

# LIDERI DRUŠŤVENE ODGOVORNOSTI

2017

ODGOVORNO ŽIVIMO,  
ODGOVORNO POSLUJEMO



# LIDERI 2017 DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

ODGOVORNO ŽIVIMO,  
ODGOVORNO POSLUJEMO



# SADRŽAJ

UVEK JE PRAVO VREME ZA DOBROČINSTVO	08
-------------------------------------	----

## ODGOVORNOST KOMPANIJA PREMA ZAJEDNIC

WIENER STÄDTISCHE - ULAGANJE U ZAJEDNICU JE STRATEŠKI PRIORITET	12
TELENOR SRBIJA - SAMO POVEZANA DRUŠTVA SU JAKA DRUŠTVA	16
NEKTAR - BITKA ZA POVEĆANJE NATALITETA - NIJE SVEJEDNO KAD BEBE DOLAZE	20
NAFTNA INDUSTRIJA SRBIJE - DRUŠTVENA ODGOVORNOST KAO STRATEŠKO OPREDELJENJE	22
METRO - VODIMO SE PRINCIPOM ODRŽIVOSTI U SVEMU ŠTO RADIMO	26
METALAC - NIJE PITANJE KAKO TROŠIŠ SVOJ NOVAC, VEĆ KAKO GA PRAVIŠ	30
KEPROM-POSLOVNI USPEH DELIMO SA ZAJEDNICOM	32
KOMERCIJALNA BANKA - HUMANITARNA AKCIJA KOMERCIJALNE BANKE I FONDA B92 ZA OPREMANJE PORODILIŠTA	36
HEINEKEN SRBIJA - POSVEĆENI SMO ODRŽIVOJ BUDUĆNOSTI	40
HEMOFARM - ZAPOSLENI KAO AKTERI DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI	44
GENERALI GRUPA - GENERALI POMAŽE SOCIJALNO UGROŽENIM GRUPAMA	48
ELEKTROPRIVREDA SRBIJE - ENERGIJA NA KOJU RAČUNAJU SVI I UVEK	52
CARLSBERG SRBIJA - SPROVODIMO CILJEVE ODRŽIVOG RAZVOJA	56
BAMBI - 50 GODINA ULAGANJA U ZAJEDNICU	58
APATINSKA PIVARA - SAMO KONTINUIRANE AKCIJE DONOSE REZULTAT	62

## ODGOVORNI POJEDINCI ZA ODGOVORNU ZAJEDNICU

UNICEF - ULAGANJE U DECU JE DOBIT ZA DRUŠTVO U BUDUĆNOSTI	68
SAVREMENO OBRAZOVANJE MORA BITI PRIORITET VERAN MATIĆ, <i>predsednik Upravnog odbora Fonda B92</i>	72
SRPSKA PREDUZEĆA PREDNJAČE U REGIONU PO FILANTROPIJI ALEKSANDRA VESIĆ, <i>osnivačica fondacije Katalist</i>	76
PODRŠKA GRAĐANSKOM AKTIVIZMU BILJANA DAKIĆ ĐORĐEVIĆ, <i>izvršna direktorka, Trag fondacija</i>	80
PRIKUPLJENO 230 TONA ČEPOVA ZORAN MARTINOV, <i>predsednik Udruženja Čep za hendikep</i>	84
TRI MILIONA PORUKA ZA LEČENJE DECE ALEKSANDAR ŠAPIĆ, <i>osnivač Humanitarne fondacije Budi human</i>	86
MALA POMOĆ DRŽAVE JOLANDA KORORA, <i>predsednica UO NURDOR</i>	90

# IMPRESUM

**NAZIV IZDANJA:**

Lideri društvene odgovornosti 2017

**UREDNIK**

Biljana Stepanović

**NOVINAR**

Miloš Obradović

**UREDNIK FOTOGRAFIJE**

Dragan Milošević

**DIZAJN**

Jovana Bogdanović

**LEKTURA I KOREKTURA**

Mirjana Radaković

**MARKETING**

Mijena Todorović

Jelena Jezdović

**ŠTAMPA**

Štamparija Caligraph

**IZDAVAČ**

Business Info Group,  
Bulevar despota Stefana 12 Beograd  
[www.big.co.rs](http://www.big.co.rs) [www.novaekonomija.rs](http://www.novaekonomija.rs)  
tel +381 11 2258 891  
Sva prava rezervisana

## TRENDOVI U FILANTROPIJI I DRUŠTVENO ODGOVORNOM POSLOVANJU

# UVEK JE PRAVO VREME ZA DOBROČINSTVO

*U prošloj godini građani i privreda Srbije donirali su 21,2 miliona evra bolesnima, siromašnim, deci, starima, mladim talentima, lokalnim zajednicama. Ovo je nešto manje nego prethodne godine, a Srbija je prema Svetskom indeksu davanja zauzela neslavno 135. mesto od 140 zemalja.*

U prošloj godini, prema podacima Katalist fondacije, zabeležen je blagi porast u broju akcija sa 3.218 na 3.270 u odnosu na 2015. S druge strane, prosečan iznos donacije je smanjen sa 3,14 na tri evra.

Prethodnih godina došlo je do promene u strukturi davanja. Neprofitne organizacije sve češće postaju prvi izbor građana i preduzeća kada žele da pomognu. U 2016. donacije neprofitnim organizacijama su skoro udvostručene (31,4 odsto ukupne sume) u odnosu na 2015. godinu. Za razliku od ranijih godina, kada su se uglavnom oslanjale na donacije spolja, prošle godine njih 275 je prikupilo novac od domaćih darodavaca. Ipak, i dalje je više od polovine donirane sume (53,7 odsto) usmereno na državne institucije, pre svega zdravstvene i obrazovne.

## DRŽAVA NE ODUSTAJE OD PDV-a

Za mnoge organizacije neshvatljivo je da država ne odustaje od naplate PDV-a, čak ni na donacije državnim ustanovama, za nešto što bi trebalo da je već obezbeđeno iz budžeta, kao što je izgradnja ili opremanje bolnica. Statistika pokazuje da su najčešći primaoci davanja osobe sa invaliditetom (17,3 odsto), osobe sa zdravstvenim problemima (17,2 odsto), lokalne zajednice (16,3 odsto) i ekonomski ugrožene osobe (13,9 odsto).

## DOP NIJE SAMO FILANTROPIJA

Međutim, društveno odgovorno poslovanje nije samo filantropija, već pre svega etičko poslovanje i odgovornost prema svim grupama, od zaposlenih, preko kupaca, države, lokalne zajednice, do životne sredine.

Takođe, društvena odgovornost odavno više nije pitanje samo dobročinstva, već i deo poslovne politike kompanija. Vlasnici i menadžeri kompanija shvataju da ugled koji stižu u lokalnim zajednicama u kojima posluju donosi mnogo više od sredstava uložениh u projekte. Zahvaljujući odgovornom poslovanju brendovi kompanija postaju popularniji, kompanije lakše privlače talente da rade baš kod njih, a usput često povećavaju efikasnost poslovanja i smanjuju troškove.

## SMANJENJE UTICAJA NA ŽIVOTNU SREDINU

Društvena odgovornost preduzeća na tržištu obuhvata odgovornost prema zaposlenima i kupcima, borbu protiv korupcije, zdravu konkurenciju, učešće u kreiranju javnih politika... Primera radi, teško da se neko preduzeće može nazvati društveno odgovornim ako donira novac, a s dru-

ge strane ne plaća zaposlene ili im ne obezbeđuje sigurnost na radu ili vara kupce.

Drugi, sve važniji aspekt odgovornog poslovanja je smanjenje uticaja na životnu sredinu. Globalni problemi poput globalnog zagrevanja, smanjenja ozonskog omotača i gubitka biodiverziteta doprineli su da kompanije razmišljaju o održivosti poslovanja.

Ako o globalnim ekološkim problemima brinu uglavnom globalne multinacionalne kompanije, o lokalnoj zajednici brinu jednako i mala i srednja preduzeća. Kompanije su sastavni deo zajednica u kojima posluju i kao što one utiču na okruženje, tako i lokalno okruženje utiče na njih.

## ULAGANJE DOMAĆIH PREDUZEĆA

Srpska preduzeća su u toku prošle godine u društveno odgovorno poslovanje uložila više od 10 miliona evra. Podaci Srpskog filantropskog foruma pokazuju da je broj preduzeća koja ulažu u društveno odgovorno poslovanje povećan, kao i novac koji ulažu. U odnosu na 2012. investicije u aktivnosti društveno odgovornog poslovanja povećane su dva i po puta. Broj volonterskih sati zaposlenih u kompanijama povećan je jedan i po put, a broj projekata posvećenih korporativnom volontiranju se uvećao za 30 odsto. U poređenju sa periodom od pre pet godina, kompanije su uložile tri puta više resursa u zaštitu životne sredine i reciklirale sedam puta veću količinu različitih materijala.

**ODGOVORNOST  
KOMPANIJA PREMA  
ZAJEDNICI**

# ULAGANJE U ZAJEDNICU JE STRATEŠKI PRIORITET

*Poverenje lokalne zajednice je važan preduslov za uspešno poslovanje. Vodeći se ovim geslom, kao i svojom vizijom da aktivno učestvuje u razvoju LOKALNE zajednice u kojoj posluje, kompanija Wiener Städtische osiguranje od osnivanja poštuje i razvija principe društveno odgovornog poslovanja. Zato se danas i prepoznaje kao jedna od vodećih kompanija u ovoj oblasti, veoma angažovana na građenju boljih uslova, sigurnosti i lepše budućnosti društva u kome posluje.*

U skladu sa globalnom strategijom matične kompanije, austrijske Vienna Insurance Grupe (VIG), naše društveno odgovorne aktivnosti fokusirali smo na nekoliko oblasti. Mi brinemo o zdravlju dece, marginalizovanim grupama i umetnosti, kao delu kulture. Društveno odgovorne aktivnosti i projekte realizujemo razvijajući sopstvene projekte ili kroz podršku projektima i aktivnostima drugih organizacija, udruženja i pojedinaca. Veoma važan segment realizacije CSR planova kompanije jesu volonterske aktivnosti zaposlenih.

## SPORTOM PROTIV DIJABETESA

Na svakih deset sekundi u svetu od dijabetesa umre jedna osoba, dok se u isto vreme kod dve otkrije ova bolest. U Srbiji od dijabetesa boluje više od 630.000 osoba, tačnije preko 8,5 odsto stanovništva. Pretpostavlja se da u našoj zemlji još najmanje 250.000 ljudi boluje od ove bolesti, a da toga nije ni svesno. Posebno zabrinjavajući za našu zemlju jeste veliki porast juvenilnog (dečijeg) dijabetesa tipa A. Srbija je vodeća zemlja u Evropi po broju dece mlađe od 14 godina koja imaju dijabetes.

Kako bi pomoglo da se unapredi zdravlje najmlađih sugrađana, Wiener Städtische osiguranje već drugu sezonu podržava projekat „Sportom protiv dijabetesa“, koji već sedam godina sprovodi sportski klub Vašarište iz Kragujevca. Kako je fizička aktivnost važna u prevenciji nastanka i u kontroli ove bolesti, kroz ovaj projekat deci oboleloj od šećerne bolesti omogućeno je da jednom nedeljno imaju besplatne sportske treninge u pet gradova u Srbiji – Beogradu, Novom Sadu, Kragujevcu, Nišu i Čačku.

Pored besplatnih sportskih aktivnosti, projekat obuhvata edukaciju dece i nastavnika u osnovnim školama o dijabetesu. Cilj je da se osnovci motivišu za bavljenje sportom, ali i da se doprinese da deca obolela od šećerne bolesti ne budu diskriminisana od strane svojih vršnjaka i okoline.

U sklopu projekta „Sportom protiv dijabetesa“ Wiener Städtische osiguranje je tokom 2017. godine bilo generalni pokrovitelj „Fudbal dijabetes kupa“, turnira koji je u Kragujevcu okupio više od 1.200 mališana sa ciljem popularizacije dečijeg fudbala i podrške osobama obolelim od dijabetesa. Pored toga, u sklopu ovog projekta kompanija je podržala i akciju „Zdravo leto u Kragujevcu“. U kragujevačkom Velikom parku, u toku letnjeg raspusta, omogućeni su besplatni sportski treninzi svim mališanima obolelim od šećerne bolesti.



## WIENER ART

Podrška kulturi i savremenoj umetnosti još pre šest godina projektovana je kao jedan od stubova strategije društveno odgovornog poslovanja Wiener Städtische osiguranja. Od 2011. godine kompanija otkupljuje dela savremene srpske umetnosti, sa ciljem da podstakne umetničku produkciju i stvaralaštvo u zemlji, posebno među mladim, talentovanim umetnicima. Dela takvih umetnika čine znatan deo naše kolekcije. Wiener Städtische kolekcija savremene umetnosti sadrži preko 300 dela od 65 srpskih umetnika. Nju čine slike, skulpture, grafike i crteži, a jedinstvena je i po tome što obuhvata tri svetlosne instalacije. Većina ovih dela postavljena je u poslovnoj zgradi VIG Plaza na Novom Beogradu, gde je sedište kompanije, čime je radni prostor učinjen lepšim i toplijim, a radno vreme prijatnijim i kreativno inspirativnijim.





„Vizija“, kompanija je presvukla prednji deo svoje poslovne zgrade na Novom Beogradu.

Prekrivanje VIG Plaze delom „Vizija“ i izložba „Collecting is Connecting“ zvanično su označili početak projekta „Wiener ART“, koji će u narednom periodu obuhvatiti brojne interesantne aktivnosti. Pored izložbi u gradovima Srbije, kompanija će intenzivno raditi i na promovisanju savremene umetnosti među mlađom populacijom i u sredinama gde javnost ređe ima priliku da se upozna sa delima savremene umetnosti naše zemlje.



Kako bi omogućila široj javnosti da vidi dela iz ove kolekcije, kompanija je ove godine organizovala jednomesečnu izložbu „Collecting is Connecting“ u Kući legata u Beogradu. Nekoliko hiljada ljudi posetilo je ovu jedinstvenu izložbu koja je imala četiri izložbene postavke, a svaka je trajala nedelju dana. Na ovaj način kompanija je napravila korak više u odnosu koji korporativno poslovanje ima prema kulturi na ovim prostorima i započela javno učešće u kulturnom životu Srbije.

Pored izložbe „Collecting is Connecting“, Wiener Städtische osiguranje je ove godine u saradnji sa VIG-om, matičnom kompanijom, realizovalo veliki kulturni događaj za našu zemlju u centru Beča - projekat „Oblačenja Ringturma“ u delo umetnika iz Srbije Mihaela Milunovića. Tri meseca je ova poznata zgrada, inače sedište VIG-a, bilo presvučeno Milunovićevim delom „Vizija“, koje je deo velike i bogate kompanijske kolekcije savremene umetnosti. Paralelno sa tim, u želji da građanima Srbije prikaže delo



## BELHOSPICE

Dobru praksu društveno odgovornog ponašanja i izraženog volonterskog duha zaposlenih, Wiener Städtische je nastavilo i ove godine, treći put zaredom na Beogradskom maratonu. Više od 40 zaposlenih trčalo je za BELhospice, prvu humanitarnu organizaciju u Srbiji koja se bavi zbrinjavanjem pacijenata obolelih od raka u poodmakloj fazi bolesti.

Svake godine u Srbiji oko 20.000 pacijenata umre od raka. Od toga 33,4 odsto njih umre u bolnicama, dok za druge ne postoje relevantni podaci. Ti „skriveni“ pacijenti predstavljaju gorući problem društva zato što je palijativno zbrinjavanje dostupno samo malom broju pacijenata. U 2014. godini BELhospice je uveo u Srbiji koncept palijativnog zbrinjavanja i od tada obezbeđuje besplatnu medicinsku, emotivnu i socijalnu negu za više od 2.100 obolelih od raka i njihovih porodica. Palijativna nega ima za cilj da poboljša kvalitet života pacijenata i njihovih porodica, koji se bore sa ovom neizlečivom bolešću, nudeći im medicinsku negu, psiho-socijalnu podršku i duhovno savetovanje.

Ponosni smo na to što smo svojim učešćem i podrškom omogućili da se u ovoj godini prikupe sredstva za izgradnju prvog stacionarnog hospisa u našoj zemlji.



## LICEULICE

Regionalna platforma aktivizma „LiceUlice“ najprepoznatljivija je po istoimenom magazinu koji se već nekoliko godina redovno prodaje u poslovnoj zgradi VIG Plaza, centrali Wiener Städtische osiguranja. Zaposleni u našoj kompaniji vole da čitaju magazin LiceUlice, jedinstvenu medijsku platformu, namenjenu afirmaciji aktivizma i promociji vrednosti građanskog društva. Polovina prihoda od prodaje magazina pripada prodavcima i članovima ove organizacije (socijalno ugrožene i marginalizovane osobe). Preostala sredstva koriste se za razvoj projekta, dodatni rad na integraciji prodavaca i ostale inkluzivne programe. Ponosni smo što je kontinuirana podrška naših zaposlenih omogućila da ovaj popularni magazin opstane i nedavno objavi 40. broj.



# SAMO POVEZANA DRUŠTVA SU JAKA DRUŠTVA

Telenor pomaže rešavanju izazova sa kojima se suočava društvo u Srbiji, koristeći sve prednosti telekomunikacione industrije. Kroz aktivnosti Telenor fondacije, već 10 godina, razvija rešenja u oblasti obrazovanja, socijalne inkluzije društveno ugroženih grupa kulture i umetnosti i zaštite životne sredine. Podizanje svesti o 17 globalnih ciljeva održivog razvoja u fokusu je kompanije koja je svoju strategiju usmerila ka realizaciji cilja 10 – Smanjenje nejednakosti. Koristeći svoju ekspertizu i ubrzani rast digitalizacije, aktivnosti Fondacije usmerene su upravo na to da omoguće korišćenje prednosti komunikacija široj društvenoj zajednici. Istovremeno, kroz promociju pozitivnih strana interneta, Telenor želi da obezbedi edukaciju i pomogne jačanje kapaciteta mladih, njihovih roditelja i nastavnika kako bi internet za njih bio pozitivno iskustvo.

## BEZBEDAN INTERNET – UVEK VAŽNA TEMA

Telenor se temom bezbednog ponašanja na internetu aktivno bavi od 2012. godine, a od tada je realizovan niz aktivnosti u partnerstvu sa resornim ministarstvima i UNICEF-om.

## PROJEKT „GLEDAJ WEBINAR – BUDI BEZBEDAN“

Projekat „Gledaj webinar - budi bezbedan“, koji je realizovan u saradnji sa Fondacijom Tijana Jurić, omogućio je da se istovremeno prate predavanja na različite teme bezbednosti dece na internetu za više od 150 škola, odnosno 7.500 učenika. Webinar su namenjeni učenicima sedmih i osmih razre-

da osnovnih škola, i učenicima prvih i drugih razreda srednjih škola. Cilj realizacije projekta je prevencija nasilja kroz informisanje učenika, roditelja i nastavnika o opasnostima koje vrebaju u onlajn svetu, na ulici i u školi. Putem ukupno osam webinar, učenici su prisustvovali predavanjima na nekoliko aktuelnih tema - zaštita privatnosti ili kako bezbedno koristiti internet, digitalno nasilje, ko su onlajn predatori i kako ih izbeći, vršnjačko nasilje na društvenim mrežama, pojam trgovine ljudima i uslovi u kojima žrtve žive, lažni oglasi i vrbovanje, prevencija trgovine ljudima, vrbovanje putem interneta. Tokom predavanja, u trajanju od 45 minuta, učenicima je omogućeno da postavljaju pitanja predavačima, i dobiju odgovore u realnom vremenu. Stečeno znanje učenika provereno je u kvizu, a škola sa najvećim procentom tačnih odgovora osvojila je nagradu u vidu internet kutka. Pored webinar za učenike, tim predavača održao je i dodatno dva predavanja za 1.700 roditelja i nastavnika na temu pedofilije i dečje pornografije, kao i nestanaka dece i brze potrage za njima.



## SARADNJA UNICEF I TELENORA SE NASTAVLJA

*Istraživanja pokazuju da deca počinju da koriste internet pre šeste godine. Skoro 90 odsto njih internet koristi u proseku 80 minuta svakog dana, a svako treće dete izloženo je nekoj vrsti sadržaja koji je za njih uznemirujući*

Zato je izuzetno važno da deca od najranijeg doba znaju kako da na bezbedan način koriste internet. Na tom polju će Telenor i UNICEF naredne dve godine intenzivno raditi. Potpisivanjem ugovora u vrednosti od 200.000 evra zvanično je započet projekat „Bezbedan internet za celu porodicu“ (Family Safety Net). Projekat se fokusira na edukaciju dece uzrasta od četiri do osam godina, njihove roditelje i vaspitače. Istraživanja pokazuju i da svaki četvrti roditelj ne misli da ima dovoljno znanja da pruži adekvatnu podršku detetu u bilo kojoj potencijalno opasnoj situaciji na internetu. Zbog toga je jedan od glavnih ciljeva da 100.000 roditelja i 2.000 vaspitača i nastavnika prođe obuku u naredne dve godine.

## I DALJE DEO DOBRE KOMUNIKACIJE

Saradnja Telenora sa zajednicom gluvih najbolji je pokazatelj u kojoj meri povezanost utiče na podizanje kvaliteta svakodnevnog života ljudi.

Kako su predstavnici zajednice gluvih i nagluvih često i pioniri u korišćenju najsavremenijih digitalnih rešenja, osnovna ideja saradnje sa ovom zajednicom bila je pojednostavljivanje pristupa digitalnim komunikacijama. Inače, ta zajednica broji više od 100.000 osoba u Srbiji.

Projekat „Budi deo dobre komunikacije“ imao je niz aktivnosti. Pokrenuta je kampanja s ciljem podizanja svesti o izazovima s kojima se gluve osobe suočavaju u svakodnevnom životu, a u svim Telenor prodavnicama omogućen je pristup Telecentru, kao prvom onlajn prevodilačkom centru za znakovni jezik.

Školi sa domom učenika oštećenog sluha i govora „11. maj“ u Jagodini, obezbeđeno je osam računara i pristup internetu, koji deci omogućavaju usvajanje novih znanja, korišćenje interneta za učenje, ali i da na interesantniji način provode slobodno vreme.



Pored Jagodine, Telenor fondacija donirala je opremu školskom centru u Subotici i Domu za decu i omladinu sa oštećenjem sluha u Beogradu.

Takođe, predstavljena je jedinstvena aplikacija za upoznavanje i razumevanje srpskog i internacionalnog znakovnog jezika (IS) „Ruke govore“. Aplikacija je kreirana u formi rečnika osnovnih izraza, kako bi svi mogli da se upoznaju sa znakovnim jezikom, ali istovremeno omogućava sporazumevanje sa stranim turistima. Dostupna je na srpskom i engleskom jeziku, a svi korisnici na raspolaganju imaju i kviz kako bi proverili svoje znanje.

## UZ MARKA, KOMUNIKACIJA JE LAKŠA

*Prema podacima zdravstvenih ustanova Srbije, 60 odsto dece predškolskog uzrasta ima evidentirano blago patološko stanje, a svako treće dete polazi u školu sa nekim razvojnim problemom*

Iskustvo je pokazalo da deca sa smetnjama u razvoju pozitivno reaguju na ono što gledaju na mobilnim telefonima, tabletima ili sličnim uređajima. Zbog toga su tri defektologa sa dugogodišnjim iskustvom u ovoj oblasti osmislila i, uz podršku Telenor fondacije, izradila aplikaciju „Lako sa Markom“. Namenjena je deci sa komunikacijskim teškoćama kao što su autizam, cerebralna paraliza, afazija i razvojna disfuzija. Autorke su Aleksandra Bukovica, Jelena Mitić i Snežana Medić, profesorke u Osnovnoj školi „Miloje Pavlović“. Kroz pet situacionih priča u okviru aplikacije, deci je olakšano snalaženje u prevozu, prilikom odlaska u park, kod lekara, na rođendan ili kada se brinu o ličnoj higijeni. A svaka od tih situacija prikazana je kroz četiri slike koje deci omogućavaju bolji pregled redosleda događaja, kao i komunikaciju koja ih prati.



## INTERAKTIVNI BUKVAR I APLIKACIJE ZA UČENJE MATEMATIKE I ENGLSKOG JEZIKA

Edukacija je veoma bitna oblast angažovanja Fondacije, a najmlađi često usvajaju nove tehnologije vrlo brzo, koristeći ih u svakodnevnom učenju. Ove godine obezbeđeni su interaktivni bukvari, aplikacije za učenje matematike i engleskog jezika, interaktivne table i tableti za deset osnovnih škola u Srbiji.

Različita testiranja utvrdila su da rad na aplikacijama održi pažnju đaka duže i podstiče interakciju na času. Projektom je predviđeno da deset osnovnih škola u Srbiji dobije potrebnu opremu, kao i licencu za korišćenje aplikacije do kraja školske 2017/2018. godine.

Prvi rezultati već su tu: više od 500 učenika u školama širom Srbije i 24 učitelja koji su prošli obuku i drže interaktivnu nastavu. Do kraja ove školske godine očekuje se da 56 učitelja bude u potpunosti obučeno za ovakav vid nastave, a da broj uključenih đaka poraste na 1.600. Ovaj višestruko nagrađivani sistem za učenje jezika razvijen je uz punu saradnju sa profesorima sa Filološkog i Učiteljskog fakulteta. Softver prikuplja i analizira podatke i daje uvid u napredak svakog deteta, što je posebno važno za nastavnike.



