

LDO 2021



LIDERI
DRUŠTVE
ODGOVORNOSTI

 BUSINESS
INFO
GROUP

LDO 2021

LIDERI
DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI



SADRŽAJ

- 10** A1 - Savremena tehnologija u službi opšteg dobra
- 14** AIK BANKA - Uspeh kompanije meri se kroz njen doprinos ekonomiji i društvu
- 18** APATINSKA PIVARA - Odgovorno poslovanje u novoj realnosti
- 22** ASTRAZENECA - Zdravlje u centru našeg rada
- 26** BAMBI - Iskren i pouzdan partner zajednice
- 30** BAT - Odgovornost prema drugima i odgovornost prema sebi su ista stvar
- 32** DELEZ SRBIJA - Odgovorno poslovanje kao doprinos zajednici
- 36** DELTA HOLDING - Fokus na trajne vrednosti
- 40** ELIXIR GROUP - Stvaramo nasleđe kroz održivi razvoj
- 44** ERSTE BANKA - Banka to su ljudi
- 48** EUROBANK SRBIJA - Partneri sa zajednicom i klijentima
- 52** FASHION COMPANY - FOREVER FRIENDS FONDACIJA - Pozitivan uticaj na budućnost u regionu
- 56** GALENIKA - Zdravo dvadesete
- 60** GENERALI OSIGURANJE SRBIJA - Postavljamo nove standarde društvene odgovornosti
- 62** HENKEL SRBIJA - Posvećeni zaštiti životne sredine
- 66** IMLEK - Siguran oslonac i potpora društvenoj zajednici
- 70** JYSK - Održiva budućnost kao poklon za 10. rođendan
- 74** LIDL - Za bolje sutra
- 78** LUKOIL SRBIJA - Principi društvene odgovornosti i socijalnog partnerstva za ljude i prirodu
- 82** MERKATOR-S - Vrednosti koje nastaju i ostaju u Srbiji
- 86** MK GROUP - Za podršku porodici i porodilištima u regionu 700.000 evra
- 90** MLEKARA ŠABAC - Društvena odgovornost je naša poslovna kultura
- 94** MLEKOPRODUKT - Uspeh se meri odgovornošću
- 98** MOZZART - Solidarnost je timska igra - Mozzart nastavlja da asistira zajednici
- 102** NAFTNA INDUSTRija SRBIJE (NIS) - Više od jedne decenije NIS podržava zajednicu
- 106** OMV - Dobra dela su energija za bolji život
- 110** OTP BANKA - Godina u znaku zelene tranzicije, Olimpijskih igara i digitalizacije
- 112** PEPSICO ZAPADNI BALKAN - Uslov uspešnog poslovanja je odgovornost prema prirodi i društvu
- 114** STIHL - Stihl inovacije i društvena odgovornost u fokusu
- 116** STRAUSS ADRIATIC - Zeleno kao okosnica poslovanja
- 120** TELENO R - Doprinos zajednici za generacije koje dolaze
- 124** WIENER STÄDTISCHE OSIGURANJE - Dobro ima snagu da pokrene lančanu reakciju
- 128** SVI PO MALO, ZAJEDNICI MNOGO
- 130** DONACIJE U 2020. GODINI PORASLE TRI PUTA
Nathan Koeshall, direktor i osnivač fondacije Catalyst Balkans
- 134** KOMPOSTI ZA ZDRAVIJU SREDINU
Vesna Jevtić, nastavnica engleskog jezika, ekološki projekat „Biram da kompostiram“
- 136** MED ZA KOVID BOLNICU
Anja Trifunović, član Udruženja pčelara Batajnica
- 138** ŠAMAR NIJE ŠALA
Tatjana Nikolić, izvršna koordinatorka Centra za devojke iz Niša
- 140** ONLINE PRAĆENJE REDA U KOVID AMBULANTI
Gordana Belocić, Facebook grupa Covid 19 Novi Sad
- 142** UMETNICE POKLONILE KROV NAD GLAVOM
Violeta Labat Mitrušić, akademski vajar iz Novog Sada i Jasmina Mina Mitrušić, akademski kompozitor iz Novog Sada
- 144** NAŠE SELO ŽELI KULTURU
Irena Janković, član Udruženja žena „Etno čarolija“, inicijativa za obnovu Doma kulture u selu Prva Kutina
- 146** FUDBAL JE ZNAK OPSTANKA SELA
Saša Stojiljković, inicijator obnove kluba FK Sloga, Donja Trnava u blizini Niša
- 148** BESPLATAN PREVOZ ZA KOMŠIJE U NEVOLJI
Jagodinac Stevan Savić, vozi do bolnice siromašne građane
- 150** I PREVODIOCI I PRIJATELJI PACIJENATA
Olgica Andrić, zakonski zastupnik Udruženja „Prevodilačko srce“

