



LIDERI DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

2016.

#POSLUJMO ODGOVORNO
#ŽIVIMO ODGOVORNO

LIDERI
DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI

2016.

#POSLUJMO ODGOVORNO
#ŽIVIMO ODGOVORNO

SADRŽAJ

IMPRESUM NAZIV IZDANJA: Lideri društvene odgovornosti
UREDNIK Biljana Stepanović
NOVINAR Miloš Obradović
UREDNIK FOTOGRAFIJE Dragan Milošević
DIZAJN Jovana Bogdanović
LEKTURA I KOREKTURA Mirjana Radaković
MARKETING Dušanka Četković
ŠTAMPA Štamparija Caligraph
IZDAVAČ Business Info Group, Bulevar despota Stefana 12 Beograd www.big.co.rs www.novaekonomija.rs tel +381 11 2258 891 Sva prava rezervisana

APATINSKA PIVARA - POKRETAČ PROMENA	6
ATLANTIC GRUPA - ODGOVORNOST JE INTEGRALNI DEO NAŠEG RAZVOJA	10
COCA-COLA HBC SRBIJA - STVARAMO BOLJU BUDUĆNOST ZAJEDNO	14
EUROBANK SRBIJA - GODINA DOBRIH DELA EUROBANKE	18
ELEKTROPRIVREDA SRBIJE - ZAJEDNIČKOM ENERGIJOM DO BOLJE BUDUĆNOSTI	22
HEINEKEN - STVARAMO BOLJI SVET	26
MERCATOR - DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE JE NAŠE STRATEŠKO OPREDELJENJE	30
NELT - POSLOVANJE U SKLADU SA SVETSKIM CSR PRAKSAMA	34
TELEKOM SRBIJA - NAŠ ZAJEDNIČKI CILJ: PROMENA NABOLJE!	38
TELENOR - TELENOROV KONCEPT DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI	42
VIP - VIP MOBILE - ZA BOLJU ZAJEDNICU I NEKE DRUGE PRIČE	46
UNICREDIT BANK - IDEJE ZA BOLJE SUTRA	50
ODGOVORNI POJEDINCI ZA ODGOVORNU ZAJEDNICU	54
DUH ZAJEDNIŠTVA NIJE IZGUBLJEN JOVAN SIMIĆ, <i>pokretač humanitarnih akcija prodaje dresova, Asovi za decu i Sportski bazar</i>	56
UTEHA ZA STARE I BOLESNE MILOŠ SIMEUNOVIĆ, <i>Užičanin koji besplatno pomaže svojim sugrađanima</i>	58
AKO DRUGE ČINIMO SREĆNIJIMA - I MI ĆEMO BITI SREĆNI NINA MILOŠ, <i>marketing koordinator u SAE institutu i organizator akcije Solidarna klopica</i>	60
POMAŽEM KAO ŠTO SU POMAGALI I MENI PETAR ATANASOVSKI, <i>šef tima za zadovoljstvo korisnika kompanije Devana Technologies</i>	62
POMAŽUĆI DRUGIMA, POMAŽETE SEBI DANICA ŠMIĆ, <i>volonter Crvenog krsta</i>	64
KAD IMA VOLJE, IMA I NAČINA GORAN NIKOLIĆ, <i>generalni sekretar Paraolimpijskog kluba "Junior"</i>	66
SRBIJA IMA TRADICIJU FILANTROPIJE I ZADUŽBINARSTVA IVAN PETROVIĆ, <i>izvršni direktor Exit fondacije</i>	68
NAPREDAK I BOLJITAK ZAVISE SAMO OD NAS LELA ĐOKIĆ I MILICA KNEŽEVIĆ, <i>koordinatorke Udruženja „Živojin Mišić“</i>	70
<i>Udruženje građana Zemlja znanja</i> NAJVIŠE OD SVEGA VREDI ZNANJE	74

POKRETAČ PROMENA

Ova godina je posebno važna za Apatinsku pivaru jer upravo ove godine pivara obeležava 260 godina poslovanja. Zato smo dodatna sredstva usmerili na realizaciju dugoročnih ciljeva i podizanje svesti šire javnosti u odnosu na za Pivaru važne teme

Apatinska pivara je vodeći proizvođač piva u Srbiji i jedan od najznačajnijih izvoznika, sa pivarskom tradicijom dugom više od dva i po veka. Osnovana je 1756. godine kao „Carska pivara“ u Apatinu, a danas je članica jedne od najvećih globalnih pivarskih kompanija, Molson Coors.

Pivara je oduvek bila zaštitni znak Apatina i neraskidiv dio zajednice u kojoj posluje i u koju kontinuirano ulaže. U periodu od 1996. godine do danas, kompanija je uložila više od 10 miliona evra u različite lokalne projekte u opštini Apatin. Osim toga, Apatinska pivara je prijatelj i pokrovitelj mnogobrojnih kulturnih, muzičkih i sportskih dešavanja, na nacionalnom i regionalnom nivou, a kao društveno odgovornoj kompaniji prioriteti su odgovornost prema zaposlenima i zajednici, životnoj sredini, odgovornoj konzumaciji.

Ova godina je posebno važna za Apatinsku pivaru jer upravo ove godine pivara proslavlja 260 godina postojanja i poslovanja. Zato su dodatna sredstva ove godine usmerena na realizaciju naših dugoročnih ciljeva i podizanje svesti potrošača, zaposlenih i šire javnosti, u odnosu na za Pivaru važne teme, kao što su odgovorna konzumacija alkohola i kampanju „Kada pijem, ne vozim!“, kao i akcije poput „Reciklirajte i vi“, „Čep za hendikep“, pošumljavanje obale Dunava u Apatinu i redovno obeležavanje svetskog Dana zaštite životne sredine.

KAD PIJEM, NE VOZIM

Apatinska pivara, uz podršku Ministarstva unutrašnjih poslova Republike Srbije, Uprave saobraćajne policije, već devet godina zaredom realizuje kampanju „Kad pi-

jem, ne vozim“. U susret velikim letnjim manifestacijama, Dragačevskom saboru trubača u Guči i Belgrade Beer Fest-u, Pivara radi na podizanju svesti vozača i ostalih učesnika u saobraćaju o važnosti odgovorne konzumacije alkohola i rizicima vožnje pod dejstvom alkohola.

Ove godine, povodom 260 godina postojanja Apatinske pivare, MUP-u Republike Srbije donirano je 26 alkometara - po jedan za svaku deceniju postojanja, što je ukupno 95 alkometara najsavremenije generacije za prethodnih devet godina. Tokom leta, kampanja je nastavljena kroz brojne aktivnosti na festivalima, na kojima su posetioци, uz pomoć specijalnih naočara koje simuliraju vožnju pod dejstvom alkohola, mogli da se uvere kako alkohol utiče na moć rasuđivanja, ali i na motoričke sposobnosti. Posetioци koji su dobrovoljno želeli da se testiraju i izmere nivo alkohola pomoću alkometra, mogli su to takođe da učine i zauzvrat dobiju Vodič za odgovornu konzumaciju alkohola.



Tokom novembra, u saradnji sa NAVAK centrom, svake godine se organizuje „Škola sigurne vožnje za mlade vozače“, gde uz pomoć profesionalnih trenera iz NAVAK-a, mladi vozači imaju priliku da se upoznaju sa pravilima sigurne vožnje kroz teoriju i praksu, sa fokusom na opasnosti i posledice kombinovanja alkohola i vožnje.

SARADNJA SA BELHOSPICE-om

Apatinska pivara, u okviru svojih društveno odgovornih aktivnosti, već dugi niz godina saraduje i pomaže rad BelHospice centra kako bi se prikupila finansijska sredstva za zbrinjavanje onkoloških pacijenata u terminalnim fazama bolesti.

Zaposleni pivare su tokom prethodnih meseci učestvovali na Beogradskom maratonu, kao i na humanitarnim turnirima u kuglanju i fudbalu, ostvarili zapažene rezultate, podržali pacijente i njihove porodice i omogućili da se prikupe i sredstva za izgradnju prvog stacionarnog hospisa u Srbiji.



Apatinska pivara je posebno ponosna na činjenicu da se do sada odazivala na svaku aktivnost BelHospice centra, koja je namenjena kompanijama, a sve u cilju prikupljanja dodatnih sredstava kroz učešća zaposlenih.

RECIKLIRAJTE I VI

Da li ste znali da aluminijumske limenke mogu beskonačan broj puta da se potpuno recikliraju i da se korišćena limenka u roku od 60 dana vraća na police kao nova? Kroz tradicionalnu kampanju „Reciklirajte i vi“ koja se realizuje od 2008. godine, Pivara nastoji da podigne svest javnosti o značaju reciklaže kroz interesantne i edukativne aktivnosti. Kampanja je uvek rado prihvaćena među posetiocima festivala i zaposlenima.

Kompanija Molson Coors posebnu pažnju posvećuje zaštiti životne sredine i smanjenju količine otpada koji proizvodi. Od 2011. godine ostvarila je, na globalnom nivou, značajne uštede kroz programe za uštedu vode i energije, 12 pivara članica Grupe ne odvoze otpad na deponiju, dok preostale šalju deponijama 40 odsto manje otpada nego što su činile. Upravljanje otpadom, reciklaža i ponovna upotreba zajedničko je i obavezno za sve kompanije-članice Molson Coors grupe. To je ponašanje koje i zaposleni Apatinske pivare praktikuju u svim sferama života - u proizvodnji, kancelarijama, ali i u privatnom životu, jer je to način na koji će ova kompanija ostvariti jedan od ciljeva vezanih za održivost i zaštitu životne sredine - da do 2020. godine postane kompanija koja neće praviti otpad.



POSTROJENJE ZA PRERADU OTPADNIH VODA

U godini jubileja, svečano je otvoreno i Postrojenje za preradu otpadnih voda u Apatinu, projekat vredan oko jedanaest miliona evra, koji obuhvata i prateću infrastrukturu za potrebe gradskog prečištača, a doprineće dugoročnom rešavanju pitanja odvođenja otpadnih voda iz pivare. Izgradnjom postrojenja, Pivara nastavlja da aktivno doprinosi rešavanju pitanja odvođenja otpadnih voda i očuvanju životne sredine u Apatinu.

Ova investicija predstavlja trajnu opredeljenost Apatinske pivare da i u Srbiji ulaže u zajednicu u kojoj posluje. Glavna namena postrojenja jeste prečišćavanje industrijske otpadne vode koja nastaje u procesu proizvodnje piva. Otpadne vode iz pivare prolaze kroz predtretman koji se fizički obavlja u pivari i koji uključuje kanalisanje kompletne otpadne vode na jedno mesto. Otpadna voda koja

je stigla na postrojenje, prima se u dva bazena i dalje pretrađuje kroz aerobni i anaerobni tretman.

U cilju očuvanja životne sredine, kojoj je Apatinska pivara, kao društveno odgovorna kompanija, izuzetno posvećena, veliki je uspeh to što je Pivara došla do trenutka kada prirodi može da vrati potpuno čistu vodu koju koristi u svom proizvodnom procesu, a da istovremeno dobija i koristi obnovljivi izvor energije - biogas, kojim je smanjena zavisnost od snabdevanja prirodnim gasom i do sedam odsto.



ČEP ZA HENDIKEP

Akcijom „Čep za hendikep“, koju organizuje istoimeno udruženje, motivisani su ljude dobre volje da prikupljaju plastične čepove, kako bi od novca prikupljenog njihovom reciklažom bila kupljena ortopedska pomagala za osobe sa invaliditetom u Srbiji. Apatinska pivara se akciji priključila 2015. godine i od tada na različite načine animira svoje zaposlene, ali i širu javnost, da se aktivno uključe i pomaže Udruženju u podizanju svesti javnosti o samoj akciji i njenom značaju.



ŠAMPIONI SVAKI DAN

Ne samo da je Apatinska pivara kao kompanija posvećena društvenoj odgovornosti, već i svaki brend veliku pažnju posvećuje zajednici u kojoj posluje. Jedan od projekata na koji smo posebno ponosni je i "Šampioni svaki dan".

Jelen je brend koji se bavi običnim ljudima i kome je stalo do običnih ljudskih priča. Među tim običnim ljudima je čak 10% osoba sa invaliditetom. Za njih je svaki dan – borba, svaka želja – trijumf, svaki napor – pobjeda. Oni su šampioni svaki dan. Najveći šampioni među njima su naši paraolimpijci. Zato je Jelen odlučio da podrži njihove sportske aktivnosti i postao ponosni prijatelj Paraolimpijskog komiteta Srbije.

Tokom Paraolimpijskih igara u Rijiju Jelen je bodrio paraolimpijce kroz kampanju „Šampioni svaki dan“. Realizovan je niz aktivnosti koje su imale za cilj da promovišu paraolimpijski tim i njihovo učešće na Paraolimpijskim igrama.



Projekat je započeo predstavljanjem paraolimpijskog tima, koji je upriličen u Domu Narodne skupštine, kada je potpisan sporazum o partnerstvu u okviru koga će Jelen bodriti sportiste tokom celog olimpijskog ciklusa, do sledećih igara u Tokiju.

Nakon svečanog predstavljanja i ispraćaja sportista, trebalo je dodatno skrenuti pažnju javnosti. Zato je svaka deseta etiketa na pakovanju „Jelena 0.5“ dobila novi dizajn, Jelena sa jednim rogom. Nova etiketa, predstavljena javnosti pred početak Paraolimpijskih igara, simbolizuje statistiku koja govori da je upravo svaki deseti građanin Srbije osoba sa invaliditetom i nosi poruku da je i Jelen bez jednog roga – Jelen.



Jedna od aktivnosti kojom je Jelen takođe podržao domaću delegaciju u Rijiju bila je remiks popularne pesme „Igraj i pobedi“ beogradske rep grupe „THCF“. Ova pesma predstavlja nezvaničnu himnu koja govori o savladavanju svih životnih i sportskih prepreka, uz motivacionu poruku da su oni naši „Šampioni svaki dan“.

Nakon osvojenih devet rekordnih medalja u Rijiju, paraolimpijcima je organizovan doček na aerodromu, kada su pozdravljeni vodenim topovima i panoima sa njihovim likovima u prirodnoj veličini. Kao i za sve vrhunske sportiste koji predstavljaju Srbiju, u njihovu čast organizovan je i veliki doček ispred Skupštine grada Beograda.



Cela Srbija je upoznala ove šampione i radovala se svakoj njihovoj medalji. Prvi put su dočekani kako dolikuje, a broj medijskih objava je ovoga puta bio šest puta veći nego za vreme Paraolimpijskih igara u Londonu. Paraolimpijci su dobili pažnju kakvu zaslužuju.

Pored aktivne podrške Paraolimpijskom savezu, Jelen ima "viši cilj". Cilj je da se stvori dugoročna platforma koja će pružati konstantnu podršku i motivaciju osobama sa invaliditetom da se aktivno uključe u sport. Paraolimpijske igre samo su početak šire akcije osnaživanja nacionalnih i lokalnih udruženja i sportskih saveza osoba sa invaliditetom.

ODGOVORNOST JE INTEGRALNI DEO NAŠEG RAZVOJA

Atlantic Grupa je kao deo šire društvene zajednice svesna važnosti i potrebe sopstvenog uticaja na unapređenje opštih društvenih uslova, promocije pravih vrednosti i potrebe da deo svog profita uloži u zajednicu, pa je samim tim odgovorno poslovanje Atlanticovo strateško opredeljenje

ATLANTIC GRUPA predstavlja uspešan poslovni sistem koji obuhvata kompanije u regionu jugoistočne Europe, na evropskom Zapadu, kao i Istoku. Društvena odgovornost je integralni dio strategije razvoja kompanije, a rastom i širenjem poslovanja širi se i spektar odgovornosti prema okruženju kao i svest o mogućnostima i potrebi sopstvenog uticaja na unapređenje opštih uslova poslovanja i društvene zajednice u kojoj poslujemo.

Upravo zato, Atlantic sistematski nastoji da svoje strateško opredeljenje društveno odgovornog poslovanja u svim njegovim segmentima prilagodi regionalnim uslovima i potrebama zemalja u kojima posluje i ostvari ga kroz sve članice Grupe, pa tako i u Srbiji – od odgovornosti prema zaposlenima, poslovnim partnerima, finansijskoj zajednici, životnoj sredini, do odgovornosti prema javnom sektoru i široj društvenoj zajednici.

U okviru Atlantic Grupe u Srbiji su poznati brendovi: Štark (Palanački kiseljak i Multivita), Grand kafa, Bakina tajna i distributer za Srbiju Atlantic Brands, kao deo regionalnog distributivnog sistema Atlantica, tako da Atlantic Grupa u svom poslovanju objedinjuje proizvodnju, razvoj, prodaju i distribuciju robe široke potrošnje.

ZAPOSLENI SU NAJVEĆA ATLANTICOVA VREDNOST

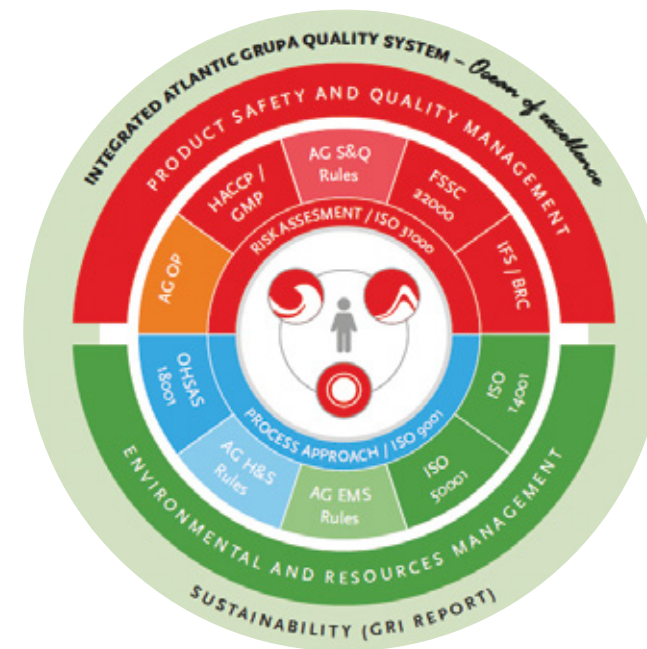
Posebnu pažnju Atlantic posvećuje izgradnji jedinstvene korporativne kulture koja uvažava individualne različitosti i podstiče saradnju i sinergiju između različitih segmenata proizvodnje, inovacija, marketinga i prodaje, ali isto tako ujedinjuje različitosti kultura i uverenja zaposlenih širom regiona.



Temeljne vrednosti Atlanticove korporativne kulture oslanjaju se na simboliku tri osnovna prirodna elementa: sunca (strast), talasa (kreativnost) i planine (rast)

Kreiranjem zdravog i podsticajnog radnog okruženja Atlantic svojim zaposlenima nastoji da omogući više od radnog mesta, pa su mnogi programi razvijeni unutar sistema posvećeni upravo razvoju ljudskih potencijala i karijera u kompaniji, kao i upravljanju učinkom i adekvatnim nagrađivanjem postignutih rezultata.

Unutar Atlantic Grupe upravljanje talentima predstavlja oblik upravljanja ljudskim kapitalom – dugoročan, sveobuhvatan i integrisan pristup podupiranju i ojačavanju temeljnih kompetencija kompanije. Generalni cilj projekta je uvođenje strukturnog procesa identifikacije, odabira, razvoja i zadržavanja talenata/naslednika za sadašnje i buduće potrebe Atlantic Grupe, a na osnovu uspostavljenog modela na nivou svih zaposlenih, očekuje se osiguranje visoko fleksibilne i okretne organizacije kroz stvaranje održivog sleda rukovodećeg kadra na svim nivoima.



Od svog osnivanja Atlantic Grupa poslovne aktivnosti temelji na Kodeksu korporativnog upravljanja čime su značajno unapređeni standardi transparentnosti poslovanja u skladu sa direktivama Evropske unije i zakonodavstvom zemalja u kojima posluje. Atlantic Grupa je, takođe, potpisnik Kodeksa etike u poslovanju, a 2007. pridružila se i inicijativi UN Global Compact. Kad govorimo o brizi za okolinu, možemo da naglasimo da se ona konzistentnim EMS-om (Environmental Management System) proširila od lokalnog pristupa do korporativnog nivoa, sa fokusom na održivost i zaštitu budućnosti. Osnovnim aktivnostima u ovom području, koje se odnose na – okolinu i energetsku efikasnost, ljude i društvo, kao i na upravljanje, Atlantic Grupa je napravila značajan iskorak prema održivosti. Sistem održivog upravljanja okolinom temelji se na dobro promišljenoj i ekonomičnoj upotrebi prirodnih izvora, koristeći ekološki prihvatljivije tehnologije u proizvodnji, smanjenju otpada i manjoj potrošnji energije i vode. Međunarodni sertifikat o upravljanju prirodnim okruženjem ISO 14001 dokazuje da je Atlanticov sistem upravljanja usklađen sa standardima najbolje prakse, a izveštaji objavljeni



Atlantic je nabavio i prvi električni automobil i tako počeo sa popunjavanjem voznog parka ekološki prihvatljivim vozilima



2014. i 2015. godine, u skladu sa smernicama GRI 4 izveštavanja, svedoče da je Atlantic kontinuirano progresivna regionalna kompanija po kriterijumu transparentnosti. Suštinski, Atlantic Grupa je kao deo šire zajednice svesna važnosti i potrebe sopstvenog uticaja na unapređenje opštih društvenih uslova, promocije pravih vrednosti i potrebe da deo svog profita uloži u zajednicu. Osim donatorskih projekata u širokom spektru, značajna je i promociji sporta i zdravog načina odrastanja i življenja. Najveći sistematski, strukturni i sveobuhvatni angažman u tom smislu Atlantic



Zaposleni jedan svoj radni dan u godini, nazvan Dan vrednosti, posvećuju volonterskom doprinosu zajednici u kojoj posluju i ove godine je na 60 različitih aktivnosti u 7 zemalja učestvovalo preko 1.500 atlantikovaca

ulaže u podršku projektima kao što je Košarkaški klub Cedevida, gde osim glavnog sponzora, kroz školu košarke, koja okuplja više od hiljadu dece i mladih, nastoji da među novim generacijama promoviše prave vrednosti. Atlantic Grupa je, takođe, aktivan učesnik i organizator niza humanitarnih akcija, i sistemski pomaže niz organizacija i udruženja koji se bave zaštitom i pomoći ugroženim socijalnim kategorijama.

Svoje društveno odgovorno delovanje Atlantic Grupa shvata kao princip koji praktikuje u svim zemljama gde je prisutna sa svojim poslovnim subjektima. Uz konstantan rad na izgradnji i razvoju kvalitetnih uslova za rad i prepoznatljive korporativne kulture, dodatni fokus je usmeren na jačanje upravljačkog tima i unapređenje kapaciteta, što je u skladu sa očuvanjem radnih mesta i povećanjem broja zaposlenih. Istovremeno, kompanija je kontinuirano posvećena upravljanju rizicima, održavanju likvidnosti i upravljanju svojim finansijskim obavezama. Zahvaljujući svim ovim činionicima, Atlantic Grupa je prema poslednjem istraživanju Euromoneya, vodećeg svetskog finansijskog časopisa, proglašena za najbolje vođenu kompaniju u sektoru hrane i pića u regionu središnje i istočne Evrope u 2015. godini.

NAJTRANSPARENTNIJA KOMPANIJA NA TRŽIŠTU KAPITALA

Atlantic Grupa je i ove godine, po četvrti put, dobila prvu nagradu za najbolje odnose s investitorima, kojom se odaje priznanje investicijske zajednice kompanijama koje imaju transparentne odnose prema ulagačima. Priznanje se dodeljuje sedmu godinu zaredom, od čega je Atlantic Grupa čak šest puta bila dobitnik jedne od prve tri nagrade.



ATLANTIC
GRUPA

Ocean of opportunities

ZELENE INICIJATIVE ATLANTICA

Održivo upravljanje životnom sredinom Atlantic Grupe se bazira na dobro promišljenom i ekonomičnom korišćenju prirodnih resursa, upotrebi ekološko prihvatljivih tehnologija u proizvodnji, smanjivanju otpada i racionalnoj potrošnji energije i vode, kao i na traženju najboljih rešenja na području održivog razvoja. Širenje principa koji se odnose na ekologiju, sprovode se na tri područja – među zaposlenima, u poslovnim procesima i u krajnjoj liniji prema svim stakeholderima, što uključuje i potrošače.

U 2015. godini Atlantic je svoj put prema integraciji ekoloških vrednosti u postojeće projekte, nastavio pod nazivom Zeleni Atlantic (Atlantic Green – Opportunity to grow in harmony with nature), što je obuhvatilo niz aktivnosti, koje podrazumevaju implementiranje rešenja kojima se značajno smanjuje potrošnja energenata u oba beogradska pogona (Štark i Grand), ali isto tako i podiže svest zaposlenih o zaštiti životne sredine i tako posredno šteti resurse kompanije. Pored ušteda vezanih za efikasnost, očekuje se i da će planirane investicije u operativnim kompanijama u Srbiji dodatno smanjiti emisiju ugljen-dioksida za 600 tona godišnje.