## RAZMIŠLJAMO ZELENO

Telenor fondacija je Botaničkoj bašti Stražilovo obezbedila sredstva za 38 novih biljnih vrsta i podržala razvoj aplikacije „Telenor botanički izazov“. Ideja projekta je da se na zanimljiv i inovativan način, kroz primenu digitalnih rešenja i aktivnosti u prirodi, približi značaj zaštićenih područja i potreba za njihovom zaštitom i očuvanjem. Jedan od ciljeva Telenor fondacije je edukacija mladih korišćenjem digitalnih servisa, a aplikacijom „Telenor botanički izazov“ ova dva aspekta su spojena. Posetiocima Stražilova omogućen je i besplatan Wi-Fi internet, a posebnim tablama obeleženo je 50 pretežno drvenastih biljaka poreklom iz Evrope i drugih delova sveta. U okviru android aplikacije, koja kombinuje veštine orijentiranja, fizičku aktivnost i učenje, nalazi se mapa Botaničke bašte sa ucrtanim drvećem, a posetioci imaju zadatak da pronađu zadatu vrstu kretanjem kroz park, odgovore na postavljena pitanja i takmiče se sa drugim posetiocima.



## TELENOROV DAN DEVOJČICA

*U Telenoru više od polovine zaposlenih čine žene, dok je na rukovodećim pozicijama 47 odsto žena*

Drugu godinu zaredom, uz podršku Telenor fondacije, obeležen je međunarodni Dan devojčica u IKT-u. Ideja je da se devojčice osnaže prilikom odabira budućih profesija i podstaknu da se rukovode ličnim interesovanjima i talentima kada razmišljaju o profesionalnoj orijentaciji. Ove godine, održano je takmičenje „Uhvati ideju“. Finalistkinje takmičenja obišle su Telenor, razgovarale sa ženama koje su na rukovodećim pozicijama u ovoj kompaniji i u okviru radionice vežbale kako da što uspešnije prezentuju svoje ideje. Ovogodišnje porednice su Neda Kovačević, Maša Jović i Tijana Petrović, učenice Osnovne škole „Đura Jakšić“ iz Beograda, a Telenor fondacija ih je nagradila pametnim telefonima.

# BITKA ZA POVEĆANJE NATALITETA - NIJE SVEJEDNO KAD BEBE DOLAZE



Kompanija Nektar je u saradnji sa Ministarstvom zdravlja pokrenula krajem 2015. godine veliku društveno odgovornu kampanju pod nazivom „Nije svejedno kad bebe dolaze“ sa ciljem prikupljanja sredstava za pomoć porodicama kod procesa vantelesne oplodnje i proširenja porodice. Kako ističu u Nektaru, kao porodična kompanija koja smatra da je porodica stub svakog društva, pokrenuli su nacionalnu akciju kojom doniraju sredstva od preko 25 miliona dinara za rekonstrukciju odeljenja za vantelesnu oplodnju klinike GAK „Narodni front“ u Beogradu. Kampanja pod nazivom „Nije svejedno kad bebe dolaze“, nosi slogan Nectar Family brenda i govori o tome da nije svejedno kada dolazi novi život, a posebno nije svejedno porodicama koje moraju da se podvrgnu procesu vantelesne oplodnje.

Motivi za pokretanje ove kampanje su bili podaci iz izveštaja Ujedinjenih nacija po kojima je Srbija među 11 zemalja u svetu u kojima će broj stanovnika opasti za najmanje 15 odsto između 2015. i 2050. godine.

Za obnovu odeljenja i nabavku opreme Ministarstvo zdravlja izdvojilo je 30 miliona dinara, a kompanija Nektar kroz kampanju „Nije svejedno kad bebe dolaze“ obezbedila je 25 miliona dinara. Rekonstrukcijom Odeljenja za vantelesnu oplodnju, GAK „Narodni front“ dobio je i banku reproduktivnih ćelija u kojoj će moći da se čuvaju embrioni parova koji iz prvog pokušaja nisu mogli da ostvare potomstvo.

Omogućavanje krioprezervacije odnosno zamrzavanja embriona u oko 30 odsto slučajeva znači da pacijentkinja ne mora ponovo prolaziti kroz ceo proces. To je velika prednost za njeno zdravlje i velika ekonomska ušteda za državu, jer se ciklusi ne moraju ponavljati u celosti. Odeljenje za arteficialne reproduktivne tehnike sa dnevnom



bolnicom GAK „Narodni front“ je u proteklih 10 godina obavilo 2.799 procedura VTO zahvaljujući kojima su rođene 1.024 bebe. Prosečno godišnje može da primi oko 300 pacijentkinja (parova). Sa novim, savremeno opremljenim Odeljenjem za VTO, broj procedura i procenat uspešnosti značajno će biti veći.

Mihailo Janković, direktor Nektar grupe, istakao je prilikom otvaranja ovog odeljenja u oktobru ove godine da je ova kompanija sa velikim zadovoljstvom učestvovala u rekon-

strukciji Odeljenja za vantelesnu oplodnju GAK „Narodni front“, jer će sada mnogo više parova moći da ostvari potomstvo.

Sterilitet je sve prisutniji problem mnogih parova i to nezavisno od starosne grupe. Istraživanja su pokazala da čak 400.000 parova u Srbiji ima problem sa začećem. Podaci pokazuju da građani sve ređe i sve kasnije stupaju u brak, pa Srbiji preta opasnost da ostane bez proste reprodukcije.

Srbija godišnje gubi najmanje 30.000 stanovnika, što dovodi do naglog izumiranja celih krajeva zemlje. Dosadašnje mere na povećanju nataliteta kao što je bio povraćaj PDV na opremu za bebe, nisu dale rezultate. Posebno je deprimirajuća ocena 11 odsto majki da zbog lošeg iskustva u porodilištima više neće rađati.

Doprinos Nektara su sredstva od preko 25 miliona dinara

koja su uložena u rekonstrukciju dela drugog sprata klinike, Odeljenja za vantelesnu oplodnju, čime je omogućeno proširenje ovog odeljenja i višestruko povećanje broja parova koji će moći da obave proces vantelesne oplodnje u svojoj zemlji. Takođe, stvorena je mogućnost zamrzavanja embriona i više ponovnih pokušaja, čime će klinika stati rame uz rame sa klinikama u EU.

Cela kampanja daće mogućnost da se procenat uspešnosti vantelesne oplodnje sa 30% poveća na 35%, što je maksimum koji postoji u svetu, i to će svakako imati pozitivan uticaj na rast nataliteta u Srbiji.

Za ovu akciju Nektar je u decembru 2016. godine nagrađen specijalnom nagradom žirija Srpske asocijacije menadžera za projekat od nacionalnog značaja zato što je podstakla promene u društvu i skrenula pažnju šire javnosti na problem nataliteta sa kojim se Srbija suočava.



# DRUŠTVENA ODGOVORNOST KAO STRATEŠKO OPREDELJENJE

*Jedna od kompanija koja se svakako izdvaja po svojim društveno odgovornim projektima je Naftna industrija Srbije (NIS), koja već godinama podržava naučne, obrazovne i institucije kulture, sportske organizacije, klubove i talentovane pojedince, te pruža podršku humanitarnim projektima i razvoju mladih.*

Koncept društvene odgovornosti kompanija već dugo je neizostavan deo poslovanja u ekonomski najrazvijenijim državama sveta. Taj koncept podrazumeva da se, pored poslovnih rezultata i profita, veliki značaj u planiranju poslovanja pridaje i neprofitnim projektima čiji je osnovni motiv ulaganje u lokalnu zajednicu. Na taj način kompanije istovremeno doprinose razvoju sredine u koju ulažu, ali i daju jasan primer drugim kompanijama i pojedincima o značaju ulaganja u opšte dobro.

Vodeći se motom da uspeh nije potpun dok se ne podeli sa drugima, želja mnogih kompanija koje drže do visokih standarda je da deo svog profita na dobrovoljnoj osnovi vrate zajednici u kojoj posluju. Ovo je ujedno i najvažnija definicija savremenog CSR poslovanja u svetu.

Kada je reč o Srbiji, društveno odgovorno poslovanje dobija na masovnosti u poslednjih nekoliko godina. Pioniri u ovoj oblasti u domaćoj privredi bile su strane kompanije koje su počele poslovanje na srpskom tržištu. Jedna od kompanija koje se svakako izdvajaju po svojim društveno odgovornim projektima je Naftna industrija Srbije (NIS), koja je već godinama lider po socijalnim investicijama u Srbiji. Kompanija podržava naučne, obrazovne i institucije kulture, sportske organizacije, klubove i talentovane pojedince, pruža podršku humanitarnim projektima i razvoju mladih. O tome da je ulaganje u zajednicu jedno od strateških opredeljenja NIS-a svedoči i činjenica da je ta kompanija razvila pet programa kroz koje realizuje društveno odgovorne projekte. Programi su osmišljeni

tako da podržavaju različite segmente društva: od sporta do obrazovanja. Nazivi programa su „Energija sporta“, „Kultura bez granica“, „Energija znanja“, „Filantropija i volonterizam“ i „Zajednici zajedno“ i, kako navode u NIS-u, osmišljeni su tako da dugoročno podstiču nove generacije da doprinose boljoj budućnosti i razvoju čitave zajednice u skladu sa korporativnim sloganom „Budućnost na delu“. Samo u 2016. godini NIS je u društveno odgovorne projekte uložio više od 380 miliona dinara.

## PARTNERSTVO SA ZAJEDNICOM

Dobri odnosi sa zajednicom jedan su od prioriteta svake kompanije čiji je cilj dugoročno održivo poslovanje i dobar poslovni imidž. U današnjem poslovnom svetu fizička imovina i sredstva kompanija samo su deo njihove vrednosti, dok značajan deo dolazi od vrednosti stečene na osnovu percepcije i popularnosti koju kompanija uživa u javnosti. Iskren odnos prema građanima i odgovornost prema prirodnim resursima i ljudskom potencijalu odlika su kompanija koje žele dugotrajno partnerstvo sa zajednicom. Zbog toga i NIS poseban značaj u svom društveno odgovornom poslovanju pridaje projektima kojima se unapređuje kvalitet života u lokalnim zajednicama u kojima kompanija posluje. Devet godina u



kontinuitetu NIS sprovodi program „Zajednici zajedno“, u okviru koga podržava projekte u oblasti sporta, kulture, zaštite životne sredine, nauke i obrazovanja i pomoći socijalno ugroženim grupama. Do sada je kroz program „Zajednici zajedno“ NIS podržao 904 projekta i donirao više od milijardu dinara.

U okviru konkursa „Zajednici zajedno“ u 2017. godini, kompanija NIS podržala je ukupno 42 projekta koji će doprineti unapređenju kvaliteta života u 11 gradova i opština širom Srbije: Beogradu, Novom Sadu, Pančevu, Zrenjaninu, Kikindi, Nišu, Čačku, Novom Bečeju, Kanjiži, Žitištu i Srbobranu.

Kada je reč o brizi o najosetljivijoj i najperspektivnijoj društvenoj grupi - deci, početkom ove godine, kompanija NIS je uručila donaciju Univerzitetnoj dečjoj klinici „Tiršova“ u Beogradu za nabavku medicinske opreme koja će unaprediti rad ove zdravstvene ustanove. Donacija dečjoj klinici „Tiršova“ rezultat je široke filantropske akcije koju su inicirali zaposleni NIS-a donirajući novčana sredstva, koja je kompanija potom udvostručila. Akcija se

zatim proširila i na NIS-ove benzinske stanice pod nazivom „Praznična čarolija je u našim rukama“. Medicinski aparati koji su obezbeđeni zahvaljujući ovoj donaciji u velikoj meri pospešuju lečenje dece u „Tiršovoj“, jednoj od najznačajnijih i najstarijih medicinskih ustanova u zemlji i regionu namenjenih zdravstvenoj zaštiti najmlađih. Zoran Radojičić, direktor klinike, zahvalio je tada NIS-u na donaciji navodeći da je ona veoma bitna za rad ustanove koju vodi. „Donacija NIS-a ujedno je i najveća koju je ova zdravstvena ustanova primila i ovim sredstvima nabavićemo medicinske aparate koji se svakodnevno koriste za najbolju dijagnostiku i lečenje dece“, naveo je tada Radojičić.

Pored filantropije, za svako društvo je važna i promocija volontiranja. Od kakvog to značaja može da bude za državu postalo je naročito jasno tokom nedavnih poplava u Srbiji. Volontiranje može promeniti nečiji život, a takođe pomaže u stvaranju osećaja pripadnosti, podstiče empatiju, lični razvoj i razvijanje mnogih veština. Zato je korporativni volonterizam integralni deo programa



## ULAGANJE U MLADE JE ULAGANJE U BUDUĆNOST

Ulaganje u obrazovanje jedna je od investicija koje su uvek isplative. Takođe, to je jedan od načina da kompanije obezbede dugoročno kvalitetno školovanje za mlade koji će u budućnosti činiti glavni kadrovski potencijal firme. Zbog toga se u NIS-u velika pažnja poklanja programu „Energija znanja”, putem kog kompanija već pet godina sa uspehom saraduje sa obrazovnim i naučnim institucijama u Srbiji i inostranstvu. Takođe, značajna pažnja se posvećuje oblasti naučnoistraživačkog rada sa ciljem da se budućim stručnjacima obezbede kvalifikacije koje tržište rada zahteva. NIS je do sada kroz program „Energija znanja” uložio više od pet miliona evra, potpisao preko 47 sporazuma sa domaćim i međunarodnim naučnim i obrazovnim ustanovama u zemlji i inostranstvu, i stipendirao više od 90 studenata. Ulaganjem u obrazovanje i saradnjom sa društvima fizičara, matematičara i hemičara, NIS uspešno promovise razvoj prirodnih nauka, dok se sa centrom Ruski mir radi na podršci olimpijadama iz ruskog jezika. Pored toga, NIS je do sada podržao 28 olimpijada znanja iz oblasti prirodnih nauka i pružio šansu talentovanim pojedincima, koji su pokazali najbolje rezultate na tom takmičenju, da predstave svoje znanje i na međunarodnim manifestacijama. Mladi naučnici su na tu podršku uzvratili na najbolji mogući način - osvajanjem velikog broja odličja na međunarodnim olimpijadama. NIS je kroz program „Energija znanja” podržao osnivanje četiri nova studijska programa na univerzitetima, kao i njihovo formiranje. Pored toga, NIS je finansirao adaptaciju više od 40 učionica i laboratorija u školama i na fakultetima širom Srbije. Takođe, NIS već nekoliko godina pruža podršku Istraživačkoj stanici Petnica, instituciji koja je od velike važnosti za razvoj i promociju nauke u Srbiji. U okviru te saradnje, stručnjaci NIS-a takođe gostuju na seminarima u Petnici, koja je ujedno i baza za pripreme mladih naučnika iz Srbije koji nastupaju na međunarodnim olimpijadama iz prirodnih nauka. „Taj momenat kada je NIS prepoznao Petnicu kao nešto što vredi, nešto što će možda pomoći da neki novi Pupin, neki novi Tesla, ne izgubi motivaciju za daljim obrazovanjem i usavršavanjem, bio je izuzetno važan za nas”, rekao je direktor Petnice Vigor Majić o ovoj saradnji prilikom potpisivanja prošlogodišnjeg ugovora sa NIS-om. Potvrda o značaju aktivnosti NIS-a u oblasti obrazovanja je i činjenica da je kompanija za svoj doprinos razvoju obrazovanja u 2016. godini dobila „Svetosavsku nagradu” koju dodeljuje Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

društvene odgovornosti NIS-a, a njegov razvoj se posebno stimuliše u kompaniji. Tako zaposleni NIS-a svake godine pokazuju spremnost da na delu pomognu onima kojima je pomoć potrebna, kao i da budu dobar primer volonterskog angažovanja. Vođeni činjenicom da nemaju svi sreću da novogodišnje i božićne praznike dočekaju u okrilju porodice, zaposleni NIS-a su krajem 2016. godine postali „pomoćnici” Deda Mraza i tokom dva dana pakovali novogodišnje paketiće koje je kompanija obezbedila deci i omladini ometenoj u razvoju, šticienicima Doma „Veternik”. Takođe, angažovanje zaposlenih NIS-a obradovalo je i mališane iz Dečjeg sela u Sremskoj Kamenici za koje je obezbeđeno više od 2.000 odevnih predmeta, igračaka, školskog pribora i slatkiša. Humanitarno-ekološku akciju „Čepom do osmeha” NIS je podržao kupovinom kombija u okviru programa „Zajednici zajedno” 2015, a tokom čitave prethodne godine u NIS-u je nastavljena humanitarno-ekološka akcija „Čepom do osmeha”.



## ENERGIJA JE U NAMA

Kompanija posebnu pažnju usmerava na program „Energija sporta” kojim promovise zdrav način života i sportske vrednosti, a istovremeno podržava profesionalni i dečji sport, kao i razvoj novih talenata. NIS je tako već godinama generalni sponzor Teniskog saveza Srbije (TSS) i podržava najbolje tenisere i teniserke Srbije koji predstavljaju zemlju u Dejvis i FED kupu. U okviru ove saradnje, NIS i TSS godinama takođe organizuju „besplatne škole tenisa” za decu širom Srbije, kojima se pridružilo i Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja. Na taj način pokrenuta je i nova akcija pod nazivom „Sportom protiv nasilja” čiji je cilj popularizacija sportskih vrednosti, negovanje kulture nenasilja kod dece, bilo da je reč o školi ili o sportskim aktivnostima. Za svaku državu je od posebnog značaja unapređenje kulture i podrška ustanovama iz te oblasti. Ujedno, to je još jedna oblast u kojoj NIS ima značajne projekte podrške umetnicima, organizacijama i manifestacijama od

nacionalnog i regionalnog značaja. Te aktivnosti NIS razvija kroz program čiji je naziv „Kultura bez granica” i koji ima posebno mesto kada je reč o podršci i promociji istinskih vrednosti. Neke od manifestacija koje NIS tradicionalno podržava kroz ovaj program su i internacionalni festival za decu „Radost Evrope”, kao i „Jesenji pozorišni festival” Emira Kusturice na Mokroj gori, koji promovise pozorišnu umetnost i mlade nadarene glumce. Čini se da potrebe društva nikada nisu bile veće i sveobuhvatnije nego što je to slučaj danas. U svakom slučaju, te potrebe nadilaze mogućnosti država, pa čak i onih finansijskih najmoćnijih. Zbog toga je od posebne važnosti da i kompanije iskažu svoju društvenu odgovornost i kroz različite programe vrata bar deo profita zajednici u kojoj posluju. Na taj način one će sigurno doprineti boljoj budućnosti za sve, a ujedno učiniti mnogo na postavljanju čvrstih temelje za svoj budući razvoj. U tom svetlu, i NIS će nastaviti sa realizacijom svojih društveno odgovornih projekata kako bi dodatno unapredio kvalitet života okruženja u kom kompanija deluje.

# VODIMO SE PRINCIPOM ODRŽIVOSTI U SVEMU ŠTO RADIMO

„METRO na svim tržištima na kojima posluje ima iste vrednosti – usmereni smo na kupce i zaposlene. Te jasne vrednosti i principi znače da podržavamo naše kupce koji imaju sopstveni biznis u svim segmentima i na taj način im dajemo podršku da se dalje razvijaju“, kaže Kristina Johansson, generalna direktorka METRO Cash & Carry Srbija, i dodaje: „Kada govorimo o održivosti, globalna strategija ima jasan stav, a to je da sebe doživljavamo kao deo društva i želimo da preuzmemo vodeću ulogu u stvaranju boljeg života za ljude i zajednice u kojima poslujemo. Stremimo tome da harmonizujemo ekonomske, ekološke i društvene ciljeve. Sve što radimo danas, radimo da bi budućnost bila bolja.“

Bitno je napomenuti da fokus METRO-a nije isključivo na poslovnim ciljevima – ističu da ono o čemu posebno vode računa jeste ljudski aspekt – očekivanja kupaca, zaposlenih, investitora i partnera. Dinamičnost i razvijanje u skladu sa neprestanim promenama sveta koji nas okružuje – ključ je uspeha svih vodećih globalnih kompanija, ali bez odgovornog poslovanja nije moguće govoriti o održivom razvoju i održivoj budućnosti.

Visoke standarde koje je METRO postavio u ovim oblastima ne doživljavaju kao opterećenje, već naprotiv, kao podsticaj koji ih svakodnevno motiviše da budu sve bolji u onome što rade. Na taj način kompanija ne pomaže samo sebi da bude lider u svojoj oblasti, već podržava i podstiče svoje kupce da razvijaju sopstveni biznis, a sa osnovnim ciljem stvaranja uslova za definisanje bolje budućnosti zajednica u kojima žive. To je ujedno i put kojim kompanija nastoji da definiše sveobuhvatan, sistemski pristup održivom poslovanju.

Ova globalna strategija i vizija poslovanja, usklađene nizom mera i aktivnosti, sprovode se dosledno na 35 tržišta širom sveta, među kojima je i Srbija.

„Tokom više od deset godina postojanja naše kompanije u Srbiji, uz stabilan rast poslovanja, mnogo toga smo učinili

na polju same održivosti. Uveli smo sistemsko unapređivanje znanja i veština naših zaposlenih kroz dodatne obuke i treninge, podigli smo efikasnost uvođenjem novih tehnologija, racionalnije koristimo prirodne resurse, a ulažemo i u lokalnu zajednicu putem različitih akcija i projekata“, rekli su u ovoj kompaniji.

## AMBICIJE U PODRŠCI ŽENSKOM PREDUZETNIŠTVU

Dosta se govori o tome šta sve spada u osnovne principe održivog poslovanja, kao i kako se isti mogu postići. Planiranje sveobuhvatnih poslovnih strategija podrazumeva i razmatranje onih sfera društva koje čine značajan procenat tržišta, ali možda nisu uvek dovoljno zastupljene u procesu aktivnog definisanja i kreiranja istog tog tržišta. U tom kontekstu, kada je reč o održivom preduzetništvu – isto nije moguće zamisliti, ni lokalno ni globalno, bez ulaganja i aktivnog podržavanja žena da svoje ideje razvijaju u biznis.

Žensko preduzetništvo je jedan od najmanje iskorišćenih resursa ekonomskog rasta, ne samo u Srbiji, već i u čitavoj Evropi, zbog čega je podrška njegovom jačanju važan zadatak svih društvenih aktera.

Tek svaka treća žena se odluči da se oprobava u preduzetničkim vodama. Osim sa upisom nekretnina na svoje ime, većina ima problem s tim kako će ono što rade, bilo da se bave uslugama bilo proizvodnjom, plasirati na tržište. I taj problem je polako počeo da se rešava, ali uz saradnju žena preduzetnica, opština i velikih kompanija.

METRO Srbija je i u ovom pitanju prepoznao neophodnost da sebe razvija kao pravog partnera preduzetništvu, što i jeste jedan od principa poslovanja ove kompanije. Posebno veruju u podršku preduzetništvu koje vode žene, jer smatraju da im je u našem društvu ona najviše potrebna.

U tom smislu, kompanija planira da sprovede niz aktivnosti kako bi se podstakli ekonomsko osnaživanje žena i žensko preduzetništvo, otvaranje novih radnih mesta, povećala zaposlenost žena i dao doprinos razvoju privrede Srbije. Plan je i da se aktivno i sistemski uključe u različite projekte, i na taj način osnaže partnersku podršku ovom sektoru.

## HRANA SE NE BACA – ISKORISTITE NAMIRNICE U POTPUNOSTI

Još jedan bitan princip uspešnog, dugoročnog poslovanja, kao i njegove sveobuhvatnosti, jeste i uključivanje zaposlenih u aktivnosti kompanije. Samo otvorena, dvosmerna komunikacija sa zaposlenima, kao i prepoznavanje činjenice da su oni najveća vrednost svake kompanije, može dovesti do unapređenja i inovativnosti u poslovanju. METRO smatra da je prepoznavanje i podržavanje dobrih ideja kod zaposle-

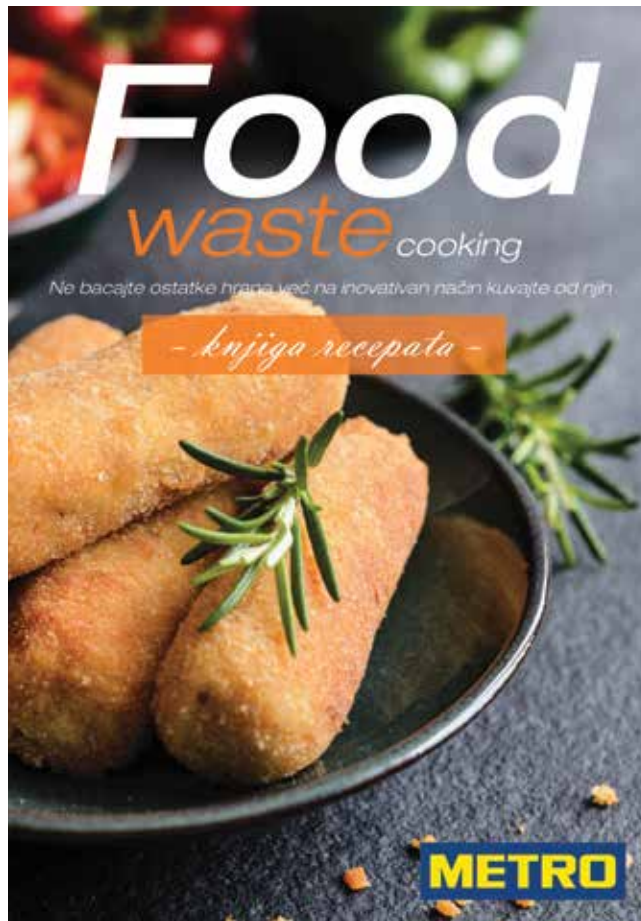


Ako ostatke od šargarepe niste iskoristili za pripremu čipsa ili za neko drugo jelo, evo još jedne ideje. Poredajte ostatke na pleh sa masnim papirom i sušite ih lagano na sobnoj temperaturi ili u pećnici na 60°C 3-4 sata. Kada je povrće dobro osušeno, sameljite ga u blenderu ili super secku tako da dobijete fini prah. Prosejite prah kroz žičanu cediljku kako bi ste dobili brašno od šargarepe.

