide from 2011 to 2023 (in billion euros)

Global revenue of Red Bull 2011-2023



Nestlé Group's sales worldwide from 2005 to 2023 (in billion CHF)

Global sales of the Nestlé Group 2005-2023

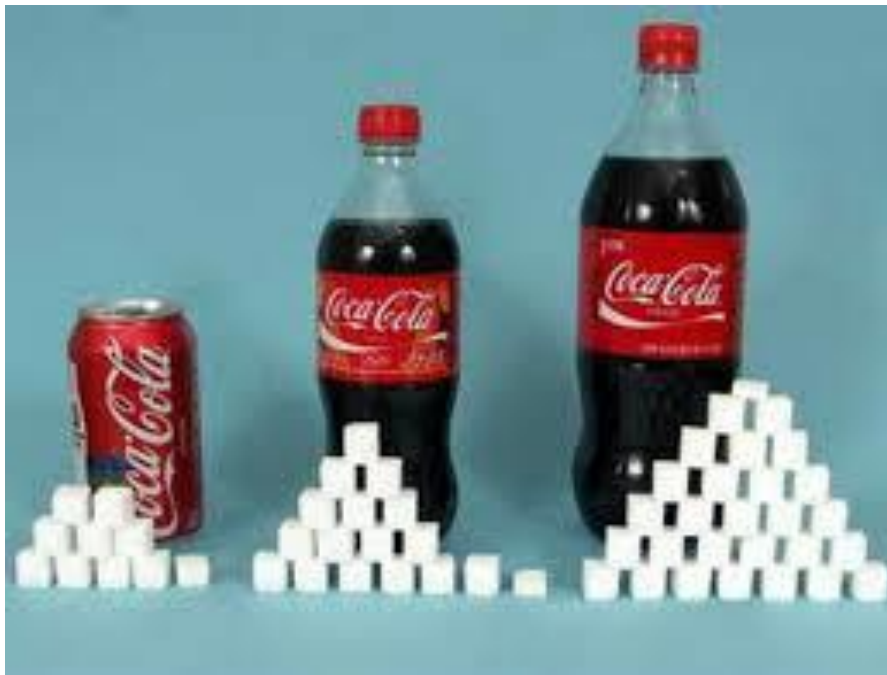


STVARNA SITUACIJA DANAS

Prepoznata štetnost gaziranih pića – posebno za djecu.