Osim edukacije o mogućnostima uštede električne energije, sprovode se interne aktivnosti usmerene na poboljšanje energetske efikasnosti kompanije prenošenjem dobre prakse, što je rezultat sopstvenog znanja i truda. Tako su postavljena takozvana ekološka ostrva na 30 lokacija u sedam država sa kutijama za razvrstavanje otpada. Na taj način se godišnje sakupi oko 4.500 tona razvrstanog otpada, što predstavlja skoro 70% količina otpada na dvorištima Atlanticovih kompanija. Na sedam lokacija, od ukupno sedamnaest, odvojeno je sakupljeno preko 94% otpada. Takođe, tu je i Greeninowave nadogradnja internog programa za podsticanje kreativnosti i inovativnih ideja, usmerena na „zeleno“ inovacije i za ekonomično korišćenje prirodnih resursa. Naturaly fit projekat je fokusiran na promociju kampanje „Biciklom na posao“ čime se smanjuje emisija štetnih gasova i potrošnja energije.



Filozofija održivog razvoja je utkana i u razvoj ekološko prijateljskih brendova, pa se tako na primer Cockta puni u boce izrađene od 50% recikliranog plastičnog materijala, što godišnje smanjuje potrošnju primarnog resursa za ambalažu za 365 tona

STVARAMO BOLJU BUDUĆNOST ZAJEDNO

Coca-Cola HBC Srbija sa ponosom proizvodi u Srbiji već 49 godina. Tokom gotovo pola veka, trudili smo se da budemo dobar komšija i damo svoj doprinos unapređenju kvaliteta života u Srbiji. Danas, naš tim osvežava više od sedam miliona potrošača i svojim poslovanjem značajno doprinosimo domaćoj ekonomiji, dok istovremeno pružamo podršku programima za investiranje u lokalnu zajednicu

U proteklih godinu dana proveli smo više od 800 sati volontirajući u zajednici, obnovili više od 20 Coca-Cola teretana na otvorenom, okupili više hiljada građana u njima, donirali preko 20 miliona dinara i osvojili još jedno značajno priznanje za postignute rezultate u oblasti životne sredine. Ovo su samo neki od rezultata koje smo mi zaposleni u kompaniji Coca-Cola HBC postigli i koji su nas učinili ponosnima!

U skladu sa strategijom Coca-Cola HBC grupe, koja posluje u 28 zemalja na tri kontinenta, naš doprinos ostvarujemo kroz delovanje u više strateških pravaca. Pružamo podršku profesionalnom razvoju mladih i kroz Coke Summership program prakse, Career from the Bottle i Management Trainee program zaposlili smo mlade ljude sa velikim potencijalom. Kada je u pitanju zaštita životne sredine, posebno smo fokusirani na zaštitu i očuvanje vodnih resursa i veliki uspeh koji smo sistemski postigli na globalnom nivou jeste da smo zajednicama i prirodi nadoknadili svu vodu koju koristimo. Treći i važan pravac delovanja jeste doprinos zajednici kroz veliki broj projekata i volonterskih i humanitarnih akcija.

NACIONALNI PROGRAM BESPLATNE REKREACIJE

U želji da stvorimo nove sadržaje, mesta za rekreaciju i kvalitetno provođenje slobodnog vremena, ali i da doprinesemo profesionalnom angažovanju preko fitnes trenera, u 2016. godini smo pokrenuli Nacionalni program besplatne rekreacije u Coca-Cola aktivnim zonama širom Srbije. Cilj programa bio je da unapredimo kvalitet života manjih lokalnih zajednica zajedno sa profesionalnim trenerima i profesorima sporta koji su kao Coca-Cola ambasadori Pokreta za radost u svojim sredinama vodili treninge, savetujući vežbače o pravilnoj rekreaciji.

Program smo pokrenuli kako bi Coca-Cola aktivne zone, koje smo građanima poklonili povodom 45 godina poslovanja u Srbiji, dodatno učinili mestima okupljanja i dobre energije. Znajući da su sami građani pre nekoliko godina kroz glasanje odlučivali koji će gradovi dobiti teretane na otvorenom i da smo tada prikupili više od



1.700.000 glasova, odlučili smo da u 2016. godini odemo korak dalje. Teretanama smo udahnuili novu energiju i stvorili platformu koja donosi novo dešavanje u gradu, mesto dobre zabave i druženja, ali i kvalitetnog i profesionalno vođenog treniranja. Tako je nastao Nacionalni program besplatne rekreacije kojim smo zajedno sa našim partnerima lokalnim samoupravama, Sportskim savezom Srbije i Ministarstvom omladine i sporta dali doprinos stvaranju kulture rekreativnog vežbanja.

Pre početka samog programa, tokom proleća smo osvežili teretane i obogatili ih novim spravama. Usledio je nacionalni konkurs za Coca-Cola ambasadore Pokreta za radost, a nakon toga selekcija sa partnerima i upoznavanje sa Coca-Cola sistemom i ciljevima programa. Uložen je veliki trud u njihovu dodatnu edukaciju, ne samo na temu pravilnog vežbanja, već i ishrane, pružanja prve pomoći ali i osnova medijskog nastupa i komunikacije, jer su upravo oni bili zaduženi da promovišu treninge i u direktnoj komunikaciji animiraju ljude da vežbaju. U tome su nam pomogli naši sjajni partneri, profesori, doktor Sergej Ostojić i doktorka Jagoda Jorga, i

„Kada vas pokreću dobra energija i adrenalin, oni vas motivišu da budete još bolji u onome što radite, ali ne samo u poslu, već u svim ostalim segmentima života. Meni kao profesionalnom treneru tako počinje svaki dan – vežbanje, lučenje hormona sreće i akumuliranje dobre energije za uspešan i ispunjen dan”



upravo zahvaljujući njima i odličnoj saradnji sa lokalnim samoupravama, sportskim organizacijama i institucijama, osnovali smo sjajan tim trenera, koji je svoju energiju preneo građanima širom Srbije. Njihovo iskustvo i motivacija doprineli su da treneri iz nedelje u nedelje okupljaju sve više vežbača. Imajući u vidu da smo angažovali profesionalce koji su u svojim sredinama već prepoznati kao promoteri fizičke aktivnosti, veliki broj građana je sa oduševljenjem prihvatio poziv na prve treninge.

Zvaničan početak programa obeležen je u teretani u Pančevu, gde su čuveni atletičar i reprezentativac Dane Korica i naše olimpijke Nikolina Moldovan i Bobana Veličković prvi simbolično otvorili sezonu vežbanja. Sa prvim danima leta, teretane su okupile ljubitelje rekreacije, ali već nakon nekoliko termina organizovali smo i različita takmičenja i izazove sa lokalnim sportskim klubovima i mladima širom zemlje. Poseban takmičarski duh pokazali su građani u Somboru, Petrovcu na Mlavi i Pančevu. Nakon nadmetanja u sportskim disciplinama, najuspešniji su dobili medalje i nagrade.

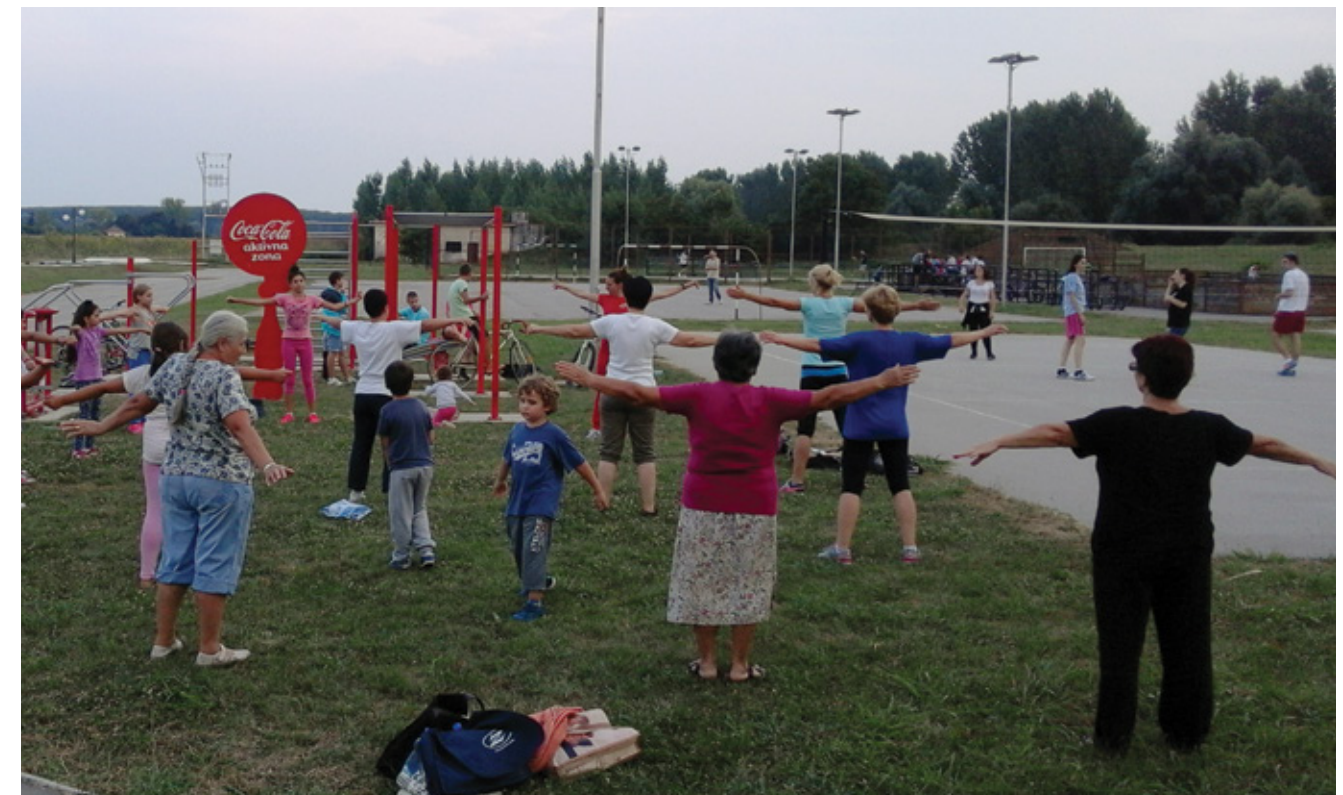
Takođe, u određenim sredinama treninzi su bili posvećeni osobama kojima su bile potrebne korektivne vežbe. Posebnu pažnju medija i građana privukla su takmičenja u različitim disciplinama, koja su okupljala brojne tinejdžere i mlade. Sve vreme tokom trajanja programa, kroz veliki broj gostovanja u medijima ali i podelu promo-materijala, Coca-Cola ambasadori Pokreta za radost su privlačili veliki broj zainteresovanih sugrađana.

Treninzi su se održavali u: Pančevu, Zrenjaninu, Bogatiću, Boru, Dimitrovgradu, Kikindi, Lajkovcu, Leskovcu, Negotinu, Zaječaru, Niškoj Banji, Novom Pazaru, Odžacima, Opovu, Osečini, Petrovcu na Mlavi, Pirotu, Priboju, Tutinu, Užicu, Somboru i Valjevu. U septembru je i Beograd dobio svoju prvu aktivnu zonu i Coca-Cola ambasadora Pokreta za radost u Studentskom gradu. Građani su tokom projekta imali mogućnost da prate sve aktivnosti i treninge, putem veb-sajta www.coca-colaaktivnezone.rs, a redovne izveštaje i utiske sa treninga je bilo moguće pratiti na fejsbuk-stranici Fabrika radosti.

Ponosni smo što smo održali više od 500 stručno vođenih besplatnih treninga u gradovima širom Srbije i okupili više od 8.000 vežbača koji su u svoju svakodnevicu uveli nove, zdrave navike i vežbali sa profesionalnim trenerima, ambasadorima Coca-Cola Pokreta za radost.



Nacionalnim programom besplatne rekreacije smo zajedno sa našim partnerima lokalnim samoupravama, Sportskim savezom Srbije i Ministarstvom omladine i sporta dali doprinos stvaranju kulture rekreativnog vežbanja



I kako bismo priču o programu zaokružili na pravi način, prenosimo reči Vlade Arackog, našeg Coca-Cola ambasadora Pokreta za radost u Zrenjanu: „Kada vas pokreću dobra energija i adrenalin, oni vas motivišu da budete još bolji u onome što radite, ali ne samo u poslu, već u svim ostalim segmentima života. Meni kao profesionalnom treneru tako počinje svaki dan – vežbanje, lučenje hormona sreće i akumuliranje dobre energije za uspešan i ispunjen dan. Kroz nacionalni program besplatnog vežbanja u Coca-Cola teretanama na otvorenom postavljanim širom Srbije, dobio sam priliku da ovaj recept za dobru energiju, fizičku formu i raspoloženje podelim sa svim svojim sugrađanima u Zrenjaninu.”

Treninzi su se održavali u: Pančevu, Zrenjaninu, Bogatiću, Boru, Dimitrovgradu, Kikindi, Lajkovcu, Leskovcu, Negotinu, Zaječaru, Niškoj Banji, Novom Pazaru, Odžacima, Opovu, Osečini, Petrovcu na Mlavi, Pirotu, Priboju, Tutinu, Užicu, Somboru i Valjevu

GODINA DOBRIH DELA EUROBANKE

Već punu deceniju Eurobank u Srbiji sprovodi programe društvene odgovornosti koji su usmereni ka najosetljivijim segmentima društva. U martu 2006. godine, kada se pozicionirala među vodećim bankama na tržištu Srbije, formiran je sveobuhvatni program korporativne društvene odgovornosti pod nazivom „Investiramo u evropske vrednosti“. U ovaj program je do sada investirano više od četiri miliona evra, i to u kontinuiranu podršku stožerima, a to su: obrazovanje, ekologija, jednakost, kultura i zdravlje

Međutim, podrška društvu nije potpuna ukoliko nije implementirana iznutra, kroz zajednički rad i ideje svih zaposlenih. Zbog toga je Eurobank krajem 2015. godine inicirala projekat „Godina dobrih dela“, koji je osmišljen sa ciljem da aktivno uključi zaposlene koji će tokom cele godine serijom društveno odgovornih aktivnosti pomagati marginalizovanim grupama i promovisati humanost i dobročinstvo. Na ovaj način Eurobank šalje poruku društvenoj zajednici da za dobra dela nije neophodna velika materijalna investicija, već da svaki pojedinac deo svog vremena i minimalnih sredstava može da nameni onima kojima je to najpotrebnije i zbog čega će se nepriviligovani osetiti ravnopravnim članovima društva. Cilj projekta „Godina dobrih dela“ jeste da kroz udruživanje u društveno korisnim inicijativama zaposleni banke čine svet boljim, jačaju duh zajedništva i empatije.



Projekat „Godina dobrih dela“ počeo je volonterskom akcijom farbanja ograde i uređenja dvorišta u vrtiću „Biseri“ na Paliluli, a nastavljen dodelom knjiga za biblioteku u Osnovnoj školi „Boško Buha“ koju pohađaju deca sa smetnjama u razvoju i podelom paketića za decu bez roditeljskog staranja u Domu „Milutin Filipović Jusa“ na Vračaru. Na Evropskom prvenstvu u vaterpolu zaposleni su ustupili svoje ulaznice i na taj način obradovali članove različitih udruženja. Vaterpoliste Srbije bodrila su deca i roditelji iz Udruženja samohranih roditelja i porodica dece sa invaliditetom „Plava školjka“, Udruženja za pomoć osobama sa

smetnjama u razvoju „Živimo zajedno“, Doma za nezbrinutu decu „Jovan Jovanović Zmaj“, „Prihvatilišta za decu Beograd“ i najbolji prodavci uličnog magazina „LICE ULICE“.

Godina dobrih dela tokom ove godine zakucala je na vrata mnogih institucija od javnog značaja – poslednja u nizu je Klinički centar Srbije. Klinika za grudnu hirurgiju dobila je nove instrumente za videoasistiranu hirurgiju, koji su unapredili rad lekara i pacijentima pružili bolju zdravstvenu zaštitu.



Deca bez roditeljskog staranja koja borave u SOS Dečjem selu u Kraljevu dobila su od Eurobank kompletan školski pribor i opremu za uspešan početak škole. Ovo je rezultat humanitarne volonterske akcije zaposlenih banke u kojoj je sakupljena donacija u vrednosti od 210.000 dinara. Školski pribor obuhvata rančeve, pernice, kompletan školski pribor za pisanje i crtanje za svih 78 dece različitih uzrasta koji borave u Selu.

Novina ovog projekta jeste i da se postigne maksimalna iskorišćenost svih donacija, što podrazumeva da Eurobank poklanja i deo svojih neiskorišćenih resursa. Uskoro će Dom zdravlja Voždovac dobiti ormare sa fiokama kao dar banke jednom od najvećih domova zdravlja u Beogradu.

Godina velikih i dobrih dela se nastavlja, zahvaljujući više od 1.000 zaposlenih Eurobank koji svojim entuzijazmom i posvećenošću pokazuju da je humanost način života, a ne jednokratna akcija.



NASTAVAK NAJVEĆEG SRCA U SRBIJI

Jedan od projekata koji su zaštitni znak Eurobank je i Veliko srce, koji zajedno sa Fondacijom „Ana i Vlade Divac“ banka sprovodi već punih šest godina, čineći odrastanje lepšim za decu u vrtićima i školama širom Srbije. U okviru humanitarnog projekta „Veliko srce“ do sada je obnovljeno 38 vrtića i osnovnih škola širom Srbije, čime je više od 25.000 dece dobilo bolje uslove za igranje, učenje i odrastanje, zahvaljujući 22.000 korisnika ove jedinstvene humanitarne MasterCard kartice. Kartica koja ima veliko

srce – MasterCard kartica „Veliko srce“ – standardna je kreditna kartica, ali je njena krajnja namena usmerena ka poboljšanju uslova za bezbrižnije odrastanje dece u Srbiji. Građani koji se odluče za ovu karticu nemaju nikakve dodatne troškove, ali njenom upotrebom doprinose važnom humanom cilju – rekonstrukciji škola i igrališta i uvođenju biblioteka u predškolske i školske ustanove širom Srbije.

Zajedno sa dugogodišnjim partnerima iz Fondacije „Ana i Vlade Divac“, tokom 2016. godine Eurobank je uspela da pomogne obnovu ili unapređenje uslova za odrastanje u nekoliko važnih ustanova u Srbiji.

Drugo polugodište za skoro 1.200 osnovaca užičke osnovne škole „Kralj Petar II“ počelo je u obnovljenoj zgradi. Renovirani su toaleti, dodatno opremljeni neki od školskih kabineta, postavljena nova ograda i uređen deo dvorišta škole. Ukupna vrednost investicije je blizu šest miliona dinara od čega je lokalna samouprava pomogla sa 1.200.000 dinara. Tokom godine, polje delovanja prošireno je i na zdravstvene ustanove koje brinu od deci. Odeljenje za ORL na Institutu za zdravstvenu zaštitu majke i deteta Srbije „Dr Vukan Čupić“ renovirano je zahvaljući projektu „Veliko srce“. Posle više od 15 godina od poslednje obnove, ovo odeljenje sada ima nove krevete, kompletno novu kuhinju sa trpezarijom i igraonicu za decu. Vrednost donacije je oko 15.000 evra.



Institut je najveća dečja bolnica u regionu gde se godišnje obavi 220.000 pregleda i oko 8.000 operacija, dok je ORL najveće odeljenje na Institutu i na njemu se hospitalizuje više od 2.000 dece. Frekventnost prijema obolele dece i njihovih majki je velika, pa je bila neophodna zamena kreveta i rekonstrukcija kuhinje, trpezarije i igraonice za decu, što je kroz projekat „Veliko srce“ i ostvareno.

Više od šest stotina dece u novosadskom vrtiću „Maslačak“ dobilo je novo igralište i mobilijar zahvaljujući ovom projektu. Ovaj vrtić je pre skoro 25 godina od Gradske uprave Novog Sada proglašen prvim ekološkim vrtićem u Srbiji, a renovirano igralište omogućava još kvalitetnije ekološke aktivnosti svih uzrasta. Vrednost donacije je oko 1,4 miliona dinara.

Đaci najstarije škole u Nišu, „Učitelj Tasa“ sada imaju bolje uslove za boravak u školi, pošto su u okviru „Velikog srca“ renovirani svi toaleti u školi koje koristi više od hiljadu đaka i kojima je bila neophodna kompletna rekonstrukcija. Vrednost donacije je oko dva miliona dinara. Ova škola u centru Niša nosi ime po prvom srpskom učitelju, postoji već 186 godina i iznedrila je brojne generacije uspešnih đaka.

Osnovna škola „Sveti Sava“ u Šapcu, jedina u Mačvanskom okrugu koja se bavi obrazovanjem i vaspitanjem dece sa smetnjama u razvoju, dobila je novu i potpuno opremljenu senzornu sobu. Oko stotinu đaka ove škole imaće priliku da u senzornoj sobi razvije i unapredi kognitivne sposobnosti i socijalne veštine, neophodne za uključivanje u širu društvenu zajednicu. Vrednost donacije je oko 1,4 miliona dinara.

„Veliko srce“ nastavlja da pomaže da mališani u ustanovama u kojima borave imaju srećnije i bezbrižnije odrastanje, a korisnici ove kartice da direktno doprinose poboljšanju uslova za igru i boravak dece širom Srbije.

NASTAVAK PODRŠKE OBRAZOVANJU I EKOLOGIJI

Uz podršku Eurobank Srbija, održan je tradicionalni prijem za šest stotina najboljih maturanata srednjih škola u Srbiji i maturanata svih gimnazija Republike Srpske, u organizaciji prestolonaslednika Aleksandra i princeze Katarine. Eurobank je već deceniju predano u misiji da zalaganje za sticanje znanja, proširivanje vidika i usavršavanje, adekvatno vrednuje i nagradi. Podržavajući ovaj program, već desetu godinu zaredom, Eurobanka doprinosi adekvatnom školovanju i usmeravanju mladih ljudi da svoja znanja i veštine stiču u Srbiji i da tu grade svoj profesionalni put. Zaštita životne sredine predstavlja jedan od osnovnih postulata i Eurobank grupe, koja je od 2005. godine i aktivni član Finansijske inicijative Programa zaštite životne sredine Ujedinjenih nacija, međunarodne mreže finansijskih organizacija koja za cilj ima zaštitu životne sredine i obezbeđivanje održivog razvoja. Zaštita životne sredine nije pitanje na koje obavezuju samo standardi i norme poslovanja, već su to vrednosti koje dele svi zaposleni. Eurobank je posvećena zaštiti životne sredine kroz uređenje gradskih parkova u gradovima u kojima Banka sa uspehom posluje. Neki od primera su čuveni park za venčanja na Adi Ciganliji, zatim rekonstrukcija Botaničke bašte „Jevremovac“, kao i postavljanje eko-parkova u Novom Sadu, Pančevu, Pirotu, Nišu i Požarevcu. Već godinama sav papir se odnosi na recikliranje u fabriku „Umka“, a ista akcija sprovodi se i sa korišćenom kompjuterskom tehnologijom.

Zaštita životne sredine predstavlja jedan od osnovnih postulata i Eurobank grupe, koja je od 2005. godine i aktivni član Finansijske inicijative Programa zaštite životne sredine Ujedinjenih nacija, međunarodne mreže finansijskih organizacija koja za cilj ima zaštitu životne sredine i obezbeđivanje održivog razvoja



EUROBANK - LIDER DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI U SRBIJI

Eurobanka je prva finansijska kompanija u Srbiji kojoj je dodeljen sertifikat društveno odgovornog poslovanja od strane Nacionalne organizacije za lokalni ekonomski razvoj (NALED). Ovo priznanje predstavlja potvrdu da banka posluje u skladu sa najvišim standardima DOP-a, a u pet sertifikovanih oblasti: korporativno upravljanje, tržište, lokalna zajednica, životna sredina i radno okruženje. Sertifikacija kompanija koje posluju po odgovornim principima danas je veoma važna u Srbiji, jer omogućava da se prvi put izmere stvarni doprinosi preduzeća lokalnoj zajednici. DOP sertifikat predstavlja garanciju za klijente i poslovne partnere da kompanija u potpunosti posluje u skladu sa zakonom, domaćim i međunarodnim standardima i principima društvene odgovornosti.

Pored toga, Eurobank je petostruki dobitnik VIRTUS nagrade i pravi primer kompanije koja se ističe svojim dugogodišnjim i predanim radom na inkluziji i integraciji najrazličitijih delova društva, kao i posvećenošću kroz ulaganje u najvažnije društvene aspekte poput edukacije, zdravstva, zaštite životne sredine, kulture i umetnosti.