Za kolač od šargarepe, potrebno vam je sledeće:

350 g brašna, 350 g šećera, 50 g ulja, 4 jajeta, 1 kesica praška za pecivo, pola kašičice cimeta, prstohvat soli, 300 g sušene šargarepe natopljene u mleku. Ulupati ulje i šećer, a zatim dodati i sve ostale sastojke i sjediniti. Dobijenu masu razliti u odgovarajući pleh i peći na 160°C, približno 20 minuta. Ohladjeni kolač servirati sa sladoledom ili umućenom pavlakom.





## ODRŽIVOST ZA KUPCE

U skladu sa idejom sveobuhvatnosti na putu održivog poslovanja, velike kompanije poput METRO-a smatraju da odnos prema kupcima takođe predstavlja jedan od principa na kojima se mora insistirati. Ponuda i usluge koje nude moraju ispuniti očekivanja kupaca – sa održivim proizvodima izuzetnog kvaliteta, kroz održivu nabavku i pažljivo osmišljavanje asortimana.

Ključ u ovom aspektu čini bliska saradnja sa dobavljačima, implementacija visokih standarda kvaliteta i povećanje transparentnosti duž čitavog lanca snabdevanja. Tako, recimo, METRO svojim klijentima nudi širok spektar dokazano ekoloških proizvoda, kako iz prehrambenog tako i iz neprehrambenog asortimana. Koristi se palmino ulje iz održivih izvora, fish policy razvija mere za promovisanje odgovornog ribolova u skladu sa potrebama kupaca, prirodom i ljudima koji rade u industriji morske hrane, wood policy – definiše prilagođavanje ambalaže, pre svega kada je u pitanju robna marka, u cilju ušteda. Implementacija pomenutih policy-a u asortimanu kompanije garantuje da su ispunjeni svi zahtevi koji se odnose na zaštitu životne sredine i održivi razvoj.

## OČUVANJE ŽIVOTNE SREDINE – ULOG U BUDUĆNOST

Sfera na koju se najčešće prvo pomisli kada se govori o održivoj budućnosti svakako jeste očuvanje životne sredine i prirodnih resursa. U tom smislu velike kompanije imaju posebnu odgovornost da svoje poslovanje vode u skladu sa najvišim industrijskim standardima očuvanja životne sredine. METRO nastoji da odgovornim korišćenjem resursa i izbegavanjem stvaranja otpada, minimizuje uticaj na klimu i zaštiti životnu sredinu, pomažući na taj način da se izgradi čvrst temelj za budućnost trgovine.

U kompaniji kažu da je doprinos u oblasti zaštite životne sredine i energetske efikasnosti iz godine u godinu sve vidljiviji. METRO Srbija veruje da je neophodna ugradnja najefikasnijih uređaja, efikasnost u izgradnji objekata, kao i da potrošnja energije i životni ciklus opreme budu u skladu sa strategijom kompanije i najnovijim tehničkim standardima. Kao ekološki svesna kompanija, trude se da posvete pažnju svim aspektima delatnosti u kojoj posluju. U skladu sa tim, celokupan ambalažni otpad se reciklira tokom čitave godine, ne samo u okviru Nedelje održivog poslovanja, čime se maksimalno iskorišćavaju resursi, a sa druge strane, sav materijal koji nema potencijal ponovnog iskori-



šćenja, skladišti se na odgovoran i bezbedan način. Samo u poslednje tri godine reciklirano je 2.317 tona papira/kartona, 280 tona folije, 6 tona belog papira, 3 tone otpadnog jestivog ulja, 72 tone sirovinskog reciklirajućeg otpada i 14 tona elektronskog otpada, a na ekološki način zbrinuto je 4 tone opasnog otpada i 39 tona bezopasnog otpada. Tako je od 2011. godine kao deo strategije, METRO na globalnom nivou otpočeo inicijativu da do 2030. godine smanji CO2 otisak za 50 odsto, a svakako jedna od karika za postizanje tog rezultata je i METRO Cash & Carry Srbija. Dosadašnji zajednički rezultat METRO-a je smanjenje sa 330 na 250 kg CO2/m2 sa daljom tendencijom smanjenja.

## JEDINSTVENA PODRŠKA DECI KROZ PROJEKAT „VILA DOBRILA – MAGIČNI DORUČAK“

Razvijanje zajednice u kojoj se vodi poslovanje neophodno je kako za budućnost te zajednice tako i za biznis koji se u okviru nje razvija. METRO kao deo svoje strategije u tom domenu vidi usklađivanje svog poslovanja sa potrebama zajednice, kroz dijalog s partnerima i donosiocima odluka, baziran na uzajamnom poverenju. Onaj segment društveno odgovornog poslovanja u okviru bilo koje zajednice i bez kojeg u METRO-u ne mogu da



zamisle bolju budućnost, jeste i pomoć najmlađima. Kroz jedinstveni projekat „Vila Dobrila - Magični doručak“, METRO već 10 godina pruža podršku deci sa smetnjama u razvoju širom Srbije, kao i njihovim porodicama. Zajedništvo i partnerstvo ova kompanija smatra ključnim principima za njihov uspeh. Zajedno sa partnerima, Credit Agricole bankom Srbija, Bankom hrane i uz veliku podršku Grada Beograda stvorena je sinergija koja doprinosi zajedničkom dobru. Kao rezultat akcija „Vila Dobrila - Magični doručak“ je obezbedila 70 tona hrane za 4.300 mališana u 35 škola za decu sa smetnjama u razvoju širom Srbije, za deceniju tokom koje živi ovaj projekat u Srbiji. Upravo ovim projektom se na nedavno održanoj izložbi povodom stvaranja nove kompanije METRO AG - METRO Unboxed u Diseldorfu, Srbija istakla među 35 zemalja u kojima METRO posluje.

## VAŽNI SU LJUDI

Na kraju je bitno istaći da u budućnosti METRO Srbija vidi sebe kao veoma snažnu kompaniju koja sledi svoje vrednosti, i veruje da je sveobuhvatna odgovornost u poslovanju ono što je čini uspešnom, kako u očima kupaca, tako i njenih zaposlenih. Iz kompanije poručuju da će im prioritet uvek biti da svojim kupcima pruže podršku da napreduju, a svojim zaposlenima atmosferu u kojoj uživaju da rade, i osećaju ponos jer svakodnevno kupcima pružaju najkvalitetniju i najbolju uslugu.

# NIJE PITANJE KAKO TROŠIŠ SVOJ NOVAC, VEĆ KAKO GA PRAVIŠ

*Metalac smatra da profit i rast treba ostvarivati na način kojim se kompanija ponosi i sa dobrobiti koja se prepoznaje. Korporativna reputacija Metalca zapravo i jeste izraz kvalitetno integrisane poslovne strategije, korporativne kulture, etike i društveno odgovornog poslovanja. To ga kvalifikuje u najvišu ligu kompanija koje pretenduju da upravljaju pomoću vrednosti.*

## FINANSIJSKI IZVEŠTAJI NISU DOVOLJNI - SAMO RAVNOTEŽA SVIH ODGOVORNOSTI PROIZVODI ZDRAVIJE KOMPANIJE

Društveno odgovorno poslovanje mora biti u funkciji primarne poslovne logike – a to je održivi rast i razvoj na društveno prihvatljiv način. Društvena odgovornost nije apriori davanje, jer to nije odgovorno poslovanje. Naprotiv, odgovorno je imati ravnotežu ekonomskih, socijalnih i ekoloških ciljeva.

Ime Metalca se vezuje za odgovorno i moralno ponašanje. Metalac je svestan da ima i može da ima uticaj na društvenu zajednicu počev od koristi koje proizlaze iz njegovih ukupnih poslovnih rezultata, otvaranja novih radnih mesta, pružanja poštenih i bezbednih uslova rada, aktivnosti usmerenih na zaštitu životne sredine, do obraćanja pažnje na socijalne probleme, kulturne, sportske i druge potrebe zajednice u kojoj postoji i radi. Reč je o misiji za koju godišnje opredeli 20-30 odsto svog profita, a koja je mnogo više od uspešnosti izražene krajnjim bilansima poslovanja.



## POLA MILIONA EVRA ZA 500 DEČJIH OSMEHA

Višegodišnju posvećenost društvenoj zajednici Metalac je podigao na organizaciono i upravljački viši nivo kada je 2006. godine osnovao istoimenu fondaciju radi „ostvarivanja humanitarnih i drugih društveno korisnih ciljeva, unapređenja i pomaganja stvaralaštvu u oblasti nauke, kulture, umetnosti i sporta, kao i svim drugim oblastima od strateškog i razvojnog društvenog interesa“. Polazeći od poražavajućih podataka o natalitetu u Srbiji, u opštini Gornji Milanovac i samoj kompaniji, prvi i najvažniji projekat Fondacije Metalac imao je za cilj da pošalje nedvosmisleno poruku mladima da nemaju razloga da se plaše za svoje radno mesto, a ponajmanje da ih to sprečava da zasnuju porodicu.

Za prvih 10 godina postojanja u akciji „Deca, naša radost i budućnost“, rođeno je 500 beba. Za tih 500 dečjih osmeha Metalac je investirao najsladih pola miliona evra. Odnos dobronamernosti i ohrabrenja mladih ljudi da stvaraju i proširuju porodicu, doneo je nezamenjiv osećaj sigurnosti svakom mladom čoveku, što je retkost u srpskoj privredi. Iako to sigurno nije jedini razlog, evidencija nedvosmisleno pokazuje da su svi radnici koje je kompanija na ovaj način nagradila i danas lojalni Metalcu. Od 2016. godine podsticaj radnicima za proširenje porodice je uvećan na 1.000 evra za prvo dete, 2.000 za drugo, 3.000 evra za treće dete i tako po hiljadu više za svako sledeće. Novi slogan je „Za budućnost rastemo zajedno“, a u 2017. će, prema evidenciji, izvesno stići više od 50 beba. Kad postanu studenti, od Metalca ih čekaju i stipendije, i tako je već godinama. Sa istim ciljem Metalac je na svoj 50. rođendan krevecima



i dušecima nagradio oko 400 beba u porodilištu u Gornjem Milanovcu, a svake godine više od 1.500 novogodišnjih paketića odlazi svoj deci u milanovačkim obdaništima.

## ZA ZDRAVLJE I SPORTSKI DUH OMLADINE

Najšira javnost, posebno sportska, potpuno je saglasna da je za opstanak milanovačkog sporta u poslednjoj deceniji presudan značaj imala kompanija Metalac. Ni godine svetske krize nisu pokobile Metalac u uverenju da u razvoj sporta i vaspitanje omladine treba ulagati, jer budućnost i jeste na mladima koji imaju takmičarski duh i entuzijizam. Oni će koliko sutra biti motor budućeg razvoja. Ovakva doslednost, koja ima svoj visoki materijalni izraz i duboku društveno odgovornu filozofiju, omogućila je da više od 600 sportista, uzrasta od osam godina do seniorskih timova, oстане okupljeno kroz šest klubova u okviru Sportskog društva „Metalac“. Kompanija finansira skoro 70 odsto potreba ovih klubova. U 2012. godini završena je izgradnja modernog evropskog stadiona sa 4.000 mesta, za potrebe sportista i svih građana Gornjeg Milanovca i Fudbalskog kluba „Metalac“.

## PODELI DA BI MNOŽIO

„Možeš da računaš“ jedna je od krilatica kojom Metalac izražava najdublje uverenje da prosperitetna može biti samo ona kompanija koja uspeva da očuva ljudski lik bez obzira na sve imperitive koje nameće tržišna utakmica i koja je sposobna i voljna da prepozna i podeli neke vrednosti sa svojim okruženjem.



# POSLOVNI USPEH DELIMO SA ZAJEDNICOM

*Kompanija Keprom je pokretač i učesnik brojnih društveno odgovornih akcija, a najpoznatije su „MAMino mesto za dojenje” koja je usmerena na podršku dojenju i „Bezbednost nikada nije na odmoru” koja za cilj ima edukaciju roditelja o neophodnosti korišćenja auto-sedišta kako bi se zaštitili najmlađi kao putnici u automobilu.*

„Društvena odgovornost, utemeljena na etičkim principima poslovanja, deo je naše poslovne filozofije i poslovne kulture”. Ovo je odgovor kompanije Keprom, jedne od najvećih distributerskih kompanija u Srbiji, na pitanje šta ih je motivisalo na učestvovanje u brojnim humanitarnim akcijama.

„Logično je da višedecenijsko poverenje naših kupaca

nagradimo tako što ćemo naš poslovni uspeh, kroz društveno odgovorne akcije, podeliti sa društvenom zajednicom čiji smo deo. I tako stvaramo krug poverenja. I podstičemo i druge kompanije da slede naš primer”, poručuju iz Keprom Grupe u čijem su sastavu, pored kompanija Keprom i K pharma nalazi i Aksa Kids Mega Store, jedan od najvećih maloprodajnih lanaca specijalizovanih za bebe i decu.



## MAMino MESTO ZA DOJENJE

Jedna od najvećih i najvažnijih filantropskih akcija koju je pokrenuo Keprom je „MAMino mesto za dojenje” koja za cilj ima da pruži podršku dojenju kao najboljem i najzdravijem načinu ishrane beba, kao i podizanje svesti o dojenju na javnom mestu.

Uprkos nedvosmislenim prednostima dojenja za zdravlje beba i majki, prema poslednjim istraživanjima Srbija je pri evropskom dnu po dojenju pošto se procenjuje da u našoj zemlji samo 13,7 odsto majki doji bebe šest meseci. Stručnjaci Ujedinjenih nacija čak ističu da je dojenje ljudsko pravo beba i majki. U Srbiji među razlozima za tako mali broj majki koje doje decu bar do šest meseci navodi se često i odnos društva u kome je dojenje u javnosti i dalje vrsta tabua. Na primer, prema jednom istraživanju, više od trećine majki nije nikada dojilo u javnosti.

Kako bi skrenuli pažnju na značaj dojenja Keprom je prošle godine u saradnji sa školom roditeljstva „Nada Lazić” pokrenuo projekat „MAMino mesto za dojenje”.



Akcija je pokrenuta 15. februara 2016, kada je ova kompanija počela da prikuplja sredstva za nabavku klupa za dojenje tako što je odvajala pet dinara od svakog prodatog proizvoda brenda MAM. Kako ističu u ovoj kompaniji, za pokretanje ove akcije motivisali su ih upravo podaci Ujedinjenih nacija, prema kojima se Srbija nalazi na dnu lestvice kada je reč o broju majki koje doje svoje dete. „Akcijom smo hteli da promenimo ovu neslavnu statistiku i da razbijemo tabue i predrasude koje vladaju o dojenju u javnosti“, kažu u Kepromu. „Postavljanje MAM klupa za dojenje u parkovima simboličan je ulazak u javnost, u parkove, ulice i pruža nadu da mame koje doje u javnosti ubuduće neće biti predmet osuda, već nešto normalno i uobičajeno“.

Kruna prvog dela akcije bila je postavka tri MAM klupe za dojenje u Beogradu. Prva kupa je postavljena 2. juna 2016. godine u Tašmajdanskom parku i to je bila prva kupa te vrste u celom regionu. U prvoj fazi projekta postavljene su još dve klupe, po jedna u Karadorđevom parku i na Zemunskom keju. Ove godine je nastavljen projekat i postavljene su još tri klupe. Još jedna u Beogradu, na Adi Ciganliji, i po jedna u Nišu i Novom Sadu.

Akciji su se pridružile i druge društveno odgovorne kompanije, kao što su Aksa Kids Mega Store, još jedna članica Keprom Grupe, zatim Dexy Co, Leto shop, DM drogerie, Lilly, Delhaize i Vero. Takođe, akciju su od prvog dana podržali Grad Beograd i Javno komunalno preduzeće Gradsko zelenilo koje je izradilo projektno rešenje klupe i bez nadoknade obavilo postavljanje svih MAM klupa.

Do sada, akcijom je prikupljeno dovoljno sredstava za postavku ukupno šest MAM klupa za dojenje. U ovoj kompaniji najavljuju nastavak akcije i postavljanje MAM klupa za dojenje u svim gradovima gde se nalaze maloprodajni objekti Aksa Kids Mega Store, a akcija će tokom 2018. godine biti proširena novim potprojektima.



## BEZBEDNOST NIKADA NIJE NA ODMORU

Iako je po Zakonu o bezbednosti saobraćaja upotreba auto-sedišta obavezna za decu do tri godine, zvanična statistika kaže da je samo 32 odsto dece do tri godine vezano u auto-sedištima. A čak i kada nabave auto-sedišta, roditelji ih u više od 90 odsto slučajeva koriste nepravilno.

To je bio dovoljan razlog da kompanija Keprom pokrene akciju „Bezbednost nikada nije na odmoru“ koja za cilj ima edukaciju roditelja o neophodnosti korišćenja auto-sedišta kako bi se zaštitili najmlađi kao putnici u automobilu.

Uporedo sa edukacijom roditelja i akcijama besplatnih pregleda auto-sedišta, kompanija Keprom je, uz podršku Srpskog komiteta za bezbednost saobraćaja, pokrenula akciju prikupljanja sredstava za nabavku fiksatora za bezbedan prevoz dece u kolima Hitne pomoći.

Krajem 2011. Srbiju je duboko potresao slučaj šestomesečne bebe koja je teško povređena kada je u kolima Hitne pomoći medicinska sestra ispustila iz naručja. Tada je i prvi put javno pokrenuto pitanje neophodnosti bezbednih sistema za prevoz dece vozilima saniteta, koja zbog prirode posla neretko učestvuju u saobraćajnim nesrećama.

Kompanija Keprom je od 15. juna 2016. godine počela da prikuplja sredstva za nabavku fiksatora za bezbedan prevoz dece u kolima Hitne pomoći tako što je odvajala 100 dinara od svakog prodatog dečijeg auto-sedišta. Do sada



je akcijom prikupljeno dovoljno sredstava za kupovinu 19 fiksatora za bezbedan prevoz dece u kolima Hitne pomoći. Tokom 2016. godine fiksatori su uručeni službama Hitne pomoći u Beogradu, Novom Sadu, Kragujevcu, Čačku, Nišu, Šapcu, Kruševcu, Zrenjaninu i Sremskoj Mitrovici. Ove godine akcija je nastavljena i kupljeno je još deset fiksatora. Uručivanje je u toku, a prvi je uručen službi Hitne pomoći u Novom Pazaru.

Ove dve akcije nisu i kraj društveno odgovornih akcija kompanije Keprom. Svoju filantropsku orijentaciju kompanija je potvrdila nebrojeno puta do sada donirajući sredstva pojedincima i ustanovama koje su pre svega posvećene bebama i deci. JJoš jedna od velikih akcija koju je pokrenula kompanija Keprom je akcija „Udahnimo punim plućima“ u okviru koje su u pet navrata zdravstvenim ustanovama u Srbiji donirani PiC Solution inhalatori za decu. Akcija će biti nastavljena i tokom 2018. godine.

Tokom sledeće godine kompanija Keprom će nastaviti i sa podrškom projektu Grada Beograda „BG bebi klub“ tako što će se u bebi paketu koji dobija svaka porodilja u Beogradu već četvrtu godinu zaredom naći i proizvodi iz njihovog programa.

Svake godine kompanija uručuje darove prvorodenim bebama u toj godini u gradovima gde se nalaze maloprodajni objekti Aksa, a vredne poklone dobijaju i bebe rođene u gradovima u kojima se otvaraju nove Aksa radnje.

„Nova godina je svake godine povod da paketićima obradujemo najmlađe iz ugroženih kategorija i marginalizovanih grupa. I u 2018. nastavicemo sa podrškom Zvončici, udruženju roditelja dece obolele od malignih bolesti, kao i humanitarno-ekološkoj akciji sakupljanja tvrdih plastičnih čepova koju sprovodi Udruženje Čepom do osmeha“, najavljuju iz ove kompanije.



# HUMANITARNA AKCIJA KOMERCIJALNE BANKE I FONDA B92 ZA OPREMANJE PORODILIŠTA

## „ZAJEDNO ZA BEBE” – ZAJEDNO DO POBEDE

Komercijalna banka se 2012. godine priključila kampanji Fonda B92 „Bitka za bebe”, donacijom tri inkubatora Ginekološko-akušerskom odeljenju Kliničkog centra u Nišu. Kampanji se priključila i Komercijalna banka Banjaluka, doniranjem inkubatora za porodilište u Trebinju.

Dve godine kasnije, „Bitka za bebe” dobija nastavak u kampanji „Bitka za porodilišta”, a Komercijalna banka i Fond B92 pokreću samostalnu akciju „Zajedno za bebe” koja je počela da se realizuje 1. juna 2014. godine.

Novac za nabavku medicinske opreme za porodilišta prikupljan je od transakcija izvršenih karticama Banke. Za svako plaćanje karticama, Komercijalna banka od svojih sredstava izdvaja novac za fond akcije „Zajedno za bebe”. Na ovaj način, svakog meseca se prikupi više od milion dinara, pošto je prosečan broj transakcija u jednom mesecu oko milion.

Prvo porodilište koje je dobilo opremu u okviru akcije „Zajedno za bebe” je porodilište u Šapcu. Rukovodstvu bolnice uručeni su novi reanimacioni sto, dva CTG aparata i prateća oprema. To je i prva pobeda u ovoj akciji, jer je za porodilište nabavljena sva potrebna oprema.

Za porodilište u Višegradskoj u Beogradu nabavljen je deo opreme i to: deset infuzionih i špric pumpi, kao i sonde sa pratećom opremom za dva CTG aparata. Ovo porodilište čeka još jedna donacija do kraja 2016. godine.



*Deo donacije za porodilište u Aleksincu je sto za reanimaciju beba*



*Ultrazvučni aparat za porodilište Višegradska*



*Domu zdravlja u Čačku doniran je ultrazvučni aparat za pregled kukova kod dece*

Druga pobeda je zabeležena u Knjaževcu, jer je potpuno opremljeno porodilište u tom gradu, a donirani su: reanimacioni sto, pacijent-monitor, špric pumpa, transkutani bilirubinometar i hirurški instrumenti.

Sva potrebna oprema nabavljena je i za porodilište u Požarevcu. Predstavnici Komercijalne banke i Fonda B92 uručili su porodilištu pacijent-monitore sa EKG-om, špric pumpu, lampu za foto-terapiju, kolor-dopler ultrazvučni aparat, porođajni sto, haubu za oksigenaciju i inhalatore.

Iako je najavljeno da će trajati do kraja 2014. godine, odlukom rukovodstva Banke, akcija „Zajedno za bebe” nastavljen je i u 2015. godini. Prva donacija te godine organizovana je u porodilištu u Kruševcu. Kupljenu opremu činili su: reanimacioni sto, stacionarni inkubator, paci-

jent-monitor sa EKG-om, digitalna vaga za merenje beba, neonatalni aspirator, špric pumpe i porođajni stolovi.

Sledeća pobeda u borbi za porodilišta zabeležena je u Gračanici na Kosovu, gde je za porodilište nabavljena sledeća oprema: operacioni sto, ginekološki sto, lampa za operacionu salu, dva pacijent-monitora sa EKG-om, dva CTG aparata i tri pulsna oksimetra.

U oktobru iste godine, na rasporedu za donaciju bio je Aleksinac i porodilište Opšte bolnice, jedino u tom okrugu. Uručenu opremu činili su: reanimacioni, porođajni i ginekološki sto, pacijent-monitor sa EKG-om za bebe, lampa za foto-terapiju, ultrazvučni aparat sa tri sonde, baktericidna lampa, infuzionna i špric pumpa. U danu kada je bilo organizovano zvanično uručenje opreme, rođene su četiri bebe, što je bio izuzetak.

Prva donacija u 2016. godini bila je organizovana u Valjevu. Rukovodstvu Opšte bolnice u okviru koje je i porodilište, uručena je sva potrebna oprema: kolor-dopler ultrazvučni aparat sa tri sonde, reanimacioni sto, porođajni sto, lampa za foto-terapiju, pacijent-monitor sa EKG-om i infuziona pumpa.

Na inicijativu direktorke Filijale Čačak Komercijalne banke, u okviru akcije „Zajedno za bebe“, nabavljena je oprema i za jedan dom zdravlja, tačnije za Odeljenje pedijatrije Doma zdravlja u Čačku. Nabavljeni ultrazvučni aparat za pregled kukova kod dece, omogućio je preglede za oko 1.100 beba godišnje.

Akcija „Zajedno za bebe“ nastavljena je u Negotinu, gde su za porodilište Zdravstvenog centra kupljena dva CTG aparata, tri reflektora za pregled pacijenata, radio-nož, lampa za foto-terapiju, set instrumenata za porođajnu salu i instrumenata za carski rez, čime je ovo porodilište dobilo svu neophodnu opremu, a Komercijalna banka i Fond B92 zabeležili još jednu pobedu.



„Pobeda“ u Jagodini obeležena zastavicom

Naredno porodilište koje je opremljeno je porodilište Zdravstvenog centra u Kladovu, kome su donirana dva značajna i vredna poklona - CTG aparat i porođajni sto. Ovo porodilište godišnje ima oko 110 porođaja i posedovali su samo jedan porođajni sto koji je star više od 40 godina.



Za porodilište u Kladovu nabavljeni su CTG aparat i porođajni sto

Osim nabavke medicinske opreme, iz fonda akcije „Zajedno za bebe“, krajem 2016. godine izdvojeno je milion dinara za projekat „Bebo, dobro došla na svet“, čiji je cilj da omogući roditeljima novorođene dece da na jednom mestu obave sve procedure u vezi sa upisom deteta u matičnu knjigu rođenih, kao i prijavu prebivališta deteta i prijavu na zdravstveno osiguranje. Za ovaj projekat nabavljeni su kompjuteri, monitori, smart card čitači i štampači za devet matičnih službi u sedam gradova (Beograd, Sremska Mitrovica, Niš, Jagodina, Užice, Sombor i Loznica), kao i 13 porodilišta u 13 gradova (Tutin, Priboj, Prijepolje, Knjaževac, Majdanpek, Senta, Aleksinac, Kraljevo, Preševo, Petrovac na Mlavi, Vranje, Surdulica i Beograd).