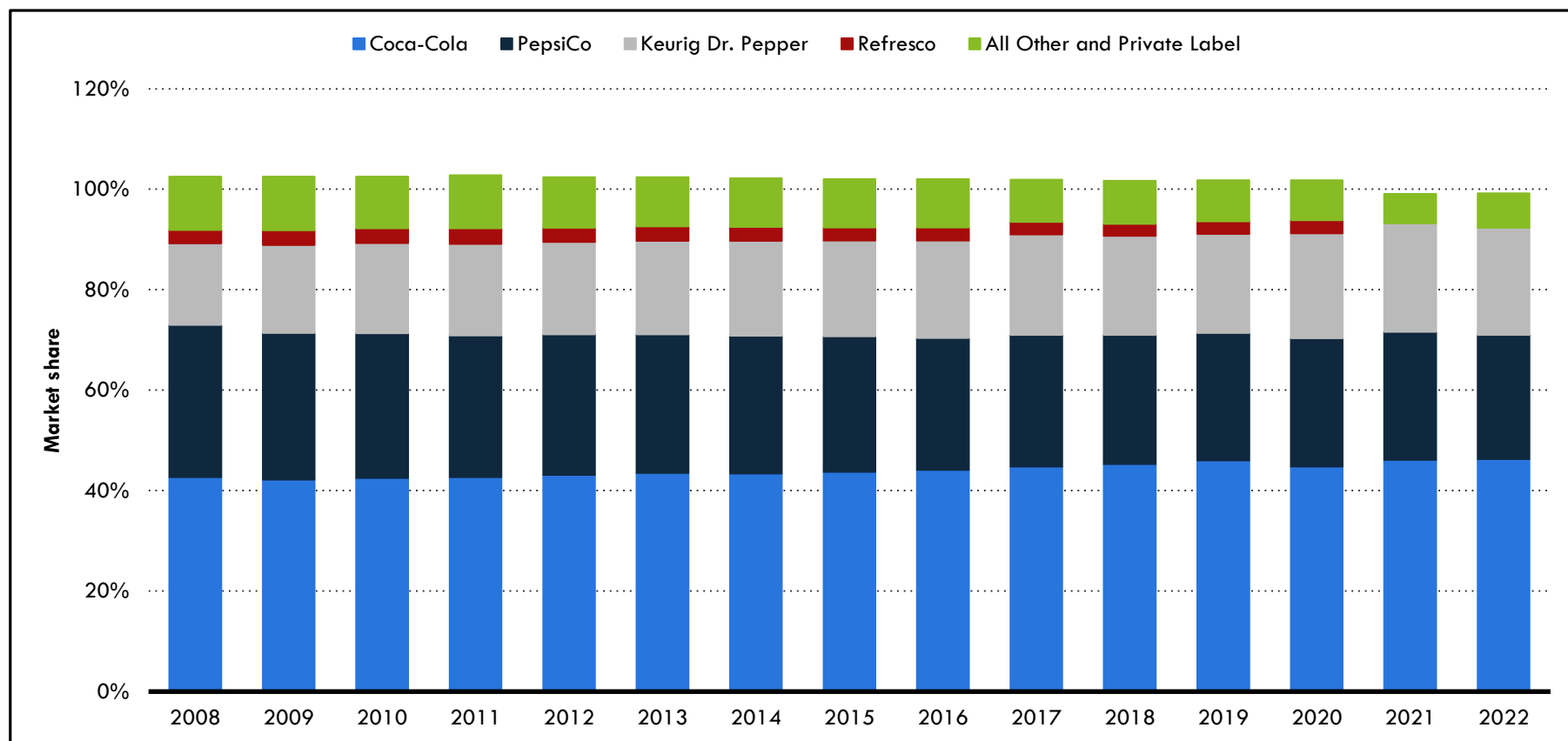
Zabrana automata Coca-cola i dr. proizvođača sokova ali i grickalica u osnovnim i srednjim školama diljem razvijenih zemalja radi sprečavanja debljine kod djece u razvoju.

Strah od pada prodaje i gubitka velikog dijela tržišta.