ZAJEDNIČKOM ENERGIJOM DO BOLJE BUDUĆNOSTI

Proizvodni kapaciteti Elektroprivrede Srbije obaraju rekorde iz godine u godinu čuvajući EPS-u ulogu najveće energetske kompanije u zemlji. Sa istom posvećenošću sa kojom građanima obezbeđuje stabilno i sigurno snabdevanje električnom energijom, EPS podržava društveno odgovorne projekte od interesa za širu zajednicu

EPS JE ČUVAR TESLINOG NASLEĐA

Zahvaljujući posvećenosti Elektroprivrede Srbije očuvanju starih hidroelektrana, Srbija se može pohvaliti vrednom industrijskom baštinom koja je deo turističke rute „Putevima Tesle i Stanojevića kroz Srbiju“.

Povodom 160 godina od rođenja Nikole Tesle, Klaster puteva kulture dodelio je Elektroprivredi Srbije priznanje za doprinos očuvanju Teslinog nasleđa. Pet EPS-ovih hidroelektrana rade duže od sto godina: „Pod gradom“, „Vučje“, „Sveta Petka“, „Gamzigrad“ i „Moravica“ i svedoče o slavnoj istoriji elektrifikacije Srbije, jedne od malog broja zemalja koje su brzo ovladale Teslinom tehnologijom praveći seriju malih hidroelektrana prema njegovom patentu.

Manifestacija „Tesla dani“, koja je 2016. bila u znaku obeležavanja jubileja velikog naučnika realizovana je uz podršku EPS-a.

BEZ NAUKE NEMA NAPRETKA

U skladu sa opredeljenjem da brine o mladim talentima, Elektroprivreda Srbije je podržala istraživačku stanicu „Pet-



nica“, centar za izvanškolsku podršku i usavršavanje u širokom spektru nauke i tehnologije, koji danas predstavlja važan nacionalni brend.

U saradnji sa centrom za talente „Mihajlo Pupin“ iz Pančeva, EPS je podržao 6. naučno-edukativni kamp „Pupin“ u Idvoru, rodnom mestu poznatog naučnika. Program je namenjen učenicima koji su osvajali nagrade na državnom takmičenju iz fizike i matematike.

Pored Nikole Tesle i Đorđa Stanojevića, koji su svojim naučnim dostignućima neraskidivo povezani sa Elektropri-

ELEKTROPRIVREDA SRBIJE

vredom Srbije, Istorijski muzej Srbije dobio je podršku za produžetak izložbe o još jednom velikom naučniku. Postavka posvećena životu i radu Mihajla Pupina realizovana je na inovativan način korišćenjem novih tehnologija koje izložbu čine interaktivnom. Po načinu prezentacije izložba ide u korak sa svetskim muzejskim trendovima i pokazuje kreativne potencijale i moderno lice današnje Srbije.

KREATIVNO UČENJE

Termoelektrana „Kostolac B“ i površinski kop „Drmno“ nalaze se u neposrednoj blizini arheološkog parka Viminacijum, kao primer da privreda i arheologija mogu da se razvijaju u istom prostoru. Već 40 godina EPS ulaže sredstva u istraživanje ovog lokaliteta, a izgradnja energetskih postrojenja ne ugrožava arheološke objekte. Jedinstveni ambijent Viminacijuma savršena je scenografija za održavanje dečjeg kampa po ugledu na evropsku praksu. Deca u ulozi arheologa i paleontologa otkrivaju predmete stare dve hiljade godina, korišćene na prostoru današnje Srbije u doba Rimskog carstva i kosti mamuta čija se starost procenjuje na preko milion godina. Iako ime kampa asocira na izučavanje istorije, deca uz robotičare sa ETF-a programiraju robota i uče praktične veštine za snalaženje u prirodi, dok poseta površinskom kopu „Drmno“ omogućava edukaciju o proizvodnji električne energije. Ovaj multinaučni pristup dodatno podstiče njihovu radoznalost. Eko-kampovi „Tara“ i „Vršački breg“ nakon devet godina



saradnje predstavljaju tradicionalno partnerstvo između Elektroprivrede Srbije i Pokreta gorana Srbije. Učesnici su nagrađivani učenici na takmičenjima iz biologije, polaznici goranskih radionica i najuspešniji u akcijama pošumljavanja, ozelenjavanja i uređenja školske sredine. Za decu, koja se pod uticajem novih tehnologija okreću zabavi u zatvorenom prostoru, eko-kampovi su prilika za kreativan boravak u prirodi.

EPS podržava Festival nauke. Edukativna postavka o svetlu „Od nevidljive do blistave svetlosti“ omogućila je osnovcima i srednjoškolicima da se upoznaju sa tehnikom lasera, izrade holograma i projekcijama svetlosnih figura i da se uvere da je tanka granica između fizike i umetnosti.

Posebno je važno u sistem obrazovanja uključiti marginalizovane grupe. Dečji romski humanitarni centar „Vlaški Romi“ ima stalnu podršku EPS-a na projektu socijalizacije, edukacije i integracije romske dece u društvo kroz podsticanje njihovog obrazovanja. Neadekvatno obrazovanje glavni je uzročnik siromaštva ove kategorije stanovništva. Cilj centra je da svi polaznici završe ne samo osnovnu, već i srednju školu, kako bi unapredili svoj status u društvu i obezbedili sebi bolji život. Mnoga romska deca koja su prošla kroz projekat stekla su srednje ili više obrazovanje i dobila zaposlenje na osnovu svog obrazovanja.





EPS saraduje sa UNICEF-om na programu „Razvoj u ranom detinjstvu“. Period ranog detinjstva do treće godine smatra se najznačajnijom razvojnom fazom u životnom veku pojedinca, jer doprinosi ispoljavanju punog potencijala u kasnijem periodu života

Nakon prve senzorne sobe u beogradskom domu „Dragutin Filipović Jusa“ na Vračaru, otvoreno je još šest - u Šapcu, Veterniku, Kulini, Nišu, Negotinu i Subotici. Sensorna soba je prostorija sa različitim elementima pomoću kojih se doziraju stimulansi za svako čulo, uz prilagođavanje individualnim potrebama korisnika

JEDNAKE ŠANSE ZA SVAKO DETE

Elektroprivreda Srbije je doniranjem sredstava za senzorne sobe u domovima za decu širom Srbije podržala ovaj inovativni vid terapije. Nakon prve senzorne sobe u beogradskom domu „Dragutin Filipović Jusa“ na Vračaru, otvoreno je još šest - u Šapcu, Veterniku, Kulini, Nišu, Negotinu i Subotici. Projekat se realizuje u saradnji sa Ministarstvom za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja. Sensorna soba je



prostorija sa različitim elementima pomoću kojih se doziraju stimulansi za svako čulo, uz prilagođavanje individualnim potrebama korisnika. Pogodna je za decu sa poremećajima iz autističnog spektra, sa nedovoljnom mentalnom razvijenošću, senzornim oštećenjem, govornim poteškoćama i smetnjama u učenju. Podsticanje komunikacije, smanjenje stereotipnih oblika ponašanja, hiperaktivnosti, anksioznosti, agresije i autoagresije – neki su od efekata senzorne sobe. EPS saraduje sa UNICEF-om na programu „Razvoj u ranom detinjstvu“. Period ranog detinjstva do treće godine smatra se najznačajnijom razvojnom fazom u životnom veku pojedinca, jer doprinosi ispoljavanju punog potencijala u kasnijem periodu života. Fokus programa je na siromašnoj i socijalno ugroženoj deci, jer štiti pravo svakog deteta da mu se omoguće jednaki uslovi za rast i razvoj, što ga čini efikasnim strateškim alatom za borbu protiv siromaštva i smanjenje nejednakosti u društvu. Nakon obuke pedijatar uz „Vodič za praćenje razvoja dece“, renovirana su tri razvojna savetovaništa u domovima zdravlja u Beogradu, Nišu i Kragujevcu i opremljena didaktičkim materijalima da bi im se omogućili najbolji uslovi za realizaciju programa.

Podršku kompanije ima i Nacionalno udruženje roditelja dece obolele od raka (NURDOR) sa ciljem da se unapredi kvalitet njihovog lečenja u Srbiji. Pomoć je potrebna za rehabilitacione kampove, radionice psihosocijalne podrške za decu i roditelje koji borave na pedijatrijskim hematološkim odeljenjima i otvaranje roditeljskih kuća za smeštaj malih pacijenata iz unutrašnjosti tokom njihovog lečenja u Beogradu, Nišu i Novom Sadu.

Organizacija „Mali veliki ljudi“ brine o mentalno nedovoljno razvijenoj deci, deci sa fizičkim hendikepom, deci sa oštećenjem vida, sluha, govora, kao i o socijalno ugroženoj i deci bez roditeljskog staranja. EPS svake godine pomaže održavanje njihove tradicionalne letnje manifestacije „Igre bez granica“. Takmičarske igre su prilagođene svakom detetu u zavisnosti od procenjenih mogućnosti za učešće u aktivnostima.

TIMSKI DO POBEDE

Elektroprivreda Srbije već godinama je pravi član tima kada treba podržati sportiste na putu ka uspehu. Prvo mesto srpskih vaterpolista na Evropskom prvenstvu u Beogradu predstavlja posebno priznanje i za EPS koji kontinuirano podržava rad Vaterpolo saveza Srbije. Pored podrške



rukometu, odbojci i košarci, postoji dugogodišnja saradnja sa Olimpijskim i Paraolimpijskim komitetom Srbije. Zbog značaja promocije sporta i zdravog načina života kod mladih, EPS je pomogao održavanje Svetskog školskog prvenstva u odbojci, a pored takmičarskog programa, organizovane su radionice o fer-pleju i antidiskriminaciji.

TRAJNE VREDNOSTI

EPS učestvuje u očuvanju duhovnih i nacionalnih vrednosti kroz zaštitu crkvenog nasleđa. Povodom obeležavanja osam vekova manastira Žiča, donirana su sredstva za obnovu manastirskog kompleksa, kao i za uređenje Hrama Sv. Dimitrija u Kosovskoj Mitrovici i za obnovu Hrama Sv. Petke u Petki oštećenog u poplavama. EPS je donator završetka izgradnje Hrama Sv. Save, jednog od najprepoznatljivijih simbola Beograda i pravoslavlja.

STVARAMO BOLJI SVET

HEINEKEN je najrasprostranjeniji proizvođač piva na svetu i ima vodeću ulogu u razvoju i marketingu premijum pivskih brendova i cidera. Više od 250 međunarodnih, regionalnih, lokalnih i posebnih vrsta piva i cidera, predvođenih Heineken® brendom, čine snažan portfolio kompanije. Kroz program „Stvaramo bolji svet“, održivost čini sastavni deo poslovanja i pruža dodatnu vrednost za sve naše stejkholdere. Broj zaposlenih iznosi 73.000, a kompanija posluje u 167 pivara, sladara i drugih proizvodnih pogona u više od 70 zemalja



Kompanija HEINEKEN Srbija je proizvođač piva koji u Srbiji aktivno posluje u dve pivare. Proizvodnja i logistika se obavljaju u pivarama u Novom Sadu i Zaječaru, a administrativna kancelarija nalazi se u Beogradu. Dok je pivara u Zaječaru ponosna na svoju dugogodišnju tradiciju i ekspertizu u proizvodnji piva, koje datiraju još iz 1895. godine, pivara u Novom Sadu jedna je od najmodernijih i tehnološki najrazvijenijih pivara u regionu. Osnovna delatnost kompanije je proizvodnja, distribucija i prodaja piva. Portfolio brendova kompanije čine sledeći brendovi: Heineken, Amstel Premium Pilsener, Kapuziner Weissbier, Krušovice Imperial, Newcastle Brown Ale, Sol, Strongbow, Zaječarsko, Zaječarsko Crno, Laško Zlatorog, PilsPlus i Master pivo.

Transparentnost u svakodnevnom radu i u komunikaciji, poštovanje pojedinca, lokalne zajednice i društva, strast prema kvalitetu i korporativno-društvena odgovornost predstavljaju osnovne vrednosti kompanije. Kao sastavni deo društva u kome posluje, kompanija HEINEKEN uspostavlja i održava jake veze sa zajednicom kroz međusobnu saradnju u cilju poboljšanja kvaliteta i standarda života svih građana. Od samog početka poslovanja, značajne investicije su uložene u modernizaciju proizvodnih postrojenja, kao i u samo pakovanje, što je rezultiralo najvišim kvalitetom brendova proizvedenih u ovim pivarama. Pored investicija u tehnologiju i proizvodnju, kompanija dosta ulaže i u obrazovanje svojih zaposlenih, a deo ovih ulaganja je



Pivara u Zaječaru



Pivara u Novom Sadu

usmeren na poboljšanje uslova rada, povećanje radne efikasnosti, kao i na bezbednost i zdravlje na radu kroz stalno unapređenje održivog poslovanja.

ODRŽIVO POSLOVANJE

„Stvaramo bolji svet” predstavlja integrisanu strategiju održivosti, koju kompanija implementira od 2010. godine. Strategija obuhvata najvažnije projekte kompanije na području društvene odgovornosti, s fokusom na šest ključnih područja: zaštita izvora pitke vode, smanjenje emisije ugljen-dioksida, održiva nabavka, promovisanje odgovorne konzumacije alkohola, promovisanje zaštite zdravlja i sigurnosti na radu, kao i saradnja s lokalnom zajednicom.

„ZELENO” POVEĆANJE EFIKASNOSTI

HEINEKEN Srbija ulaže velike napore u povećanje efikasnosti prilikom potrošnje vode i energije u pivarama, kancelarijama i skladištima. Kompanija na lokalnom nivou sprovodi globalni program uštede energije (ESP) koji proračunava optimalne stope potrošnje energije, analizira trenutne gubitke i sastavlja plan za njihovo smanjenje. Kako bi potrošačima bilo posluženo osvežavajuće pivo, neophodno je hlađenje. S obzirom na to da je hlađenje značajan deo ukupnog karbonskog otiska, kompanija se posvetila uvođenju „zelenih frižidera” na globalnom

nivou. U Srbiji, svi novi frižideri koji se uvode na tržište su „zeleni”, što podrazumeva da ispunjavaju četiri ključne karakteristike: korišćenje ugljovodoničnog rashladnog sredstva, LED osvetljenje, sistem za upravljanje energijom i energetski efikasnu ventilaciju.

ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE

Kompanija HEINEKEN Srbija posvećena je stalnom poboljšanju bezbednosti i zaštite životne sredine. Pivare u Novom Sadu i Zaječaru poseduju najznačajnije međunarodne sertifikate kvaliteta, poslovanja, proizvodnje, organizacije i zaštite životne sredine, kao što su ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 22000.

NABAVKA SIROVINA NA ODRŽIV NAČIN

Pri proizvodnji piva, kompanija HEINEKEN Srbija koristi sirovine najvišeg kvaliteta koje kupuje od lokalnih proizvođača kada god je to ekonomski i ekološki izvodljivo kako bi stimulisala razvoj lokalne ekonomije. Upotreba lokalnih sirovina u proizvodnji igra značajnu ulogu u ekonomskom i društvenom razvoju lokalne zajednice i privrede. Budući da je prioritet nabavka od lokalnih dobavljača, skoro svi dobavljači sirovina sa kojima kompanija posluje su iz Srbije.

Kampanja „Društvo, ko vozi kući?“, koju HEINEKEN Srbija organizuje već četvrtu godinu zaredom, u saradnji sa GSP „Beograd“ i Agencijom za bezbednost saobraćaja, predstavlja odličnu platformu da se na jednostavan i prigodan način kompanija približi svojim potrošačima i ukaže na značaj odgovorne konzumacije



ODGOVORNA KONZUMACIJA

Kao jedan od vodećih svetskih proizvođača piva, kompanija HEINEKEN aktivno sprovodi aktivnosti koje za cilj imaju promociju umerenog i odgovornog uživanja u pivu, kao i podizanje svesti javnosti o posledicama neadekvatnog konzumiranja alkohola. Kroz svaku aktivnost i svaki poslovni potez, HEINEKEN se trudi da ukaže potrošačima i široj javnosti na važnost odgovorne konzumacije alkohola i štetnost njegove zloupotrebe. U tom smislu, sve komunikacijske aktivnosti u vezi sa kompanijom i brendovima iz širokog portfolija, promovišu odgovornu konzumaciju, istovremeno postavljajući najviše standarde etičkog ponašanja i korporativne odgovornosti.

U skladu sa ovim, akcija „Društvo, ko vozi kući?“ predstavlja odličnu platformu da se na jednostavan i prigodan način kompanija približi svojim potrošačima i ukaže na značaj odgovorne konzumacije. Kampanja „Društvo, ko vozi

kući?“, koju HEINEKEN Srbija organizuje već četvrtu godinu zaredom, u saradnji sa GSP „Beograd“ i Agencijom za bezbednost saobraćaja, ima za cilj podizanje svesti o važnosti odgovorne konzumacije alkohola i odgovornog ponašanja.

Kampanja je prvi put sprovedena 2013. godine u okviru Belgrade Beer Fest-a, jednog od najvećih festivala piva u ovom delu Evrope, i omogućila je siguran prevoz posetilaca do četiri ključne tačke u Beogradu. Tokom ovogodišnjeg Belgrade Beer Fest-a organizovan je besplatan prevoz i posetiocima iz Niša, Kragujevca i Novog Sada. U međuvremenu, akcija je zaživela na još dva festivala u Srbiji – Exit u Novom Sadu i Lovefest u Vrnjačkoj Banji. Puni autobusi svedoče o velikom uspehu akcije, s obzirom na to da je tokom četiri godine trajanja kampanje prevezeno više od 150.000 posetilaca.

Na samom mestu događaja u saradnji sa Agencijom za bezbednost saobraćaja organizovana je i „Safe zona“, u okviru koje su priređeni zanimljivi edukativni sadržaji o odgovornoj konzumaciji. Podeljeno je na hiljade lifleta o akciji „Društvo, ko vozi kući?“ u cilju informisanja posetilaca o odgovornoj konzumaciji, kao i o mogućnosti korišćenja organizovanog besplatnog prevoza, kako bi svi posetioци festivala bezbedno stigli svojim kućama.

Kompanija HEINEKEN Srbija kreirala je i posebnu aplikaciju za pametne telefone, putem koje su posetioци u svakom trenutku imali sve informacije potrebne za jednostavnije snalaženje i upotrebu besplatnog autobusnog prevoza, kao i ostale važne informacije, poput telefona za hitne slučajeve i muzičkog programa festivala. Podatak od milion poseta na aplikacijama, internet-stranama i društvenim mrežama, govori o interesovanju građana i neophodnosti ovakve akcije.

BRIGA O ZAPOSLENIMA KAO DEO DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

U 2016. godini kompanija HEINEKEN Srbija nastavila je da insistira na primeni najviših standarda kada je reč o sigurnosti na radnom mestu.

Kvalitetni uslovi rada i zadovoljstvo zaposlenih apsolutni su prioritet kompanije HEINEKEN Srbija. Kompanija posluje u skladu sa zakonima Republike Srbije, kao i striktnim globalnim procedurama, usklađenim sa regulativama Evropske unije, obraćajući posebnu pažnju na visok nivo kvaliteta radnih uslova i bezbednost svih zaposlenih. U potpunosti se poštuje i Akt o proceni rizika, kao najvažniji



U 2016. kompanija HEINEKEN Srbija nastavila je da insistira na primeni najviših standarda kada je reč o sigurnosti na radnom mestu

dokument koji reguliše oblast Bezbednost zdravlja na radu. Zdravlje i bezbednost zaposlenih predstavljaju prioritete kompanije HEINEKEN. U tom smislu, kompanija je oduvek posvećena kontinuiranom osiguravanju bezbednog i zdravog radnog okruženja. Prate se jasna i stroga pravila ponašanja unutar postrojenja za proizvodnju, kao i logističkih površina. Sprovode se redovne revizije bezbednosti, kao i procena rizika po poziciji i po mašini. Bezbednost je u suštinskoj vezi sa osnovnim HEINEKEN vrednostima, a naročito sa poštovanjem prema ljudima. Prvo HEINEKEN pravilo ponašanja je „Bezbednost na prvom mestu“.

Ove godine pokrenuta je i kampanja „Pravila koja spasavaju život“, kao direktna podrška HEINEKEN-ovom primarnom cilju i ambiciji da se do 2020. godine na globalnom nivou dostigne nulti broj radno izazvanih incidenata. Pravila se odnose na sve oblasti poslovanja uključujući i treća lica (dobavljače i izvođače radova).

OBJAVLJENI IZVEŠTAJI

Društveno odgovorno ponašanje kompanija HEINEKEN smatra strateškim opredeljenjem koje je suštinski važno za celokupan proces poslovanja. U tom smislu, HEINEKEN Srbija svake godine izveštava o svom napretku i dostignućima u oblasti održivosti.

Kompanija je ove godine izdala šesti po redu Izveštaj o održivosti. Svi objavljeni izveštaji dostupni su na sajtu HEINEKEN Srbija www.heinekensrbija.rs i globalnom HEINEKEN sajtu www.theheinekencompany.com.

Ciljevi kompanije HEINEKEN Srbija u godinama koje dolaze ostaju ambiciozni kao i do sada, te će kompanija nastaviti da podržava globalne napore da postane „najzeleniji“ proizvođač piva na svetu.

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE JE NAŠE STRATEŠKO OPREDELJENJE

Kompanija Mercator-S je svojim primerom kroz brojne aktivnosti podrške manifestacijama od značaja, kao i velikom broju institucija i organizacija, pokazala da je društveno odgovorna, dobar poslodavac i pouzdan partner. Kroz svoje brendove IDEA, Roda i Mercator, doprinela je razvoju sportskog, kulturnog i društvenog života, na teritoriji cele Srbije

BEOGRAD GRAD VAŠIH IDEA

IDEA, kao trgovinski lanac koji živi život zajedno sa Beograđanima, oseća kako Beograd diše i zna šta je potrebno kako bi život u njemu bio lepši. Zbog toga je pokrenula kampanju Beograd grad vaših IDEA, u okviru koje podržava veliki broj manifestacija od značaja, među kojima se nalaze Ulica otvorenog srca, Beogradski maraton, Noć muzeja, Beer fest, Beer garden, Karneval brodova, Beogradski sajam knjiga koji predstavlja jednu od manifestacija koje našu prestonicu stavljaju rame uz rame sa najboljim svetskim metropolama, ali i velike koncertne spektakle kao što je ove godine bio koncert Enrikea Iglesijasa.

Vođena idejom „Ko u Beogradu živi taj Beograd i stvara“, IDEA je otišla korak dalje i pružila je mogućnost Beograđanima da pored predloga koje bi želeli da daju, glasaju za najbolje ideje u odabranim IDEA prodavnicama ili putem web sajta www.BGvasihIDEA.rs i da zajedno sa IDEOM odaberu predloge i projekte koji su od značaja za grad, kvart, ulicu. Mnogobrojne inovacije i detalji koje Beograđani sami stvaraju, govore u prilog tome da je svaki Beograđanin stvaralac na svoj način. IDEA je to prepoznala i ove godine je unapredila kampanju, uključujući građane u odabir najboljih predloga koje će IDEA realizovati i time ulepšati život u prestonici. Početak kampanje obeležen je sjajnom izložbom fotografija naše prestonice, viđene očima vozača tramvaja na liniji 2, u čuvenoj gradskoj galeriji „Štab“.



Zahvaljujući velikom broju Beograđana, u odabranim beogradskim IDEA prodavnicama i na web sajtu www.BGvasihIDEA.rs prikupljen je veliki broj najrazličitijih ideja, a stručni žiri u sastavu Ivan Ivanović, Slavimir Stojanović, Slavoljub Stanković i Đuro Svilar, za svaki kvart je odabrao samo one za koje veruje da će Beograd učiniti lepšim



VOLIMO PRAZNIKE JER VOLIMO JEDNI DRUGE

IDEA karavan ljubavi, solidarnosti i radosti prošlog decembra krenuo je putevima Srbije i posetio sve domove za nezbrinutu decu, decu ometenu u razvoju, kao i korisnike koji se nalaze u prihvatilištima, mališane u nekoliko velikih klinika i mališane koji se nalaze u hraniteljskim porodicama. Više od 2.000 zaposlenih napravilo je pravu malu Deda Mrazovu radionicu i na taj način obezbedilo više od 3.000 poklona koje je IDEA karavan uručio u više od 65 gradova i opština širom Srbije. Ova lepa inicijativa, koju je pokazala IDEA, nastavlja se i ove godine, kako bi u domovima i prihvatilištima razveselila one najmlađe.

I to nije sve. Kako bi uskršnje praznike najmlađima učinila lepšim, IDEA je odlučila da ponovo pokloni ljubav i pažnju deci bez roditeljskog staranja i bar na jedan dan učini da njihovi snovi postanu stvarnost. Tako je i u aprilu pokrenula inicijativu „Uskršnji karavan“, sa kojom je još jednom obradovala mališane.