Godina je završena donacijom ultrazvučnog aparata sa tri sonde i štampačem, Klinici za ginekologiju i akušerstvo KC Srbije (Višegradska) u Beogradu. To je bila trinaesta donacija u akciji „Zajedno za bebe“, a druga za porodilište u Višegradskoj.



Donacija za porodilište u Priboju

U 2017. godini donirana je oprema za dva porodilišta i jedan dom zdravlja. Porodilište u Jagodini, potpuno je opremljeno neophodnim aparatima - transkutani bilirubinometar, dva CTG aparata, infuziona pumpa i operacioni sto za carski rez.



U saradnji sa Udruženjem žena „Milica“ doniran UZ aparat Domu zdravlja u Vrnjačkoj Banji

Za porodilište u Priboju, takođe je nabavljena sva potrebna oprema, koju su činili ultrazvučni aparat sa tri sonde i dva porođajna stola. Ovo porodilište je takođe imalo opremu staru više od 40 godina.

Tekuću godinu završili smo u Vrnjačkoj Banji, gde je, na inicijativu udruženja Ženski centar „Milica“, za lokalni Dom zdravlja kupljen ultrazvučni aparat.

Od svog početka, akcija „Zajedno za bebe“ prikupila je 48,3 miliona dinara. Organizovano je 16 donacija - 13 porodilišta i tri doma zdravlja, a to znači da je odneto 16 pobeda u borbi za bolje zdravlje dece u Srbiji.

Projekti i aktivnosti u oblasti korporativne društvene odgovornosti zauzimaju važan deo poslovanja i strategije Komercijalne banke. Dobra praksa u proteklim godinama biće nastavljena i u godinama koje dolaze, a u fokusu aktivnosti Komercijalne banke u ovoj oblasti biće, kao i prethodnih godina, mladi i talentovani na jednoj strani, i društvene grupe koje ne mogu bez tuđe pomoći, na drugoj.

Trajno opredeljenje Komercijalne banke je da opravda svoj slogan „Meni najbliža“ i kroz razne aktivnosti bude bliža i klijentima i društvu uopšte.

# POSVEĆENI SMO ODRŽIVOJ BUDUĆNOSTI

Kompanija HEINEKEN Srbija je jedini 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. Pivara u Zaječaru je ponosna na svoju dugogodišnju tradiciju i ekspertizu u proizvodnji piva, dok je pivara u Novom Sadu jedna od najmodernijih i tehnološki najrazvijenijih pivara u regionu. Pored proizvodnje, distribucije i prodaje piva, kompanija HEINEKEN svakodnevno je posvećena i održivom poslovanju.



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, značajna sredstva su uložena

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 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

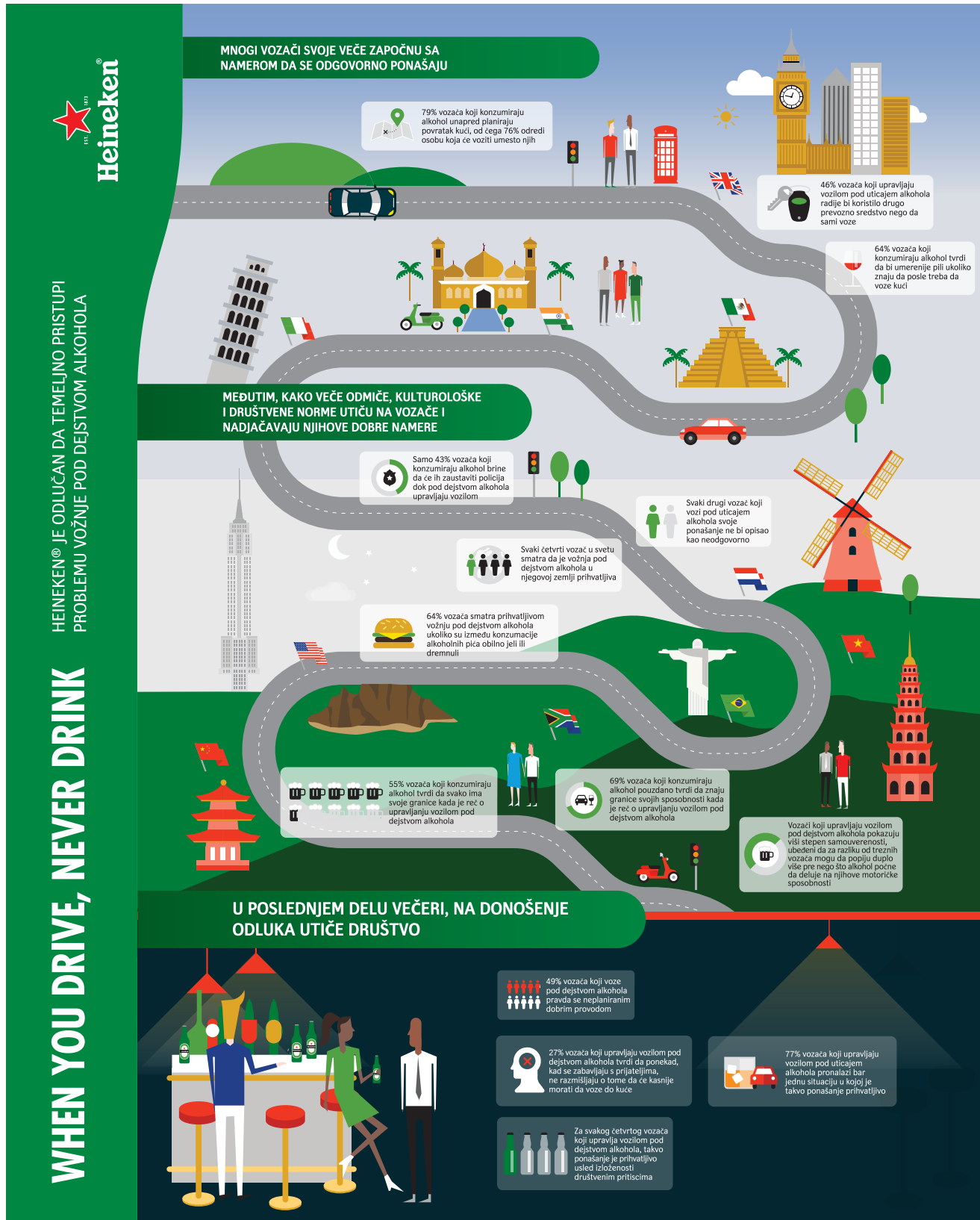
HEINEKEN Srbija ulaže velike napore u povećanje efikasnosti prilikom potrošnje vode i energije u pivarama, kancelarijama i skladištima. Kompanija na lokalnom nivou sprovodi globalni program uštede energije (ESP) koji proračunava optimalne stope potrošnje energije, analizira trenutne gubitke i sastavlja 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.



*U okviru globalne kampanje „When you drive, never drink”, kompanija HEINEKEN Srbija sprovodi radionice na temu važnosti odgovornog ponašanja u saobraćaju, na fakultetima Beogradskog univerziteta.*





## ODGOVORNA KONZUMACIJA

Kao jedan od vodećih svetskih proizvođača piva, kompanija HEINEKEN kontinuirano 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 komunikacione aktivnosti u vezi sa kompanijom i brendovima iz širokog portfolija, promovišu odgovornu konzumaciju, istovremeno postavljajući najviše standarde etičkog ponašanja i korporativne odgovornosti.

U okviru globalne kampanje „When you drive, never drink“, kompanija HEINEKEN Srbija, prvi put ove godine, organizovala je radionice na temu važnosti odgovornog ponašanja u saobraćaju, na fakultetima Beogradskog univerziteta – Ekonomski, Pravni, Saobraćajni i Fakultet organizacionih nauka. Zajedno sa Komitetom za bezbednost saobraćaja, našim najboljim automobilistom Dušanom Borkovićem i najpoznatijim srpskim stručnjakom iz oblasti automobila i saobraćaja Mladenom Alvirovićem, HEINEKEN Srbija predstavio je studentima vrednosti kao što su značaj odgovorne konzumacije i bezbednosti u saobraćaju. Radionice se održavaju do kraja decembra 2017. godine, sa jasnim ciljem da se kroz razgovore sa studentima i upečatljive primere iz

realnih situacija u saobraćaju prenese snažna poruka koja će mladima biti podsetnik da nikada ne upravljaju vozilom pod dejstvom alkohola. U sklopu radionica, studentima su predstavljene i interesantni podaci iz međunarodnog istraživanja koje je sprovedla kompanija HEINEKEN na temu odgovorne konzumacije alkohola. Za vreme trajanja radionica svi zainteresovani studenti imali su priliku da probaju naočare koje simuliraju vid pod dejstvom alkohola, kao i da provere brzinu svojih refleksa onako kako to rade profesionalni vozači – na specijalnoj BATAK Champion Reaction mašini.

Tradicionalna akcija „Društvo, ko vozi kući?“ koju kompanija HEINEKEN Srbija sprovodi već pet godina u saradnji sa Agencijom za bezbednost saobraćaja na letnjim festivalima u Srbiji, 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. Ubrzo se akcija proširila i obezbeđen je i besplatan prevoz za posetioce 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 pet godina trajanja kampanje prevezeno više od 200.000 ljudi. Na festivalima je, u saradnji sa Agencijom za bezbednost saobraćaja, organizovana i „Safe zona“, u okviru koje su priređeni zanimljivi edukativni sadržaji o odgovornoj konzumaciji.

*Prvo HEINEKEN pravilo ponašanja je „bezbednost na prvom mestu“*

U 2016. godini pokrenuta je i kampanja „Pravila koja spavaju 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).

# HEMOFARM - ZAPOSLENI KAO AKTERI DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

*Kompanija Hemofarm AD već 57 godina za svoj najvažniji zadatak ima brigu o zdravlju građana. Svestan da je dobro zdravlje najveće bogatstvo, ovaj farmaceutski lider ne samo u Srbiji već i u regionu, decenijama šalje poruku o važnosti brige za zdravlje.*

Ključne vrednosti Hemofarma objedinjuje njegov slogan „Svako dobro” koji su još naši preci koristili kao univerzalnu želju za dobrim zdravljem i lepim raspoloženjem. Kako uspeh jedne kompanije ne čine samo poslovni rezultati, već upravo pozitivan uticaj koji ona ima na društvo u celini, Hemofarmova vizija uspeha uključuje i brigu o zaposlenima, zajednici i prirodnom okruženju.

Baš iz tog razloga, Hemofarm insistira na dobrim delima i širenju pozitivnog uticaja na zajednicu. Najveći broj aktivnosti u oblasti društvene odgovornosti kompanija sprovodi posredstvom svoje fondacije koja postoji već 24 godine.

*Od svog osnivanja do danas, Fondacija Hemofarm uložila je 11 miliona evra u realizaciju više od 1.850 aktivnosti kao podršku zdravstvu, obrazovanju, ekologiji, kulturi i sportu.*

Partneri Fondacije su brojne institucije, međunarodna zajednica, organizacije civilnog društva, mediji i ugledni pojedinci, koji svi zajedno daju lični primer u borbi za bolje društvo. Hemofarm i njegova fondacija imaju zajedničku misiju, a to je širenje poruke o značaju prevencije i očuvanja zdravlja stanovništva, uz težnju da budu stabilan i pouzdan partner domaćem zdravstvenom sistemu.

*Ono na šta kompanija i njena fondacija stavljaju poseban akcenat jeste aktivno uključivanje zaposlenih u akcije kojima se pokazuje briga za zajednicu, ugrožene i bolesne širom Srbije. Zaposleni u Hemofarmu nisu samo ambasadori odgovornog ponašanja kompanije, već i učesnici u akcijama koje kompanija sprovodi.*

„Privilegija jeste kada ste u prilici da pomognete drugima i zato se naša podrška ne ogleda samo kroz kupovinu medicinskih aparata ili opreme koja služi za lečenje ljudi. Mi pomažemo i lokalne zajednice, a ulažemo i u mlade i njihovo obrazovanje. Zaposleni u Hemofarmu takođe su primer dru-

štveno odgovornog ponašanja i rado učestvuju u našim akcijama, pokazujući iskrenu posvećenost i brigu za dobrobit drugih”, kaže o radu Hemofarm fondacije njena direktorka Suzana Đorđević.

## NAJVAŽNIJI POZIV U ŽIVOTU

Tek svaki deseti pacijent dočeka NAJVAŽNIJI POZIV U ŽIVOTU, taj jedan telefonski poziv u kome mu saopštavaju da se pojavio donor, a sa njim i novo srce, bubreg, jetra.... Sa svega tri donora na milion stanovnika, u Srbiji telefoni, ovim povodom, ne zvone često i ne možemo se pohvaliti da imamo razvijenu svest o donorstvu. Zato je Hemofarm fondacija u saradnji sa Ministarstvom zdravlja i nadležnim zdravstvenim ustanovama pokrenula nacionalnu kampanju „Najvažniji poziv u životu” sa ciljem podizanja svesti o značaju zaveštanja organa, kao i kreiranja nacionalnog konsenzusa o usvajanju novog zakona o transplantaciji i doniranju organa. Zahvaljujući aktivnostima institucija, ali i Hemofarm fondacije na polju doniranja organa i transplantacije, Srbija je u januaru prošle godine postala pridruženi član Eurotransplanta (organizacije koja pruža usluge centrima za transplantaciju i povezuje primaocce organa sa donorima), a 6. jun je proglašen Nacionalnim danom donora. Za prvih devet meseci 2017. broj donora povećao se na 30 u odnosu na 16 koliko ih je bilo prošle godine.

**Fondacija Hemofarm se nada da će sve do sada urađeno doprineti da novi zakon o transplantaciji organa bude usvojen do kraja godine.**

NAJVAŽNIJI  
POZIV U  
ŽIVOTU  Hemofarm  
Fondacija

*Ovu kampanju podržale su brojne republičke i zdravstvene institucije, strane ambasade, mediji, više desetina javnih ličnosti, među kojima su predsednica Vlade Srbije Ana Brnabić i ministri, glumci Tanja Bošković, Dragan Bjelogrić i Lazar Ristovski, novinarka Minja Miletić i Rada Đurić, kao i mnogi drugi.*



„Najveći uspeh ove kampanje za nas predstavlja promena koju smo proizveli u svesti građana da prihvate donorstvo kao najveći izraz humanosti i solidarnosti. Ključni trenutak je bio da građani shvate da je veća verovatnoća da njima zatreba organ nego da ga daju. Najvažniji poziv u životu je prevazišao okvir kampanje i postao naša misija i lična borba za život”, ističe Sanda Savić, direktorka korporativnih poslova i komunikacija u Hemofarmu i članica UO Hemofarm fondacije.

## MENTORSKI PROGRAM I STUDENTSKE STIPENDIJE

*Hemofarm fondacija stručno i finansijski podržava akademski razvoj mladih u Srbiji, a od svog osnivanja, pre 24 godine, do danas stipendirala je 3.300 studenata širom zemlje.*

Kako bi omogućila dodatnu podršku i znanje studentima, Fondacija Hemofarm pokrenula je i „Mentorski program” u čiju realizaciju je uključila zaposlene u kompaniji. Naime, u okviru ovog programa stipendisti za mentore dobijaju menadžere i stručnjake kompanije Hemofarm, profesionalce koji svojim znanjem, ali i bogatim životnim i

svako dobro  **Hemofarm**  
član STADA grupe



*Hemofarm živi i diše šabački vazduh. Mi smo kompanija koja posluje u ovom gradu i zapošljava žitelje ovog grada. Uspeli smo u tome da poslovni kompleks Hemofarma u Šapcu postane vazдушna banja u punom smislu te reči: postrojenje za prečišćavanje voda je kompletno završeno i odlično funkcioniše, pogoni su energetski efikasni, rad kotlarnice je na najvišem nivou.*



## ZA ZELENIJE PODGORICU I ŠABAC

Podgorički park Ćemovsko polje od maja 2017. bogatiji je za 100 novih sadnica drveća, koje su zasađene u okviru akcije koju su organizovali Hemomont, Hemofarm fondacija i grad Podgorica. Aktivnosti na ozelenjavanju nastavljene su i ove jeseni kada su, u saradnji sa lokalnom samoupravom, zaposleni u Hemofarmu i Fondaciji zajedno sa šabačkim učenicima i glumcima serije „Senke nad Balkanom“ posadili i 100 stabala drveća na prostoru Starog grada, a budućeg Sava parka u Šapcu.



## AKCIJE DOBROVOLJNOG DAVANJA KRVI

Hemofarm se posebno ponosi činjenicom da su njegovi zaposleni gotovo svakom prilikom uključeni u aktivnosti koje kompanija realizuje u domenu brige za zajednicu u kojoj žive, a redovne akcije dobrovoljnog davanja krvi pokazatelj su da kompanija i njeni radnici dele identične nazore ovim povodom.

Zaposleni u Hemofarmu učestvuju u redovnim akcijama dobrovoljnog davanja krvi, koje Hemofarm fondacija sad već tradicionalno organizuje dva puta godišnje (svakog januara i avgusta). Do sada je u ovim akcijama učestvovalo više stotina zaposlenih.

Tradicionalno je najveći odziv u Vršcu, gde kompanija ima odlično organizovanu sekciju dobrovoljnih davalaca krvi, čiji se članovi redovno odazivaju na pozive nadležnih lokalnih instituta za transfuziju. Vođa te sekcije Goran Božić, tehničar u Službi za mikrobiološka ispitivanja, iza sebe ima 82 davanja krvi.

„Prvi put sam krv dao još u JNA da bih dobio dva dana, a posle je nekako sve krenulo samo od sebe, pa sada krv dajem redovno na svaka tri meseca“, kaže Goran. Prema njegovim rečima, veoma je važno animirati mlade ljude kako bi se povećao broj davalaca.

*„Baš kao što sva živa bića moraju da dišu, tako se i od svake kompanija očekuje da pravi profit. Ali ukoliko kompletno poslovanje svedete samo na novac, onda ipak zanemarujete ključnu funkciju čoveka – da pokaže svoje humano lice i čini dobra dela“, poruka je generalnog direktora Hemofarma Ronalda Zeligera.*

*Hemofarm fondacija inicirala je akciju pomoći za roditeljske kuće imajući u vidu neumoljivu statistiku: svakog dana jedno dete oboli od raka, a svake nedelje jedno dete premine od raka. Kako obolela deca koja terapiju primaju ambulantno nemaju obezbeđen stacionirani smeštaj, kao jedno od najboljih rešenja za njihov smeštaj pokazale su se upravo roditeljske kuće. NURDOR ima pet takvih kuća u Beogradu, Novom Sadu i Nišu, čije redovno funkcionisanje u najvećoj meri zavisi od podrške donatorske zajednice.*

## PRIKUPLJANJE HUMANITARNE POMOĆI ZA NURDOR

Zaposleni u Hemofarmu, u okviru humanitarne akcije koju je Hemofarm fondacija realizovala tokom jula 2017. godine, prikupili su više od dve tone pomoći u vidu konzervirane hrane i higijenskih sredstava za roditeljske kuće koje je osnovalo Nacionalno udruženje roditelja dece obolele od raka (NURDOR).

U okviru ove akcije, zaposleni u Vršcu, Šapcu, Beogradu, Starim Banovcima, Dubovcu, Novom Sadu, Kragujevcu i Nišu, prikupljali su hranu, sredstva za dezinfekciju prostora i ličnu higijenu i na taj način obezbedili značajnu pomoć za roditeljske kuće u kojima NURDOR pruža ne samo besplatan smeštaj, već i savetodavne, terapijske i socijalno-edukativne usluge malim pacijentima i njihovim porodicama. Ovom donacijom Hemofarma obezbeđeno je dovoljno sredstava za održavanje higijene roditeljskih kuća za celu godinu.

„Sad kad nas je upala mišića od prijema donacije malo popustila, u ime NURDOR-a od srca zahvaljujemo celom timu Hemofarma, divnim i humanim ljudima, na podršci u prikupljanju ogromne količine namirnica i sredstava za higijenu, za naše mališane i roditelje iz unutrašnjosti, koji tokom lečenja borave u našim roditeljskim kućama“, rekla je po završetku akcije Branislava Penov, sekretarka NURDOR-a.



## AKTIVNO UČEŠĆE U AKCIJI „ČEP ZA HENDIKEP“

Zaposleni u Hemofarmu tokom prethodne tri godine sakupili su 1.800 kilograma plastičnih čepova za Udruženje paraplegičara i kvadriplegičara Banata. Podržavajući akciju „Čep za hendikep“, Hemofarm fondacija organizuje prikupljanje plastičnih čepova u svim Hemofarmovim objektima u Srbiji sa ciljem da se novcem dobijenim za reciklažu čepova kupi što veći broj invalidskih kolica za članove Udruženja.

„Čep za hendikep ne posmatramo više kao projekat, već je ta akcija postala deo naše svakodnevne radne rutine. Na više lokacija u Hemofarmovim fabrikama imamo kutije za sakupljanje čepova, a mobilne instalacije postavljamo na važnim manifestacijama u Srbiji. Zahvalni smo kolegama u Hemofarmu koji prepoznaju značaj solidarnosti i empatije prema drugim ljudima“, ističu u Fondaciji.

## LJUDI LJUDIMA

Ne postoji period u godini kada se Hemofarm odmara od društvene odgovornosti.

U ovom trenutku Hemofarm fondacija sprovodi akciju LJUDI LJUDIMA, u okviru koje zaposleni u kompaniji sakupljaju neophodna higijenska sredstva za Prihvatilište za odrasla i stara lica na Voždovcu.

*Ovo je još jedna prilika da naši ljudi podare pažnju i pokažu brigu za druge ljude. A Hemofarm je, pre svega, ponosan na svoje ljude! Svako dobro!*



# GENERALI POMAŽE SOCIJALNO UGROŽENIM GRUPAMA

Generali Grupa, jedna od vodećih kompanija na svetskom osiguravajućem tržištu, pokrenula je početkom oktobra veliku globalnu inicijativu The Human Safety Net, kako bi doprinela zaštiti i unapređenju života ljudi izvan okvira svakodnevnog poslovanja.

The Human Safety Net je inspirisan idejom „lanca pomoći“ u kojem oni koji u nekom trenutku primaju pomoć, kasnije je uzvraćaju, što stvara talase pozitivnih promena koji se šire po celom svetu i imaju neograničeni potencijal.



Članovi izvršnog odbora Generali Osiguranja Srbija

Zaposleni Generalija iz celog sveta dostavili su više od 300 predloga projekata za dobrobit zajednica u kojima žive i rade. Tri izabrana programa se bave različitim izazovima, ali imaju zajednički cilj – da otključaju potencijal ljudi u ugroženom položaju kako bi mogli da promene svoje živote, kao i živote članova svojih porodica i svojih zajednica.

Dragan Filipović, predsednik Izvršnog odbora Generali Osiguranja Srbija je 4. oktobra, ispred sedišta kompanije, podigao The Human Safety Net zastavu i time simbolično označio priključivanje ovom globalnom pokretu.



Lansiranje The Human Safety Net inicijative u Srbiji



## PROGRAM ZA STARTAP KOMPANIJE IZBEGLICA

Namera je da se pruži pomoć izbeglicama u Evropi kako bi sebi i svojim porodicama obezbedili dostojanstven život kroz rad. S obzirom na to da mnogi od njih dolaze sa preduzetničkim veštinama, pružiće im se podrška u pokretanju sopstvenog, malog preduzeća.



## PROGRAM ZA PORODICE

Cilj je da se pruže jednake šanse za decu koja žive u nemogućnosti i koja su uskraćena za brojne mogućnosti u životu. U pružanju pomoći ključni su njihovi roditelji. Ovaj program otključava potencijal obespravljenih roditelja kako bi svojoj deci mogli da obezbede jednake prilike tokom prvih šest godina života koje najviše utiču na njihov razvoj.

## PROGRAM ZA NOVOROĐENČAD

Fokus programa je na spasavanju života novorođenčadi od asfiksije, komplikacije pri rođenju koja može prouzrokovati značajna i nepovratna oštećenja bebinog mozga. Uspostaviće se saradnja sa zdravstvenim radnicima i roditeljima kako bi se unapredili prevencija i lečenje ovog stanja.

Sedište The Human Safety Net inicijative će se nalaziti u jednoj od najcenjenijih nekretnina Generali Grupe: zgradi Procuratie Vecchie, na Trgu Svetog Marka u centru Venecije. Svetski poznate arhitekture rade na obnovi ove čuvene građevine i obližnjih Kraljevskih vrtova u prostor u kojem će se tražiti inspiracija, razmenjivati ideje i preduzimati zajedničke aktivnosti.

„Otvaranjem Procuratie Vecchie za javnost, prvi put u gotovo petsto godina stvaramo nove i živopisne prostore

gde će ljudi moći da se sastaju i diskutuju o nekim od najizazovnijih društvenih i globalnih pitanja današnjice”, izjavio je Filip Done, generalni direktor Generali Grupe.

The Human Safety Net inicijativa će uključiti Generalijeve zaposlene, agente, klijente i volontere širom sveta koji će zajedno doprineti razvoju održivog društva, u kom ljudi mogu da se razvijaju i ostvaruju svoj puni potencijal.