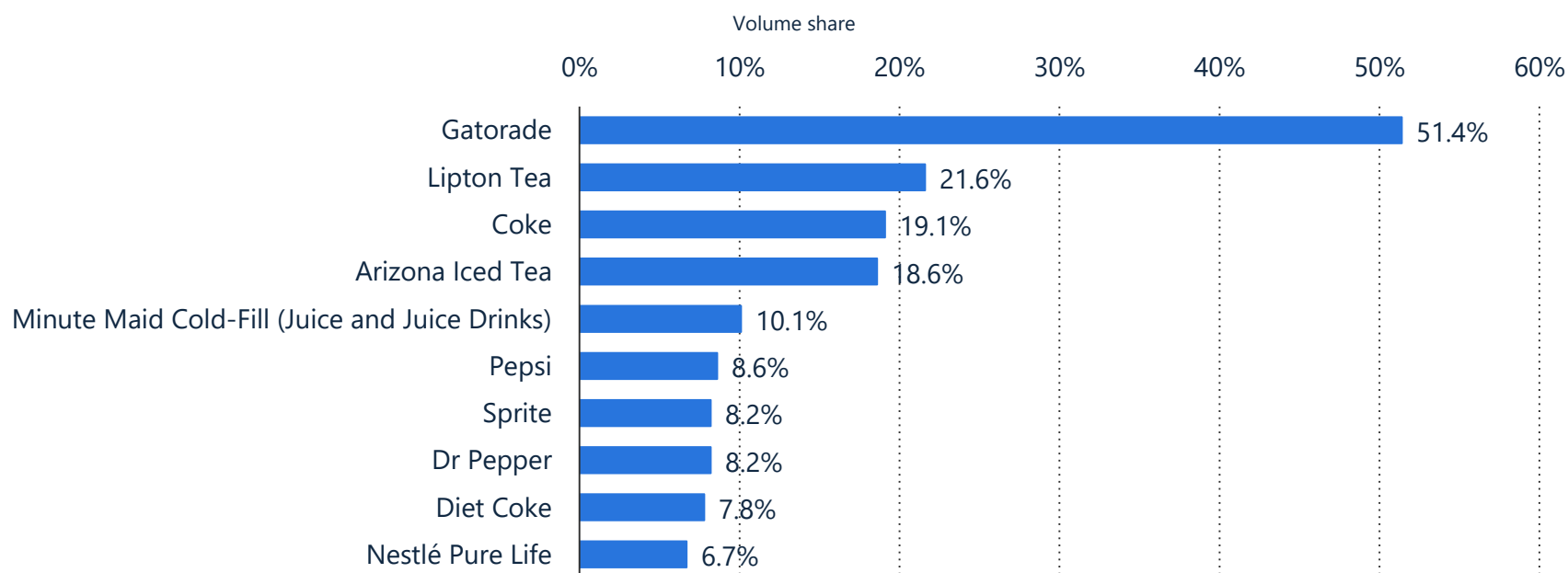
TRŽIŠTE SAD-A ZA OSVJEŽAVAJUĆE NAPITKE

Market share of leading carbonated soft drink (CSD) companies in the United States from 2008 to 2022*



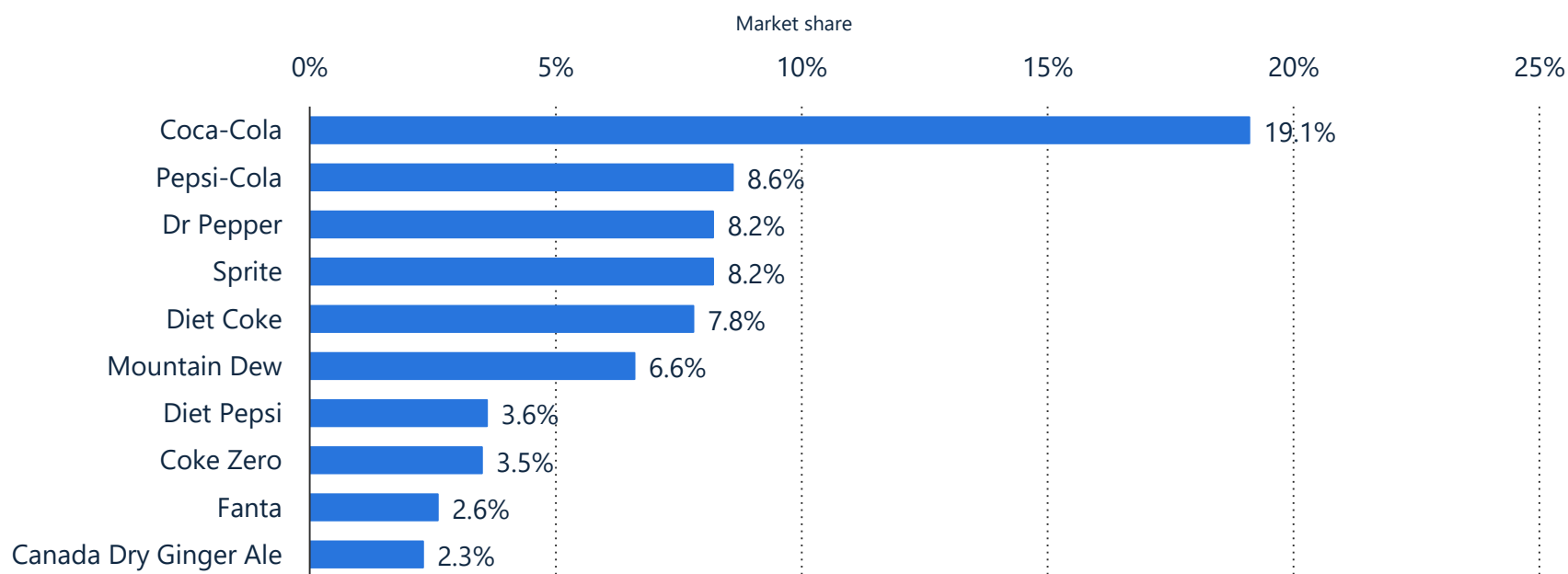
Leading liquid refreshment beverage (LRB) brands in the United States in 2022, based on volume share

Leading U.S. LRB brands 2022, based on volume share



Leading carbonated soft drink (CSD) brands in the United States in 2022, based on volume share

Volume share of the leading CSD brands in the U.S. 2022



PROBLEM PLASTIČNIH BOCA

Coca-cola je jedan od najvećih globalnih korisnika i zagađivača plastičnim bocama.