IDEA tim podelio je gotovo 500 poklon paketića deci koja se nalaze u Domu u Zvečanskoj ulici u Beogradu i SOS Dečjem selu u Sremskoj Kamenici. Veliko srce zaposlenih, želja da deci od malih nogu ulije poverenje i veru da se snovi ostvaruju, učinila je da i uskršnji karavan postane stvarnost i probudi radost u srcima ovih mališana.

IDEA tim podelio je gotovo 500 poklon paketića deci koja se nalaze u Domu u Zvečanskoj ulici u Beogradu i SOS Dečjem selu u Sremskoj Kamenici. Veliko srce zaposlenih, želja da deci od malih nogu ulije poverenje i veru da se snovi ostvaruju, učinila je da i uskršnji karavan postane stvarnost i probudi radost u srcima ovih mališana.

MERCATOR-S MISLI NA SVOJE ŠKOLARCE

Kompanija Mercator-S je i ove školske godine pokazala da misli na roditelje i njihove mališane, koji ove godine postaju školari. Svi zaposleni ove kompanije čija deca polaze u prvi razred, prvog septembra bili su oslobođeni svojih radnih obaveza, kako ne bi propustili priliku da, u jednom od najvažnijih dana u odrastanju, budu uz svoju decu i olakšaju im prvi dan u školskim klupama. Roda je čak i nastavnike Osnovne škole „Prota Stevan Popović“ iz Čumića, najstarije seoske škole u Srbiji, obradovala paketom od 1.000 svezaka, ali i Roda policom sa više od 250 knjiga koje su prikupili njeni zaposleni. Ovom prilikom najstarija seoska škola je od Rode dobila na poklon i 10 novih laptop računara s kojima je formiran prvi računarski kabinet u ovoj školi. IDEA je, u više od 50 osnovnih škola u Nišu, Kuli i Banatu, prvog septembarskog dana podelila gotovo 4.000 školskih poklon setova za sve prvake. Pored toga, školari u Osnovnoj školi „Kralj Petar I“ i Gimnaziji „Svetozar Marković“ u Nišu sredinom septembra su dobili po jednu EKO učionicu koja je deci ovih škola omogućila časove i u prirodi. I to nije sve. IDEA, kao moderan i inovativan trgovinski lanac, tokom cele odine utiče na podizanje svesti o tome da je zdrava užina preduslov zdravog odrastanja dece. Upravo s tim ciljem je i odlučila da na samom početku školske godine, u više od 300 svojih prodavnica širom Srbije, obezbedi voćnu užinu za više od 20.000 đaka širom Srbije i na taj način skrene pažnju na značaj zdrave voćne užine.



RODA – TAMO GDE JE SRCE MOJE

Kao ponosni sponzor Košarkaškog saveza Srbije, Roda je u svojim prodavnicama otvorila zvanične KSS šopove i tako veliki broj navijačkih suvenira učinila dostupnim svim ljubiteljima ovog sporta i to je bio samo početak projekta koji je pokrenut s ciljem još aktivnije promocije sportskih vrednosti. Svojim sponzorstvom Roda je posebnu pažnju posvetila seniorskoj reprezentaciji, ali i mlađim kategorijama među kojima se sigurno nalaze i oni koji su budućnost srpske košarke. Odmah nakon sjajnih rezultata naše košarkaške reprezentacije Roda je pozelela da svoje potrošače obraduje nsvakidašnjem događajem na kojem je velikom broju dece i odraslih bilo omogućeno druženje sa Milošem Teodosićem, Bogdanom Bogdanovićem, Milicom Dabović i Tamarom Radočaj. U ekskluzivnoj prodavnici Košarkaškog saveza Srbije, u Rodi, ovom prilikom su bili izloženi pehari sa gotovo svih takmičenja naše reprezentacije, uz koje su brojni posetioци mogli da osete duh jednog od najuspešnijih sportova u istoriji Srbije.

Odmah nakon uspeha naše seniorske reprezentacije stigla je još jedna lepa vest. Donacijom specijalnog košarkaškog terena na kojem su odigrani basket turniri širom Srbije, Roda je zajedno sa Košarkaškim savezom Srbije podigla kvalitet ovog takmičenja na viši nivo – na krov sveta. Roda 3x3 prvenstvo Srbije u basketu je u tom trenutku prema FIBA rang-listi i zvanično postalo najjače prvenstvo na svetu. Nismo zaboravili ni na velikane od kojih smo učili. Roda je s ponosom bila jedan od organizatora promocije autobiografije najvećeg srpskog sportskog funkcionera Borislava Stankovića „Igra mog života“, koja govori o jednoj sportskoj epohi viđenoj očima čoveka koji ju je u velikoj meri oblikovao. Po rečima urednika „Knjiga koja vaspitava generaciju“ na neki način predstavlja i autobiografiju košarke.



ZAPOSLENI U VOLONTERSKOJ AKCIJI ZA NAŠ BEOGRAD

Kao članica Foruma za odgovorno poslovanje i kompanija koja brine o najstarijim sugrađanima, Mercator-S se odazvao humanitarnoj akciji Naš Beograd, koja okuplja zaposlene najuzornijih društveno odgovornih kompanija s ciljem da im pruži priliku da doprinesu lokalnoj zajednici, učestvujući u ulepšavanju ambijenata i institucijama socijalne zaštite, školama, parkovima i vrtićima. Tako je više od 40 zaposlenih uređivalo dvorište Gerontološkog centra Beograd, na Bežanijskoj kosi i na taj način je njegovim stanarima ulepšan boravak i omogućeno kvalitetnije druženje i uživanje u prirodi.

MERCATOR CENTAR PODRŽAO NS 2021

Kompanija Mercator-S je u cilju promovisanja kulture i njenog daljeg razvoja, pružila podršku kandidaturi Novog Sada za evropsku prestonicu kulture, u čemu je ovaj grad i uspeo i tako postao prvi grad van Evropske unije koji je postao evropska prestonica kulture. Mercator centar je, u okviru ove inicijative, svim posetiocima pružio priliku da uživaju u izvođenju i premijeri simfonijskog orkestra NS 2021. U centralnom holu Mercator centra prisutni su doživeli nsvakidašnji muzički spektakl ovog simfonijskog orkestra koji je izveo najslavnije muzičke numere iz filmskih klasika.



ŠTA ZA NAS PREDSTAVLJA DRUŠTVENA ODGOVORNOST

Društvena odgovornost je naše najveće zadovoljstvo i zato smo ponosni što smo kroz IDEA, Roda i Mercator brendove bili donatori, sponzori i učesnici najvećih sportskih, kulturnih i drugih važnih događaja u Srbiji. Domaći filmovi, izložbe, događaji u muzejima, najveći koncerti i modne revije održavali su se pod pokroviteljstvom Mercator-S. Podstičemo izdavanje novih knjiga, trudimo se da mladi talenti, studenti i budući naučnici dobiju bolje uslove za usavršavanje. Roda je postala ponosni pokrovitelj Košarkaškog saveza Srbije, a IDEA je uz Crvenu zvezdu uvek, pa tako i u njenoj najboljoj godini u istoriji kluba. Lokalni pristup potrošaču i podrška lokalnoj zajednici u Beogradu, Banatu i Nišu postala je strategija

po kojoj smo postali prepoznatljivi i pokazali da smo deo lokalne zajednice u kojoj radimo.

Mercator-S, kao društveno odgovorna kompanija, doprinosi da sredina u kojoj posluje bude bolja za život. I to smo mi. Kompanija dovoljno velika da podrži i najveće događaje, a dovoljno moderna i fleksibilna da odgovori na ritam vremena u kojem pulsira i zadovolji potrebe svakog pojedinca.



POSLOVANJE U SKLADU SA SVETSKIM CSR PRAKSAMA

Strategija društvene odgovornosti kompanije Nelt zasnovana je na etičkom poslovanju i težnji da se pomogne stvaranju boljeg okruženja za zaposlene, partnere i širu društvenu zajednicu, uz ostvarivanje dobrih poslovnih rezultata i visok stepen odgovornosti prema životnoj sredini

UN GLOBALNI DOGOVOR

U februaru 2016. godine kompanija Nelt pridružila se Globalnom dogovoru, najvećoj svetskoj građanskoj inicijativi u okviru Ujedinjenih nacija, koja za cilj, pre svega, ima izgradnju društveno odgovornog poslovanja i tržišta. Ovim članstvom kompanije se obavezuju da svoje delatnosti usaglase sa deset univerzalnih principa iz oblasti ljudskih prava, rada, zaštite okoline i antikorupcije.

Nelt učestvuje u redovnim aktivnostima Radne grupe za promociju ciljeva održivog razvoja Globalnog dogovora u Srbiji, koje se baziraju na razmeni znanja kompanija članica u ovom domenu. U okviru serije prezentacija „Kako naše organizacije ostvaruju ciljeve održivog razvoja?“ u aprilu ove godine Nelt je predstavio primere svojih dobrih CSR praksi, fokusirajući se na cilj br. 4 UN ciljeva održivog razvoja koji se odnosi na podršku obrazovanju i edukaciji.

„DISTRIBUIRAMO ODGOVORNO“

Idući u korak sa savremenim CSR praksama, uz redovno izveštavanje o poslovnim rezultatima, kompanija Nelt



pokrenula je ove godine izveštavanje o učinku kompanije u ekonomskoj i društvenoj sferi i oblasti životne sredine. Prvi Neltov izveštaj o održivom poslovanju „Distribuiramo odgovorno“, objavljen u oktobru 2016. godine, kroz merljive pokazatelje predstavlja važne aspekte i dostignuća u oblastima odgovornosti prema tržištu, zaposlenima,

životnoj sredini i lokalnoj zajednici, u periodu 2014/2015. Izveštaj je izrađen prema međunarodno priznatoj metodologiji izveštavanja GRI (Global Reporting Initiative). Nezavisna međunarodna organizacija GRI daje smernice kompanijama, vladama i drugim organizacijama da razumeju i komuniciraju uticaj poslovanja na ključnim pitanjima održivosti, kao što su klimatske promene, ljudska prava, korupcija, zaštita životne sredine i mnogi drugi. GRI uvodi standard u izveštavanje omogućavajući da izveštaji budu uporedivi. U Srbiji je, do sada, ukupno 12 kompanija objavilo Izveštaj o održivom poslovanju prema GRI metodologiji.

Elektronska verzija prvog Neltovog izveštaja o održivom poslovanju dostupna je na sajtu www.nelt.rs.

IZGRADNJA EKOLOŠKE SVESTI UNUTAR ORGANIZACIJE

U cilju uspostavljanja efikasnog sistema upravljanje ambalažnim otpadom, kompanija Nelt potpisala je ugovor o saradnji sa kompanijom Sekopak, čime je Sekopak postao Neltov operater za upravljanje otpadom. Sistemskim upravljanjem ambalažnim otpadom Nelt podiže standarde kako u sektoru distribucije tako i u svom celokupnom poslovanju.

U okviru poslovnog kompleksa Nelta u Dobanovcima postavljena su dva eko-ostrva i eko-dvorište, a razvrstavanje je omogućeno i unutar kancelarija u celom kompleksu. Eko ostrva opremljena su kantama za razdvajanje kartona, papira, pet ambalaže, metala i stakla, dok se u eko-dvorištu vrši presovanje i slaže isključivo ambalažni otpad. U okviru ove saradnje kontinuirano se organizuje edukacija zaposlenih o neophodnosti zaštite životne sredine. U oktobru 2016. godine, kao poseban segment Neltove interne manifestacije „Safety Day“, realizovana je prezentacija na



The Way of Distribution

temu upravljanja otpadom, uz demonstraciju presovanja otpada u reciklažnom dvorištu. Za decu zaposlenih Nelta, u okviru tradicionalne manifestacije „Dečiji dan“ realizovana je i interaktivna edukativna predstava na temu reciklaže. Nelt i Sekopak će, takođe, raditi na upoznavanju javnosti sa „Zelenom tačkom“, međunarodnim simbolom koji ukazuje da se proizvodi i ambalaže sistemski recikliraju. Proizvodi iz portfolija, koje Nelt distribuira, označeni su „Zelenom tačkom“, čime se kupcima i potrošačima prenosi poruka o adekvatnom reciklažnom tretmanu proizvoda.



Predavanja i stručne mentorske radionice otvaraju prostor za intersektorsku saradnju, razmenu iskustava i unapređenje veština mladih, u skladu sa savremenim razvojem profesionalnog okruženja



DRUGI USPEŠAN CIKLUS NELT EDUKATIVNOG PROGRAMA

Kako bi se kroz neformalnu edukaciju i razmenu znanja studentima omogućilo da se pripreme za profesionalnu karijeru nakon završenih studija, kompanija Nelt u saradnji sa Galerijom 12 HUB, pokrenula je 2014. godine Nelt edukativni program „Interdisciplinarna saradnja kao potencijal razvoja mladih profesionalaca na polju umetnosti, nauke i novih tehnologija“. Uspesna praksa nastavila se i u sezoni 2016/2017, pokretanjem drugog ciklusa programa u saradnji sa G12HUB i dizajn inkubatorom Nova Iskra. Osnovna ideja Nelt edukativnog programa je da se kroz predavanja i stručne mentorske radionice otvori prostor za intersektorsku saradnju, razmenu iskustava i unapređenje veština mladih, u skladu sa savremenim razvojem profesionalnog okruženja. Nelt edukativni program predstavlja spoj umetnosti, novih tehnologija i nauke koji prevazilazi redovne studentske programe fokusirane na konkretne oblasti. Program je sastavljen iz niza radionica, gostujućih preda-

vanja i studijskih poseta. Sa studentima, izabranim putem konkursa, rade istaknuti evropski edukatori, umetnici i profesionalci iz različitih oblasti – od ekonomije i preduzetništva, preko kritičke teorije i kulturnog menadžmenta, do dramskih umetnosti, dizajna i novih tehnologija. Cilj programa je da učesnici kroz timski rad steknu praktične veštine iz domena dizajna i novih medija, kao i da se inspirišu i osnaže u težnjama da svoje ideje pretvore u realne projekte, čiji dalji razvoj kompanija Nelt može potencijalno podržati. U okviru drugog ciklusa Nelt edukativnog programa do sada su održane četiri radionice, jedna grupna poseta i jedna ekskurzija, uz redovni konsultantski rad sa studentima. U drugom ciklusu programa učestvuje i dvoje mladih polaznika iz Nelta, koji su putem internog konkursa dobili mogućnost da se pridruže studentima, polaznicima programa, sa kojima kroz ovu platformu razmenjuju znanja i iskustva. Kroz radionice koje su realizovane do sada, polaznici su imali priliku da proučavaju fenomene istorije, teatra, kulture i nauke, da se pozabave projektnim razmišljanjem u svim fazama od nastanka ideje do realizacije i da se upoznaju sa zvukom kao prostorom susreta savremenih naučnih i tehničkih dostignuća.



O KOMPANIJI NELT

Nelt, osnovan 1992. godine u Beogradu, danas je vodeća kompanija u regionu, na polju distribucije robe široke potrošnje, duvanskih i farmaceutskih proizvoda, logističkih usluga i trade marketinga. Deo je Nelt Grupe, organizacionog sistema koji sa sedištem u Srbiji povezuje 3.800 zaposlenih u 12 kompanija, u 7 zemalja na teritoriji Evrope - Srbiji, Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Makedoniji i Afrike – Angoli, Zambiji i Mozambiku. U Srbiji, Nelt zapošljava više od 1.700 ljudi u prodaji, marketingu, logistici i pratećim službama koje su podrška biznisu. Uz investicije u razvoj poslovanja i uvođenje novih tehnologija, kompanija kontinuirano ulaže u razvoj zaposlenih kroz treninge, coaching i mentoring tehnike i on-the-job učenje. Kompanija takođe teži da za svoje zaposlene kreira što prijatnije radno okruženje organizacijom različitih vrsta timskih aktivnosti i obezbeđivanjem brojnih pogodnosti za zaposlene i njihove porodice.

NAŠ ZAJEDNIČKI CILJ: PROMENA NABOLJE!

Društveno odgovorno poslovanje duboko je ukorenjeno u korporativne vrednosti Telekoma Srbija. Dok negujemo odgovoran odnos prema svakom pojedinom korisniku naših usluga, istovremeno se trudimo da budemo i pouzdani korporativni partner široj zajednici u kojoj poslujemo

Podrška mladima u cilju razvoja inovativnosti i preduzetničkog duha (mts app konkurs, mts startup ubrzanje), podsticanje napretka lokalne zajednice, podizanje svesti o bezbednosti, filantropija u oblasti zdravstva, nauke, kulture, vodeće su oblasti našeg delovanja na polju društveno odgovornog poslovanja. Budući da kompanija posluje na teritoriji cele zemlje, sa mrežom pouzdanih i odgovornih partnera vodimo računa o ravnomernom regionalnom razvoju i imamo istovetan tretman prema svim lokalnim zajednicama kada se radi o podizanju životnih uslova i stvaranja preduslova za njihov kontinuirani napredak.

U skladu sa osnovnim opredeljenjem kompanije da obogaćuje iskustvo korisnika ponudom usluga zasnovanih na savremenim tehnologijama, u središtu društveno odgovornih aktivnosti je i promovisanje pozitivnih i bezbednih načina korišćenja tih usluga (kampanje „Kada voziš, parkiraj telefon!“, „Biraš kako komuniciraš“), a tehnologiju primenjujemo i u inovativnim projektima koji približavaju nauku i umetnost široj publici („Teslin vremeplov“, izložba „Pupin – od duhovne do fizičke realnosti“).

I u narednim godinama opredeljenje kompanije biće da razvijamo projekte koji nam iz godine u godinu donose sve više poleta i pozitivne energije. Pozitivna energija svima nam je potrebna radi kontinuiranog ostvarivanja zajedničkog cilja a to su promene nabolje – za sve članove društva.

TELEKOM SRBIJA TESLI I PUPINU U ČAST

U čast obeležavanja 160. godišnjice rođenja Nikole Tesle, i sa željom da oda zahvalnost naučniku na čijim izumima počiva savremeni svet, kompanija Telekom Srbija osmislila je „Teslin vremeplov“, multimedijalni 4D spektakl koji je realizovan u Srbiji, a u saradnji sa ćerkama kompanijama i u Crnoj Gori i Bosni i Hercegovini.

Genijalni istraživački duh Nikole Tesle, njegovo naučno oblikovanje i proces logičkog razmišljanja prikazani su u nsvakadašnjim projekcijama na fasadama zgrada koje su poslužile kao „platno“ na kome su se na živopisan način slikom i zvukom dočaravale skice iz Teslinog života. Tokom šest meseci, u sedam gradova regiona (Beogradu, Novom Sadu, Nišu, Kragujevcu, Budvi, Herceg Novom i Banjaluci) više od milion ljudi je, što uživo, što u direktnim prenosima preko društvenih mreža, portala i mts TV-a, sa oduševljenjem gledalo magične prizore inspirisane Teslinim detinjstvom, životom i naučnim radom kojim je zadužio čitav svet.

„Teslin vremeplov“ spojio je umetnost i savremenu tehnologiju putem 4D mapiranja koje „oživljava“ statične objekte i pretvara ih u živopisne digitalne prikaze. Ovaj projekat dočarao je viziju Teslinih naučnih i mirovnih dostignuća – bežični prenos, globalnu povezanost ljudi,



U čast obeležavanja 160. godišnjice rođenja Nikole Tesle, i sa željom da oda zahvalnost naučniku na čijim izumima počiva savremeni svet, kompanija Telekom Srbija osmislila je „Teslin vremeplov“, multimedijalni 4D spektakl

neometanu komunikaciju i lepši i bolji život za sve ljude, što su ujedno i poslovni i filantropski ciljevi kompanije Telekom Srbija.

Pored „Teslinog vremeplova“ i „Virtuelnog muzeja Nikole Tesle“, interaktivne platforme o životu i naučnom radu našeg velikog naučnika, Telekom Srbija je odao počast i Mihajlu Pupinu, pokrenuvši Virtuelni muzej „Mihajlo Pupin“ i interaktivnu izložbu u Istorijskom muzeju Srbije pod nazivom „Pupin – od duhovne do fizičke realnosti“. Ono što je ovu postavku činilo jedinstvenom jeste upotreba tehnologije proširene stvarnosti i prostornih instalacija uz pomoć kojih je publika imala priliku da zvukom i slikom zakorači u Pupinov svet.



MTS STARTAP UBRZANJE

U okviru podrške preduzetničkim inicijativama u IKT-u, Telekom Srbija pokrenuo je program „mts startup ubrzanje“, koji predviđa mentorstvo i novčanu nagradu od 20.000 evra za startup timove. Program je pokrenut u saradnji sa neprofitnim udruženjem SEE ICT koje već pet godina uspešno organizuje Startup akademiju, edukativnu platformu za preduzetničke timove u oblasti informaciono-komunikacionih tehnologija.

Namenjeno preduzetnicima koji pohađaju Startup akademiju, „mts startup ubrzanje“ se sastoji od novčanog podsticaja za tri tima koja ostvare najveći napredak tokom Akademije. Pored novčanog iznosa, mts će preduzetničkim timovima obezbediti i telekomunikacione usluge, cloud servis i internet pristup putem optičke veze, dok će stručnjaci iz kompanije u programu Akademije imati mentorski angažman.

Telekom Srbija deli opredeljenje organizacije SEE ICT da kroz raznovrsne programe, do 2020. godine u Srbiji obuča 100.000 IT stručnjaka, tako da kompanija i na ovaj način doprinosi realizaciji tog zajedničkog cilja – unapređenja poslovnog okruženja u ovom sektoru.

Pokretanje programa „mts startup ubrzanje“ predstavlja nastavak uspešne saradnje sa udruženjem SEE ICT, budući da je Telekom Srbija u protekle dve godine podržao otvaranje dva Startit centra, u Beogradu i Indiji, u kojima ovo udruženje sprovodi svoje edukativne programe

namenjene tehnološkim preduzetnicima. Neophodna telekomunikaciona infrastruktura biće tako obezbeđena i u Startit centrima koji će do kraja 2016. godine biti otvoreni u Novom Sadu, Vršcu, Zrenjaninu, Valjevu i Majdanpeku.

MTS APP KONKURS

Telekom Srbija je 2011. godine pokrenuo „mts app konkurs“ za izradu aplikacija za mobilne uređaje u cilju doprinosa neformalnim vidovima obrazovanja, razvoja preduzetničkog duha kod mladih i povezivanja sa osnovnom delatnošću kompanije.

U okviru šestog konkursnog ciklusa, u cilju prezentacije konkursa, tim zaposlenih u kompaniji posetio je matematičke i računarske gimnazije u Senti, Novom Sadu, Beogradu, Sremskoj Mitrovici, Šapcu, Valjevu, Kragujevcu, Kraljevu, Požegi i Nišu.



Učenici su upoznati sa dosadašnjim iskustvima, idejom i uslovima konkursa koji, pored većeg broja škola, u novom ciklusu uvodi i mogućnost za učenike da programiraju aplikacije ne samo u Android™ operativnom sistemu, nego i u iOS-u. Takođe, pozvani su da razmisle na koji bi način njihova aplikacija mogla da doprinese rešavanju nekog problema u zajednici, ili kako bi mogla da se poveže sa nekom od mts usluga.

U skladu sa značajem koji je Telekom Srbija prepoznao u preduzetničkoj inicijativi mladih, prezentacije je upotpunilo izlaganje predstavnika udruženja SEE ICT, kao partnera kompanije na polju preduzetništva u oblasti IKT. Cilj konkursa je i jačanje timskog duha i saradnje među učenicima koji u periodu posle prezentacija na konkurs prijavljuju svoje ideje, a kasnije i gotove aplikacije. Tim učenika čija aplikacija bude najuspešnija prema postavljenim kriterijumima, odnosi pobjedu na konkursu i dobija priliku da poseti Svetski kongres mobilne telefonije u Barseloni.

O uspehu „mts app konkursa“ govore sve veća zainteresovanost učenika, broj od 68 aplikacija koje su do sada prezentovane na konkursu, kao i činjenica da je konkurs uvršten u selekciju prestižne evropske organizacije CSR Europe.

BIRAŠ KAKO KOMUNICIRAŠ

U saradnji sa Elektrotehničkim fakultetom Univerziteta u Beogradu i pod pokroviteljstvom Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija, Telekom Srbija pokrenuo je društveno odgovornu kampanju „Biraš kako komuniciraš“, u kojoj se korisnici mobilne telefonije savetuju na koji način da smanje izloženost elektromagnetnom zračenju.

Na sajtu kakokomuniciras.rs, kao i na FB stranici „Kako komuniciraš“ mogu se naći saveti o pravilnoj upotrebi mobilnih uređaja, informacije o izvorima elektromagnetnog zračenja, kao i objašnjenja o funkcionisanju mobilne mreže. U Srbiji ima više od 10 miliona korisnika mobilne telefonije i osnovna ideja kampanje jeste da se svi oni upoznaju sa time kako radi mobilna mreža i kako da smanje svoju izloženost elektromagnetnom zračenju kao neminovnoj posledici korišćenja mobilnih, ali i drugih uređaja na koje smo svakodnevno upućeni.