# ENERGIJA NA KOJU RAČUNAJU SVI I UVEK

*Elektroprivreda Srbije je lider srpske energetike, pokretač privrednog razvoja zemlje i oslonac društvene zajednice. Unapređenjem poslovanja, sigurnim i pouzdanim snabdevanjem električnom energijom i prateći savremene tendencije u korišćenju obnovljivih izvora energije, zaštiti životne sredine i energetske efikasnosti, EPS nastoji da doprinese opštem boljitku zajednice. Podržavajući niz projekata iz različitih oblasti života, EPS potvrđuje da je društveno odgovorna kompanija koja brine o dobrobiti zajednice.*

## DOBRA OSNOVA ZA BUDUĆNOST

Elektroprivreda Srbije uključila se u nacionalnu kampanju „Svaki trenutak je važan” koju sprovodi UNICEF, u saradnji sa Vladom Srbije i resornim ministarstvima, i koja je posvećena brizi o ranom razvoju dece. Prvih 1.000 dana života od bitnog su značaja u razvoju deteta, jer se tada stvaraju temelji za čitav život, a prve godine života najvažnije su za fizički, emocionalni i intelektualni razvoj deteta. Svako dete, bez obzira na teškoće sa kojima se suočava, može dostići puni potencijal uz ljubav i brigu roditelja ili staratelja, ali i šire zajednice.

Dečji romski humanitarni centar „Vlaški Romi” već 16 godina sprovodi projekte namenjene deci u sticanju osnovnog obrazovanja, opismenjavanju i asimilaciji, kao i projekte podizanja životnog standarda romske nacionalne zajednice. Prepoznavši te projekte kao dobru osnovu za unapređenje kvaliteta života i statusa Roma, EPS tradicionalno podržava rad centra. Pored klasične nastave, deca uključena u projekat dobijaju i psihološku podršku i podsticaj da istraju u procesu obrazovanja. Elektroprivreda Srbije pomogla je i rad nacionalnog Saveza društava Roma na emancipaciji i afirmaciji pripadnika romske nacionalne manjine, na njihovom obrazovanju, zapošljavanju i uključivanju u sve tokove društva.



## NOVA ZNANJA ZA NOVE GENERACIJE

U naučnom kampu „Viminacijum” najmlađi posetioci mogli su na interaktivan i zanimljiv način da se upoznaju sa različitim naukama. Praktičnu primenu naučnih i tehnoloških znanja mogli su da vide i u okviru površinskog kopa lignita „Drmno” u Kostolcu, u čijoj blizini se nalazi arheološki i paleontološki park. Već 40 godina, od samog početka rada kostolačkih termoelektrana, Elektroprivreda Srbije ulaže sredstva u istraživanje arheološkog lokaliteta Viminacijum i obližnjeg paleontološkog nalazišta. Simbioza privrede i kulture ovde se iskazuje na najbolji način – energetska postrojenja ne ugrožavaju arheološke objekte, a posetioci lokaliteta mogu da obiđu termoelek-

tranu „Kostolac B” i površinski kop „Drmno”. Tokom boravka u multidisciplinarnom kampu najmlađi posetioci bili su u ulogama arheologa i paleontologa koji istražuju lokalitet iz doba Rimskog carstva i kosti preistorijskih mamuta, ali i robotičari koji programiraju robota.

Uz podršku Elektroprivrede Srbije, rad sa darovitim učenicima, višestrukim osvajačima mnogih nagrada iz oblasti fizike, matematike i programiranja odvijao se u kampu koji je organizovao regionalni centar za mlade talente „Mihajlo Pupin” iz Pančeva. Boraveći u kampu, talentovani učenici spremali su se za predstojeća takmičenja i uz nadzor profesora dobili mogućnost da razviju svoje potencijale. EPS je podržao i rad Doma kulture „Mihajlo Pupin” u Idvoru na promovisanju Pupinovog doprinosa ugledu Srbije u svetu i njegovog koncepta privrednog razvoja „Putem u inovacijsko društvo”.



kole Tesle. Almanah se izdaje u dva izdanja, na srpskom i engleskom jeziku, a distribuira se osnovnim i srednjim školama i drugim ustanovama za obrazovanje dece i mladih u Srbiji. U Almanahu su zastupljene oblasti energetike, robotike i obrazovanja, a cilj je da se mladima omogući konstruktivno razmišljanje i probudi interes za sticanje osnovnih znanja o kreiranju sistema održivog razvoja.

## ČUVAMO PRIRODNU BOGATSTVA

Podrškom desetog po redu Eko-kampa, Elektroprivreda Srbije potvrdila je tradicionalno partnerstvo sa Pokretom gorana Srbije. EPS je posvećen očuvanju prirode i sve više ulaže u obnovljive izvore energije i energetske efikasnost. Tokom kampa, deca su boravila u prirodi i pošumljavala i ozelenjavala prostor. Polaznici kampa bili su učenici – pobednici na takmičenjima iz biologije i polaznici goranskih radionica. Pokret gorana Srbije već 57 godina sprovodi aktivnosti zaštite i unapređenja životne sredine, pošumljava goleti i u goranskim rasadnicima godišnje proizvede oko tri miliona sadnica četinarara, lišćara drugog bilja.



## ZAJEDNO DO SPORTSKIH TROFEJA

Elektroprivreda Srbije je osvedočeni prijatelj sporta. Kompanija je pružila podršku nacionalnom Sportskom savezu slepih i slabovidih pod čijim okriljem je obuhvaćen veliki broj sportova u kojima sportisti učestvuju pojedinačno i u ekipnoj konkurenciji. Šahisti su ostvarili odličan uspeh, a EPS je podržao rad ovog saveza kako bi se takmičari vratili sa svetskih takmičenja okićeni najvišim odličjima.

## DUHOVNE VREDNOSTI

Posvećena očuvanju tradicionalnih duhovnih vrednosti, Elektroprivreda Srbije pružila je finansijsku pomoć nizu crkava i manastira, i institucijama drugih veroispovesti. EPS je podržao Versko dobrotvorno starateljstvo pri Srpskoj pravoslavnoj crkvi u Beogradu, koje u okviru crkvene kuhinje obezbeđuje besplatne obroke za ugrožene, bez obzira na versku pripadnost.

Pet hidroelektrana koje rade duže od sto godina dokaz su EPS-ove posvećenosti očuvanju bogate tradicije srpske energetike. Hidroelektrane „Pod gradom“, „Vučje“, „Sveta Petka“, „Gamzigrad“ i „Moravica“ su istinski biseri industrijske baštine Srbije. Zato je priča o njima deo manifestacije „Putovanje kroz vreme sa Nikolom Teslom“ koju organizuje Klaster puteva kulture. Posetioци manifestacije mogli su da urone u virtuelne svetove uz pomoć savremene tehnologije, da se nađu u ambijentu vremena elektrifikacije i industrijalizacije Srbije s kraja 19. i početka 20. veka, ili u ambijentu budućnosti. Sve to je zabeleženo na fotografijama koje su mogli da ponesu sa sobom kao suvenir. Događaj je pratila priča o putevima Tesle kroz Srbiju i starim hidroelektranama EPS-a, jedinom dolasku Tesle u Beograd pre 125 godina i njegovom prijateljstvu sa Đorđem Stanojevićem, pionikom elektrifikacije u Srbiji.

EPS je podržao objavljivanje publikacije Teslianum Almanah koja u jedinstvenoj formi predstavlja dostignuća Ni-

# ELEKTROPRIVREDA SRBIJE

## MALI VELIKI LJUDI

Elektroprivreda Srbije podržala je rad Nacionalnog udruženja roditelja dece obolele od raka (NURDOR) kako bi se pomoglo roditeljima čija deca boluju od ove bolesti. Udruženje organizuje rad rehabilitacionih kampova, sprovodi nedeljne radionice psiho-socijalne podrške deci i roditeljima tokom lečenja i obezbeđuje smeštaj dece iz unutrašnjosti tokom terapija u roditeljskim kućama u Beogradu, Nišu i Novom Sadu.

**NURDOR**

Deca sa posebnim potrebama i fizičkim hendikepom bila su učesnici manifestacije „Igre bez granica“. Elektroprivreda Srbije podržala je ovu manifestaciju humanitarnog karaktera na kojoj su se deca takmičila u igrama prilagođenim njihovim sposobnostima i družila se sa svojim vršnjacima. Organizacija „Mali-veliki ljudi“ dugi niz godina svakog leta okuplja decu sa posebnim potrebama iz domova bez roditeljskog staranja u Kulini, Sremčici, Veterniku, Aleksincu, Šapcu, Stamnici, Subotici, Beloj Crkvi, Nišu i Beogradu.

Sticanje obrazovanja, samopouzdanja i veština potrebnih za samostalan život dece bez roditeljskog staranja deo su humanitarnog projekta „SOS Dečja sela“. Elektroprivreda Srbije podržala je projekat porodičnog smeštaja dece bez roditeljskog staranja sa mrežom hraniteljskih porodica širom Srbije. Projekte jačanja porodice, podrške mladima na putu ka samostalnosti i osnaživanja mladih u sticanju veština i znanja koja će im omogućiti kvalitetniji i srećniji život, „SOS Dečja sela“ sprovode već 12 godina.

Sigurne kuće u okviru Savetovališta za borbu protiv nasilja u porodici već 18 godina pružaju bezbedan boravak i podršku žrtvama porodičnog nasilja. Hiljade žena i dece boravilo je u sigurnom okruženju i u elementarnim uslovima za život i dobilo psiho-socijalnu podršku za nastavak samostalnog života. Elektroprivreda Srbije podržava Savetovalište za borbu protiv nasilja u porodici u nastojanju da se pomogne žrtvama nasilja u porodici i da se ovaj veliki društveni problem svede na najmanju meru.



# SPROVODIMO CILJEVE ODRŽIVOG RAZVOJA

## JOVANA MLADENOVIĆ,

menadžer komunikacija



### Carlsberg je među studentima postao poznat i po dodeli stipendija. O čemu je reč?

Izvršnost je nešto čemu težimo u svim segmentima našeg poslovanja i upravo iz tog razloga već četiri godine stipendijama nagrađujemo najbolje studente Pravnog, Ekonomskog i Tehnološkog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu. Znanje je i u životu i na tržištu rada najvredniji resurs, a na ovaj način ne ulažemo samo u talentovane i perspektivne studente, već slanjem poruke kako trud, znanje i odgovornost zaslužuju nagradu motivišemo i ostale da daju sve od sebe. Tako će i ove godine Carlsberg i Dunderski fondacija pružiti priliku najuspešnijim studentima i studentkinjama da putem konkursa budu dobitnici jedne od deset stipendija, u pojedinačnom iznosu od 100.000 dinara.

Od svog osnivanja 2015. godine, naša fondacija je na polju nauke i obrazovanja dodelila 32 stipendije i tri jednokratna granta u ukupnoj vrednosti od 3.850.000 dinara, a plan nam je da sa ovom aktivnošću nastavimo i u narednom periodu. Ovogodišnji konkurs za stipendije traje do 24. novembra.

### Ulažete i u različite lokalne projekte za unapređenje životnog standarda stanovništva?

Kompanija Carlsberg Srbija i Carlsberg i Dunderski fondacija kontinuirano se trude da ulepšaju svakodnevnicu stanovnika opštine Bačka Palanka i izuzetno smo ponosni što smo trudom i angažovanjem uspeali da sa lokalnom zajednicom izgradimo odnos uzajamnog poverenja i saradnje.

Jedan od najboljih pokazatelja ovoga o čemu govorim je i novouređeni park u centru Bačke Palanke, koji sada ima potpuno novo ruho.

Ipak, najviše se ponosimo time što već tri godine u nizu finansiramo lokalne projekte u Čelarevu i opštini Bačka Palanka. Ove godine dodelili smo ukupno šest miliona dinara, a među brojnim projektima koji su prijavljeni izabrali smo 18 najboljih, koji su u proteklom periodu na razne načine doprinedli obogaćivanju kulturnog i sportskog života opštine.

Ovo je samo jedan od načina kojima se trudimo da pokažemo zahvalnost lokalnoj zajednici za njen doprinos radu i uspesima pivare koja ove godine slavi 125 godina svog postojanja.

### Ko su dosadašnji dobitnici donacije Carlsberg i Dunderski fondacije?

Dobitnici dosadašnjih donacija su brojna kulturna, sportska i obrazovna udruženja koja su svojim vrlo konstruktivnim idejama odlučila da uzmu aktivnu ulogu u ulepšavanju sre-

dine u kojoj žive. Ovogodišnji dobitnici su imali vrlo raznovrsne projekte, od nabavke laptopova za osnovnu školu i kupovine bicikala za biciklistički klub do izrade serijala dokumentarnih filmova i programa za promovisanje jednakosti u društvu.

Upravo ovakva raznovrsnost projekata govori koliko bogatstvo se nalazi u jednoj maloj sredini kao što je Bačka Palanka i upravo zato ćemo i u budućnosti nastaviti da na razne načine doprinosimo razvoju naše lokalne zajednice.

### Carlsberg će do 2030. kao deo ambicioznog programa održivosti, svesti emisije štetnih gasova u svojim pivarama na nulu?

Carlsberg Grupacija je na globalnom planu odlučila da do 2030. godine u potpunosti eliminiše emisije štetnih gasova u svim svojim pivarama širom sveta i to u meri većoj od osnovnih vrednosti utvrđenih Pariskim sporazumom o klimatskim promenama.

Kao deo ostvarivanja ove ambicije, do 2022. godine u svim našim pivarama će se koristiti isključivo električna energija iz obnovljivih izvora. Ovaj cilj deo je globalnog programa održivosti pod nazivom „Zajedno ka NULI“ i predstavlja čitav spektar ciljeva iz oblasti održivosti i očuvanja životne sredine.

### Šta konkretno znači program „Zajedno ka NULI“?

U trenutku u kome se svakodnevno i na svakom koraku srećemo sa informacijama o uticaju klimatskih promena na sudbinu planete, o nestašici vode i problemima sa javnim zdravljem, programom „Zajedno ka NULI“ odlučili smo da odgovorimo na sve veću potražnju kupaca za održivim proizvodima.

Četiri glavne ambicije koje program uključuje su: NULA ugljeničkog otiska, NULA rasipanja vode, NULA neodgovorne konzumacije alkohola i NULA povreda na radu. Usklađen sa Ciljevima održivog razvoja UN-a, program odražava viziju Carlsberg Grupacije u borbi za bolji i zdraviji svet, a razvili smo ga u partnerstvu sa vodećim svetskim stručnjacima iz navedenih oblasti



# 50 GODINA ULAGANJA U ZAJEDNICU



*Društveno odgovorno poslovanje sastavni je deo našeg identiteta i poslovne kulture. Svesni svog uticaja, a kao pouzdan i korektan socijalni partner, vodimo računa o zajednici u kojoj poslujemo i izdvajamo značajna sredstva za njen razvoj. Konkretnim projektima doprinosimo razvoju i podizanju društvene svesti i kvaliteta života, čime takođe dajemo primer drugima. Zato je Bambi dugi niz godina poželjan partner zajednice u kojoj posluje i neko kome se veruje. Aktivno radimo na podizanju svesti o značaju davanja i buđenju solidarnosti. Želimo da svojim primerom podstaknemo razvoj društvene odgovornosti. Preko različitih aktivnosti i projekata ulažemo u promovisanje i podsticanje filantropije, kako na nacionalnom, tako i na lokalnom nivou.*

Proteklih godina, kompanija Bambi višestruko je nagrađivana za poseban doprinos unapređenju lokalne zajednice, društveno odgovorno poslovanje, pomoć najugroženijima i najsiriromašnijim kategorijama stanovništva. Sa vizijom o boljem sutra, pokrenuli smo i realizovali društveno odgovorne projekte koji i najbolje govore o nama. Sve te aktivnosti čine kompaniju Bambi jednom od društveno najodgovornijih.

U 2017. godini, kompanija Bambi je obeležila 50 godina uspešnog poslovanja. Za proteklih 50 godina, dosta toga smo uradili za razvoj zajednice u kojoj poslujemo, ali ne stajemo na tome. Samo u ovoj godini, uradili smo mnoge stvari na koje smo ponosni.



## 50 INTERAKTIVNIH TABLI ZA 50 ŠKOLA

Povodom 50 godina postojanja brenda Plazma, jednog od najomiljenijih domaćih brendova, kompanija Bambi donirala je 50 interaktivnih tabli za 50 osnovnih škola širom Srbije. Reč je o jednoj od najvećih donacija poslovnog sektora u obrazovni sistem Srbije u poslednjih nekoliko godina.



Tim povodom na konferenciji za medije u Osnovnoj školi „Vuk Karadžić“ u Surčinu, prvoj od ukupno 50 škola kojima je Plazma donirala modernu interaktivnu tablu, novinari su se obratili gospođa Ana Langović Milićević, državni sekretar u Ministarstvu prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, gospodin Bojan Radun, generalni direktor kompanije Bambi, gospodin Marko Čadež, predsednik Privredne komore Srbije i gospodin Dragojle Sekulić, direktor škole. Državna sekretarka Ana Langović Milićević je istakla da je raduje činjenica što značaj ulaganja u obrazovanje i njegovo unapređenje osim Ministarstva, čija je to obaveza, prepoznaje i sve više kompanija.

„Izuzetno vrednom donacijom, kompanija Bambi pokazuje da je primer uspešne i društveno odgovorne kompanije ko-

joj je od velike važnosti budućnost generacija koje dolaze“, rekla je Langović Milićević. Ona je naglasila da će upotreba interaktivnih tabli u osnovnim školama unaprediti kvalitet obrazovno-vaspitne nastave i pripremiti učenike na upotrebu informacione tehnologije u 21. veku.

Prema rečima Bojana Raduna, generalnog direktora kompanije Bambi, ovo je jedna od najvrednijih donacija koje je Bambi dao u 50 godina postojanja, a svakako jedna od vrednijih za obrazovni sistem Srbije. On je dodao i da je kao jedan od najomiljenijih domaćih brendova, Plazma uvek bila deo svake porodice, pa zato i na ovaj način uzvraća zahvalnost svima koji su uz nju sve ove godine.

„Bili smo i ostali primer uspešne i društveno odgovorne kompanije, koja konstantno ulaže u najmlađe generaci-



je i njihov budući razvoj. Želim da svi učenici u 50 škola ove table iskoriste za ostvarenje svojih potencijala, jer će oni jednog dana biti snaga i energija na koju ćemo se svi oslanjati. A Plazma će biti tu da im uvek pruži podršku", istakao je Radun.

Predsednik Privredne komore Srbije Marko Čadež je izjavio da darivanjem 50 interaktivnih tabli školama u Srbiji, kompanija Bambi na najbolji mogući način obeležava jubilej svog najpoznatijeg brenda Plazma. On je dodao da je Plazma preskočila sve granice, postala najpoznatiji regionalni brend, ušla u svetske trgovine, i nastavio:

„Verujem da će današnji mališani, zahvaljujući, između ostalog, inovativnim tehnikama učenja i inovativnim obrazovnim programima, za čije se uvođenje Privredna komora Srbije zalaže, sutra postati naš najbolji brend po kome nas svet prepoznaje.“

Nakon konferencije, mediji i gosti mogli su da se upoznaju sa prednostima interaktivne table, i sa njenom praktičnom primenom na času, kao i da od nastavnika i đaka čuju prve utiske o savremenom načinu rada i predavanja. Pedeset modernih interaktivnih tabli predstavljaju drugu generaciju tabli proizvedenih u Srbiji. Tabla sa ekranom

na dodir od 87 inča, u novoj verziji sjedinjuje optičko-lasersku tehnologiju, a sadrži i zaštitnu foliju koja štiti od mehaničkih oštećenja. Tabla poseduje ugrađeni interaktivni sistem najnovije generacije koji se povezuje sa računarom i video-projektorom kako bi nastava bila što kvalitetnija.

## BAMBI KARAVAN

Povodom 50 godina postojanja, kompanija Bambi je u okviru akcije „Bambi karavan“ donirala 500 kg svojih proizvoda za šest domova za decu bez roditeljskog staranja u Beogradu i Kruševcu.

Volonteri kompanije, zaposleni, sa paketima omiljenih Bambi proizvoda, posetili su decu u četiri ustanove u okviru Centra za zaštitu odojčadi, dece i omladine u Zvečanskoj, zatim, Zavod za vaspitanje dece i omladine, kao i Dom za decu i omladinu „Jefimija“ u Kruševcu, gde su kroz igru i druženje, uz najdraže Bambi grickalice i slatkiše, učinili dan lepšim za oko 200 mališana.



## BAMBI PODRŽAO HUMANI DOGAĐAJ

Poslednjeg vikenda juna 2017. na terenima Sportskog centra Fudbalskog saveza Srbije održan je „9. BELhospice humanitarni turnir u malom fudbalu powered by Bambi“ na kojem je sakupljeno 17.500 evra za rad BELhospice centra na pružanju besplatnog palijativnog zbrinjavanja onkološkim pacijentima u odmaklim fazama bolesti. Bambi fudbalski tim je, po izuzetno jakom suncu i toplom vremenu, uspeo da se prvi put predstavi na ovom turniru i sa jednom pobedom i dva poraza zauzme treće mesto u svojoj grupi. Svi timovi su pokazali svoj takmičarski duh, ali i humanu stranu i fair play koji je krasio ovaj turnir. Ove godine, Bambi fudbalski tim su predstavljale sledeće kolege: Žarko Karović, Vladimir Đilas, Vladimir Klajić, Saša Popov, Vladimir Brković, Dragan Stojkov, Vladimir Polić, Marko Šuput, Petar Stevanović, Nemanja Savić, Žarko Nedeljković, Milan Ristović. Pored naše kompanije, ove godine snage na terenu odmerili su i timovi mnogih drugih kompanija.

## BAMBI I LICEULICE

Kompanija Bambi nastavila je i tokom 2017. godine da podržava dalje izlaženje magazina LiceUllice. Kompanija Bambi, kao društveno odgovorna kompanija, pomaže dalji opstanak ovog projekta kao jedan od Heroja Promene. LiceUllice je udruženje građana osnovano u Beogradu sa ciljem da doprinosi socijalnoj emancipaciji, ekonomskoj, kulturnoj i socijalnoj inkluziji i smanjenju siromaštva. Oni ciljeve prvenstveno ostvaruju kroz izdavanje istoimenog magazina koji prodaju pripadnici marginalizovanih grupa i zadržavaju polovinu ostvarenih prihoda. Magazin LiceUllice je namenjen svima onima kojima je stalo do drugih, do zdrave životne sredine, održivog razvoja, balansiranog odnosa društva i ekonomije, do destigmatizacije i demarginalizacije grupa, pojedinaca, stavova i ideja, do javnog prostora i javnog interesa.



# SAMO KONTINUIRANE AKCIJE DONOSE REZULTATE



## „PIVSKI OTISAK“ KOMPANIJE MOLSON COORS

Briga o održivom razvoju i zaštiti životne sredine, odgovornoj konzumaciji alkohola i odgovornom oglašavanju neizostavni je deo poslovanja Apatinske pivare. U toj kompaniji veruju da svako pivo uzeto ili pomeren sa police ostavlja svoj trag u zajednici u kojoj posluju, tako da su izuzetno ponosni na svoj pozitivan „pivski otisak“ („beer print“) koji na globalnom nivou ostavljaju radeći za dobrobit zajednica na 65 tržišta širom sveta.

Budući da je jedan od najvećih proizvođača piva u Srbiji i članica Molson Coors grupe, Apatinska pivara ima obavezu i dužnost da postavlja nove standarde u industriji piva, ali i odgovornost da kroz društveno odgovorne aktivnosti doprinese edukaciji i jačanju svesti o značajnim temama gde jedino kontinuirane akcije mogu doneti rezultate.

## ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE

Zaštita životne sredine svakako je jedna od najznačajnijih oblasti u kojima je kompanija angažovana. Svi zaposleni su fokusirani na širenje svesti o zaštiti životne sredine, kako kroz svakodnevni rad i sortiranje otpada, tako i učešćem u raznim organizovanim akcijama koje su usmerene na smanjivanje ambalažnog otpada.

Apatinska pivara posebno je ponosna na kampanju „Reciklirajte i vi“ koja je pokrenuta još 2008. kako bi dugoročno podizala svest javnosti o značaju, ali i upotrebnoj vrednosti ambalaže. Do sada je, kroz brojne edukativne i interesantne aktivnosti, Pivara animirala svoje potrošače i posetioce festivala da se aktivno priključe, a u saradnji sa Fakultetom primenjenih umetnosti realizovala je brojne izložbe umetničkih dela od recikliranih PET boca i radova od recikliranih limenki studenata FPU. Ove godine predstavljen je prvi suncobran od reciklažnog materijala napravljen od 800 plastičnih boca, visok četiri metra i težak više od jedne tone. Idejni tvorac suncobrana je profesor Fakulteta primenjenih umetnosti Marko Lađušić, koji spaja umetnost i reciklažu čime



delima od recikliranih materijala daje kako umetničku notu, tako i upotrebnu vrednost.

## OBELEŽAVANJE MEĐUNARODNOG DANA BEZ AUTOMOBILA

Budući da je saobraćaj jedan od ključnih izvora emisije gasova sa efektom staklene bašte i uzročnik promene klime, Pivara od 2016. godine učestvuje i u obeležavanju Međunarodnog dana bez automobila kroz akciju „Samo ne autom“ koju organizuje udruženje Bajsologija. Iako deo zaposlenih Pivare svakoga dana dolazi na posao biciklom ili pešice, na ovaj dan im se pridruže i ostale kolege koji na posao tada dolaze i vraćaju se alternativnim vidovima prevoza - pešice, biciklom, trotinetom, elektrobiciklom ili na rolerima. Ove godine zaposleni kompanije zajedno su prešli više od 300 km na taj način.

Upravljanje otpadom, reciklaža i ponovna upotreba je zajedničko i obavezno za sve kompanije - članice Molson Coors grupe. Ovakvo odgovorno ponašanje, usmereno na ekologiju i očuvanje životne sredine, ujedno je i način na koji će Apatinska pivara ostvariti jedan od ciljeva vezanih za održivost i zaštitu životne sredine - da do 2025. godine postane kompanija koja otpad neće odlagati na deponije već će ga usmeravati na reciklažu.