Godišnja revizija *Break Free From Plastic* za 2022. proglasila je Coca-Colu **najgorim zagađivačem plastikom na svijetu.**

Mondelez International, Unilever, Nestle i PepsiCo zaokružuju prvih pet.



Revizijsko izvješće analiziralo je podatke o prikupljanju smeća od 200.000 volontera u 87 zemalja prikupljene s plaža i drugih mjesta u proteklih 5 godina.

Najveći zagađivači definirani su kao **"korporacije koje zagađuju najviše mjesta u svijetu s najvećom količinom plastičnog otpada"**.

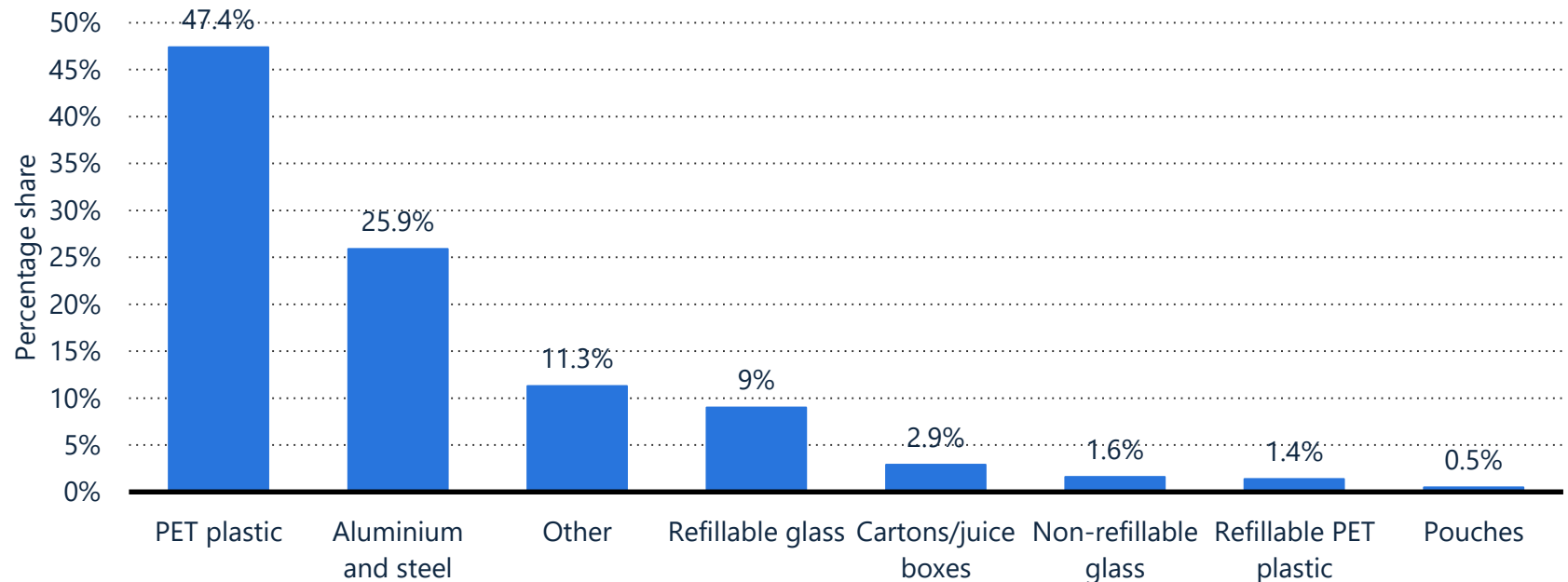
Već 5. godinu zaredom Coca-Cola je **na vrhu ljestvice**, što je vrijedno pažnje s obzirom na ekološke kampanje tvrtke, koje tvrde da div u proizvodnji pića nastoji smanjiti plastični otpad.

Vrlo mali dio iskorištene ambalaže se reciklira – iako je dio kompanijinih obveza preuzeti i reciklirati korištene boce.

Vrlo velik dio završi u svjetskim rijekama i oceanima (ugl. u zemljama u razvoju).

Packaging distribution mix of the Coca-Cola Company worldwide in 2022, by type

Global packaging distribution mix of Coca-Cola's products by type 2022





Hvala na pažnji