Kampanja „Biraš kako komuniciraš“ nastala je na naučnim rezultatima istraživačkog projekta „Lexnet“, organizovanog pod pokroviteljstvom Evropske unije, u čijem radu su iz Srbije učestvovali predstavnici Telekoma Srbija i Elektrotehničkog fakulteta.

KAKO DA SE ŠTO MANJE IZLAŽEŠ ZRAČENJU MOBILNE TELEFONIJE



www.kakokomuniciras.rs

BIRAŠ KAKO KOMUNICIRAŠ

Telekom Srbija



TELENOROV KONCEPT DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI



Kompanija Telenor deo je industrije koja je jedan od ključnih pokretača promene i održivosti. Proizvodi i usluge koje Telenor nudi igraju važnu ulogu u životu ljudi i omogućavaju pozitivne promene u čitavom društvu. Brz internet i napredne tehnologije mogu da unaprede živote pojedinaca, a povezani pojedinci pomažu razvoj i rast društva. U proteklih deset godina, od ulaska na tržište Srbije, Telenor je pokrenuo brojne inicijative koje su kroz preko 150 projekata realizovanih u saradnji sa više od 350 partnera uticale na unapređenje društva, primarno u domenima zaštite ugroženih ciljnih grupa, razvoju kulture i zaštiti prirodne sredine

ZAPOSLENI KAO POKRETAČKA SNAGA

Kompanija Telenor je u anketi Srpske asocijacije menadžera (SAM) i u 2015. godini proglašena za najboljeg poslodavca u Srbiji. Kriterijumi na osnovu kojih su rangirani nominovani poslodavci bili su: radni uslovi i motivacija, mogućnost stručnog usavršavanja, zadovoljstvo zaposlenih, reputacija kompanije i društvena odgovornost. Znajući da samo oni koji kontinuirano unapređuju svoja znanja, veštine i sposobnosti mogu da idu u korak sa sve zahtevnijim potrebama tržišta, u Telenoru je razvoj zaposlenih na prvom mestu, što dokazuje prva nagrada Stanton Chase-a za razvoj talenata i menadžera. U izboru je učestvovalo 17 domaćih i međunarodnih kompanija, uključujući i Microsoft, IBM i NIS, a u tako oštroj konkurenciji, programi za razvoj mladih talenata i menadžmenta Telenora ocenjeni su kao najbolji. Vrednosti i kodeks ponašanja unutar kompanije, Telenor uspešno prenosi i na svoje partnere. Čvrsto utemeljenom politikom i inovativnim programom Telenor zastupa i obezbeđuje odgovorno i održivo poslovanje u celom lancu nabavke, koji čini preko 500 domaćih i inostranih kompani-

ja i preduzetnika. Neprekidan proces edukacije partnera ima za cilj da i kod njih razvije kulturu zdravlja i bezbednosti na radu, poštovanja ljudskih i radničkih prava, poslovnu etiku i ekološku svest.

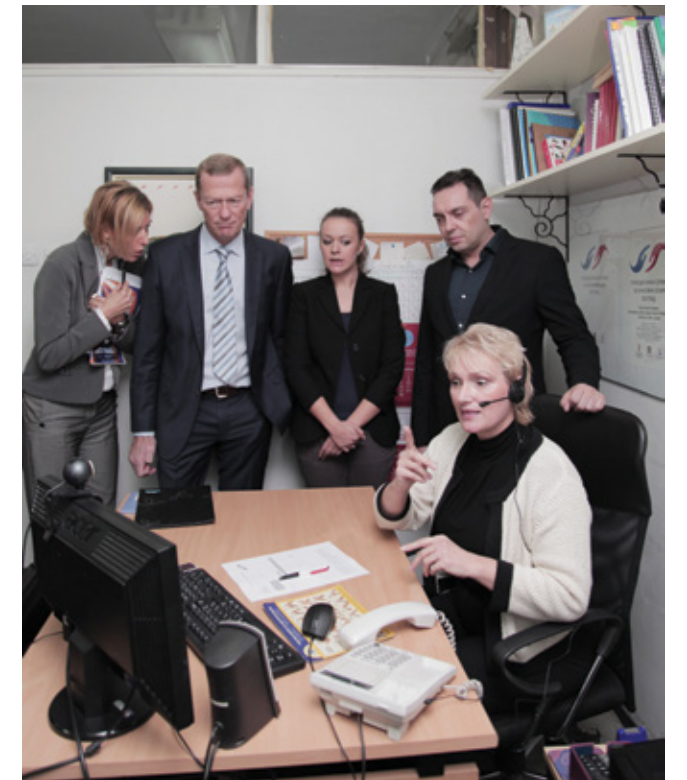
VIŠE OD POVEZANOSTI

Iz godine u godinu postaje jasnije da internet i mobilne komunikacije doprinose društvenoj integraciji omogućavajući ljudima da ostanu u kontaktu gde god da se nalaze. Pristup internetu i digitalnim servisima jeste način da se pobeđe siromaštvo, nepismenost i loše zdravstveno stanje, kao i da se pomogne ljudima. Tokom prethodne godine, Telenor je proširio partnerstvo u okviru projekta „Povezivanje“, koji već šest godina sprovodi Ministarstvo zdravlja, UNICEF i Telenor. Cilj projekta jeste inkluzija pripadnika romske populacije kroz program zdravstvenih medijatorki. Zahvaljujući radu 75 medijatorki u 59 gradova i opština Srbije, registrovano je 140.408 osoba i prvi put u Srbiji imamo bazu podataka o Romima, koju koriste državne institucije. Romske zdravstvene medijatorke su za samo nekoliko godina dovele do ogromnog napretka u životima romskih porodica. Svako dete dobilo



Telenor teži ka tome da održi rodnu ravnopravnost zaposlenih, pa tako u kompaniji radi 46 odsto muškaraca i 54 odsto žena. Na rukovodećim pozicijama zaposleno je 56 odsto muškaraca i 44 odsto žena

je svog izabranog pedijatra, a povećan je i broj trudnica koje koriste prenatalne i postnatalne zdravstvene usluge. Ne samo da se drastično povećao pristup zdravstvenim uslugama i prepolovila smrtnost romske dece u romskim naseljima, nego je njihov rad pomogao romskim porodicama da ostvare i mnoga druga prava koja im pripadaju. Projekat „Povezivanje“ pokazuje na koji način Telenor, pov-





avljen je dugogodišnji projekat „Internet za sve“, u kojem je više od 20 škola i edukativnih centara opremljeno internetom i kompjuterima.

BEZBEDNI ONLAJN

Internet obogaćuje dečji svet, ali dečja potreba za istraživanjem donosi i rizike. Kao posebno osetljiva grupa, deca zaslužuju veliku pažnju i podršku iz okruženja kako bi izbegla sve opasnosti i uživala u sigurnom korišćenju interneta. Zbog toga Telenor, zajedno sa iskusnim partnerima, aktivno promovise bezbedno korišćenje komunikacionih tehnologija kod dece i tinejdžera, ali i kod nastavnika i roditelja.

Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, UNICEF i kompanija Telenor započeli su, još 2012. godine, projekat „Zaustavimo digitalno nasilje“ u okviru kog je prošle godine realizovana kampanja #Prvo razmisli. Tim projektom obuhvaćeno je preko 10.000 učenika, kao i više od 4.000 nastavnika i isto toliko roditelja, dok našu edukativnu stranicu na Fejsbuku „Biraj reči, hejt spreči“ prati preko 15.000 ljudi. Razvijena je i SOS platforma za pomoć mladima – žrtvama digitalnog nasilja. Ona uključuje profesionalnu podršku profesora, odnosno mentora i studenata psihologije i sadrži niz mehanizama za prevenciju i zaustavljanje digitalnog nasilja. Aplikacija je dostupna na Telenorovoj fejsbuk-stranici i na stranici „Biraj reči, hejt spreči“. Kao deo projekta „Zaustavimo digitalno nasilje“, Telenor fondacija organizovala je događaj pod nazivom „Sajber bukvar“ za 4.000 učenika osnovnih škola u cilju edukaci-



ežujući osnovnu delatnost sa društveno odgovornim aktivnostima, dugoročno pristupa rešavanju jednog krupnog sistemskog problema.

Kao početak akcije pružanja systemske podrške zajednici gluvih i nagluvih osoba u Srbiji, krajem prethodne godine otvoren je Telecentar, prvi onlajn audio-vizuelni servis za prevođenje na znakovni jezik na Balkanu. Otvaranje tog centra, kao i druge aktivnosti preduzete u okviru te inicijative imaju za cilj da omoguće potpunu inkluziju za gotovo 100.000 gluvih i nagluvih osoba, koliko ih ima u Srbiji.

Osim računarske opreme i interneta namenjenih domovima za gluvu i nagluvu decu, Telenor fondacija obezbedila je računare, internet i pristup portalu „Super škola“ za dve bolnice, kako deca koja se nalaze na dužem lečenju ne bi značajno zaostajala u školskom gradivu. Takođe, donacijama u Mionici, Barama i Ljigu, tokom protekle godine, nas-



Generisali smo i reciklirali 33,205 tona elektronskog i električnog otpada u 2015. godini, što je 50 odsto više nego u 2014. U odnosu na prethodnu godinu, potrošnju grejanja smanjili smo za 31 odsto

je o bezbednom ponašanju na internetu. Muzičko-scenski događaj organizovan je u partnerstvu sa kompanijom Huawei i uz podršku Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, Ministarstva unutrašnjih poslova i UNICEF-a. Mnogobrojne zvezde iz sveta muzike, televizije i sporta, među kojima i Ajs Nigrutin i mlade YouTube zvezde „Yasserstain“, upoznale su učenike petog i šestog razreda osnovnih škola iz Beograda, putem muzike i skečeva, s tim na koji način mogu da budu bezbedni onlajn.

OČUVANJE ŽIVOTNE SREDINE

Kompanija Telenor je od dolaska na tržište Srbije posvećena i temi zaštite životne sredine. Svojim primerom Telenor želi da skrene pažnju na očuvanje prirode i raspoloživih resursa, te zato posvećuje veliku pažnju razvoju svesti zaposlenih koji su glavni promoteri pravilnog i održivog



odnosa prema životnoj sredini. U cilju kontrole uticaja poslovanja na životnu sredinu, Telenor posluje u skladu sa svim zahtevima međunarodnog standarda ISO 14001.

ODGOVORAN PARTNER LOKALNE ZAJEDNICE

Telenor se uključuje u sve akcije koje su od nacionalnog značaja. Tokom 2015, putem 41 humanitarnog broja, poslato je 470.000 poruka i prikupljeno 46.445.880,94 RSD (470.001 poslata poruka).

Telenor je uključen u globalnu inicijativu za povezivanje društveno odgovornih kompanija sa agencijama Ujedinjenih nacija, privredom, vladama i civilnim društvom. Ta najveća svetska dobrovoljna inicijativa, nazvana Globalni dogovor UN-a, nastala je radi unapređenja deset univerzalno prihvaćenih principa o zaštiti ljudskih i radnih prava, očuvanju životne sredine i borbi protiv korupcije.

Takođe, Telenor Srbija je član Foruma za odgovorno poslovanje, mreže vodećih kompanija koje doprinose razvoju zajednice podstičući razvoj društveno odgovornog poslovanja i uspostavljanje trajnih i stabilnih društveno odgovornih praksi u poslovnom sektoru.



VIP MOBILE - ZA BOLJU ZAJEDNICU I NEKE DRUGE PRIČE



Kao najmlađi telekomunikacioni operater u zemlji, znali smo da je neophodno da budemo drugačiji i uvedemo promene. Znamo da na mlađima svet ostaje, zbog čega smo želeli da svojim primerom pokažemo koliko je važna odgovornost prema zajednici u kojoj živimo i radimo. Vip je inicijator projekata koji čine Srbiju lepšim mestom za život i kroz koje poručuje neke druge priče, priče poverenja i zajedništva, pa smo u prethodnih devet godina pomogli mlade i stare, uticali na razvoj kulture i sporta, otvorili i razrešili brojna ekološka pitanja, i tako postavili temelje odgovornog, humanitarnog delovanja u poslovnom svetu. Vrata Vipa su uvek otvorena za zajednicu i svi koji žele da budu pokretači promena i pričaju neke druge priče, kod nas su uvek dobrodošli!



VIP DIGITALNE RADIONICE ZA STARIJE

Najnovije statistike pokazuju da Srbija po stepenu razvijenosti informatičkog društva i digitalne pismenosti kasni šest puta za Slovenijom i Hrvatskom, a čak 30 do 90 puta za zemljama Evropske unije. Na ove brojke utiče i veliki broj starijih građana koji izbegavaju korišćenje interneta i računara, često zbog straha od nepoznatog ili nedostatka znanja o korišćenju digitalnih tehnologija. Sa ciljem da starije građane integriše u društvo i olakša im dolazak do informacija i komunikaciju sa porodicom i prijateljima, kompanija Vip je u saradnji sa Organizacijom za međugeneracijsku saradnju 35+ još 2014. godine pokrenula projekat „Vip digitalne radionice za starije“. Ove godine, tokom petodnevnih besplatnih radionica, najstariji Kragujevčani, Vranjanci, Novopazarci, Somborci i Beograđani imali su priliku da savladaju osnovna znanja iz oblasti korišćenja računara, interneta, društvenih mreža i različitih digitalnih uređaja.

PODRŠKA ZAJEDNICI

Vip novogodišnja donacija

U proteklih osam godina, Vip mobile je tokom novogodišnje donacije zajedno sa svojim korisnicima donirao značajna sredstva za podršku slepim i slabovidim osobama, žrtvama trgovine ljudima, mališanima sa autizmom, deci oboleloj od astme i najmlađima koji su lečeni od malignih bolesti.

Ove godine, pomogli smo jednoj školjci da se otvori i otkrije svoje bisere. Novogodišnja donacija u vrednosti od tri miliona dinara uručena je udruženju samohranih roditelja i porodica dece sa invaliditetom „Plava školjka“, čime je označen početak zajedničkog projekta „Vidljive i nevidljive veze“. Ovaj projekat pokrenut je sa ciljem da osnaži i unapredi položaj dece sa invaliditetom kroz digitalno opismenjavanje i upotrebu asistivne tehnologije. Novčana sredstva upotrebljena su za nabavku opreme bazirane na asistivnoj tehnologiji, uručenoj na trajno korišćenje udruženjima i ustanovama širom Srbije koja okupljaju decu sa invaliditetom i njihove roditelje. Edukativni karavan podrške obišao je više od 10 mesta širom zemlje u cilju unapređenja položaja i inkluzije dece i mladih sa invaliditetom u manjim sredinama. Verujemo da na ovaj način, zajedno sa našim korisnicima, dugoročno doprinosimo rešavanju problema inkluzije dece sa invaliditetom, kao i da smo uspeali da dodatno skrenemo pažnju javnosti na izazove sa kojima se ovi mališani i njihove porodice svakodnevno suočavaju.

HUMANITARNI SMS BROJEVI

Godinama unazad, period novogodišnjih i božićnih praznika za zaposlene i korisnike Vipa znači vreme darivanja. Uspostavljanjem SMS humanitarnih brojeva, Vip omogućava svojim korisnicima da budu donatori i pomognu prikupljanje sredstava za društveno korisne i filantropske akcije, za koje je samo tokom 2015. godine prikupljeno preko 23 miliona dinara.



VOLONTERSKE AKTIVNOSTI ZAPOSLENIH

Kako bi pomogli rešavanje problema zajednice, doprineli njenom razvoju i podržali ugrožene društvene kategorije, zaposleni u Vipu su uvek spremni da budu deo različitih volonterskih aktivnosti, kao i da pozivaju druge da se priključe. Tokom godine, bavljali su se podučavajući starije građane kompjuterskim veštinama u okviru projekta „Digitalne radionice“, učestvovali su na osmomartovskom humanitarnom turniru u kuglanju, UNICEF Fer plej turniru u basketu i Fruškogorskom maratonu. Kao i prethodnih godina, zaposleni kompanije podržali su akciju „Naš Beograd“, tokom koje je celo jedno Vip „odeljenje“ uredilo dvorište Osnovne škole „Radivoj Popović“ u Zemunu, i učenicima sa oštećenim sluhom i govorom pružilo prijatnije i lepše mesto za odmor. Takođe, u Vipu se vodi računa o zaštiti životne sredine i obeležavaju se ekološki datumi, pa su tako Vipovi zaposleni zajedno sa mališanima iz vrtića „1001 radost“ obeležili Dan planete Zemlje sadnjem bašte sa začinskim biljem, Međunarodni dan zaštite ozonskog omotača uređenjem dečjeg igrališta u okviru Vip vrtića, kao i Dan bez automobila učešćem u akciji „Samo ne autom“.



VIP I ODBOJKAŠKI SAVEZ SRBIJE – UIGRANI TANDEM NA MREŽI

Kao generalni sponzor Odbojkaškog saveza Srbije (OSS), Vip podržava nacionalne timove i dvoransku odbojku, ali i organizuje profesionalne turnire u odbojci na pesku Vip Beach Masters - Nacionalno prvenstvo u odbojci na pesku, kako bi popularizovao ovaj atraktivni sport i promovisao mlade talentovane igrače. Spajajući takmičarski duh, dobru atmosferu, ali i lepotu ovog dinamičnog kolektivnog sporta, ovo prestižno takmičenje okuplja najbolje odbojkaše iz Srbije i regiona i doprinosi poboljšanju kvaliteta odbojke u našoj zemlji. Deveto po redu prvenstvo, održano je u čak devet gradova Srbije - Kraljevu, Čajetini, Velikom Gradištu, Baču, Zrenjaninu, Somboru, Šapcu, Novom Sadu i Beogradu, gde su proglašeni novi šampioni i šampionke. U svim gradovima domaćinima turnira organizovana je i Vip



U okviru partnerstva sa Odbojkaškim savezom Srbije kompanija Vip mobile realizuje i brojne društveno odgovorne projekte u cilju popularizacije sporta kod dece i omladine

VIP EKOMOTIVACIJA

Kompanija Vip mobile ne samo da ima odgovornost prema svojim korisnicima, već svakodnevno pokazuje odgovornost i prema sredini u kojoj posluje. Vip svoju ulogu u društvu teži da ostvari smanjenjem štetnog uticaja na životnu sredinu, a svoje poslovanje da uskladi sa principom održivog razvoja. Uz kontinuirano i savesno praćenje i poštovanje zakonske regulative iz ove oblasti, kao i standarda ISO 14001 za koji smo sertifikovani, težimo da podignemo svest o zaštiti životne sredine prvenstveno kod naših zaposlenih, a zatim da tu pozitivnu praksu primenimo i van okvira naše kompanije.

Ove godine, više od 45 obrazovno-vaspitnih ustanova širom Srbije uključilo se u međunarodni program „Eko-škole“, koji u Srbiji sprovodi strukovno udruženje Ambasadori održivog razvoja i životne sredine, a podržava kompanija Vip mobile. Ovaj program ima za cilj da deci i mladima od predškolskog do visokoškolskog uzrasta širom Srbije omogući da razviju i jačaju svest o značaju očuvanja životne sredine kroz učešće u različitim aktivnostima poput obeležavanja značajnih eko-datuma, organizacije predavanja i radionica, eko-kviza, uređenja školskog dvorišta i izgradnje eko-bašta. Osim projekta „Eko-škole“, Vip podržava i međunarodni program „Mladi eko-reporteri“ sa ciljem da se deca i mladi podstaknu na odgovorno ponašanje prema životnoj sredini istovremeno ih pozivajući da sami prepoznaju probleme u svojoj okolini i predlože potencijalna rešenja.

Beach Masters škola odbojke, koja je namenjena mladim talentima uzrasta do 14 godina, koji imaju priliku da besplatno uče od zvaničnog promotera profesionalnog šampionata u odbojci na pesku, Vanje Grbića. Od svog osnivanja pre šest godina, kroz ovu školicu prošlo je više od 12.000 dečaka i devojčica.

U okviru partnerstva sa Odbojkaškim savezom Srbije kompanija Vip mobile realizuje i brojne društveno odgovorne projekte u cilju popularizacije sporta kod dece i omladine.

SREĆA SE IGRA

Uživajući u tituli jedne od najistaknutijih evropskih manifestacija, Beogradski festival igre svakog proleća okuplja najprestižnije plesne kompanije i predstavlja publici atraktivan izbor naslova sa svetske scene. Kao glavni partner Beogradskog festivala igre, Vip mobile je uveo prepoznatljiv model ulaganja velikih kompanija u srpsku kulturu, dok zajednički kreiran slogan „Komunikacija u pokretu“, najbolje odlikava snagu devetogodišnje saradnje. Popu-

larizaciji umetničke igre u Srbiji Vip doprinosi i nagradom „Vip poziva“, jedinstvenim priznanjem koje se dodeljuje istaknutim umetnicima sa naših prostora sa izgrađenom igračkom karijerom u inostranstvu, zatim novinarskom nagradom „Vip iskorak“, ali i kroz projekat za najmlađe „Vip talenti“ tokom koga stručnjaci iz sveta umetničke igre kroz edukativne i praktične radionice usmeravaju mlade baletске talente na njihovom putu profesionalnog bavljenja umetničkom igrom.



IDEJE ZA BOLJE SUTRA

UniCredit Banka već 15 godina podržava brojne aktivnosti sa željom da doprinese ekonomskom i socijalnom razvoju lokalnih zajednica u kojima posluje. Pored toga, svojom podrškom pokušavamo da pomognemo očuvanju kulturne baštine, razvoju mladih i sporta, rešavanju pitanja ugroženih kategorija stanovništva. Kao i svaka društveno odgovorna kompanija, na taj način nadograđujemo svoju reputaciju na tržištu. Zahvaljujući kontinuiranoj podršci matične grupacije, UniCredit, UniCredit fondacije i Fondacije UniCredit i univerziteta, do sada je investirano skoro dva miliona evra u aktivnosti ove vrste u Srbiji

PROJEKAT "MIGRACIJE"

Jedan od prvih projekata koji je banka sprovedla na lokalnom nivou jeste projekat "Migracije", koji je implementiran u okviru čitave UniCredit Grupe, kako bi se skrenula pažnja na jedan od gorućih problema današnjice - migracije. Uzimajući u obzir činjenicu da je u trenutku kada je projekat započet više od pola miliona izbeglica i interno raseljenih lica živelo u kolektivnim centrima širom Srbije, UniCredit Banka je, u saradnji sa UniCredit fondacijom, od 2008. do 2012. godine obezbedila bespovratna sredstva u ukupnom iznosu od preko milion evra kako bi im omogućila da se lakše integrišu u lokalnu zajednicu, pokrenu sopstveni biznis i na taj način postanu ekonomski održivi. Projekat "Migracije" je na lokalnom nivou obuhvatao tri manja projekta: - EaSIER - Socijalna i ekonomska integracija izbeglih i raseljenih lica u kolektivnim centrima u Srbiji, usmerena na humanitarnu, medicinsku i pravnu pomoć, kao i psihosocijalnu podršku i ekonomsko jačanje izbeglih i interno raseljenih lica. Kroz ovaj projekat obezbeđena je direktna pomoć za više od 3.000 ljudi.

- RAISE – Ruralna i poljoprivredna integracija u podržavajućoj okolini sa ciljem rešavanja stambenog pitanja i nezaposlenosti. Ovom prilikom 139 porodica je dobilo bespovratna sredstva u iznosu od 2.000 evra namenjenih za započinjanje samostalnog biznisa.
- 1.000 mladih lidera – UniCredit je, sa 100.000 evra, podržao inicijativu Narodne kancelarije predsednika Republike Srbije dodelivši stipendije najtalentovanim studentima, motivišući ih na taj način da svoju profesionalnu karijeru započnu u Srbiji.

KONKURS "IDEJA ZA BOLJE SUTRA"

Tokom prethodne godine, banka je veliki deo svojih resursa i vremena uložila u sprovođenje drugog izdanja konkursa „Ideja za bolje sutra“. U okviru konkursa, sprovedenog u saradnji sa UniCredit fondacijom i Fondacijom „Ana i Vlade Divac“, a uz podršku Smart kolektiva i Turističke organizacije Srbije, dodeljena su bespovratna sredstva u ukupnom



iznosu od 45.000 evra sa ciljem da se doprinese razvoju socijalnog poslovanja i postojećeg biznisa. Za grantove u iznosu od 5.000 to 10.000 evra prijavila su se socijalna preduzeća, preduzeća koja ostvaruju prihode proizvodnjom i prodajom robe i usluga i koja imaju socijalni cilj kao glavni razlog aktivnosti, preduzeća koja reinvestiraju deo profita radi dostizanja svog socijalnog cilja, male zadruge, udruženja građana, društva sa ograničenom odgovornošću, zanatske radionice i drugi. Od ukupno 67 ideja za proizvode ili usluge koje mogu na najbolji način da predstavljaju Srbiju u inostranstvu, stručni žiri je izabrao sedam najboljih. Prvo izdanje konkursa sprovedeno je 2013. godine, kada su za razvoj devet ideja dodeljeni grantovi u ukupnom iznosu od 65.000 evra, a pored socijalnih preduzeća priliku da razviju svoje poslovne ideje su dobili i pojedinci i porodice.