## DECENIJA KAMPANJE „KAD PIJEM, NE VOZIM“

Apatinska pivara, u partnerstvu sa Upravom saobraćajne policije Ministarstva unutrašnjih poslova Republike Srbije,



promoviše važnost odgovorne konzumacije i skreće pažnju javnosti na rizike vožnje pod dejstvom alkohola kroz kampanju „Kad pijem, ne vozim“. Ove godine kampanja je obeležila desetogodišnjicu, a tim povodom Apatinska pivara je Upravi saobraćajne policije donirala nove alkometre kako bi pomogla još efikasnijoj kontroli saobraćaja. Do sada je donirano više od sto alkometara najsavremenije generacije.





Tokom proteklih deset godina kampanja je obišla veliki broj gradova širom Srbije, posećeno je mnogo festivala i održan je veliki broj predavanja, a sve u cilju jačanja svesti svih učesnika u saobraćaju o važnosti odgovornog konzumiranja alkohola. Kroz različite aktivnosti potrošači su na ličnom primeru, 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. Savet, posebno mladima, uvek je bio – ukoliko si popio, pozovi taksi, dozovi prijatelja, sačekaj autobus ili prošetaj. Takvom vrstom prevencije sačuvano je mnogo života, a uz saradnju sa policijom kampanja se i dalje aktivno nastavlja.

Ove godine, u centru NAVAK, uz podršku opštine Apatin i grada Sombora, organizovani su i treninzi bezbedne vožnje za sto apatinskih i somborskih maturanata, u okviru „Škole sigurne vožnje za mlade vozače“. Cilj te akcije je da što više punoletnih srednjoškolaca koji već poseduju vozačku dozvolu prođe kroz praktičnu i teorijsku obuku vozačke akademije, nauči da prepozna i reaguje na opasnosti tokom vožnje i stekne realno vozačko iskustvo.

## SARADNJA SA BELHOSPICE CENTROM

Apatinska pivara 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 se uvek rado odazovu pozivu da učestvuju u svim aktivnostima koje BELhospice organizuje i da na taj način daju svoj doprinos u prikupljanju sredstava za pružanje besplatnog palijativnog zbrinjavanja onkoloških pacijenata. I prošle i ove godine zaposleni Pivare su učestvovali na humanitarnom turniru u malom fudbalu, humanitarnom turniru u kuglanju, koji BELhospice svake godine organizuje povodom Dana žena, i humanitarnom teniskom turniru. Pored toga, tim Apatinske pivare učestvovao je i na Beogradskom maratonu, a sredstva prikupljena svakim pretrčanim kilometrom uplaćena su na račun BELhospice-a.

## ČEP ZA HENDIKEP

Tradicionalno, još od 2015. godine Apatinska pivara podržava i aktivno učestvuje u akciji „Čep za hendikep“, koju organizuje istoimeno udruženje sa ciljem da se ljudi dobre volje motiviše da prikupljaju plastične čepove, kako bi



od novca prikupljenog njihovom reciklažom bila kupljena ortopedska pomagala za osobe sa invaliditetom u Srbiji. Ove godine, kompanija je kroz učešće potrošača u nagradnim igrama prikupila više od 2.350.000 krunskih (metalnih) i plastičnih zatvarača, a kroz angažman svojih zaposlenih više od 500 kg plastičnih zatvarača za pivo. Prikupljeni zatvarači su, u saradnji sa reciklerima, dopremljeni u reciklažne centre, a celokupni prihod od prodaje doniran je Udruženju.

Ove godine, Pivara je u akciju uključila i svog partnera, trgovinski lanac Gomex, kako bi zajedno pružili još snažniju podršku ovoj akciji. Apatinska pivara donirala je kutije za prikupljanje plastičnih čepova, a Gomex je obezbedio mrežu svojih prodajnih objekata, kako bi se što više stanovnika Vojvodine priključilo akciji. Vojvodani su se odazvali u velikom broju i za samo tri meseca na ovaj način je prikupljeno više od jedne tone plastičnih čepova. Akcija je i dalje u toku, a i vi se možete priključiti svakog trenutka!



## ŠAMPIONI SVAKI DAN

Kao partner Paraolimpijskog komiteta Srbije, Apatinska pivara nije želela da se podrška zaustavi samo na promociji Paraolimpijskih igara u Rijiju 2016.

Iz „jednorogog jelena“ izgrađena je platforma koja informiše, okuplja i motiviše osobe sa invaliditetom širom Srbije da se u što većem broju bave sportom. Paraolimpijski komitet Srbije i Apatinska pivara početkom godine predstavili su javnosti platformu i sajt [www.sampionisvakidan.rs](http://www.sampionisvakidan.rs) namenjen osobama sa invaliditetom, ali i svim građanima koji su zainteresovani da se aktivno uključe u projekat koji ima za cilj da se osobama sa invaliditetom omoguće bolji uslovi za bavljenje sportom. Taj sajt je svojevrsna baza znanja i sadrži sve važne informacije i pravilnike o sportu za osobe sa invaliditetom kao i mapu pristupačnosti sportskih terena i objekata u celoj Srbiji.



Važan deo platforme predstavljala je i mogućnost direktnog učestvovanja na otvorenom takmičenju ideja. Inspirativni događaji koji su održani u Smederevu, Zrenjaninu, Novom Sadu, Kragujevcu, Nišu, Novom Pazaru i Beogradu podstakli su različite lokalne zajednice da u okviru takmičenja kandiduju svoje projekte i dobiju sredstva za finansiranje u vrednosti od 4.000 evra.

Na dvodnevnoj intenzivnoj radionici ideja (hakatonu) odabrana su tri najbolja projekta koja će sportistima sa invaliditetom olakšati i omogućiti uspešnije bavljenje sportom. Stručni žiri na čelu sa Draženkom Mitrovićem, našim proslavljenim paraolimpijcem, odlučio je da sredstva dobiju projekti: „Pokreni se i treniraj“ atletskog kluba „Pora“ iz Užica, „I po suncu i po kiši, vežbaćemo zajedno“, pri atletskom klubu Takovo iz Gornjeg Milanovca i „Podrška međunarodnom turniru košarke u kolicima“ košarkaškog kluba „Singidunum“ iz Beograda.



# **ODGOVORNI PREMA ZAJEDNICI**

# ULAGANJE U DECU JE DOBIT ZA DRUŠTVO U BUDUĆNOSTI

„Budućnost svake zemlje zavisi od sposobnosti i talenta njenih građana. Ulaganje u decu i omladinu je od ključne važnosti za svako društvo i ekonomiju, a naročito za Srbiju u kojoj živi samo 17,6% dece mlađe od 18 godina. Zato je svako dete dragoceno i od suštinske je važnosti da se u njega ili nju ulaže od početka života. Zaštita dečjih prava pomaže da se izgrade jake, dobro obrazovane zajednice koje su od vitalnog značaja za stvaranje stabilnog i produktivnog poslovnog okruženja. UNICEF će u narednom periodu pružiti stručnu podršku poslovnom i civilnom sektoru, kako bi se pojedinačne aktivnosti koje podržavaju dobrobit dece razvile u sveobuhvatni i integrisan pristup dečjim pravima“, kaže Michel Saint-Lot, direktor UNICEF-a u Srbiji.

## ULAGANJE U RANI RAZVOJ DECE U SKLOPU PODRŠKE CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA

Svetski lideri su usvojili Ciljeve održivog razvoja i prvi put je razvoj u ranom detinjstvu eksplicitno priznat i uvršten u agendu globalnog razvoja. Iako razvoj u ranom detinjstvu spada pod novi obrazovni cilj, on obezbeđuje prirodnu vezu sa drugim ciljevima - pomaže smanjenju siromaštva, poboljšanju zdravlja i ishrane, promovisanju jednakosti devojčica i žena i smanjenju nasilja.

Poslovni sektor je imao učešće u definisanju Ciljeva za održivi razvoj, koji su usvojeni septembra 2015. godine od Skupštine Ujedinjenih nacija. Stoga je prirodno da poslovni sektor treba da preuzme odgovornost zajedno sa drugim akterima u društvu da se ovi ciljevi dostignu.

U saradnji sa UNICEF-om u Srbiji, predstavnici poslovnog sektora podržavaju programe ranog razvoja dece i pružaju pomoć UNICEF-u i Vladi Srbije u nastojanjima da deca u našoj zemlji dobiju šansu za optimalan razvoj i najbolji

početak u životu kada se stvaraju dobre osnove za budućnost. Programi podrške deci u ranom uzrastu predstavljaju priliku da se detetu omogući adekvatna ishrana, podsticaj i sigurnost koji su mu potrebni za razvoj mozga i za ostvarivanje potencijala. Ulaganje u razvoj dece u najranijim godinama i podrška njihovim porodicama prilika je da se unaprede ishodi za decu, naročito za onu koja žive u najnepovoljnijem položaju. Takvim ulaganjem ostvaruje se višestruka dobit – za decu sada, ali i za društvo u budućnosti. Kompanija Nordeus omogućila je opremanje šest razvojnih savetovališta u Leskovcu, Vranju, Požarevcu, Pančevu i Pirotu, kao i da se u saradnji sa Udruženjem pedijatarata i Gradskim zavodom za javno zdravlje Beograd, obezbede obuke za pedijatre, patronažne sestre i zaposlene u razvojnim savetovalištim kako bi unapredili svoja znanja u oblasti razvojne procene, intervencije i saradnje sa porodicom. Izrađeni su i edukativni materijali za roditelje male dece, koji im pomažu da unaprede svoja znanja i veštine odgoja i brige o deci u najranijem uzrastu.

Elektroprivreda Srbije obezbedila je novi nameštaj i komplete didaktike razvojnim savetovalištim u tri opštine (Zemun, Kragujevac i Niš). Zahvaljujući finansijskoj pomoći ove kompanije, održan je i stručni seminar na kojem je pedijatrija predstavljena „Vodič za praćenje razvoja“. Ovaj novi



instrument značajno unapređuje rad pedijatrijskih službi i pomaže da kod najmlađih pacijenata prepoznaju probleme u razvoju i zajedno sa roditeljima isplaniraju podršku koja im je potrebna. Elektroprivreda Srbije je podržala štampanje posebnih brošura o razvoju dece, koje imaju za cilj da edukuju roditelje o razvoju deteta i da im pomognu da unaprede svoje veštine i znanja o razvoju deteta i značaju redovnog praćenja razvojnih faza i rane stimulacije.

Kompanija IKEA pomogla je obnavljanje i opremanje pedijatrijskih ambulanti i savetovališta u opštinama Voždovac i Grocka. Pored toga, kompanija je podržala deo stručne obuke za medicinsko osoblje koje radi sa molom decom i njihovim roditeljima u okviru predškolskog dispanzera, patronažne službe i razvojnih savetovališta u ovim opštinama.

Kompanija Telekom Srbija omogućila je nabavku didaktičkog i edukativnog materijala za domove zdravlja u Subotici, Sremskoj Mitrovici i Kruševcu. Ovi materijali omogućavaju zdravstvenim radnicima da na kvalitetniji način pružaju zdravstvene usluge, proveravaju i podstiču određene ve-

štine dečjeg razvoja, blagovremeno prepoznaju razvojne rizike kod dece i da obuče roditelje kako da igrú sa decom kod kuće učine razvojno podsticajnom za one domene razvoja u kojima postoji kašnjenje.

Podršku unapređenju zdravlja dece u našoj zemlji, strateškim ulaganjem u programe za decu, pružaju i kompanije Telenor i Glaxo Sith Kline.

Kompanija Telenor pruža podršku UNICEF-u i Ministarstvu zdravlja, kroz projekat „Povezivanje“, koji je započeo 2010. godine. UNICEF, u partnerstvu sa Telenorom pruža podršku nastavku ove inicijative kako bi pomoću novih tehnologija i mobilne komunikacije bio povećan pristup servisima, kao i praćenje podataka, ali i kako bi se osnažili kapaciteti romskih zdravstvenih medijatorki. Za samo nekoliko godina, romske zdravstvene medijatorke dovele su do ogromnog napretka u životima romskih porodica. 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.



Glaxo Smith Kline, u okviru trogodišnjeg partnerstva sa UNICEF-om, kroz projekat „Zajedno za bolje zdravlje“ podržava unapređenje zdravlja romske dece u Srbiji. U okviru projekta sprovode se istraživanja u domenu zdravlja, ishrane i ranog razvoja dece i pruža se fokusirana podrška zdravstvenim radnicima, kroz patronažnu službu i zdravstvene medijatorke i organizacije civilnog sektora, sa ciljem boljeg informisanja romske populacije o ovim pitanjima i pravovremenog korišćenja zdravstvene zaštite. Podrška je usmerena na opštine Zemun, Kragujevac, Piroć, Požarevac i Leskovac. Pored specifičnih lokalnih inicijativa, vrednost projekta leži i u razmeni iskustava sa zemljama u širem regionu, kao i u uspostavljanju međusektorskog partnerstva u kome svaki sektor doprinosi svojom ekspertizom, metodologijom i pristupom.

## BEZBEDNOST DECE NA INTERNETU

Napredak informaciono-komunikacionih tehnologija otvorio je ogromne mogućnosti da deca uče, komuniciraju, dele i pristupaju informacijama i najrazličitijim sadržajima. Ali, lako dostupan pristup internetu predstavlja i veliki rizik za

deca, kako u virtuelnom tako i u realnom životu. ICT industrija ima ključnu ulogu u tome da osigura bezbednije i sigurnije proizvode i usluge, a da u isto vreme donosi inovativna rešenja kojima se proširuju podsticajne mogućnosti za deca kada je reč o korišćenju informacionih tehnologija. UNICEF saraduje sa kompanijama, vladama i organizacijama civilnog društva kako bi se promovisala prava deteta u digitalnom svetu i našla rešenja za probleme koji obuhvataju: digitalno nasilje, zloupotrebu dece kroz prenos seksualno uznemirujućih sadržaja, ugrožavanje privatnosti. Takođe, nastojimo da unapredimo digitalnu pismenost dece i roditelja. Kroz zagovaranje, partnerstva i razvoj standarda i priručnika, UNICEF želi da podstakne odgovornost ICT industrije prema pravima deteta, kako bi zajedno osigurali da internet bude sredstvo koje omogućava deci da ostvare svoja prava.

Poslednja istraživanja koja je sproveo UNICEF govore da deca počinju da koriste internet pre šeste godine. Skoro 90 odsto njih internet koristi u proseku 80 minuta svakog dana, a svako treće dete izloženo je nekoj vrsti sadržaja koji je za njih uznemirujući.

Zato je edukaciju dece o bezbednom korišćenju interneta potrebno početi u ranom, predškolskom uzrastu. Tim povodom, Ingeborg Ofsthus, generalna direktorka Telenora i Michel Saint-Lot, direktor UNICEF-a u Srbiji, potpisali su

ugovor kojim su najavili zvaničan početak projekta „Bezbedan internet za celu porodicu“ (Family Safety Net). Projekat će trajati dve godine i fokusirati se na edukaciju dece uzrasta od četiri do osam godina, njihove roditelje i vaspitače. UNICEF i Telenor u Srbiji, u saradnji sa resornim ministarstvima, bave se aktivno temom bezbednog ponašanja na internetu od 2012. godine.

Istraživanja pokazuju i da svaki četvrti roditelj ne misli da ima dovoljno znanja da pruži adekvatnu podršku detetu u bilo kojoj potencijalno opasnoj situaciji na internetu. Zbog toga je jedan od glavnih ciljeva da 100.000 roditelja i 2.000 vaspitača i nastavnika prođe obuku u naredne dve godine.

## BANKARSKI SEKTOR, MOBILNI OPERATERI, MEDIJI I POZNATE LIČNOSTI UJEDINJENI U PODRŠCI ZA DECU I UNICEF

Vodeći godišnji izveštaj o dobročinstvu, Svetski indeks davanja pozicionirao je Srbiju u 2016. godini na neslavno 135. mesto od 140 zemalja. Ovaj indeks pokazuje kako su rangirane zemlje sveta po individualnoj filantropiji – prosečan procenat građana starijih od 15 godina koji doniraju novac, volontiraju i pomažu strancima.

Kultura davanja promovise opšte dobro i potrebu da poboljšamo kvalitet života drugih ljudi, bez obzira na sopstvene probleme sa kojima se suočavamo. Brojna istraživanja govore u prilog tome da zadovoljstvo kod ljudi ne dolazi iz materijalnih vrednosti, već od pomaganja drugima.

Radi pospešivanja kulture davanja i solidarnosti u Srbiji, UNICEF je u saradnji sa Udruženjem banaka Srbije i vodećim bankama, kao i sa mobilnim operaterima, pokrenuo nekoliko inicijativa koje treba da olakšaju doniranje za programe za deca i porodice u Srbiji.

Tako su predstavnici bankarskog sektora u Srbiji olakšali svoje procedure, omogućivši nove i jednostavnije usluge za individualne donacije i odrekli se provizija kod redovnih mesečnih donacija UNICEF-u.



Klijenti Komercijalne banke, Banca Intesa, Societe Generale, Raiffeisen, Telenor banke, Unikredit banke i Vojvođanske banke, mogu da bez fizičkog odlaska u banku popune zahtev za trajni nalog kod predstavnika UNICEF-a i postanu redovni mesečni donatori. Vojvođanska mesečnim donacijama UNICEF-u dodatno pomaže program za unapređenje položaja dece u Srbiji. Telenor banka uvela je i novu funkcionalnost za svoje klijente koji mogu sami da aktiviraju trajni nalog u korist UNICEF-a putem aplikacije za mobilno bankarstvo i opcije plaćanja računa na klik.

Servis redovnih mesečnih donacija putem SMS-a pomažu mobilni operateri Telenor, MTS, i VIP, uz podršku Algotech kompanije. Svim korisnicima je omogućeno da podrže zdravije i srećnije odrastanje svakog deteta - optimalan razvoj u ranom detinjstvu, kvalitetno i inkluzivno obrazovanje, odgovarajuću socijalnu zaštitu, kao i socijalno uključivanje marginalizovane dece i adolescenata. Pospešivanje kulture redovnog doniranja prati i redovna podrška medijskih kuća Color Press Group i Wannabee portal.

Pored UNICEF-ovog ambasadora, Aleksandra Saše Đorđevića, podršku kulturi davanja pružaju i poznate ličnosti koje zagovaraju značaj redovnih donacija u korist sadašnjih i budućih generacija. To su glumci Boki Perić, Nebojša Glogovac, Jelena Gavrilović, Tamara Krcunović, Nataša Miljković, Aleksandar Radojičić, kao i poznati voditelj Zoran Kesić.



# SPROVODIMO CILJEVE ODRŽIVOG RAZVOJA

**VERAN MATIĆ**, *predsednik Upravnog odbora Fonda B92*

**Fond B92 se već 13 godina bavi humanitarnim radom. Šta su vam bili najveći izazovi?**

Izazova je bilo puno i deo njih se menjao vremenom, a deo je ostao do danas. Kada živite i radite ovaj posao u siromašnom društvu, najčešće morate da se upravljate prioritetima, zanemarujući strateško planiranje. Onda često kompenzujete aktivnostima ono što bi regularnim putem morala da uradi država tj. institucije, tako da dolazi do mešanja uloga. Zato je teško profilisati rad i ulogu fondacije. Sa druge strane, državne institucije se navikavaju na ovakvu situaciju i nešto što bi trebalo da bude privremeno stanje postaje trajna realnost. Iako postoje takva očekivanja, nije stvorena opštedruštvena klima koja bi omogućila pozitivnu atmosferu za dobročinstva. Ne postoji, na primer, olakšavajuća regulativa za realizaciju projekata. Umesto da se stvara stimulišuća, podsticajna državna i društvena praksa, kako bi se maksimizovao doprinos filantropa, kompanija, građana, postoji stalna podozrivost da ne dođe do neke zloupotrebe.

Najviše nedostaje systemska izgradnja humanijeg društva, društva solidarnosti, kroz obrazovni sistem, kroz intenzivniji razvoj kulture davanja na svim nivoima, podsticanje inovativnosti u ovoj oblasti.

Za mene lično, izazovi su svakodnevni. Kada priđem čoveku koji pretura po kontejneru tražeći hranu, kako bih mu pomogao, izazov je kako pobediti osećaj sopstvenog sra-

ma, i kako se suočiti i sa njegovim sramom zbog onoga što mora da radi da bi preživeo. Svi se moramo suočiti sa tim sramom, nadvladati ga, da bismo jedni drugima pomogli.

**Prema vašem iskustvu, u kojim oblastima ili kojim grupama je potrebna najveća pomoć?**

Najstarijima i najmlađima. Nekako su oni prioriteti. Ali svakako i čitavim sektorima, prosveti i zdravstvu, ili čitavim društvenim grupama, kao što je ženska populacija. U najrazvijenijim zemljama oblasti školstva i zdravstva u velikoj meri se razvijaju upravo zahvaljujući filantropskim aktivnostima i društveno odgovornom poslovanju.

Kod nas dobijam utisak da je ulaganje u ove oblasti incidentno, parcijalno, ad hoc, a ne systemsko, na dugi rok, sa jasnim ciljevima. Konstantno ste stavljeni pred izbor da li ćete prvo izgraditi mokri čvor da ne bude poljskih toaleta u školama ili ćete uložiti u modernizaciju nastave i učila koja omogućavaju znanja za savremeni život i budućnost. Često imamo problema sa nedostatkom relevantnih podataka koji bi nam omogućili da napravimo efikasne planove i akcije, pa moramo sami da obavimo i taj deo priprema za akcije. Podaci o nasilju nad ženama, na primer, i dan-danas nisu sistematizovani, bar ne od strane državnih institucija koje bi trebalo da se bave iskorenjivanjem ovog problema. U poslednjih 15 godina izgradili smo i opremili sedam sigurnih kuća širom Srbije, a zatim

i pokrenuli projekat „ONAsnaživanje“ koji nastoji da ženama koje su preživjele nasilje pruži šansu da postanu ekonomski nezavisne od nasilnika, pokrenu svoj posao ili nađu bolji. Vrlo je teško pripremiti i izvoditi akciju ovakvog obima ako ne možete od nadležnih da dobijete pouzdane podatke o npr. broju žena koje su uspešno izašle iz situacije nasilja i spremne su da se posvete osiguravanju egzistencije za sebe i svoju decu.

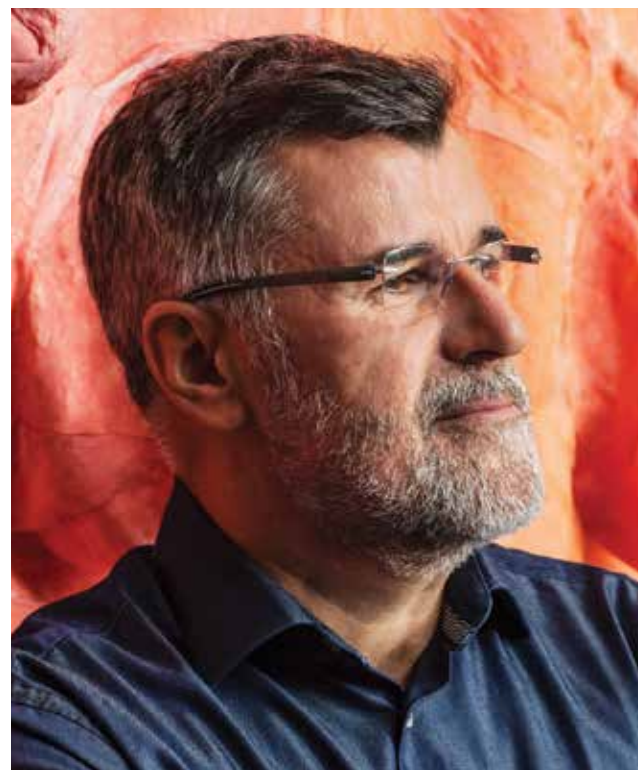
### **Kakvi su rezultati vaše kampanje „Bitka za bebe“ i kasnijih kampanja u zdravstvu?**

Nastojimo da imamo sistemski pristup, pa smo tako sve zdravstvene institucije opskrbili opremom koja je važna za preživljavanje prevremeno rođenih beba, kao i onih sa zdravstvenim problemima odmah po rođenju. Time se smanjila smrtnost beba u ovoj fazi razvoja (pre početka akcije „Bitka za bebe“, u 2011. taj procenat iznosio je poražavajućih 57,84%, ali je nakon akcije, u 2012, smanjen na 44,27%). Kroz akciju „Bitka za bebe“ prikupljeno je skoro 2,5 miliona evra sredstava i nabavljeno je 215 inkubatora za skoro 50 zdravstvenih ustanova u 40 gradova Srbije. Potom smo opskrbili više od 80 odsto porodilišta svom neophodnom opremom kako bismo pomogli svoj deci i zdravstvenim radnicima u tim prvim danima dečjih života. Tokom „Bitke za porodilišta“ prikupljeno je oko tri miliona evra za nabavku razne medicinske opreme za 70 zdravstvenih ustanova u Srbiji koje se bave zdravljem majki i beba (porodilišta, dečje klinike i domovi zdravlja). Kompletно smo novom opremom opremili 40 porodilišta, a do potpune „pobede“ preostalo je da opremimo još 12. Imali smo i niz pojedinačnih akcija, kao što je obnavljanje pojedinih segmenata Urgentnog centra. Za sam Urgentni centar i druge velike klinike u sklopu Kliničkog centra Srbije (neurohirurgija, pulmologija, endokrinologija...) tokom nekoliko godina prikupljeno je više od 600.000 evra za nabavku najsavremenije opreme, a u rekonstrukciju delova Urgentnog centra uloženo je oko 200.000 evra. U ovoj oblasti ima puno posla, a nedostaje neki sveobuhvatni pregled stanja i potreba, a potom društveni dogovor o tome na koji način će se rešavati problemi, unapređivati kapacitet na duži rok. Onda bismo i mi iz pojedinih fondacija mogli da se opredelimo i preuzmemo deo posla. Valja naglasiti da nije dovoljno samo nabaviti najbolju opremu. Mudra izreka naroda Volofa (Senegal) glasi: „Čovek je čoveku lek“. Ljudski odnosi, uzajamnosti, dopunjavanje i solidarnost bitni su sastavni deo ljudskog bića, i moramo ih afirmisati kao deo neophodnog procesa ozdravljenja građana i društva.