IMPRESUM

NAZIV IZDANJA

Lideri društvene odgovornosti 2021

UREDNIK

Ivana Pavlović

NOVINAR

Olivera Bojić

UREDNIK FOTOGRAFIJE

Dušan Đorđević

DIZAJN

Naslovna: Marko Jozović

Prelom: Jovana Bogdanović i Dejan Bogdanović

LEKTURA I KOREKTURA

Mirjana Radaković

MARKETING

Tanja Milanović, Miša Rašković

ŠTAMPA

Stamparija Caligraph

IZDAVAČ

Business Info Group

Strahinjića Bana 31a, Beograd

www.big.co.rs

www.novaekonomija.rs

Sva prava rezervisana

LIDERI U SUOČAVANJU SA KRIZOM

Jedna od često citiranih mudrih narodnih izreka glasi: „Niste živeli sve dok ne učinite nešto za nekoga ko vam se nikada neće odužiti.“ U vreme zdravstvene krize, straha i neizvesnosti građana ohrabruje podatak o naglom rastu donirane sume na kraju 2020., koja je gotovo tri puta veća od ukupnih donacija sakupljenih prethodne godine. Poslovni sektor, organizacije i pojedinci pokazali su da se staraju za svoje zaposlene, zajednicu u kojoj rade i vode računa o javnom zdravlju i suzbijanju zdravstvene krize.

U vreme novogodišnjih praznika koji su pred nama, tradicionalno i u ovogodišnjem izdanju edicije Lideri društvene odgovornosti, predstavljamo istaknute društveno odgovorne kompanije i pojedince koji u ovako teškim vremenima pokazuju da neko brine o zdravlju svih, ali i o ranjivim grupama i životnoj sredini, i to u skladu sa svetskim standardima.

Prema najnovijim podacima fondacije Catalyst Balkans, donirano je više od 90 miliona evra u 2020. godini. Za borbu protiv pandemije donirano je 42 odsto tog iznosa, a korporativni sektor je, kako ukazuju u toj regionalnoj fondaciji koja razvija dobročinstvo na Zapadnom Balkanu, izuzetno brzo reagovao i pokazao liderstvo i agilnost u suočavanju sa krizom.

Da nije bilo doprinosa kompanija iz Srbije, bilo bi nabavljeno mnogo manje opreme za zdravstvene ustanove. Prema oceni Catalyst Balkans, medicinske i farmaceutske kuće imale su neizmeran značaj, ali istakle su se kao značajni donatori u borbi protiv ove krize i kompanije iz ostalih privrednih grana.

Uz pandemiju sa kojom se suočavamo već skoro dve godine, na agendi donatora su i dalje stari društveni problemi kao što su siromaštvo i bacanje hrane. Jedna od veoma važnih kampanja „Spasimo hranu, spasimo humanost“ koju su pokrenule humanitarne fondacije u 2021. godini odnosi se upravo na rešavanje ovog ogromnog humanitarnog problema. Ova kampanja koju je inicirala Koalicija za dobročinstvo, a predvođena Fondacijom Ana i Vlade Divac i uz podršku USAID-a, omogućila je da se podeli 15,6 tona prehrambenih namirnica građanima Srbije koji žive u siromaštву.

U Srbiji, sedam odsto stanovništva živi na granici siromaštva. Istovremeno, dnevno se u Srbiji baci dva miliona kilograma hrane.

Kada bi država ukinula PDV na doniranu robu, donacije bi bile uvećane za 160 miliona dinara. Tako bi se moglo obezbediti još 1,2 miliona obroka godišnje u narodnim kuhinjama, pokazuju analize Foruma za odgovorno poslovanje i Koalicije za dobročinstvo. Zato domaća filantropska zajednica, uprkos vrlo izazovnom kovid okruženju, i ove godine nije odustala od apela upućenih kreatorima javnih politika da izmenama propisa omoguće da hrana jednostavnije i u većim količinama, stigne do onih koji inače ne mogu da je priušte. Ni za sebe, ni za svoju porodicu. Kovid ne sme biti izgovor.