MIKRO MARKETING BUDŽET

Poslednjih šest godina, UniCredit Banka pruža kontinuiranu podršku tradicionalnim manifestacijama od izuzetnog značaja za lokalne zajednice. Tako smo do sada imali prilike da podržimo organizaciju događaja kao što su „Dani Bore Stankovića“, „Dani Zorana Radmilovića“, „Mokranjčevi



dani“, ali i „Somborski kotlić“, „Dečji karneval u Paraćinu“ i mnogi drugi. Pored toga, u cilju podrške širenju italijanske kulture i jezika u Srbiji i unapređenja privredne saradnje između naše dve zemlje, UniCredit Banka je bila partner događaja „Buongiorno Italia“, koji je po prvi put organizovala Komora italijansko-srpskih privrednika. Osim toga, banka je podržala i otvaranje trećeg Italijanskog kulturnog centra u našoj zemlji, „Piazza Italia“ u Subotici.





UNICREDIT GODINA VOLONTIRANJA

Ovu godinu UniCredit Banka je proglasila Godinom volontiranja. Pored toga što je banka nastavila sa svojim redovnim aktivnostima iz domena društveno odgovornog poslovanja, odlučili smo da društvu poklonimo dodatnu vrednost koja može da se koristi na dugoročnom nivou – znanje i ekspertizu naših zaposlenih. Cilj ove inicijative je bio da se što veći broj zaposlenih uključi u skoro sve društveno odgovorne aktivnosti dajući svoju najveću vrednost – veštine za uspešno poslovanje.

Za početak, priključili smo se aktivnostima koje sprovodi organizacija Dostignuća mladih u Srbiji. Naime, u okviru

nacionalnog finala takmičenja "Poslovni izazov" petoro kolega preuzelo je ulogu mentora za pet grupa srednjoškolaca i pomoglo im da razviju svoju poslovnu ideju kroz kreiranje biznis planova. Banka sa ponosom ističe da je mentor pobjedničkog, od ukupno dvadeset timova, bio upravo jedan njen zaposleni. U toku je Regionalno takmičenje "Poslovni izazov" za 2016. godinu u četiri grada u Srbiji, a ovaj put UniCredit Banka je "pozajmila" ukupno 24 svoja eksperta da pomognu srednjoškolcima da od inovativnih ideja naprave odličan biznis.

Osim toga, ove godine UniCredit Banka se pridružila Forumu za odgovorno poslovanje, koji okuplja lidere u Srbiji kada je u pitanju društveno odgovorno poslovanje, sa ciljem da podrži lokalne zajednice kroz različite aktivnosti. Jedna od prvih inicijativa u kojima je UniCredit Banka učestvovala jeste korporativni volonterski dan "Naš Beograd"



u okviru kojeg je više od 40 zaposlenih farbalo i sređivalo park Gerontološkog centra Voždovac, koji obezbeđuje smeštaj i kućnu negu starijim sugrađanima.

TRADICIONALNE AKTIVNOSTI

Zaposleni UniCredit Banke tradicionalno učestvuju u inicijativi "Stara lutka za novi osmeh", koja se organizuje svakog decembra od 2008. i koja svake godine okuplja sve više koleginica i kolega. Cilj je da se pripreme novogodišnji paketići za decu sa smetnjama u razvoju koja žive u domovima širom Srbije. Zaposleni doniraju odeću, obuću i igračke koje njihova deca više ne koriste, dok banka obezbeđuje slatkiše.

Banka takođe već godinama pruža podršku različitim organizacijama učestvujući u sportskim aktivnostima humanitarnog karaktera. Tako se košarkaši banke svake godine takmiče u okviru UNICEF-ovog Fer plej turnira, kuglašice na BELhospice humanitarnom turniru, dok ljubitelji trčanja učestvuju u Trci zadovoljstva u okviru Beogradskog maratona.

S druge strane, zahvaljujući saradnji sa Fondacijom UniCredit i univerziteti, banka godinama pruža podršku studentima iz Srbije i mladim istraživačima u oblasti ekonomije i finansija. Naime, pored stipendija za razne međunarodne programe, banka nudi jedinstvenu priliku da studenti obogate svoje znanje na nekim od najpoznatijih evropskih eko-

nomskih fakulteta, ali i pomaže studentima međunarodnih master programa na Ekonomskom fakultetu u Beogradu. Društveno odgovorno ponašanje predstavlja jedan od najvažnijih stubova poslovanja UniCredit Banke. U skladu sa svojom misijom, da investira deo svog profita u razvoj lokalnih zajednica u kojima posluje, UniCredit Banka će nastaviti da podržava projekte od izuzetnog značaja za građane Srbije, kako bi na taj način doprinela poboljšanju kvaliteta života.

PRIZNANJA

Upravo je Evropska komisija, u okviru istraživanja i evaluacije različitih projekata i modela na temu migrantskog preduzetništva u 2016. godini, uvrstila RAISE među 20 najboljih projekata u Evropi u domenu promocije i podrške preduzetništvu i integraciji izbeglih i interno raseljenih lica. Ovo je ujedno i jedini projekat iz Jugoistočne Evrope koji se, u konkurenciji od preko 200 projekata, izdvojio kao primer dobre prakse.

Ovo nije prvi put da je UniCredit Banka nagrađena za RAISE projekat. Naime, 2012. godine Ekonometar i Biznis magazin dodelili su prestižnu nagradu "Planeta Biznis" UniCredit Banci za banku sa najuspešnijim programom korporativne društvene odgovornosti.

Iste 2012. godine, u organizaciji udruženja Moja Srbija i Privredne komore Beograda, svečano su uručena priznanja "Moj izbor" za društvenu odgovornost, a UniCredit Banka je dobila priznanje za ulaganje u humanitarne projekte. Takođe, UniCredit Banka je u skladu sa pokazateljima CSR indeksa, ove godine dobila još jedno priznanje i potvrdu za društveno odgovorno poslovanje. Naime, CSR indeks Srbije je alat kojim se prepoznaju, nagrađuju i promovišu dobre prakse poslovanja u Srbiji koje su u skladu sa principima održivosti.

I na kraju, ali ne i manje važno, UniCredit Banka je izabrana za Nacionalnog šampiona koji će predstavljati Srbiju na European Business Awards 2016/17. Naime, i pored izuzetno jake konkurencije, koju čine neke od najboljih kompanija u zemlji, naša banka je izabrana da bude ponosni predstavnik Srbije za kategoriju Zaštita životne sredine i korporativna održivost.

**ODGOVORNI POJEDINCI ZA
ODGOVORNU ZAJEDNICU**

DUH ZAJEDNIŠTVA NIJE IZGUBLJEN

Sasvim slučajno sam video na internetu apel za pomoć Nađi i shvatio da je potrebna ogromna suma od 300.000 evra i da je ona dete iz mog kraja koje do tada nisam video

JOVAN SIMIĆ, pokretač humanitarnih akcija prodaje dresova, Asovi za decu i Sportski bazar

Jovan Simić je pre dve godine ponudio jedino vredno što je u tom trenutku imao, kolekciju sportskih dresova, za pomoć u lečenju maloj Nađi Novaković, kako on kaže "detetu iz kraja". Od tada je izgubio posao, ali je stekao poverenje svih koji su učestvovali u njegovim akcijama, a na kraju i postao član Exit fondacije i tako dobio mogućnost da se bavi onim u čemu je tako dobar, a to je inspirisanje svih oko sebe da pomognu onima kojima je pomoć preko potrebna.

Pre dve godine ste svoj humanitarni rad započeli prodajom svoje kolekcije dresova kako biste skupili novac za lečenje Nađe Novaković. Kako ste došli do toga da pokrenete ovu akciju i kako je ona prošla?

Sasvim slučajno sam video na internetu apel za pomoć Nađi i shvatio da je potrebna ogromna suma od 300.000 evra i da je ona dete iz mog kraja koje do tada nisam video. Dresovi su jedino što sam posedovao i što je imalo

neku vrednost, tako da sam rešio da napravim uživo aukciju u mojoj bivšoj, a Nađinoj sadašnjoj osnovnoj školi. Zbog medija, ta priča je postala broj jedan u zemlji i na aukcijama u Beogradu i Novom Sadu skupilo se 80.000 evra, a zbog efekta aukcije, ubrzo je sakupljena i cela suma od 300.000 evra.

Nakon toga ste imali i akcije Asovi za decu i Sportski bazar. Možete li reći nešto više o njima?

Sportski bazar je trebalo da bude nešto što će privući pažnju ljudi na malo drugačiji način. Poznate ličnosti i sportisti su na jednoj improvizovanoj "pijaci" lično prodavali svoje stvari, tako da su ljudi bili u direktnom kontaktu sa njima. Mogli su da kupuju dresove od košarkaša Darka Miličića ili fudbalera Partizana i Crvene zvezde ili da kupe šolju voditelja Zorana Kesića. To je prošlo super, skupljena



ASOVI ZA DECU JE BILA NAJVEĆA DO SADA HUMANITARNA FUDBALSKA UTAKMICA, KOJA JE OKUPILA PEDESET NAŠIH BIVŠIH I SADAŠNJIH PROSLAVLJENIH FUDBALERA, MEĐU KOJIMA SU BILI DEJAN STANKOVIĆ, PEĐA MIJATOVIĆ, MATEJA KEŽMAN, NIKOLA ŽIGIĆ, KAO I DVA VRHUNSKA TRENERA, BORA MILUTNOVIĆ I RADOMIR ANTIĆ. SKUPLJALA SU SE SREDSTVA ZA PROJEKAT GRAĐENJA NOVOG HEMATO-ONKOLOŠKOG CENTRA U NIŠU

su sredstva za pomoć OŠ "Radivoj Popović" koju pohađaju deca sa oštećenim sluhom, vidom i govorom.

Asovi za decu je bila najveća do sada humanitarna fudbalska utakmica, koja je okupila pedeset naših bivših i sadašnjih proslavljenih fudbalera, među kojima su bili Dejan Stanković, Peđa Mijatović, Mateja Kežman, Nikola Žigić, kao i dva vrhunska trenera, Bora Milutinović i Radomir Antić. Skupljala su se sredstva za projekat građenja novog hemato-onkološkog centra u Nišu, gde bi se lečila deca koja boluju od raka. Od sponzora, ulaznica i SMS poruka tokom prenosa skupljeno je 120.000 evra.

Kako su ljudi oko vas, sportisti kojima ste se obraćali, reagovali na vaše ideje?

Generalno, svi sjajno reaguju, jer se trudim da napravim nešto što se do sada nije radilo u Srbiji, i da to bude interesantno ljudima. Kod sportista imam dobru reputaciju, uvek vole da se priključe akcijama, tako da sam veoma zadovoljan.

Da li su ljudi spremni da se priključe takvim akcijama? Šta ih motiviše da pomognu?

Spremni su naravno, samo ljude treba malo razdrmati. Zbog teškog života normalno je da su svi okrenuti više svojim problemima, ali kada se nađe način da se dopre do ljudi, spremni su da se uključe. Taj duh zajedništva nije izgubljen u našem narodu, samo je zaspao.

Da li vas je okruženje obeshabrivalo ili podsticalo da pomazete ljudima?

Zависи od slučaja do slučaja, ali uglavnom je bilo više podrške. Na to sam se i više fokusirao i crpio snagu iz toga. Da sam obraćao pažnju na obeshabrivanje, verovatno ne bismo danas radili ovaj intervju.

Kakva je nagrada za nekoga ko se bavi humanitarnim radom, a bez materijalne koristi?

Duhovna satisfakcija je jedino što ikako ima smisla. Mir koji čovek postiže kada zna da je zaista dao sve od sebe kako bi nekome učinio sutrašnji dan boljim.

UTEHA ZA STARE I BOLESNE

Radio sam na intenzivnoj nezi četiri godine, stekao sam određeno iskustvo koje primenjujem u negovanju svog dede koji je nepokretan već šest meseci. Setio sam se i drugih ljudi, čije porodice ne mogu da plate tuđu negu, pa sam mislio da mogu da budem nekome od koristi. I to se ispostavilo kao tačno

MILOŠ SIMEUNOVIĆ, *Užičanin koji besplatno pomaže svojim sugrađanima*

Tridesetogodišnji medicinski tehničar iz Užica Miloš Simeunović postao je poznat širom Srbije kada je objavio na svom fejsbuk-profilu da želi besplatno da pomaže starim i bolesnim ljudima iz svog grada. Naravno, on se nije zaustavio na objavama već je zasukao rukave i počeo da radi nešto što nažalost retko kom mladom čoveku danas i pada na pamet: da pomaže ljudima, i to besplatno.

Kako ste došli na ideju da besplatno pomažete starima?

Na ideju sam došao iz više razloga, a onaj najbitniji je dobročinstvo. Imam utisak da čovečanstvo srlja u bezdan. Izgubile su se osnovne i najstarije ljudske vrednosti, zaboravili smo na duševnu hranu, koja nam daje energiju koju crpimo na sve strane. Ne bih želeo da budem isključiv, ima mnogo svetlih primera i svetionika koje svi treba da pratimo, ali ovih drugih je mnogo više. Ja lično za sebe mogu da kažem da sam sazreo duhovno i osetio potrebu da pomazem starijim i bolesnim ljudima. Radio sam na intenzivnoj nezi četiri godine, stekao sam određeno iskustvo koje primenjujem u negovanju svog dede koji je nepokretan već šest meseci. To je bio jedan od okidača za ovakav moj potez, jer je veoma teško negovati u kućnim uslovima nepokretnu osobu. Setio sam se i drugih ljudi, čije porodice

ne mogu da plate tuđu negu, pa sam mislio da mogu da budem nekome od koristi. I to se ispostavilo kao tačno.

Na kakav je odziv u vašem okruženju naišla vaša akcija?

Medijski u mom okruženju je naišla na veoma dobru reakciju. Prihvatio sam saradnju sa medijima jer sam to video kao jedini način da pozovem sve svoje kolege koje nemaju posao da se priključe akciji. Nažalost, javljali su mi se ljudi koji nemaju iskustva u ovom poslu, dok moram da kažem da su se kolege javile u zanemarljivom broju, ne mogu da se setim da mi se javio ijedan nezaposleni kolega iz Srbije da želi da sledi moj primer, ali se nadam da neko takav negde već čini isto što i ja. Sve je ovo na ličnoj i dobrovoljnoj bazi, po osećaju.

Kako su reagovali ljudi kojima pomažete?

Reakcije su odlične, barem onih koji su u stanju da ih pokažu, jer ja negujem i osobe čija zdravstvena stanja nisu najsajjnija. Ljudima je čudno, imam osećaj da je neke i sramota, ali opet, brzo ih uverim da je sve u redu, da ja to želim i da mi niko od njih nije dužan. Dosta puta me dirne nečija reakcija, bude tu i iskrenih suza...



NE TRAŽIM NOVČANU NADOKNADU, JER SE JA NE BIH OBOGATIO NITI BIH REŠIO SVOJE POSLOVNO PITANJE. MNOGO MI JE BITNIJA NEKA DRUGA PLAĆA KOJA SE NE DOBIJA U OVOM FIZIČKOM SVETU. ZBOG SVEGA TOGA LJUDI ME NE RAZUMEJU, ČAK I ONI KOJI MISLE DA ME RAZUMEJU MISLIM DA NI ONI NISU SIGURNI. NAJBITNIJI MI JE MIR OTKAKO SAM POČEO OVO DA RADIM

Kakav je osećaj kada nekom pomažete, a da zauzvrat ne tražite nikakvu novčanu naknadu?

Osećaj je fenomenalan. Osećam blaženstvo, osećam da postoji razlog mog postojanja, jer su stariji ljudi to zaslužili, zaradili su i odradili u svom životu barem toliko da ne smemo da ih zaboravimo. Ne tražim novčanu nadoknadu, jer se ja ne bih obogatio niti bih rešio svoje poslovno pitanje. Mnogo mi je bitnija neka druga plata koja se ne dobija u ovom fizičkom svetu. Zbog svega toga ljudi me ne razumeju, čak i oni koji misle da me razumeju mislim da ni oni nisu sigurni. Najbitniji mi je mir otkako sam počeo ovo da radim. Da li su i drugi spremni da vam se pridruže u pružanju pomoći?

Da, spremni su i drugi, ali kao što sam naglasio, to su ljudi koji nemaju iskustva i nikada nisu radili u zdravstvu. Imao sam jednog ženskog pomoćnika, ali sam odustao od toga jer za nas dvoje nema mesta u sobi gde leži pacijent. Male su sobe, a ogromni kreveti, tako da dvoje ljudi ne može da bude produktivnije od jednog u takvim uslovima, čak je i sve preko jednog smetnja.

Kako vama izgleda - da li su mladi u Srbiji spremni da pomognu drugima?

Ono što sam ja video u poslednje vreme jeste da su mladi ljudi mnogo više okrenuti životinjama. To pozdravljam, veoma je humano kada kao volonteri brinete i o toj problematici. Takođe mnogo volim životinje, ali da me ne shvatite pogrešno, to je na neki način zabavno. Ne znam o kojoj ste me tačno generaciji pitali, jer sam uvideo da generacije nekoliko godina mlađe od mene nemaju ni osnovnu kulturu, a kamoli kulturu da pomognu drugome. Ne bih smeo da kažem da sam kompetentan da odgovorim na to pitanje, neka se time bave statističari, ali lično znam za neke lepe primere među omladinom i to me veoma raduje.

Negde ste izjavili da planirate da odete u inostranstvo. Zbog čega?

Ja sam morao to da napomenem, iako ne znam da li će se desiti, jer sam siguran da će mnogi pokušati da me stave na stub srama zbog toga. Dakle, ogradio sam se ako se desi da odem negde. Doživio sam dosta neprijatnosti, ne znam kome smetam, čak mi je jednom i zaprećeno. Ne znam ko su svi ti ljudi i šta žele, a ima ih iz cele bivše Jugoslavije. Ne želim to da preživljavam i smatram da se treba hrabro otisnuti negde gde može da se zaradi, pa eto na kraju i vratiti se u našu zemlju kada se stane na noge. Ima mnogo razloga zašto otići iz zemlje.

AKO DRUGE ČINIMO SREĆNIJIMA - I MI ĆEMO BITI SREĆNI

Solidarna klopica je inspirativna humanitarna akcija koja od 2013. godine postoji u Srbiji. Dva druga i ja smo videli ideju za uslovnu kafu koja je bila aktuelna u Italiji. Mi smo osmislili da pokrenemo akciju koja uključuje kupovanje hrane onima kojima je to potrebno. Peciva su najpristupačnija hrana. Ideja je bila da kad neko uđe u pekaru a može da kupi dva ili više peciva, jedno ostavi za one kojima je pecivo potrebno

NINA MILOŠ, *marketing koordinator u SAE institutu i organizator akcije Solidarna klopica*

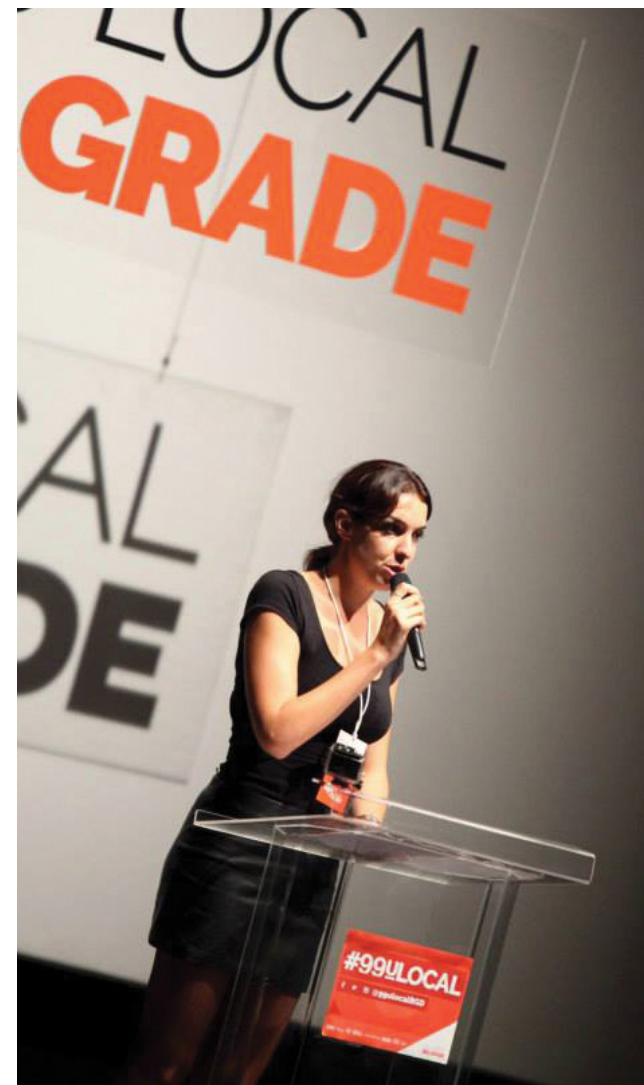


Nina Miloš je sa drugovima pokrenula akciju Solidarna klopica, koja je doživela veliki uspeh, mada je počela skromno od samo jedne pekare u Subotici. Kako Nina kaže, odličan je osećaj kada vidite da ste inspirisali ljude da urade nešto dobro, posebno ako vas prethodno ubeđuju da to neće uspeti.

Šta je Solidarna klopica? Kako ste došli na ideju da pokrenete taj projekat?

Solidarna klopica je inspirativna humanitarna akcija koja od 2013. godine postoji u Srbiji. Dva druga i ja smo videli ideju za uslovnu kafu koja je bila aktuelna u Italiji. Želeli smo da pokrenemo nešto slično u Srbiji, samo sa hranom umesto kafe. Osmislili smo da pokrenemo akciju koja

uključuje kupovanje hrane onima kojima je to potrebno. Pekara ima u svakom gradu i u svakom delu grada. Peciva su najpristupačnija hrana. Ideja je bila da kad neko uđe u pekaru a može da kupi dva ili više peciva, jedno ostavi za one kojima je pecivo potrebno. Napravili smo plakate koje bi svaka uključena pekara stavila na izlog, gde se obavestavaju i oni koji mogu da kupe pecivo, kako i oni kojima je potrebna hrana. Vlasnici pekare bi odlučili kome idu kupljena (donirana) peciva. Do sada imamo oko 60 uključenih pekara u Srbiji i Makedoniji. Solidarna klopica je imala i uspone i padove, koji su najčešće zavisili od medijske podrške. Čim smo više zasupljeni u medijima, više se pekara javlja i više ljudi hoće da učestvuje, što je odlično. Međutim, iako nekad nedostaje medijska podrška, ljudi se javljaju i žele da se aktiviraju na razne načine. Veoma sam srećna



LJUDI SU OVDE SPREMNI I VOLJNI DA POMOgnu, SAMO IH JE POTREBNO USMERITI. ODNOSNO, POTREBNO JE DA LJUDI KOJI SU "OD AKCIJE", OSMISLE ZANIMLJIVE I KREATIVNE NAČINE DA POMOgnu DRUGIMA, DA INSPIRIŠU DRUGE DA BUDU BOLJI, I VIDEĆE DA ĆE ODGOVOR JAVNOSTI BITI ODLIČAN, A OSEĆAJ NAKON ZAVRŠENE AKCIJE BIĆE NAGRAĐUJUĆI

što ova akcija još živi, i verujem da će tako i nastaviti.

U kojim još projektima ste učestvovali?

Ponosna sam na projekte kao što su "Veliki novogodišnji Giveaway", gde smo sakupili oko 500 kilograma odeće i obuće za decu, oko 700 kilograma odeće i obuće za odrasle, higijenske proizvode, konzerviranu hranu i sve to dostavili većini svratišta u Beogradu.

Takođe, ponosna sam na projekat gde smo našom inicijativom našli pomoć za izuzetni talenat - Nađu Dornik, kojoj je omogućeno da ode u Karnegi hol u Njujorku i gde je održala jedinstveni koncert.

Izdvojila bih još i "99uLocal Belgrade" i "Belgrade Behance", događaje gde smo omogućili lokalnoj kreativnoj zajednici, mladim i talentovanim ljudima da, kroz besplatne radionice i predavanja, čuju i upoznaju neke od najvećih eksperata iz oblasti dizajna, fotografije, gejminga, muzike i biznisa kod nas.

Šta vas je odvelo u bavljenje društvenim aktivizmom?

Sve ovo radim zbog nagrađujućeg osećaja koji imam nakon svih ovih događaja. Kažu da je naučno dokazano da ako druge činimo srećnijima - i mi ćemo biti srećni.

Da li ste nailazili na prepreke ili obeshrabrivanja tokom svog rada?

Ne. Kada je volja jaka, svaki problem nađe rešenje u rekordnom roku.