### **Kako ocenjujete spremnost građana i posebno kompanija da učestvuju u humanitarnim projektima?**

Građani su uvek spremni, ali morate na pravi način da ih upoznate sa važnošću određene aktivnosti i rezultatima koje želite da postignete. Najbolje je kada je moguće povezati i njih same ili njihove bližnje sa potrebama za koje se očekuje njihovo učešće. Ključna je uloga medija u promovisanju rezultata filantropskog delovanja, u izveštavanju šta je to dobro učinjeno za lokalne zajednice uz pomoć novca i aktivnosti društveno odgovornih aktera i organizacija kao što je naša. Naravno, važno je čuvati i unapređivati kredibilitet fondacija kako bi se ojačalo poverenje u to da će sredstva biti iskorišćena na pravi način.

Krajem devedesetih godina, proglašen sam na Svetском ekonomskom forumu u Davosu za mladog globalnog lidera za budućnost. Upravo na tom mestu, Kofi Anan je promovisao Global Compact, opšti, globalni ugovor zaključen između UN i glavnih globalnih kompanija. Globalni ugovor sadržao je devet načela u vezi sa ljudskim pravima: „Potpisnici se obavezuju da će poštovati i podsticati ljudska prava u okviru svog uticaja... kako bi se uverili da njihove fabrike nisu sukrovci bilo koje povrede čoveka“. Načela od 3. do 6. odnose se na tržište rada: „Kompanije se obavezuju da će poštovati slobodu udruživanja i stvarno priznati kolektivno pravo zaposlenika na pregovaranje... ukloniti svaki oblik prisilnog i robovskog rada... ukinuti rad dece... ukloniti nejednakost u zapošljavanju i radu“. Zaštita okoline je u postulatima od 7. do 9: „Kompanije potpisnice obećavaju da će se oprezno upustiti u sve aktivnosti koje bi mogle da izmene čovekovu okolinu... podstičaćе uspostavljanje veće odgovornosti prema okolini i prirodi... pomagati otkrivanje i širenje tehnologija koje olakšavaju zaštitu okoline.“ Usledio je petominutni pljesak. Veliki broj globalnih igrača potpisao je učešće u globalnom dogovoru. Međutim, nije bilo nekog uočljivijeg pomaka, upravo obrnuto, imamo veliki broj primera direktnog drastičnog kršenja ugovora od strane potpisnica širom sveta. Kada je 2004. Kofi Anan ponovo okupio potpisnice da se razmotri prvih pet godina, predložio je određeni oblik monitoringa, tela za nadzor zaduženog da proverava i potvrđuje poštuje li se ugovor i u kojoj meri. Predlog je jednoglasno odbijen. I tu je ključ problema koji moramo rešiti, ne samo kako obavezati na poštovanje određenih temeljnih principa, već i kako efikasno kontrolisati. To je čest slučaj i sa našim zakonima, kojima nedostaje sistem koji će omogućiti na najbolji mogući način realizaciju.



### **Da li i na koji način bi mogao da se olakša rad humanitarnih fondacija i da li ima prostora za podsticaje ili za poreske olakšice?**

U Privrednoj komori Srbije pokrenuli smo Centar za društveno odgovorno poslovanje, u kojem smo okupili najaktivnije fondacije, fondove i nevladine organizacije koje se bave CSR i pitanjima filantropije, kao i naše kompanije koje se bave uspešno CSR-om, kako bismo razmotrili šta je sve potrebno uraditi u oblasti regulative i prakse da bi se otklonile prepreke, da bi se stvorila prijateljska situacija za sve koji žele da se bave dobročinstvima i društveno odgovornim poslovanjem, akcijama i unutar kompanija i kompanija prema zajednici. Otvorili smo dijalog na te teme sa predstavnicima državnih institucija i očekujem da napravimo zajednički plan kako da u narednih nekoliko godina stvorimo vrlo podsticajnu klimu, da direktno utičemo na povećanje aktivnosti u ovoj oblasti. Srbija je, kada je reč o CSR aktivnostima, na jednoj od globalnih lista negde oko 130. mesta, što je poražavajuće, čak i ako se uzme u obzir da očigledno postoje neki metodološki problemi u pravljenju ove liste. Svakako treba i u ovoj oblasti da se sa istom strašću

ukluče svi relevantni za ovu temu kako bi bili na neki način opsednuti poboljšanjima u ovoj sferi, pa i na ovakvim listama, bar isto onoliko kao što se to radi sa Duing biznis listom kada je reč o uslovima za investiranje u Srbiji. I ovo je isto toliko važno za investiranje sredstava, ali i dobrote, pozitivne energije u stvaranje bolje i plemenitije zajednice, sa direktnijim uticajem na težnju ka boljem u nama i boljem za zajednicu. Ka srećnijem i uspešnijem društvu i pojedincima.

### **Najnovija akcija je „Bitka za znanje“. U kojoj meri su obrazovanje i ulaganje u obrazovanje u Srbiji potcenjeni? Na koji način građani i privatne (nedržavne) institucije mogu da pomognu u poboljšanju obrazovanja?**

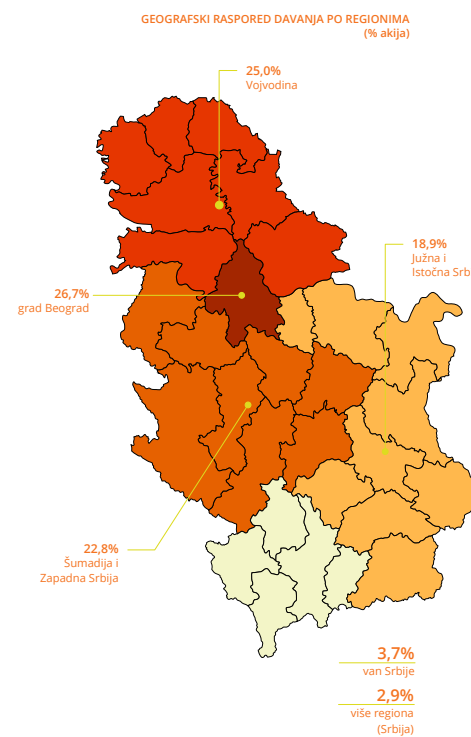
Fond B92 više od 10 godina nastoji da obogati sistem obrazovanja – najpre kroz „Slobodnu zonu junior“, koja je kroz obuku nastavnika građanskog vaspitanja uspešno uvela film kao alat u nastavu, a sada i kroz „Bitku za znanje“. Sa „Juniorom“ smo ušli u sve srednje škole u Srbiji, i u više od polovine osnovnih, sa kompilacijama kratkih dokumentarnih i igranih filmova i priručnicima za njihovo korišćenje u nastavi. Više od 1.200 obučanih nastavnika i dan-danas koristi ove materijale, ne samo za nastavu građanskog, već i u nastavi istorije, sociologije, psihologije...

U ovoj najnovijoj akciji, imamo za cilj da svaka škola dobije mBot robote koji će kao učilo pomoći u edukaciji nastavnika za nastavu informatike i robotike, ali i učenicima da demistifikuju robotiku i informatiku, naprave prve korake u programiranju kroz nastavu, zabavu, ali i takmičenja koja redovno organizujemo. Za manje od godinu dana, koliko traje akcija, opremili smo 401 osnovnu školu ovim edukativnim robotima, 596 nastavnika je prošlo obuku za njihovo korišćenje u nastavi, a sa 2.005 mBotova sada programiranje uči oko 100.000 osnovaca. Kada vidite koliko deca brzo kapiraju i uče kad dobiju mogućnosti da koriste savremena učila, kako veoma brzo počinju da rade projekte kako bi pomogli zajednici, kako bi unapredili kvalitet života, ojačali vrednosti, onda vidite koliki je greh što je to zapostavljeno u našim školama i što to nije prioritet ovog društva, koliko je šansi propušteno. Osavremenjavanje obrazovanja i davanje iste šanse svoj deci da ovladaju znanjima koja će im omogućiti da budu ravnopravni građani, sa najvećim mogućim šansama za napredak u obrazovanju, za posao i egzistenciju, mora biti prioritet sa kontinuitetom u budućnosti, potrebna nam je čak opsednutost tim procesima. Posle toga će sve biti lakše i za filantropiju, dobročinstvo, za pitanja nataliteta.



# SRPSKA PREDUZEĆA PREDNJAČE U REGIONU PO FILANTROPIJI

ALEKSANDRA VESIĆ, *osnivačica fondacije Katalist*



## Koji je cilj vaše fondacije?

Katalist fondacija je osnovana 2013. godine sa ciljem da promoviše i doprinosi razvoju lokalne filantropije u regionu Zapadnog Balkana. U tom smislu, Katalist se bavi prikupljanjem, analizom i objavljivanjem podataka vezanih za filantropske aktivnosti u zemljama regiona, ali istovremeno promoviše rezultate i efekte davanja, pomaže organizacijama kojima je potrebna pomoć da ojačaju svoje kapacitete i privuku podršku. S obzirom na to da je osnovan u Srbiji, Katalist je tu i najaktivniji, posebno kada je u pitanju prikupljanje podataka, povezivanje različitih aktera i promovisanje primera dobre prakse.

## Katalist fondacija prati filantropske aktivnosti u regionu. Kakvi su trendovi, da li se vidi povećanje ili smanjenje davanja u Srbiji?

Nakon nekoliko godina, u periodu 2013-2015. rasta davanja za opšte dobro u celom regionu, pa i u Srbiji, u 2016. godini je došlo do određenog smanjenja kada su u pitanju darovane sume, u gotovo svim zemljama osim Crne Gore. Procena je da je u Srbiji u 2016. godini darovano najma-

nje 21,2 miliona evra. U ovom trenutku u Srbiji nije moguće dobiti potpune podatke o davanju u dobrotvorne svrhe s obzirom na to da ne postoje poreske olakšice za fizička lica, pa nema podataka Poreske uprave. Podaci o kojima govorim su prikupljeni u programu fondacije Katalist, uz pomoć baze podataka GivingBalkan.

Iako je i u Srbiji došlo do pada u smislu procenjene darovane sume u odnosu na 2015, taj pad nije značajan (4,9%) i manji je nego procenjeni pad darovanih suma u ostalim zemljama regiona. U tom smislu, pad ukupne sume može se posmatrati kao trenutna fluktuacija. Iako su prikupljanje i obrada informacija za 2017. godinu još uvek u toku, do sada prikupljeni podaci ukazuju da će se u 2017. godini opet pokazati rast davanja.

Kada je reč o broju akcija, građani, putem masovnih akcija (odgovora na apele za pomoć i različite kampanje) ostaju najaktivniji donatori, a građane sledi poslovni sektor. Ako govorimo o darovanim sumama, međutim, poslovni sektor prednjači u odnosu na građane. Ovi trendovi se ne menjaju već nekoliko godina.

Četiri teme u koje se najčešće ulaže ostaju, kao i proteklih godina, zdravstvo, podrška marginalizovanim grupama, smanjenje siromaštva i obrazovanje. Pozitivni trendovi koji se zapažaju u proteklom periodu su pre svega rast ulaganja u obrazovanje (sa oko 5% u 2013. do 9,1% u 2016), kao i povećanje broja tema u koje se ulaže. Tako je, na primer, porastao broj akcija usmeren na kulturu i umetnost, ali su se kao teme pojavile i ulaganje u preduzetništvo, nauku, zaštitu okoline. Ipak, u smislu interesovanja darodavaca, sve ove teme su još uvek daleko iza prve četiri.

U Srbiji se najčešće daje pomoć pojedincima i porodicama, zatim državnim institucijama i na kraju neprofitnom sektoru. Međutim, ukoliko pogledamo sume novca koje se daruju, najviše novca odlazi različitim državnim institucijama. Pozitivno je, međutim, što tokom godina raste podrška neprofitnim inicijativama, kako u smislu broja akcija, tako i po količini novca koji im se daruje.

### **Šta stoji iza davanja, veća potreba ugroženih ili veće mogućnosti onih koji daju?**

Slika davanja, kao i praćenje apela i kampanja, ukazuju da su potrebe gotovo kontinuirano velike. U tom smislu, darodavci odgovaraju na potrebe koje vide kao najvažnije i najurgentnije. Recimo, pomoć zdravstvenim institucijama da dobiju aparate, poboljšaju uslove u bolnicama i domo-

vima zdravlja, što je pomoć koju često upućuju kompanije i mala i srednja preduzeća, dok pomoć pojedincima za medicinske operacije najčešće upućuju građani. Slično je i sa socijalnim, obrazovnim i drugim institucijama, pa i neprofitnim organizacijama i fondacijama.

Svakako da je teška ekonomska situacija uticala na davanje. Ipak, podaci ukazuju da građani i poslovni sektor, pa i dijaspora, i dalje pokazuju visok nivo solidarnosti.

Utisak je, međutim, da je davanje kao tema poslednjih nekoliko godina postalo manje atraktivno, odnosno da se ranije poklanjalo više pažnje razvoju davanja. Karakteristika davanja u Srbiji ostaje da se vrlo često daje jednokratna, odnosno ad hoc pomoć, koja trenutno može ublažiti problem, ali ne nudi sistemsko rešavanje. Tako se, na primer, daruje veliki novac za lečenje dece u inostranstvu, jer ne postoje uslovi za njihov tretman ovde. Ukoliko bi se pokrenula akcija da se sistemski radi na rešavanju problema (školovanje lekara za određene operacije, kupovina potrebne opreme) time bi se omogućilo dugoročno rešavanje. Slično je i sa siromaštvom. Veliki broj ljudi daje podršku porodicama koje su socijalno i ekonomski ugrožene. Iako je to naravno neophodno, ipak je samo kratkotrajno olakšanje, a ne sistemsko rešenje kao npr. ulaganje u socijalna preduzeća ili startap.

Srbija svakako nije usamljen primer, slična situacija je svuda u regionu. Stoga je veoma važna uloga medija, koji bi svoj uticaj mogli da iskoriste da ponude primere dobre prakse gde davanje ima strateški efekat i pomaže dugoročnom rešavanju problema sa kojima se društvo suočava, a ne samo trenutnom olakšanjem kad su u pitanju goruća pitanja.

### **U kojoj meri su kompanije iz Srbije prepoznale potrebu za društveno odgovornim poslovanjem i kako stojimo u odnosu na region?**

Naši podaci pokazuju da je poslovni sektor iz Srbije među liderima u regionu, barem kada je u pitanju korporativna filantropija. Od kada pratimo situaciju u regionu, kompanije i mala i srednja preduzeća iz Srbije su na prvom mestu, kako po broju akcija, tako i po količini novca koji daju. U 2016. godini, procena je da je poslovni sektor darovao negde oko 45,4% od ukupne procenjene darovane sume. Najaktivnije su naravno veće kompanije (negde oko 82% akcija dolazi sa njihove strane), ali je ohrabrujuće da se povećava i učešće malih i srednjih preduzeća, te da su aktivne i korporativne fondacije.

Prošle godine, poslovni sektor u Srbiji je najčešće ulagao u zdravstvo, podršku marginalizovanim grupama i obrazovanje. Poslovni sektor najčešće daje institucijama, ali se određeni procenat akcija usmerava ka neprofitnim organizacijama odnosno fondacijama. Poslovni sektor, što je i logično, najčešće upućuje podršku lokalnim zajednicama gde su prisutni. Podržavaju kupovinu opreme (aparata ili opreme za obrazovne institucije), ali podržavaju i pružanje usluga marginalizovanim grupama, poput osoba sa invaliditetom, deci i mladima, starima itd. Pozitivan trend je da kompanije sve češće ulažu strateški, odnosno daju novac i podršku projektima koji imaju mogućnost da ponude dugoročnija rešenja.

### **Koliko je razvijen sektor humanitarnih fondacija u Srbiji?**

Srbija ima veoma razvijen sektor fondacija koje prikupljaju i dodeljuju podršku i pomoć onima kojima je potrebna. Te fondacije mogu biti privatne - osnovane od strane građana poput Trag fondacije ili Divac fondacije, ali i od strane kompanija, poput Telenor ili Delta fondacije. Ono što je karakteristično za Srbiju, u odnosu na druge zemlje u regionu, jeste velika uloga koju mediji imaju, od kojih su mnogi osnovali i sopstvene fondacije, te nemaju samo ulogu izveštavanja već su i direktni akteri u prikupljanju i deljenju podrške. Tu svakako treba pomenuti Fond B92, Blic fondaciju, ili recimo Frankfurtske vesti koje su izuzetno aktivne u prikupljanju pomoći iz dijaspore.

U poslednje vreme, u Srbiji se sve češće osnivaju manje fondacije koje deluju na nivou jednog regiona ili grada, čije je delovanje usmereno na pomoć populaciji koja živi u određenom području. Na kraju, svakako treba pomenuti organizacije koje nisu registrovane kao fondacije, ali koje svakako imaju sve veću ulogu u razvoju filantropije, kao na primer NURDOR, koja prikuplja velike sume novca kako bi pomogla deci oboleloj od raka ili organizacija iz dijaspore Srbi za Srbe, koja je takođe vrlo aktivna. Ono što bi svakako pomoglo njihovom razvoju i uspehu je veća pažnja medija, koji bi promovisanjem njihovih akcija mogli doprineti popularizaciji i razumevanju filantropije u javnosti.

### **Kakvi su institucionalni uslovi za filantropiju? Da li bi se mogli olakšati uslovi rada fondacija ili olakšati i pojeftiniti doniranje i kako?**

Kada je reč o uslovima za dobrotvorno davanje, Srbija ima određene pozitivne propise koji ga mogu podstaći. Tu je pre svega važno pomenuti Zakon o porezu na dobit pravnih lica, kojim se omogućava da pravna lica dobiju određene poreske olakšice za davanje u dobrotvorne svrhe.

Međutim, postoji još niz pitanja koja je moguće rešiti kroz dijalog sa donosiocima odluka, a koja bi značajno mogla uticati na podsticanje davanja u dobrotvorne svrhe. To je, recimo, uvođenje poreskih olakšica za građane koji daruju novac. Srbija je jedna od retkih zemalja u regionu koja ne nudi nikakve olakšice fizičkim licima koja daruju sredstva u dobrotvorne svrhe.

Kada se radi o davanju od strane preduzeća, njima bi davanje znatno olakšalo jedinstveno tumačenje propisa. Naime, uprkos postojanju olakšica, različiti poreski organi različito tumače zakonske propise, te preduzeća često nisu sigurna da li i na koji način mogu da ostvare pravo na olakšice. Tu bi pomoglo da Ministarstvo finansija i Poreska uprava izdaju mišljenje koje će biti obavezujuće za sve. Zatim, uvođenjem jednostavnih formula Poreska uprava bi mogla da prati davanje od strane poslovnog sektora i da omogući jasne i transparentne podatke o davanju. Pitanje koje se često otvara u javnosti jeste PDV koji se plaća prilikom doniranja – tako npr. organizaciji NURDOR je u jednom trenutku ostalo da prikupi 20 miliona dinara za novo dečje hemato-onkološko odeljenje u bolnici u Nišu. Od tih 20 miliona, 10 miliona je zapravo moralo da se prikupi da bi se platilo PDV državi.

U tom smislu, donosiocima odluka bi svakako trebalo skrenuti pažnju da je oko trećine ukupnog broja zabeleženih akcija usmereno na podršku državnim institucijama (zdravstvenim, socijalnim, obrazovnim) ili lokalnim vlastima. To u praksi znači da značajan deo filantropske pomoći zapravo ide državi, kako bi se omogućilo da njene institucije pruže neophodne usluge. Dajući novac za izgradnju novog bolničkog odeljenja, građani i poslovni sektor zapravo na neki način subvencionišu državu dajući dobrovoljnu pomoć iako su platili poreze od kojih bi te usluge trebalo obezbediti. Na kraju, na tu dobrovoljnu pomoć ponovo plate porez u obliku PDV-a. Mislim da svi razumemo da je pomoć potrebna i da se ne dovodi u pitanje treba li dati za zdravstvene, obrazovne ili socijalne institucije. Ono što bi bilo dobro jeste da država prepozna tu podršku i sa svoje strane uradi sve što je moguće kako bi se davanje olakšalo i podstaklo.





# PODRŠKA GRAĐANSKOM AKTIVIZMU

**BILJANA DAKIĆ ĐORĐEVIĆ**, izvršna direktorka, *Trag fondacija*

## **Trag fondacija već 18 godina postoji i radi u Srbiji. Šta su bili najveći izazovi za fondaciju?**

Trag fondacija je nastala sa namerom da podrži aktivno uključivanje građana i građanki u društvene promene u našoj zemlji. Ulaganje sredstava i znanja u podršku građanskim inicijativama vidimo kao najbolji način za kreiranje trajnih promena u ponašanju ljudi, doprinos poboljšanja života u lokalnim zajednicama i izgradnji pravednog i solidarnog društva. Na tom putu su nas pratili brojni izazovi, pre svega u vezi sa uspostavljanjem balansa između onoga što prepoznamo kao svoj strateški doprinos, raspoloživih finansijskih i drugih resursa te rastućih nepovoljnih ekonomskih i društvenih okolnosti. Srbija je siromašna zemlja, sa izraženim regionalnim razlikama u razvoju i ekonomskim mogućnostima, i postoje široko prisutna apatija i nepoverenje. Slabe i netransparentne institucije ne uključuju građane u proces formulisanja i donošenja javnih politika, što je naročito problematično na lokalnom nivou. Kvalitet usluga socijalne i zdravstvene zaštite nije zadovoljavajući, a na udaru rastućeg nasilja u društvu su pre svega žene. U takvim okolnostima trudimo se da „ostavimo trag“ podrškom građanskom aktivizmu koji razbija predrasude i podstiče promene, razvija alternativne i inovativne mehanizme zadovoljavanja lokalnih

potreba. U uslovima povlačenja međunarodnih donatora i odsustva sistemske institucionalne podrške, nije lako kontinuirano obezbeđivati potrebna sredstva i odgovarajuće ljudske resurse da se odgovori na ove izazove. Stoga smo veliku pažnju posvetili kontinuiranoj promociji i ulaganju u razvoj lokalne filantropije kao mehanizmu društvene solidarnosti. Istovremeno smo brižljivo gradili reputaciju pouzdanog i kompetentnog partnera.

## **Koje su najveće akcije u kojima je fondacija učestvovala?**

U razvoj lokalnih zajednica ulažemo na tri načina, koji se međusobno prožimaju. Dodelom donacija i obukama koje doprinose razvoju lokalnih znanja i veština ulažemo u konkretne inicijative kojima građani menjaju svoje neposredno okruženje i mobilisu svoje sugrađane, lokalne institucije i kompanije da se uključe. Radom na razvoju filantropije doprinosimo većem i strateškom angažovanju lokalnih resursa na rešavanju problema u zajednicama i razvoju kulture davanja. Podrškom uključivanju građana u procese donošenja odluka u lokalnim sredinama pomažemo im da artikulišu svoje potrebe i preuzmu odgovornost. Istovremeno i sami aktivno zagovaramo promene

zakonskog okvira, kako bismo obezbedili značajnije podsticaje korporativnoj i individualnoj filantropiji.

U godini u kojoj proslavljamo punoletstvo, ponosni smo na brojne programe koje smo pokrenuli i koji traju. „Aktivne zajednice“ su naš najstariji program kojim dopiremo do najmanjih i najudaljenijih područja u nameri da unapredimo kvalitet života i saradnje u zajednici. Ove godine obeležavamo i 13 godina programa „Javno zastupanje u lokalnim zajednicama“ kroz koji doprinosimo dijalogu građana i donosilaca odluka, 10 godina programa „Uspesni fandrejzing“ usmerenog na mobilizaciju resursa za podršku lokalnim inicijativama, pet godina programa „Zelene ideje“ kojim podstičemo razvoj zelene ekonomije, tri godine programa „Osnaživanje ženskih organizacija i pokreta za borbu protiv nasilja nad ženama“. Početkom godine smo po 10. put dodelili prestižne VIRTUS nagrade za filantropiju najistaknutijim kompanijama i pojedincima.

### **Koliko sredstava je prikupljeno i raspodeljeno tokom ovog perioda?**

Trag fondacija je kontinuirano ulagala u razvoj zajednica širom Srbije, a u poslednjih nekoliko godina i u regionu. U prethodnom periodu smo podržali preko 1.320 lokalnih projekata sa više od 11 miliona dolara, i time doprineli boljitku građana u 215 lokalnih zajednica. Na godišnjem nivou u proseku finansiramo oko 100 projekata, a zajednica koju podržavamo neprestano raste i razvija se. Više od 30% udruženja koja podržimo prvi put prođe kroz više programa Traga, stičući znanja i mogućnosti da mobilizuju i druge donatore i lokalne resurse u svom okruženju. Ponosni smo što naš rad podržava preko 200 donatora - institucionalnih, korporativnih, kao i rastući broj pojedinaca. Zahvaljujući njima, upravo smo završili višegodišnju kampanju za prvi trajni zadužbinski fond u regionu namenjen razvoju zajednica i prikupili preko 250.000 dolara od pojedinačnih donacija.

### **Ko su bili najčešći korisnici sredstava fondacije?**

Trag je usmeren na podršku razvoju građanskog aktivizma, pa su naši korisnici pre svega udruženja građana i neformalne grupe. Većina njih deluje u zajednicama izvan velikih centara, često u ruralnim područjima i malim sredinama koje se bore sa siromaštvom, izolacijom i odlaskom mladih. Naši programi su okrenuti zadovoljavanju prepoznatih potreba u zajednicama, pa je i spektar aktivnosti i tema širok. U zavisnosti od programa podrške, radimo sa udruženjima koja pružaju različite socijalne usluge, razvijaju aktivizam mladih, obezbeđuju podršku

starima, promovišu potrebe osoba sa invaliditetom, štite prava žena žrtava nasilja, razvijaju lokalne kulturne i obrazovne sadržaje, podstiču ruralni razvoj, revitalizuju javne prostore, bave se zaštitom životne sredine. Kroz program namenjen razvoju socijalnog preduzetništva i zelene ekonomije podržavamo i pojedince, iako u manjem obimu.

### **Na kom je nivou filantropija danas kod nas, kod građana i kod kompanija?**

Iako baštinimo istorijsku tradiciju dobročinstva i zadužbinarstva, trenutni razvoj filantropije u zemlji je u ranim fazama i postoji značajan prostor za unapređenje. Po podacima koje prikuplja fondacija Katalist, tokom 2016. godine u dobrotvorne svrhe je dato nešto više od 21 milion evra, što predstavlja stagnaciju u odnosu na prethodni period. Najaktivniji darodavci su građani kroz masovna davanja i poslovni sektor. Kompanije i dalje prednjače u količini darovanog novca sa preko 45%, ali ta davanja takođe beleže pad. Ključne oblasti u koje se ulaže ostaju zdravlje i podrška marginalizovanim grupama sa preko 50% davanja, slede smanjenje siromaštva i obrazovanje. Jednokratne donacije dominiraju nad dugoročnim davanjima. Najčešći primaoci donacija su pojedinci/porodice i institucije, ali veoma ohrabruje to što raste podrška neprofitnim organizacijama i po broju donacija i po količini darovanog novca. Pozitivan trend predstavlja i rast dugoročnih partnerstava između poslovnog i neprofitnog sektora, što ukazuje na jačanje poverenja, što (nadamo se) ukazuje i na povećano poverenje prema neprofitnom sektoru. U Trag fondaciji kontinuirano radimo na unapređenju okruženje za razvoj filantropije, jer tu vidimo priliku i za podsticaj većim davanjima i za njihovo strateško usmeravanje ka pitanjima koja dugoročno doprinose društvenom razvoju, a ne primarno rešavanju neposrednih humanitarnih potreba.

### **Kako stojimo u poređenju sa evropskim zemljama?**

Najmerodavniji okvir je poređenje sa zemljama u okruženju, imajući u vidu sličan stepen ekonomskog razvoja i životnog standarda građana, kao i svest o značaju filantropije i kulture davanja. U tom smislu, Hrvatska je lider u regionu po broju donacija i raznovrsnosti oblasti koje građani i kompanije pomažu, uključujući i podršku rešavanju globalnih problema van zemlje. Crna Gora beleži kontinuirani porast davanja i prednjači po procentu dugoročnih ulaganja. Po podacima koje objavljuje godišnji Globalni indeks davanja (World Giving Index) postoji trend



pada davanja u svim visokorazvijenim zemljama, uključujući i Veliku Britaniju, Holandiju, Nemačku, Norvešku. Malta beleži najveći procenat davanja građana u novcu, a Irska u angažovanju volontera. Kroz rad Srpskog filantropskog foruma, radimo na unapređenju položaja Srbije na toj listi.

### **Šta su najveći problemi u radu humanitarnih fondacija? Gde bi se regulativa ili praksa državnih organa mogle unaprediti?**

Fondacije su integralni deo građanskog društva u Srbiji i kao takve izložene sličnim problemima u delovanju. Neki od izazova uključuju nejasnu i neusaglašenu zakonsku regulativu, neprepoznavanje specifičnosti neprofitnog poslovanja prilikom finansijskog izveštavanja, nedostatak okvira za poreske olakšice davanjima za opšte dobro, nizak stepen poverenja donosilaca odluka, medija i šire javnosti ovakvoj vrsti delovanja.

Trag fondacija je u značajnoj meri doprinela donošenju Zakona o zadužbinama i fondacijama 2010. godine. Zakon predviđa širok i savremen spektar dobročinog delovanja, a humanitarne aktivnosti su samo jedan segment. Nažalost, ne postoji jasan zakonski okvir niti društveni konsenzus o tome šta pojam opšteg dobra obuhvata, što za posledicu ima neusklađenost različitih zakona i propisa koji regulišu rad fondacija i njihovih korisnika. Na primer, pomenutim zakonom kao opštekorisne oblasti navedene su, između ostalog, zaštita ljudskih i manjinskih prava, evropske integracije, podrška održivom i regionalnom razvoju, ravnopravnost polova, unapređenje položaja osoba sa invaliditetom, zaštita potrošača, borba protiv korupcije, zaštita životinja. Sa druge strane, Zakon o porezu na dobit pravnih lica ne prepoznaje nijednu od njih, već predviđa da kompanije mogu ostvariti poreska umanjenja samo ako ulažu u aktivnosti zdravstvene, obrazovne, naučne, humanitarne, verske i sportske namene, zaštitu životne sredine, kao i davanja u oblasti socijalnih usluga. Istovremeno, Zakon o porezu na dohodak građana ostaje „gluv i nem“ za podsticaje davanju građana za opšte dobro, uključujući i donacije fondacijama.

Upitne su i odredbe koje regulišu poreske stope za prihod iz ekonomskih aktivnosti ili ulaganja kapitala fondacija, sa ciljem ostvarivanja održivosti i ulaganja u opšte dobro. Neoporezivi prihod za nedobitne organizacije je svega 400.000 dinara godišnje, a jednoobrazna stopa poreza na dobit od 15% na isti način tretira multinacionalne kompanije i neprofitne domaće fondacije koje sav prihod ponovo ulažu u programe podrške ugroženim i siromašnim građanima.

# PRIKUPLJENO 230 TONA ČEPOVA

*Udruženje Čep za hendikep predstavlja izvornu građansku inicijativu koju su pokrenule osobe sa invaliditetom, korisnici mehaničkih i električnih ortopedskih pomagala, kako bi popravili sopstveni položaj s obzirom na zakonsku regulativu u Srbiji, koja predviđa zamenu ortopedskih pomagala u veoma dugim, a ponekad i nehumanim rokovima od tri do šest godina, u zavisnosti od invaliditeta.*

**ZORAN MARTINOV,** *predsednik Udruženja Čep za hendikep*

**Akcija „Čep za hendikep“ traje od 2013. godine. Recite nam nešto o toj akciji i kakvi su rezultati do sada?**

Akcija „Čep za hendikep“ je od prvog dana odlično krenula. Za ovih nekoliko godina, iz dana u dan, u akciju se uključivalo sve više građana, organizacija i kompanija. Priliv čepova je rastao geometrijskom progresijom. Do sada smo prikupili 230 tona čepova. Od njihove prodaje smo obezbedili novac kojim smo kupili 61 ortopedsko pomagalo, najviše invalidskih kolica, zatim dizalica za stepenice i razna druga pomagala.

**Kakav je odziv građana i kompanija?**

Od samog početka akcije odziv je vrlo zadovoljavajući. Bili smo spremni na veliki trud da akciju približimo što široj populaciji, pre svega mladima. U tome smo uspeli. Danas čepove sakupljaju građani u većem delu Srbije. Naročito i posebno se izdvaja grad Beograd sa čije teritorije prikupimo više od polovine ukupne količine čepova.



**Da li ste očekivali da se akcija proširi na celu Srbiju?**

Naravno da smo to očekivali. I u tome smo uspeli. Danas čepove primamo iz cele Republike. Iz Beograda i okoline čepove prikupljamo našim vozilom. U drugim delovima Srbije čepovi se predaju na dogovorenim mestima, a odatle ih besplatno prevoze kurirske službe.

**Kakav je položaj osoba sa invaliditetom u Srbiji i koji su najveći problemi sa kojima se suočavaju?**

Problemi koje nosi invalidnost su univerzalne pojave u svim društvima. Procenjuje se da u celom svetu svaki sedmi čovek ima neku vrstu invalidnosti. Do pre deceniju, dve o invalidnosti se u našem društvu malo govorilo. Danas je situacija znatno bolja, ali ne i dovoljno dobra da bismo bili zadovoljni.

Osobe sa invaliditetom se, pored sopstvenog hendikepa, često susreću sa brojnim problemima u prihvatanju hendikepa od društvene zajednice, ponekad od najužeg okruženja do, najčešće, najšireg socijalnog. Ni u sferi državne brige situacija nije znatno bolja. Socijalne prestacije su niske, često nedovoljne za izmirenje osnovnih životnih

potreba korisnika. Uslovi za dobijanje ortopedskih pomagala (proteza i ortoza) su u strožem režimu i sa dužim rokom obnove nego u zemljama u okruženju. U Srbiji nema organizovanog prikupljanja korišćenih a upotrebljivih ortopedskih pomagala, njihove popravke, skladištenja i uručivanja drugim invalidima.

Mi smo, prilikom uručivanja ortopedskih pomagala, nailazili na markantne primere zapostavljenih osoba sa invaliditetom. Znamo, na primer, slučaj čoveka koji od rođenja nikada nije izašao iz svog sela. Njegov život je omeđen dvorištem. Situacija u urbanim sredinama je nešto povoljnija, ali je daleko od zadovoljavajuće. Arhitektonske barijere su uklonjene u centrima gradova, ali se već u susjednim ulicama i ne planiraju. U mnogim sredinama ne postoje dnevni centri za osobe sa invaliditetom, da ne govorimo o prevozu tih lica od kuće do centara itd.

**Šta je ono što može država da uradi da im olakša, a šta može da uradi društvo, odnosno zajednica u kojoj žive?**

Država može da delimično „ublaži“ kriterijume za dobijanje ortopedskih pomagala na način kako je tu uređeno u evropskim zemljama. Može i da inicira da u se u svakoj opštini osnuje po jedan dnevni centar za osobe sa invaliditetom.

Društvo može da podstiče osnivanje lokalnih udruženja osoba sa invaliditetom, povremeno organizuje tribine, savetovanja i druge oblike upoznavanja šire populacije sa problemima sa kojima se svakodnevno susreću osobe sa invaliditetom.

**Koji su ciljevi vašeg udruženja, da li planirate nove akcije?**

Ciljevi našeg udruženja su široki i obuhvataju gotovo sve segmente života osoba sa invaliditetom.

Ali, naši najvažniji ciljevi do 2020. godine su rad sa decom na unapređenju njihove inkluzivne i ekološke svesti promocijom zdravih stilova života kroz akciju „Čep za hendikep“ i prikupljanje čepova, predaja na reciklažu i kupovina ortopedskih pomagala za najugroženije osobe sa invaliditetom.

Takođe, želimo i razvoj specijalizovane turističke ponude, dajemo podršku manifestacijama kulture, sportskim i rekreativnim sadržajima za potrebe osoba sa invaliditetom i svim drugim aktivnostima koje mogu unaprediti ekonomski i socijalni status osoba sa invaliditetom i drugih ugroženih grupa.



# TRI MILIONA PORUKA ZA LEČENJE DECE

**ALEKSANDAR ŠAPIĆ**, *osnivač Humanitarne fondacije Budi human*

---

**Šta vas je motivisalo da ustanovite fondaciju Budi human?**

Budi human je fondacija ustanovljena još pre pet godina kada su se, nažalost, desile neke nesrećne humanitarne akcije kod nas i kad je, u stvari, došlo u pitanje poverenje u čitav humanitarni rad u društvu. Tad sam se lično loše osetio, jer sam smatrao da u ovoj zemlji mora da postoji humanitarna organizacija kojoj će ljudi da veruju i gde se ništa neće dovoditi u pitanje. Trebalo nam je dosta vremena da osmislimo sistem, da on zaživi, da bude ovakav kakav jeste. Imali smo dosta problema pri implementaciji, sa operaterima itd..., ali evo danas, posle pet godina, činjenica je da smo ja i još neki ljudi oko mene tada percipirali problem, i zapravo smo uspeli, zajedno sa još nekoliko fondacija koje su se u tom periodu osnovala, da vratimo veru u humanitarni rad.

### **Kakve je rezultate fondacija do sada postigla? Koliko je novca prikupljeno, koliko je dece poslato na lečenje...?**

Do sada je kroz Budi human skupljeno više od 600 miliona dinara. Više od 300 ljudi i dece je prošlo kroz našu fondaciju, a na lečenje smo poslali oko 150 dece i dalje ih šaljemo i prikupljamo novac za njihovo lečenje. Činjenica da smo trenutno na tri miliona SMS poruka pokazuje da nam ljudi veruju i oni mogu sve vreme da kontrolišu tok novca u fondaciji.

### **U kojoj meri su građani pokazali da su zainteresovani da pomognu ljudima oko sebe?**

To je uvek relativno jer mi živimo jedan brz i težak život u kojem ljudima to, ipak, morate da plasirate. Zato je naša fondacija ta koja pokušava da bude prisutna dajući svakom korisniku jednaku priliku. Zbog toga uvek pozivamo medije da pomognu ljudima koji su deo naše fondacije, jer mislim da o humanitarnom radu treba govoriti. Ako se skriva i ne govorimo o njemu, možda nećemo uspeti da podstaknemo ljude koji bi pomogli. Jednostavno, zbog životnih navika i načina života koji vode, dok im nažalost ta vrsta nesreće ne zakuca na vrata, oni nisu svesni toga da treba da se pomogne. To je stvar opšteg stanja u društvu i mislim da svi mi, mediji, na kraju krajeva i vi ovim intervjuom, svako treba da pokuša na što kvalitetniji način humanitarni rad da prezentuje u svom okruženju, jer verujem da ukoliko se što veći broj ljudi uključi, ne samo kroz našu fondaciju nego na bilo koji način, društvo postaje kvalitetnije.

### **Da li kompanije prepoznaju značaj humanitarnog rada, u kojoj meri su privrednici pomogli rad fondacije?**

Iskreno, nama su najmanje pomogli privrednici i kompanije. Mi imamo blizu milion pojedinačnih uplata, koje su

različite. Znači da je milion ljudi uplatilo od jedne hiljade do više hiljada ili miliona dinara, tako da moram da vam priznam da možda najmanje kompanije i privrednici pomažu, osim u nekim određenim momentima. Imamo nekoliko naših prijatelja, ali nemamo privredne subjekte koji nam redovno uplaćuju donacije.

### **Kakav je odnos države prema humanitarnim organizacijama u smislu zakonske regulative, olakšica ili podsticaja...? Šta bi tu trebalo promeniti?**

To je jedna prilično apstraktna i diskutabilna tema i nemoguće je objasniti u jednom intervjuu. Nikakvih olakšica nema, osim da operateri na SMS ne naplaćuju zaradu i da se ne naplaćuje porez na uplatu, i to je jedino. Ali isto tako mi plaćamo i vodu i struju, iznajmljujemo prostor, plaćamo usluge banaka i knjigovođa, prosto imamo troškove. Pitanje koji je odnos države prema ovakvim fondacijama veoma je kompleksna stvar za koju mi ovde, nažalost, nemamo dovoljno prostora da objasnimo, ali u svakom slučaju bi bilo dobro ako bi država htela da porazgovara sa nama koji se bavimo humanitarnim radom i da vidi na koji način, ako želi, može da pomogne.

### **Rad humanitarnih organizacija u Srbiji, ali i u svetu, često prati sumnjičavost zbog zloupotreba. Koliko to utiče negativno na organizacije koje rade u Srbiji, pa i na vašu?**

To sve utiče, jer znate, jedna stvar je vrsta zloupotrebe u kojoj dolazi do krivičnog dela i više puta sam pozivao da ko god sumnja na bilo koju vrstu zloupotrebe što se tiče naše fondacije, da prijavi državnim organima koji su dužni da to ispituju. Ali ako neko manipuliše u javnosti i trudi se da ugrozi kredibilitet fondacije, onda ne ugrožava nikog od nas pojedinačno, nego pre svega ugrožava ljude kojima ta fondacija pomaže. Želim da ponovim da ko



god sumnja u način na koji mi radimo, pre svega ne mora nama da uplaćuje novac. Ne postoji nijedna firma, preduzeće ili pojedinac čiji novac dođe do nas bez njegove volje, jer mi nemamo sistem otimanja para. Znači, za početak, ako nam ne verujete vi nam ne date novac i preko nas nikome ne pomognete. A druga stvar, ukoliko mislite da varamo one ljude koji kroz našu fondaciju pomažu, onda nas prijavite policiji. Pokušaj diskreditacije u medijima je obično želja da se diskredituje neki pojedinac, u ovom slučaju ja, ili ljudi koji su oko mene, i to sa nekim drugim cijeovima. Ljude koji to rade uopšte ne interesuje humanitarni rad i verovatno nikad nikome i nisu pomogli. Oni nisu svesni da su uticajem na gubljenje kredibiliteta ove, ili neke druge fondacije, direktno ugrozili živote na stotinu dece koja su naši korisnici.

### **Kako vi vidite rešenje za to, na koji način građani mogu da budu sigurni da novac koji doniraju za pomoć neće biti zloupotrebjen?**

Mi smo po tom pitanju učinili sve što je do nas i mislim da transparentniji način ne postoji. Na sajtu budihuman.rs svakog momenta može da se vidi kad ste uplatili novac, kome ste uplatili, možete da proverite kome je novac isplaćen, koliko je plaćeno lečenje, automatski se svaka uplata pojavljuje na sajtu, vidi se broj SMS-ova pristiglih za svakog korisnika... Ali na kraju i pored svega toga mora da postoji doza poverenja i, evo, sada svakom građaninu otvoreno kažem: ko god sumnja i jedan jedini procenat da novac koji ide preko nas ne završi tamo gde treba, onda ne treba da ni ga uplati.



# MALA POMOĆ DRŽAVE

**JOLANDA KORORA,** *predsednica UO NURDOR*

---

**Recite nam nešto o organizaciji NURDOR? Kada je osnovana i zašto? Koji su joj ciljevi?**

Nacionalno udruženje roditelja dece obolele od raka NURDOR još 2003. godine osnovali smo mi, roditelji obolele i lečene dece, lekari i drugo medicinsko osoblje, psiholozi i prijatelji iz cele Srbije. Od tada, već 14 godina, naše udruženje pruža emotivnu, psihološku i praktičnu podršku deci oboleloj od raka i njihovim porodicama, pomažući im u suočavanju sa najstrašnijom bolešću današnjice i u borbi za izlečenje.

Naša misija je da svakom detetu obolelom od raka obezbedimo da ostvari svoje pravo na najbolje lečenje i negu, jer nijedno obolelo dete ne sme da pati više nego što mora usled težine same bolesti. Svakom detetu i porodici mora biti pružena sva pomoć da što lakše prebrode dugotrajno, bolno i iscrpljujuće lečenje.

Već 14 godina NURDOR oprema svih pet dečjih hemato-onkoloških odeljenja u zemlji, nabavlja neophodne aparate i opremu. Pruža potpuno besplatan smeštaj deci i roditeljima iz unutrašnjosti u svojim roditeljskim kućama u Beogradu, Nišu i Novom Sadu. Godišnje organizuje šest-sedam različitih rehabilitacionih kampova za decu i mlade nakon završenog lečenja, kao i kamp za porodice koje su izgubile svoje dete. Veoma važan deo naših aktivnosti je direktna podrška porodicama koju pružaju naši psiholozi, socijalni radnik i specijalno edukovani volonteri. Smatramo da je edukacija i roditelja, ali i naših sugrađana veoma važna za razvijanje mreže solidarnosti u borbi protiv malignih oboljenja. Godišnje se u Srbiji onkološki leči oko 500 dece i mladih. Svetska istraživanja pokazuju da je u lečenje i negu jednog mališana uključeno oko 300 ljudi (uža porodica, prijatelji, medicinsko osoblje, šira porodica, poznanici, kolege, školski kolektiv...). To je široka grupa ljudi koja, što je više informisana i edukovana, to i njena podrška može biti šira i značajnija. Nažalost, maligne bolesti ne biraju, oboleli mališani dolaze iz svih delova Srbije i iz svih socijalnih miljea, a naša podrška kao pojedinaca i kao društva je izuzetno bitna za njihovu borbu za izlečenje i kasnije za oporavak.

#### **Koje su najveće akcije koje je NURDOR sproveo?**

NURDOR godišnje organizuje veliki broj akcija humanitarno-edukativnog karaktera. S obzirom na to da imamo sedišta u sva tri grada u kojima se deca leče, Beogradu, Novom Sadu i Nišu, kao i mrežu volontera širom Srbije, prethodne godine smo učestvovali u 98 akcija.

Povodom Svetskog dana dece obolele od raka, 15. februara, svake godine organizujemo čitav niz akcija. Ove, 2017. godine istog dana smo organizovali obeležavanje ovog značajnog datuma u 40 gradova širom Srbije.

Zahvaljujući pomoći i podršci humanitarca Jovana Simića i Fondacije Exit festivala, prošle godine smo organizovali humanitarnu utakmicu „Asovi za decu” koju je uživo gledalo preko 5.000 ljudi, a zahvaljujući direktnom TV prenosu desetina hiljada ljudi širom zemlje.

Svaka naša akcija je deo određenog projekata, tako da smo u poslednje dve godine prikupljali sredstva za izgradnju novog dečjeg hemato-onkološkog odeljenja u Nišu. To je najveći projekat koji je udruženje do sada pokrenulo.

Upravo je završena humanitarna akcija „Pruži korak” koju je pokrenulo dvoje mladih prijatelja udruženja, Tamara Klarić i Bogdan Stevanović. U cilju prikupljanja sredstava

za završetak novog odeljenja Tamara i Bogdan su prepešačili put od naše kancelarije u Beogradu do novog odeljenja u izgradnji u Nišu. NURDOR je, naravno, pružio mladim humanitarcima kompletnu logističku podršku (smeštaj, organizovanje tribina, medijska podrška..) kao i onu ljudsku, emotivnu i psihološku. Odziv naših sugrađana i prijatelja van Srbije bio je fantastičan – tokom akcije je prikupljeno preko 2.000.000 dinara.

#### **U kojoj meri su građani i privreda prepoznali značaj onoga što radite i uključili se u akcije?**

Upravo broj i uspešnost akcija koje sam navela govore o podršci koju imamo. Izuzetno smo ponosni na podršku koju nam pružaju pojedinci, građani širom Srbije, ali i prijatelji širom sveta. Imamo podršku i nekoliko društveno odgovornih kompanija, koje u kontinuitetu podržavaju naš rad. Verujemo da smo poverenje i jednih i drugih zaslužili postignutim rezultatima tokom prethodnih godina – pet roditeljskih kuća u centrima lečenja, igraonice na tri hemato-onkološka odeljenja, preko 50 rehabilitacionih kampova za decu i mlade, ostvarivanje prava naših mališana na rehabilitaciju izmenom zakonske regulative...

#### **Kako napreduje izgradnja i opremanje hemato-onkološke klinike u Nišu? Kada bi trebalo da bude spremna?**

Ovih dana su otpočeli radovi na drugoj, završnoj fazi izgradnje. Ona podrazumeva unutrašnje zanatske i završne radove – tehničke instalacije, ugradnju lifta, arhitektonske i zidarske radove, radove na sanitarnim instalacijama i stolariji.... Do sada smo prikupili 45 miliona dinara za drugu fazu, međutim nedostaje nam još pet miliona. Verujemo da ćemo sredstva uskoro prikupiti i da će radovi na izgradnji biti završeni do februara naredne godine.

Uporedo sa izgradnjom, udruženje prikuplja sredstva za opremanje novog odeljenja. Za nekoliko veoma skupih aparata, kao što je laminarna komora za rastvaranje citostatika, već imamo obezbeđena sredstva, ali ima još dosta opreme i nameštaja koje je neophodno obezbediti.

#### **Da li imate podršku države u svojim projektima?**

Podrškom državnih institucija se baš ne možemo pohvaliti. Nama je cilj da ranjiva populacija, mališani oboleli od raka i njihovi roditelji, bude pod zaštitom i sa podrškom celog društva. Postoje mnoge stvari koje se mogu postići



samo sistemskim rešenjima, kao na primer bolovanje za roditelja tokom celog perioda lečenja dece, organizovano srednjoškolsko obrazovanje za decu na lečenju ili pedijatrijski kancer registar koji bi omogućio sistemsko praćenje podataka sa potpunom istorijom, dijagnozom, protokolima lečenja i zdravstvenim statusom svakog malog onkološkog pacijenta u Srbiji.

Nažalost, naše udruženje ne dobija ni sredstva iz budžeta za realizaciju svojih projekata, ni za roditeljske kuće, ni za rehabilitacione kampove, ni za npr. edukaciju medicinskog osoblja koje radi u dečjim hemato-onkološkim odeljenjima....

Ministarstvo zdravlja je pružilo finansijsku podršku projektu izgradnje novog odeljenja samo u iznosu koji pokri-

va iznos PDV-a, a koji je udruženje u obavezi da plati iako će novo odeljenje donirati Kliničkom centru Niš – državnoj instituciji. Dakle, ceo iznos dobijen od države NURDOR će vratiti državi plaćajući PDV, dok se izgradnja bolnice finansira iz donacija naših sugrađana.

#### **Na koji bi se način mogao olakšati rad humanitarnih organizacija u Srbiji?**

Mi se, pre svega svojim primerom, zalažemo za finansijsku transparentnost svih humanitarnih organizacija, zadužbina, fondacija i, naravno, za podsticajnu zakonsku regulativu koja bi privukla donatore, kao što je to praksa širom sveta.

Извор: локална база података COBISS.SR/NBS

CIP - Каталогизација у публикацији - Народна  
библиотека Србије, Београд

005.35(497.11)"2017"

347.72.032(497.11)"2017"

061.23(497.11)"2017"

LIDERI društvene odgovornosti : odgovorno živimo,  
odgovorno poslujemo :

2017 / [urednik Biljana Stepanović]. - Beograd :

Business Info Group, 2017

(Beograd : Caligraph). - 94 str. : ilustr. ; 25 cm

Tiraž 3.000.

ISBN 978-86-89139-16-7

1. Степановић, Биљана [уредник]

а) Корпоративна друштвена одговорност -

Србија - 2017

COBISS.SR-ID 250959116