S druge strane, da li ste dobijali podršku institucija, građana, preduzeća?

Ogromna je podrška, neverovatne motivacione poruke koje smo dobili, pozivi od najrazličitijih ljudi koji su želeli da se uključe u akcije, upoznali smo toliko divnih ljudi.. Od ovakvih stvari možemo dobiti samo pozitivan odgovor.

Prema vašem iskustvu, koliko je u Srbiji razvijen društveni aktivizam i koliko su ljudi spremni da odvoje vreme ili novac da pomognu drugima?

Ljudi su ovde spremni i voljni da pomognu, samo ih je potrebno usmeriti. Odnosno, potrebno je da ljudi koji su "od akcije", osmisle zanimljive i kreativne načine da pomognu drugima, da inspirišu druge da budu bolji, i videće da će odgovor javnosti biti odličan, a osećaj nakon završene akcije biće nagrađujući.

POMAŽEM KAO ŠTO SU POMAGALI I MENI

Nažalost, imali smo prilike da vidimo kako su ljudi na ovim prostorima ostajali bez svega materijalnog, ono što se sticalo generacijama uništeno je preko noći, u ratovima, poplavama, zemljotresima. Na te stvari "običan" pojedinac teško može da utiče, ali kada prođe taj težak period, ono što se računa za novi početak je šta znate da uradite i kakav ste čovek

PETAR ATANASOVSKI, šef tima za zadovoljstvo korisnika kompanije Devana Technologies



Verujem da svaki pojedinac može da napravi promenu i da je načina za to beskrajno mnogo. Ovo je samo jedan od načina kako da se nešto promeni, kaže Petar Atanasovski, momak koji je odlučio da deci drži besplatne časove matematike i tako pomogne njima da zavole ovu nauku, a i njihovim roditeljima

Vi ste odlučili da deci dajete besplatne časove matematike. Kako ste došli na tu ideju?

Razmišljao sam dugo o tome kako ja mogu da pomognem drugima, a da to zaista napravi trajnu promenu za tog nekog. Shvatio sam da jedine stvari koje niko ne može da vam oduzme jesu znanje i vrednosti koje nosite sa sobom. Nažalost, imali smo prilike da vidimo kako su ljudi na ovim prostorima ostajali bez svega materijalnog, ono što se sticalo generacijama uništeno je preko noći, u ratovima, poplavama, zemljotresima. Na te stvari "običan" pojedinac teško može da utiče, ali kada prođe taj težak period, ono što se računa za novi početak je šta znate da uradite i kakav ste čovek.

Tako se rodila ideja da ja deci držim besplatne časove matematike, da pokušam da im prenesem ljubav prema toj nauci, da u okruženju bez ikakvog pritiska (vremenskog, materi-

jalnog, takmičarskog) izgube strah od matematike, ali istovremeno da razmišljaju o drugima i o tome kako oni mogu nekome da pomognu.

Zbog čega ste to uradili?

Oduvek sam imao tu sreću da budem okružen ljudima koji pomažu drugima. Takav primer sam imao u kući. Imao sam i tu čast da poznajem Miloša Prodanovića, koji je meni držao besplatno časove matematike kada sam bio mali, takođe kada mi se brat razboleo, mnogo divnih ljudi je bilo tu za moju porodicu i finansijski pomoglo njegovo lečenje, a kasnije sam se zaposlio u firmi gde se 10 odsto profita ulaže u razvoj društva.

Radim posao koji volim i sjajno sam plaćen za to, verovatno spadam u promil takvih srećnika u Srbiji, ali utoliko je moja želja da nešto menjam veća.

Verujem da svaki pojedinac može da napravi promenu i da je načina za to beskrajno mnogo. Ovo je samo jedan od načina kako da se nešto promeni.

Šta to znači vama, a šta deci kojoj pomažete?

Meni lično znači veliku satisfakciju, osećaj da sam nekome



ODUVEK SAM IMAO TU SREĆU DA BUDEM OKRUŽEN LJUDIMA KOJI POMAŽU DRUGIMA. TAKAV PRIMER SAM IMAO U KUĆI. IMAO SAM I TU ČAST DA POZNAJEM MILOŠA PRODANOVIĆA, KOJI JE MENI DRŽAO BESPLATNO ČASOVE MATEMATIKE KADA SAM BIO MALI, TAKOĐE KADA MI SE BRAT RAZBOLEO, MNOGO DIVNIH LJUDI JE BILO TU ZA MOJU PORODICU I FINANSIJSKI POMOGLA NJEGOVO LEČENJE, A KASNIJE SAM SE ZAPOSILIO U FIRMI GDE SE 10 ODSTO PROFITA ULAŽE U RAZVOJ DRUŠTVA

pomogao i zaista napravio neku promenu. Takođe, lepo je kada shvatim da sam nekoga inspirisao i da drugi ljudi žele da slede moj primer.

Deca su različita, različitog uzrasta, različitih interesovanja, različitog pristupa matematici, ono što im je zajedničko, to je da kada radimo ne gledaju na sat. I to mi takođe puno znači. Po mom mišljenju, to govori o tome da bez obzira na to koju ocenu im je neko dao u školi iz te "strašne" matematike, oni zapravo vole što su tu i cene to vreme. Verovatno tome do-

prinosi i osećaj da ne opterećuju roditelje finansijski i da ih niko ne osuđuje ako pogreše. Tako da bih rekao da za decu to znači lepo i korisno provedeno vreme. A ko zna, možda će jednog dana neko od njih da odluči da svoje znanje deli na sličan način.

Koliko je, po vašem mišljenju, društvena odgovornost prisutna kod građana?

Postoji teorija da je teško razmišljati o drugima i biti društveno odgovoran ako ste gladni. I zaista, ako čovek nije zadovoljan sobom i svojim životom, teško može pomagati drugima. Međutim, nedavno sam čuo rečenicu da ljudi koji pomažu drugima često to čine kako bi pobjegli od sopstvenih problema i neprijatnih osećanja sa kojima se susreću u svom životu. Na neki način te dve teorije su u sukobu. Verujem da je u Srbiji dosta prisutna potreba da se pomogne, to su pokazale poplave, a i različite humanitarne akcije. Međutim, ljudima često fali inicijativa i neko da ih organizuje, kako bi te stvari bile masovnije.

Šta su prepreke da ljudi, posebno mladi ljudi, više pomažu jedni drugima, bez neke materijalne koristi za sebe?

Pre svega mislim da je bitno razumeti da materijalna korist dolazi kao posledica. Dugo sam volontirao, pet godina bio aktivni član studentske organizacije AIESEC i nedavno sam shvatio da su mi se mnoga vrata u životu upravo otvorila zahvaljujući aktivnostima koje nisu bile plaćene.

To je malo problematično u Srbiji, jer često kada radite nešto bez finansijske naknade, uslediće pitanje da li ste normalni. Ja garantujem da posao koji danas imam ne bih mogao da obavljam, i ne bih bio ni u prilici da ga obavljam, da nije bilo AIESEC-a. Dakle, materijalna dobit dođe kao posledica, i to često indirektno, a ne kao preduslov za neku aktivnost.

Mimo toga, ljudima je potrebna organizacija. Mnogo ljudi se uključilo u akcije kada su bile poplave, i to samo zato što im je rečeno - idi na to i to mesto, i uradi to i to. Dakle, postoje ljudi koji imaju potrebu da pomognu, ali nisu sigurni kako je najbolje to učiniti.

I na kraju, mediji igraju veoma bitnu ulogu i postavljaju sistem vrednosti. Voleo bih da svakog dana kada otvorim vesti pročitam neku priču o ljudima kao što je Nina Miloš ili Jovan Simić, a ne da me zatrpaju naslovi o starletama.

Kada lepe i pozitivne stvari budu donosile novac, pa mediji budu naveliko pisali o njima, verujem da ćemo moći da kažemo da smo uspešni kao društvo. Ili bi pak sami mediji mogli da preduzmu inicijalni korak u oblikovanju tog boljeg društva i sistema vrednosti, umesto da čekaju da nam bude bolje.

POMAŽUĆI DRUGIMA POMAŽETE SEBI

Za svaki dan pravim plan. Recimo, danas sam obišla tridesetak ljudi. To ide brzo. Crveni krst u našoj mesnoj zajednici saraduje sa patronažnim sestrama, sa mesnom zajednicom, opštinom, domom zdravlja, školama, drugim institucijama. Pošalju nam spiskove ljudi starijih od 65 godina koji primaju socijalnu pomoć i mi ih obilazimo. Ako smo svi umreženi, posao ide mnogo lakše

DANICA ŠMIC, *volonter Crvenog krsta*

Svako jutro u pet sati osamdesetogodišnja Danica Šmic, najstarija volonterka Crvenog krsta, ustaje, obavlja poslove po kući i u sedam izlazi da pomaže starijima. To možda čudno zvuči s obzirom na njene godine, ali ova nekadašnja nastavnica, volonterka i planinarka, obilazi starije i bolesne ljude u svom kraju, na Senjaku, kojima treba pomoć, da se nešto kupi, donese, zakaže pregled ili obezbedi ogrev. Često je samo dovoljno da svrati i pozdravi se pa da usamljenim starijim osobama ulepša dan.

Kako pomažete svojim komšijama na Senjaku i Topčiderskom brdu?

Kada je potrebno zakazujemo lekarske preglede, nabavljamo lekove, ortopedska pomagala. Idemo u nabavku onome kome treba da se kupi nešto, naročito zimi ili ako treba da se plate računi. Pribavljamo dokumentaciju za razne potrebe, na primer ono što je potrebno za gerontodomaćicu. U ovo doba obilazimo Gradsko zelenilo da vidimo da li mogu da obezbede ogrev za one kojima je potrebno. Cilj je da što više starih ljudi ostane u svojim kućama umesto da idu u domove za stare. Ti stariji ljudi vas očekuju, znači im da im se samo javim s vrata i pitam kako su. Kad se sretnemo, obradujemo se kao prijatelji,

kao porodica. U Crvenom krstu Savski venac imamo volontere juniore i seniore i veoma lepo saradujemo. Skoro smo učestvujemo u akciji za socijalno ugrožene. U Maksiju smo postavili kutiju i pozvali ljude da jedan artikal ostave za njih i narod se zaista odazvao u velikom broju. Posle smo sve te namirnice spakovali u pakete i podelili socijalno ugroženima.

Koliko su ljudi spremni da pomognu drugima, iz vašeg iskustva?

Ranije su bili izraženiji volonterski rad i pomoć. Sad bi trebalo da to negujemo i da proširujemo. Sve se ponese iz porodice. Svako od nas bi mogao da bude volonter u svojoj sredini. Samo da prošeta ili popriča sa starijim ljudima u okolini, pa je to već pomak. Volonterski rad i želja da drugome pomognete je veliko zadovoljstvo. Divan je osećaj kada pomažete drugima kojima je pomoć potrebna. Volontiranjem ne pomažete samo drugima, već i sebi. Verujem da će se iz godine u godinu sve više poklanjati pažnja volonterskom radu. Mislim da bi trebalo u škole uvesti obavezni fond časova volonterskog rada. To postoji na Zapadu u školama, a i mi smo tako odrastali, učili od malena da pomažemo jedni drugima i zajednici.



VOLONTERSKI RAD I ŽELJA DA DRUGOME POMOGNETE JE VELIKO ZADOVOLJSTVO. DIVAN JE OSEĆAJ KADA POMAŽETE DRUGIMA KOJIMA JE POMOĆ POTREBNA. VOLONTIRANJEM NE POMAŽETE SAMO DRUGIMA, VEĆ I SEBI

Kakva je situacija sa mladima? Koliko su oni voljni da odvoje vreme za volontiranje?

Ja mogu da pohvalim mlade ljude. Kad bi se njima materijalna strana popravila i oni bi više mogli da pomažu. Za početak, da ne žive dugo sa svojim roditeljima, da se odvoje i žive sa svojom porodicom. Ali i to se popravila. Moj otac je bio 12. sin i svi su živeli zajedno. Danas svi hoće da se odvoje.

Volonter od 80 godina je neuobičajena stvar.

Ja volim da šetam i kretanje mi mnogo znači. Naša doktorica kaže da kretanje može da zameni mnoge lekove, a ne postoji lek koji može da zameni kretanje. Dnevno pre-

lazim po nekoliko kilometara. Ujutru ustajem u pet sati, u sedam izlazim da kupim sebi ono što treba, a onda idem u obilasku. Za svaki dan pravim plan. Recimo, danas sam obišla tridesetak ljudi. To ide brzo. Crveni krst u našoj mesnoj zajednici saraduje sa patronažnim sestrama, sa mesnom zajednicom, opštinom, domom zdravlja, školama, drugim institucijama. Pošalju nam spiskove ljudi starijih od 65 godina koji primaju socijalnu pomoć i mi ih obilazimo. Ako smo svi umreženi, posao ide mnogo lakše. Imamo 760 članova Crvenog krsta u našoj mesnoj zajednici Topčidersko brdo - Senjak. Do sada sam obišla više od 600 ljudi, svu članarinu sam dala opštinskom Crvenom krstu, a ljudi daju i priloge. Radila sam u prosveti, bila porotnik u sudu. Navikla sam da se družim sa narodom, a i uvek nam je bila puna kuća. Ispunjena sam i zadovoljna, odgojila sam dva sina, imam i unuke.

Kako se vi snalazite sami?

Ali nisam ja ovde sama. Imamo organizovanu grupu za samopomoć u kojoj ima 11 članova. To su uglavnom stariji članovi. I tu ima smene generacija. Imali smo osobu od 90 godina, gospođu Danicu Milenković koja je volela sa nama da se druži, da izađe, da pomogne.

Dobili ste puno nagrada za svoj volenterski rad. Koje su vam najdraže i šta one znače za vas?

One su mi podstrek i podsetnik za dalji rad, ali i obaveza da opravdam sva ta priznanja. Najdraži su mi Zlatni znak Crvenog krsta i Povelja povodom 120 godina osnivanja Crvenog krsta. Bilo je tu i drugih priznanja, pošto sam ja više od 30 godina volonter Crvenog krsta i od 1980. godine sam u civilnoj zaštiti u mesnoj zajednici.

Vi imate i druge akcije. Koje?

Tražili smo od Skupštine grada da nam stave zaštitu od buke pored pruge, s obzirom na to da nam vozovi prolaze pored samih kuća i to su nam rekli da će završiti. Pokušavamo da rešimo jednu drugu stvar, iselili su nam biblioteku "Isidora Sekulić" odavde 2011. godine i preselili je u Ulicu Gavrila Principa. Mi i dalje ne odustajemo od toga da nam je vrata, jer ovde ima dosta starih ljudi koji ne mogu puno da izlaze i kojima znači ta biblioteka. Imali smo i akciju da im učenici sedmog i osmog razreda osnovne škole donose i vraćaju knjige u biblioteku. Iselili su biblioteku, a podigli spomenik Isidori Sekulić koja je tu dugo živela. Ja mislim da se njoj to ne bi svidelo.

KAD IMA VOLJE IMA I NAČINA

Hteo sam da pošaljem poruku da su ljudi sa invaliditetom veoma odgovoran deo društvene zajednice i da su spremni da iznesu na svojim plećima i najzahtevniji sportski poduhvat. Ali neegzibicionizma i populizma radi, već zbog dokazivanja činjenice da su kao takvi spremni da rade i daleko jednostavnije poslove

GORAN NIKOLIĆ, generalni sekretar Paraolimpijskog kluba "Junior"



Kragujevac Goran Nikolić u septembru ove godine uputio se u ambiciozan i nevakadašnji poduhvat da za 55 dana pretrči 55 maratona, koji su započeli u Topoli a završili u Budvi. Cilj ovog poduhvata je promovisanje sportskih, kreativnih i intelektualnih potencijala osoba sa invaliditetom, ali i skretanje pažnje na pomoć potrebnu centru za sport i rehabilitaciju OSI koji se osniva u Kragujevcu. Kako ističe Nikolić, i sam slabovid, ovom centru su potrebni sportska oprema, kolica za košarku, par golova za goalball, zvučne lopte za goalball, zvučne lopte za fudbal slepih, oprema za sedeću odbojku, tandem bicikl, heand bike, oprema za streličarstvo, aparat za zvučni pikado slepih i slabovidih...

Šta vas je motivisalo da krenete u tu avanturu trčanja 55 maratona za isto toliko dana?

U Kragujevcu je sagrađen i 30. juna ove godine gradu na poklon i korišćenje predat centar za sport i rehabilitaciju osoba sa invaliditetom (OSI) "Iskra". Reč je o jedinstvenom zdanju na Balkanu, koje je u sklopu društvene korporativne odgovornosti u nameri da nakon 70 godina obnovi tradiciju zadužbinarstva u Srbiji sagrađio Delta holding kao svoju zadužbinu. Grad Kragujevac je za potrebe izgradnje zadužbine opredelio dva hektara izuzetno kvalitetnog građevinskog zemljišta na lokaciji pozicioniranoj uz rubni deo spomen-par-

ka "21. oktobar" u Šumaricama.

Na samo 200 metara od centra nalaze se svi neophodni sportski sadržaji kompresovani na mikroprostoru koji čini infrastrukturni potencijal nadomak kakvog se nigde u zemlji i okruženju ne bi mogao sagraditi ovakav centar. Voljom zadužbinara i grada imenovan sam za upravnika centra zbog činjenice da je nosilac ideje o izgradnji istog Paraolimpijska akademija "Junior" čiji sam generalni sekretar.

Ceneći ovakvo poverenje velike i ugledne kompanije, odnosno institucionalnu podršku grada, osetio sam snažnu potrebu da dam i lični doprinos predstavljanju ciljnoj grupi i najširoj javnosti ovog javnog dobra, istovremeno promovišući sportski i kreativni potencijal OSI kroz jedinstven ekstremni atletske poduhvat.

Koju ste poruku hteli da pošaljete?

Hteo sam da pošaljem poruku da su ljudi sa invaliditetom veoma odgovoran deo društvene zajednice i da su spremni da iznesu na svojim plećima i najzahtevniji sportski poduhvat. Ali ne egzibicionizma i populizma radi, već zbog dokazivanja činjenice da su kao takvi spremni da rade i daleko jednostavnije poslove.

Ako sam uspeo da u ovo uverim javnost, onda sam uspeo



DUGOTRAJNA EKONOMSKA KRIZA JE UČINILA DA LJUDI NAJPRE MORAJU BITI POSVEĆENI LIČNIM I EGZISTENCIJALNIM PITANJIMA SVOJIH PORODICA

u nameri da dam skroman lični doprinos lakšem rešavanju egzistencijalnih pitanja ove ranjive grupe u smislu da ljudi sa invaliditetom lakše dođu do poslova koje mogu samostalno obavljati.

Kakva je bila reakcija okruženja?

U početku je dominirala neverica, a kasnije sam dobijao veliku podršku.

Koliko je, prema vašem mišljenju, društveni aktivizam

zastupljen u Srbiji?

Generalno nedovoljno, ali po mom mišljenju to ne znači da smo manje humano društvo od drugih.

Šta su prepreke tome da se više ljudi odluči da pomogne onima kojima je pomoć potrebna?

Definitivno pre svih, dugotrajna ekonomska kriza je učinila da ljudi najpre moraju biti posvećeni ličnim i egzistencijalnim pitanjima svojih porodica.

Koju biste poruku poslali mladima, pre svega o važnosti društvenog aktivizma?

Uprkos navedenim problemima, "kad ima volje, ima i načina". To je i proklamovani princip Paraolimpijske akademije „Junior“.

SRBIJA IMA TRADICIJU FILANTROPIJE I ZADUŽBINARSTVA

Kruna rada fondacije na ispunjavanju naše misije je bila nedavno kada je Novi Sad osvojio titulu Evropska prestonica kulture 2021, nakon što je tim Exit fondacije pre godinu dana preuzeo vođenje procesa kandidature. Takođe, Exit fondacija je inicirala i kandidaturu Novog Sada za omladinsku prestonicu Evrope

IVAN PETROVIĆ, izvršni direktor Exit fondacije

Čime se bavi Exit fondacija, koji su najznačajniji projekti i ciljevi vaše organizacije?

Exit fondacija je sastavni deo tima Exit festivala koji se bavi osmišljavanjem i sprovođenjem projekata društvene odgovornosti i logičan je sled činjenice da je Exit festivala jedini festival iz kategorije najvećih svetskih festivala koji je direktno nastao iz društvenog aktivizma mladih. Od svog osnivanja Exit je sproveo brojne društvene kampanje i projekte, a od 2013. se formira profesionalni tim Exit fondacije i počinje sa sistemskim celogodišnjim delovanjem. Koristeći snagu brenda Exit, misija Exit fondacije je da pozicionira sebe kao lidera u mobilisanju javnog mnjenja i donosilaca odluka u oblasti razvoja mladih, kreativnih industrija i brendiranja destinacija. Tim koji sam vodio u poslednje četiri godine je realizovao više od 100 različitih projekata, kampanja i drugih aktivnosti. Njihovo navođenje prevazilazi prostor ovog intervjua, te ću pomenuti samo neke od akcija. Kruna rada fondacije na ispunjavanju naše misije bila je nedavno kada je Novi Sad osvojio titulu Evropska prestonica kulture 2021, nakon što je tim Exit fondacije pre godinu dana preuzeo vođenje procesa kandidature. Takođe, Exit fondacija je inicirala i kandidaturu Novog Sada za omladinsku prestonicu Evrope. Želeći da zagovaramo proces unapređenja imidža Srbije, tri godine zaredom smo organizovali najveću Konferenciju o nacionalnom (re)brendiranju Srbije kod nas (www.rebrand.rs).

Šta smatrate najvećim društvenim doprinosom Exit fondacije?

Mislimo da je možda najveći društveni doprinos Exita upravo u međunarodnoj promociji Srbije i poboljšanju njenog imidža, što dovodi sve više i više turista u našu zemlju. Samo zbog Exita je npr. Srbiju do sada posetilo više od 100.000 Britanaca. IndiaSerbia.com je takođe značajan projekat za promociju Srbije i povezivanje sa Indijom. Takođe nam je važno da pomažemo razvoj veoma perspektivnog sektora kreativnih industrija, koji smo okupili kroz organizaciju prve Konferencije kreativnih industrija Srbije u Mikser hausu 2014. godine. Koristeći snagu brenda Exita, kao najpopularnijeg brenda za mlade u regionu, promovisemo zajedno sa NIS-om pozitivne uzore mladima u Srbiji. Ustanovili smo nacionalno priznanje "Youth Heroes" koje nagrađuje i promovise, zajedno sa RTS-om i Blicom, najbolje mlade ljude u Srbiji iz oblasti obrazovanja, preduzetništva, društvenog aktivizma i kulture (www.youth-heroes.org).

U humanitarom aspektu bih izdvojio veliku humanitarnu utakmicu fudbalskih legendi "Asovi za decu" u maju 2016. godine, prilikom koje je prikupljeno preko 120.000 evra za akciju udruženja NURDOR, tj. za izgradnju dečjeg hematološkog centra u Nišu. Ništa manje nije značajna humanitarna žurka i donatorsko veče "Be Human" sa muzičkim superstarom Džamirokvajijem, koje smo organizovali 2014. godine u Budvi za vreme Sea Dance festivala, kada smo zajedno sa Opštinom Budva uplatili više od 110.000 evra za ugrožene od poplave u Srbiji te godine. O drugim brojnim akcijama poput projekta "Društvo ko vozi kući?" (u saradnji sa kompanijom Heineken i Agencijom za bezbednost saobraćaja smo povećali bezbednost mladih u saobraćaju i kroz projekat hiljadama posetilaca Exita omogućili besplatan



prevoz od Beograda do Novog Sada, i povratak taksijem sa festivala ove godine) moći ćete da se informišete na izložbi o Exit aktivizmu koju pripremamo za decembar ove godine.

Deluje da su društvena odgovornost i društveni aktivizam potcenjeni u Srbiji. U kojoj meri su ljudi spremni da uložne neke resurse, vreme, novac, znanje da pomognu drugima?

Srbija ima veliku tradiciju filantropije i zadužbinarstva, koju treba popularisati kako bi se napravio novi talas filantropije kod nas. Kako se razvija ljudska svest, sve više ljudi i kompanija želi da bude deo nečeg većeg od njih samih i da sa svoj doprinos zajednici i planeti. Naravno, prostor za napredak je ogroman, i ja sam optimista da će sve više ljudi shvatiti da je davanje i služba drugima jedan od najvećih izvora sreće za ljudski rod i da je fokus na samo svoje potrebe i otuđenje od drugih ljudi put sigurne propasti, kojim ne treba ići.

Koliko su institucije države spremne da prepoznaju i pomognu inicijative organizacija?

Naša iskustva su pozitivna. Da li zbog veličine i značaja Exita ili dobro osmišljenih akcija i tima sa pozitivnim stavom, ali mi smo gotovo uvek uspevali da dobijemo podršku državnih institucija za naše ideje.

Kakvo je vaše mišljenje o aktivizmu mladih u Srbiji? Da li je ono adekvatno, da li i kako može da se podstakne?

Mislim da bi moglo biti mnogo bolje. Neko je skoro rekao da mu se čini kao da dobar deo mladih danas čeka "da odbleji ovaj život". Po meni, mladi moraju da se trgnu od negativnog nasleđa i okruženja i da preuzmu svoj život u svoje ruke. Niko se neće pobrinuti za njih do njih samih. Kada govorimo o podsticanju, mislim da su projekti koji ohrabruju ljude na akciju i promene, na pravljenje planova i ostvarivanje snova,

možda najvažniji projekti kojima se retko ko bavi u ovoj zemlji. Mladima treba da se pošalje jasna poruka "da je moguće". Potrebna nam je dugogodišnja i snažna srpska verzija kampanje "Yes we can". Nekako mi se čini da su od decenija raznih kriza i siromaštva ljudi apatični, gotovo "ubijeni u pojam" i da im sve osim emigracije deluje besmisleno. To je naš najveći poraz - ubeđenje da kod nas ništa ne valja i ništa ne može...i onda se ništa i ne pokušava i ništa se na kraju i dobije. Deo Exit misije je da širimo nadu i optimizam da je moguće napraviti čuda ako ljudi veruju u to i snažno rade na ostvarenju svojih snova. O tome svedoči uspeh Exita, koji je iz jedne male i siromašne Srbije uspeo da postane čudo i bude više puta proglašen za zvanično najbolji veliki festival u Evropi i svetu. I te kako je moguće, a naša misija je da što više mladih počne da se svaki dan budi sa tim uverenjem.

Na kakve prepreke nailaze ljudi koji pokušavaju da promene nešto oko sebe ili da pomognu drugim ljudima?

Najveća prepreka sa kojom se ljudi sreću je ona prepreka u vlastitoj glavi: negativna uverenja, sumnja u sebe i u svoje okruženje. Kada se to prevaziđe, onda ljudi počinju da osećaju da imaju sve više i više sreće i da je ceo univerzum na njihovoj strani. Fokusirajte se na pozitivno i ono što želite da postignete i neka vam ta slika bude stalno na umu i kao zvezda vodilja daće vam snagu, umeće i motiv da prevaziđete svaku prepreku.

Društveno odgovorno poslovanje nije tako česta tema u našoj javnosti. Koliko su kompanije spremne da pomognu zajednici ili pojedincima kojima je potrebna pomoć u poređenju sa, na primer, drugim evropskim zemljama?

Kao i u mnogim oblastima, tako u društvenoj odgovornosti i CSR praksi zaostajemo za razvijenim zemljama. Čini mi se da kod nas nedostaje znanja o samoj CSR disciplini i o tome šta ona podrazumeva. Često kao CSR konsultant pokušavam da kompanijama objasnim da je puko ispisivanje čeka za neku društvenu svrhu lepo, ali je to sam početak razvoja korporativne filantropije od pre 100 godina. U moderno doba integracija društvenih i kompanijskih ciljeva je postala "must". Gubi se ta granica, i kompanije koje to prihvate kao svoju misiju će biti lideri u ovom veku. Pogledajte kakve samo revolucije u očuvanju životne sredine sprovodi kompanija Tesla motors Elona Maska. Sa druge strane, sve veći broj osvešćenih ljudi dovešće uskoro do propasti kompanije koje nemaju društveno odgovornu praksu. Nekad premoćni Monsanto, zbog svog delovanja protiv planete i zdravlja ljudi, doživeo je kolaps vrednosti akcija i kupovinu od druge kompanije. Srbija će, nadam se, biti deo pozitivnog trenda u oblasti filantropije i CSR, čiji će predvodnici, verujem, biti preduzetnici i kompanije iz IT sektora i kreativnih industrija.

NAPREDAK I BOLJITAK ZAVISE SAMO OD NAS

Jedan od najznačajnijih projekata Udruženja je projekat „Najbolji edukatori Srbije“, kroz koji nagrađujemo izuzetne učitelje i nastavnike osnovnih i srednjih škola u Srbiji. Cilj ovog projekta je da istaknemo ugledne primere naše prosvete, jer su posvećeni, motivisani i inovativni nastavnici - nastavnici kakve želimo u našim školama

LELA ĐOKIĆ I MILICA KNEŽEVIĆ, *koordinatorke Udruženja „Živojin Mišić“*



Udruženje za podsticanje preduzetništva „Živojin Mišić“ osnovano je 2013. godine u Beogradu iz želje za unapređenjem društva i podrškom preduzetništvu kao formuli za ekonomski napredak i oporavak zemlje. Udruženje je osnovalo srpsko preduzeće Prelovac Media (danas Devana Technologies) na inicijativu svojih zaposlenih, a začetnik ideje je Vladimir Prelovac, osnivač preduzeća i predsednik. Iz želje da inspiriše mlade ljude i ukaže im na pravac razvoja koji će i njih i njihovo okruženje dovesti do uspeha, preduzeće je deo svog profita odlučilo da uloži u ovu ideju u cilju obogaćivanja programa i projekata Udruženja.

Koji je cilj Udruženja i na kojim projektima radi?

Naša vizija je da Srbija postane zemlja u kojoj je preduzetništvo postalo sveprisutno, a naši ciljevi da podstičemo preduzetništvo kod mladih i da ih usmeravamo ka istrajnosti, inovativnosti i inicijativi; da prepoznamo potencijale mladih i pomognemo edukaciju talentovane dece; da podstičemo građane i društvo uopšte na inicijativu i veru u natprosečne rezultate.

Kroz projekte koje realizuje, Udruženje radi na samim osno-

vama problema, a to su izvori dobrih osobina i znanja i formiranje preduzetničke svesti kod mladih.

Jedan od najznačajnijih projekata Udruženja je projekat „Najbolji edukatori Srbije“, kroz koji nagrađujemo izuzetne učitelje i nastavnike osnovnih i srednjih škola u Srbiji. Cilj ovog projekta je da istaknemo ugledne primere naše prosvete, jer su posvećeni, motivisani i inovativni nastavnici, nastavnici kakve želimo u našim školama. Verujemo da samo takvi učitelji naše dece mogu od njih napraviti ljude koji će biti uspešni u svakom poslu i pomeriti Srbiju kao državu napred.

Kroz ovaj projekat godišnje nagrađimo oko 15 nastavnika osnovnih i srednjih škola u Srbiji. Pored toga svi najbolji edukatori, pored ličnog dela nagrade od 40.000 dinara, dobijaju i po 100.000 za unapređenje svog rada, a sredstva mogu biti potrošena na realizaciju raznih projekata sa učenicima ili za opremu koju nagrađeni smatraju korisnom za razvoj metoda učenja i pozitivnog uticaja na učenike. Na ovaj način želimo da im omogućimo da već postojeće ideje sprovedu u delo, ali i da podstaknemo nove ideje i projekte.

„Najbolji edukatori Srbije“ na jedan indirektan način doprinose sticanju preduzetničkih osobina i građenju preduzet-



ČINI MI SE DA JE POJAM „DRUŠTVENOG AKTIVIZMA“ POSTAO DOSTA POZNAT I RASPROSTRANJEN, PA ČAK I POPULARAN. IPAK, MISLIM DA I DALJE NEDOSTAJE RAZUMEVANJE TOG POJMA OD STRANE DRUŠTVA, A NERETKO I SAMIH UČESNIKA ILI AKTIVISTA, O TOME ČEMU TO SLUŽI I ZAŠTO TREBA BITI DRUŠTVENO AKTIVAN

ničkog razmišljanja kod mladih, ali projekat kojim direktno radimo na tome sa srednjoškolcima je akcija poklanjanja knjige „Kako do posla u 21. veku + 444 saveta za uspešnu karijeru“ svim srednjim školama u Srbiji.

Ova knjiga govori o zapošljavanju u 21. veku na jedan ne-svakidašnji način i deli sa čitaocima razmišljanja koja su postala naša stvarnost, ali o kojima se ne govori često. Koja su to znanja i veštine koje poslodavci traže u 21. veku, a koja nama često nedostaju, kako sam sebi obezbediti posao i kako biti zadovoljan i uspešan na poslu u vremenu kada posla „nema“, samo su neka od pitanja na koja učenici mogu saznati odgovore kroz ovu knjigu.

U saradnji sa autorima knjige, Draganom Varagićem i Valentinom Kuletom, obezbedili smo po nekoliko primeraka knjige svim srednjim školama u Srbiji.

Projekat sa najdužom tradicijom su šahovski turniri za najbolje mlade šahiste i šahovske amatere „Nove nade šaha“. Na ovim turnirima organizuju se takmičenja za decu različitih uzrasta, a cilj nam je da podržimo i popularizujemo ovu igru među mladima. Šah je igra koja dokazano razvija inteligenciju i samopouzdanje. Šah uči decu da budu promišljena i da planiraju, da razmišljaju unapred i samostalno analiziraju



raju problem, da apstraktno razmišljaju i da budu odgovorna za svoje poteze. Kroz igranje šaha razvijaju se upravo one lične osobine koje su svakom preduzetniku veoma vredne i korisne.

Zbog čega ste se upustili u pomaganje mladima da razviju preduzetničke ideje?

Često možemo svi primetiti apatičnost i generalnu nezainteresovanost za napredak, rešavanje problema, izazivanje sistema. Sve to je nas nekolicinu, koji osećamo nešto malo više, pokrenulo da razmislimo o tome šta je to u stvari problem u našem društvu i gde je epicentar grešaka u odrastanju i shvatanju načina na koji svet funkcioniše. Potpuno je jasno da ljudi imaju izbora kakav će život voditi, da li će biti "veliki" i da li će živeti principom "nepopravljivog osvajanja nepoznatog", ali bez obzira na slobodan izbor građana Srbije, niko, još uvek, nije uspeo da nas uveri da je se taj princip primenjuje. Mi smo osetili šta znači da skupimo hrabrost, izađemo iz zone komfora i jednostavno prestanemo da jadikujemo, a u tom trenutku smo shvatili sve prednosti radoznalosti, visprenosti i trajnog rada na sebi i usavršavanja. Upravo te vrednosti, svojim projektima, Udruženje promovise, a što se tiče epicentra - pa on je, naravno, u mladim naraštajima.

Kratak odgovor na pitanje zašto to uopšte radimo, jeste: zbog toga što ljudi koji iskreno veruju u svoju sposobnost,

svoj rad i beskonačni rast, inicijalno osećaju jaku potrebu da svoje znanje i iskustvo nesebično podele sa svima (međutim, pošto raspolažemo ograničenim resursima, odlučili smo da ih usmerimo onde gde je najpotrebnije).

Zašto preduzetništvo?

Smatramo da je najbolji način za ekonomski oporavak i napredak zemlje pokretanje sopstvenih poslova i kreiranje domaćih proizvoda. Zato želimo da podstaknemo i uputimo mlade u tom pravcu i probudimo preduzetnički duh u njima. Srbija vekovima nije bila zemlja u kojoj su se negovale preduzetnička kultura i inicijativa i to treba menjati.

Kroz postojeće projekte se trudimo da razvijamo preduzetničke veštine i menjamo svest kod mladih. Preduzetnički duh ne mora da znači samo pokretanje sopstvenih poslova - preduzetnički duh i osobine znače da neko poseduje inicijativu, sklonost ka napredovanju i natprosečnim rezultatima, prihvata odgovornost, planira unapred, ima viziju svog napretka i posla koji radi. Ljudi koji poseduju ove osobine donose napredak svakom poslovnom okruženju u kome se nalaze i naš cilj je da buduće generacije posmatraju posao na ovakav način. Sigurni smo da će ovakav proaktivan pristup poslu našoj zemlji obezbediti veći prosperitet i napredak, a samim tim i lepši život i zadovoljstvo svih njenih građana.

Kako gledate na društveni aktivizam danas u Srbiji?

Čini mi se da je pojam „društvenog aktivizma“ postao dosta poznat i rasprostranjen, pa čak i popularan. Ipak, mislim da i dalje nedostaje razumevanje tog pojma od strane društva, a neretko i samih učesnika ili aktivista o tome čemu to služi i zašto treba biti društveno aktivan.

Nažalost, živimo u veoma nepoverljivom društvu, gde je skoro nemoguće da uradite nešto dobro za nekoga ili nešto, a da vas neko ne pita gde je tu vaš interes. Ljudi se bore za preživljavanje i koncentrisani su samo na sadašnji momenat - nažalost nemaju želju da stvari posmatraju kroz malo šire okvire. Rad na promovisanju reciklaže, uklanjanju smeća sa ulica ili manjem zagađenju životne sredine će nam omogućiti da i unučad naše unučadi imaju gde da žive. Rad na zbrinjavanju beskućnika i njihovog sklanjanja sa ulica će nam pomoći da imamo lepše gradove, koje će naši najmlađi više voleti i u kojima će se osećati sigurnije. Zar kroz sve ove načine ne obezbeđujemo lepše detinjstvo i budućnost za našu decu? Nažalost, čini mi se da veoma mali broj ljudi na ovakve akcije gleda na ovaj način. Prosto, ljudi se češće odlučuju da se povuku i kažu: "Ne mogu JA ovde da pomognem, nije to MOJ problem, bolje da ja gledam SEBE". Ne shvataju da i te kako mogu dovoljno da budu sebi na pr-

vom mestu dok nekom drugom takođe pomažu da izgradi svoje prvo mesto.

Ovde postoji i još jedan problem, na kome i mi kao Udruženje radimo, a to je izgovor „to nije moja obaveza, to je posao nekog drugog“. U Srbiji, taj neko drugi je obično država. Navikli smo da živimo u vremenu kada je država kontrolisala i uređivala sve - samo što mi već odavno ne živimo u tom vremenu. To je promena koju kao društvo moramo da sprovedemo - da razvoj, napredak i boljitak zavise samo od nas i da svačije malo kada je udruženo znači mnogo.

Upravo to razmišljanje se trudimo da razvijemo kod mladih kroz projekte koje realizujemo - samo naše znanje, veštine i svestranost koju imamo će nam pomoći da u životu budemo uspešni i zadovoljni, a uspešni i zadovoljni građani jedne države čine uspešnu i prosperitetnu državu. I naravno, da je sve to dostupno, na zaista nekoliko koraka i nešto malo vremena udaljeno od nas.

Zbog čega bi, prema vašem mišljenju, ljudi trebalo da pomažu jedni drugima, da se bave humanitarnim radom ili da budu društveno aktivni?

Po meni, odgovor je jednostavan - da bi svet bio lepše i bolje mesto za život!

Pomozite starijoj osobi na ulici, videćete da ćete se osećati lepše. To će vam upotpuniti dan. Činite to sa nadom da će vam se to vratiti kada budete stari, svesni da ćete verovatno tek tada znati to da cenite. A ja se nadam da će vas neko videti kako to radite i da ćete ga inspirisati da isto to učini kada mu se pruži prilika. Zaista su mali koraci koje možemo preduzeti da promenimo sebi i drugome život, ne libimo se da to razglasimo.

Budimo ona promena koju želimo da vidimo u svetu. Prome- ne kreću od nas samih. Ne smemo da čekamo da se stvari dese same od sebe ili da ih neko drugi sprovede, već da na njima aktivno radimo, malim koracima ka velikim rezultatima.

Da li su ljudi spremni da pomognu jedni drugima u dovoljnoj meri (i zašto)?

Mislim da jesu i mislim da ljudi dosta pomažu jedni drugima. Pomažemo svojoj porodici, prijateljima, bliskim osobama. Ipak, mislim da smo malo lošiji kada je u pitanju pomoć ili usluga nepoznatim osobama. Tu smo nesigurni, nepoverljivi, nezainteresovani i tu bi trebalo malo da se popravimo.

O čemu je tu zapravo reč? Nije tačno da čovek u sebi ne nosi saosećanje prirodno. Svi ga imamo u sebi, i to napretek. Mediji, društvo, svakodnevnne teškoće ga aktivno guše i ljudima uzimaju vreme od onoga za šta smo prirodno stvoreni - a to



je napredak, razvoj i rast, zatim nesebičan prenos na pokolenja, ili ono popularno: gde ja stanem, ti produži. Naša uloga ovde je da stalno i uporno podsećamo ljude na dobro, na deljenje, saosećanje, rast, razvoj, napredak i nesebično davanje. Zadatak nam je i da motivišemo ljude kroz to da će im se dobro - dobrim i vratiti.

Kakva je vaša ocena društvene odgovornosti kod preduzeća u Srbiji?

Napredak se vidi i to me raduje. Mislim da kompanije u Srbiji mnogo više rade na društvenoj odgovornosti nego što se za to zna. Ipak, mislim da bi bolje razumevanje i veća informisanost društva, pa tako i vodećih ljudi različitih preduzeća, doveli do većeg udela kompanija koje doprinose boljitku.

Društveno odgovorna preduzeća bi trebalo da budu inspiracija jedni drugima, da se udružuju i razmenjuju ideje i iskustva, jer jedino tako mogu ostvariti svoj cilj. Društvena odgovornost ide mnogo dalje od poslovnih ciljeva i tu konkurencija ne bi trebalo da postoji.

Koliko god naša država i državni aparat ponekad bili, blago rečeno, "nedarežljivi", ipak je odgovornost i obaveza kompanija da shvate da su oni diktirajuća grana, praćene, poštovane i obožavane, te što veća i uspešnija kompanija jeste - treba više i "jače" da doprinosi. Stvar je samo u tome da se strateški rasporedimo i apatiju i melanholiju napadnemo sa svih strana. U tome je ključ.



UDRUŽENJE GRAĐANA ZEMLJA ZNANJA

NAJVIŠE OD SVEGA VREDI ZNANJE

Naš cilj je da mladim, obrazovanim i ambicioznim ljudima pružimo priliku da kroz razne besplatne seminare, obuke i treninge steknu neophodna znanja iz korpusa takozvanih „mekih veština“ koje će im biti dragocene bilo u pronalaženju poslova, bilo u pokušaju da napreduju bilo da započnu sopstveni biznis



Udruženje građana Zemlja znanja bavi se besplatnom edukacijom mladih ljudi, pre svega studenata, na različite teme i u tu svrhu angažuje brojne predavače iz medijskih kuća, kompanija, revizorskih kuća, nevladinih organizacija itd. sa ciljem da im prenesu svoja znanja kroz takozvano neformalno obrazovanje. Cilj je da se unaprede znanja i veštine koji su neophodni u poslu, a ne uče se tokom redovnog obrazovanja.

Podršku su nam pružile mnoge organizacije i institucije, pre svega Elektroprivreda Srbije, Ekonomski fakultet u Beogradu, Devana Technologies, KPMG, E&Y, Centar za razvoj karijere, Beogradska otvorena škola itd.

Naš cilj je da mladim, obrazovanim i ambicioznim ljudima pružimo priliku da kroz razne besplatne seminare, obuke i treninge steknu neophodna znanja iz korpusa takozvanih „mekih veština“ koje će im biti dragocene bilo u pronalaženju poslova, bilo u pokušaju da napreduju ili započnu sopstveni biznis.

Naš moto je „Najviše od svega vredi znanje“, odnosno ulaganje u sebe i svoje napredovanje su dugoročno najpametnije uloženi novac i vreme. U našem slučaju samo vreme, jer smo u prilici da studentima ponudimo besplatne seminare, zahvaljujući kompanijama koje nam pružaju podršku i pokrivaju materijalne troškove.

KLUB „ZEMLJA ZNANJA“

Udruženje građana Zemlja znanja pokrenulo je Klub „Zemlja znanja“ koji podržava mlade, obrazovane i preduzmljive ljude i pomaže im da podignu svoje kompetencije za pronalaženje zaposlenja ili otpočinjanje sopstvenog biznisa.

U situaciji kad je zapošljavanje prioritet ekonomske politike Srbije, smatramo najvišim stepenom društvene i korporativne odgovornosti da se mladim ljudima pomogne da kroz dodatne, konkretne obuke steknu znanja i veštine koje uglavnom nisu imali prilike da steknu tokom školovanja i tako povećaju šanse da pronađu adekvatno zaposlenje.

Klub „Zemlja znanja“ je organizovao seminare, na kojima su polaznici učili kako da:

- napišu CV i motivaciona pisma prihvatljiva za poslodavce;
- pronađu odgovarajuće poslovne prakse;
- izgrade veštine javnog nastupa pred malim i velikim auditorijumom;
- izgrade veštine debatovanja i pregovaranja;
- pronađu stipendije za profesionalno usavršavanje.



Pored seminara, Klub "Zemlja znanja" je organizovao i motivacione konferencije, na kojima je bilo reči u aktuelnim temama iz oblasti odnosa poslodavaca i kandidata za zaposlenje, usklađivanja obrazovnog sistema sa potrebama tržišta i sl.

Na svim događajima Kluba, govornici i edukatori su bili poslodavci i profesionalci, predstavnici uspešnih firmi, novinari i predstavnici nevladinog sektora. Dobrom interakcijom između mladih sa jedne strane i istaknutih i iskusnih profesionalaca sa druge, stvorena je podsticajna atmosfera u kojoj mladi ljudi imaju veće šanse da se profesionalno ostvare i daju doprinos zajednici.

SOFT SKILLS CLUB

Zemlja znanja je organizovala i seminar "Biznismeni za studente" 7. novembra 2015. u Hotelu Crowne Plaza. Seminar je imao za cilj da studentima pruži praktična znanja i savete uspešnih biznis lidera kroz direktnu neformalnu komunikaciju i interakciju. Učestvovalo je oko

140 mladih koji su imali priliku da čuju iskustva i savete iskusnih i poznatih biznismena: Branislava Vujovića, direktora New Frontier Group, Mišu Lukića, direktora za Centralnu i Istočnu Evropu Publicis grupe, Zorana Drakulića, direktora Point grupe, Mirka Španovića, člana Izvršnog odbora HYPO banke i Tomislava Momirovića, direktora Mone.

OBRAZOVANJE ZA BIZNIS

Zemlja znanja organizovala je set treninga i seminara koji se organizuju uz podršku Elektroprivrede Srbije i Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Beogradu, od februara 2016. godine. Svrha ove edukacije je da obučiti studente, odabrane kroz javni konkurs (po 30 selektovanih od pristiglih prijavi) u okviru tema relevantnih za poslovnu komunikaciju: prodaja, marketing, javni nastup, snimanje i ponašanje u TV emisijama, lični branding itd.



Zbog ogromnog interesovanja studenata, u drugoj polovini godine odlučili smo da ih podelimo u nekoliko grupa od po 30 polaznika, a i sam seminar podelili smo na dva dela:

1. Komunikacione veštine
2. Poslovne veštine

Naši predavači, koji su se listom odazvali pozivu, spadaju u red najboljih u svojim oblastima – novinari, predavači vodećih fakulteta, treneri iz nevladinih organizacija, biznismeni sa velikim iskustvom, revizori i bankari.

NOVINARSKJE RADIONICE

Osnove novinarstva i glavne novinarske forme bile su teme radionica sa studentima nekoliko fakulteta, u saradnji sa časopisom „Monopolist“ koji izdaju studenti Ekonomskog fakulteta u Beogradu. Među prisutnima su bili i studenti Fakulteta političkih nauka, Fakulteta organizacionih nauka, Fakulteta za medije i komunikacije, ali i

nekim od prirodnih i tehničkih fakulteta. Predavači su bili renomirani novinari koji se godinama bave ekonomskim, ali i drugim oblastima novinarstva. Oni su studentima predavali o tome kako se piše vest, izveštaj, intervju, članak. Osim toga, radili su i vežbe, kao i osnove PR-a – pisanje poziva za novinare i saopštenja za medije.

"Ekonomsko novinarstvo za mlade" trening program organizovan je kroz seriju interaktivnih radionica od novembra 2015. do aprila 2016. god. (jednom mesečno). Novinari početnici su ovim putem obučeni kroz specifične tehnike i metode kako da pišu vesti, kako da odrede prioritete u izveštavanju, kako da dopru do publike, kako da balansiraju između mišljenja stručnjaka i čitalačke publike. Posebna pažnja posvećena je obrađivanju poslovnih i finansijskih tema na razumljiv način.

"Online ekonomsko novinarstvo", jednodnevni trening za studente, održan je 15. maja 2016, i na njemu su istaknuti novinari sa višegodišnjim iskustvom predstavili mladim novinarima u razvoju osnove novinarstva, pisanje vesti, internet izveštavanje, upravljanje online portalima, intervjuisanje, istraživačko novinarstvo itd.

CIP - Каталогизација у публикацији -
Народна библиотека Србије, Београд

005.35(497.11)"2016"
347.72.032(497.11)"2016"
061.23(497.11)"2016"

LIDERI društvene odgovornosti : 2016 / [urednik Biljana Stepanović]. - Beograd : Business Info Group, 2016 (Beograd : Caligraph). - 77 str. :
ilustr. ; 26 cm

Tiraž 3.000.

ISBN 978-86-89139-12-9

1. Степановић, Биљана [уредник]

а) Корпоративна друштвена одговорност - Србија -
2016 COBISS.SR-ID 227418380