SAVREMENA TEHNOLOGIJA U SLUŽBI OPŠTEG DOBRA

Nakon 14 godina uspešnog poslovanja u našoj zemlji, u aprilu 2021. godine kompanija Vip mobile preimenovana je u A1 Srbija, kao članica internacionalnog operatora A1 Telekom Austria Grupe, jedne od najvećih telekomunikacionih grupacija u svetu. Na taj način, ova telko kompanija nastavila je jasno zacrtani put ka osnaživanju života ljudi u digitalnoj eri i dodatno učvrstila korporativnu filozofiju odgovornog pristupa prema zajednici u kojoj posluje.

Kao deo uspešne multinacionalne kompanije, A1 Srbija nastoji da usmerava benefite svoje pozicije, pristup ekspertizi i resursima na konkretnе ideje čijom realizacijom doprinosi vidljivim i kvalitetnjim promenama u društvu.

Poslovni model A1 Srbija bazira se na održivosti. Velika pažnja posvećena je **ESG strategiji (Environmental, Social and Governance)** kojom se rešavaju važna pitanja iz oblasti očuvanja zaštite životne sredine, društvene odgovornosti i korporativnog upravljanja. U tom smislu, neki od glavnih ciljeva koji će na nivou Grupe biti realizovani do 2030. godine odnose se na smanjenje emisije štetnih gasova, postizanje karbonske neutralnosti uz povećanje energetske efikasnosti, kao i podizanje svesti o neophodnosti reciklaže starih uređaja. Važan segment delatnosti usmeren je i na očuvanje kulture i umetnosti, jačanje znanja i sticanje novih digitalnih veština, negovanje ravnopravnosti i postavljanje humanosti kao imperativa.

Ova strategija učvrstila je realizaciju postojećih projekata i praksi kompanije i iznadrila nove poduhvate A1 koji su usmereni na stvaranje kvalitetnijeg životnog okruženja.

„SVET KAKAV ŽELIŠ“ – JEDINSTVENI PROGRAM ZA DOBROBIT ZAJEDNICE

Jedan od najznačajnijih i najslojevitijih projekata kompanije pokrenut je u aprilu 2021. godine. U pitanju je društveno odgovorni program „Svet kakav želiš“ kroz koji je A1 Srbija pružila mentorstvo i finansijsku podršku važnim inicijativama iz oblasti javnog zdravlja, obrazovanja i ekologije.



U prvom ciklusu ovog programa žiri sastavljen od stručnjaka i nezavisnih eksperata odabralo je tri najbolja projekta iz navedenih oblasti, kojima je za realizaciju inicijativa dodeljeno ukupno 10 miliona dinara.

U oblasti javnog zdravlja istakao se projekat „**Mama, kako si?**“ koji će pokrenuti Centar za mame, a koji predstavlja telefonsku liniju za besplatnu psihološku podršku svim mamama.

Projekat fondacije Petla „**Budi data driven**“ izabran je u oblasti obrazovanja i za cilj ima pružanje besplatne onlajn edukacije na temu analize, vizualizacije i obrade podataka.

„**Bolji vazduh građanima**“, projekat je Internet društva Srbije iz oblasti ekologije i bavi se temom podizanja svesti u široj javnosti, kao i distribucijom uređaja za merenje kvaliteta vazduha.

U okviru drugog ciklusa programa „Svet kakav želiš“ izabrana su nova tri projekta, ovog puta usmerena ka deci, a nagrađena su sa ukupno devet miliona dinara.

U sferi javnog zdravlja prepoznata je „**Aplikacija za rani razvoj deteta**“ Logo centra, koja će biti od suštinske pomoći roditeljima tokom praćenja razvoja deteta.

U oblasti obrazovanja izabrana je inicijativa „**Zajgrani**“, koju je pokrenuo Centar za razvoj participativnog obrazovanja, a njen cilj je opremanje vrtića u Srbiji inovativnim ekološkim igračkama koje kod dece podstiču učenje i kreativnost.

U oblasti ekologije istakla se organizacija Bašta može svašta i njihova inicijativa „**Zasadimo život zajedno**“, program dodatne nastave za osnovce, koji uzgojem zdravih namirница pomažu deci oboleloj od raka.



NOVI DIGITALNI ŽIVOT KULTNIH FILMOVA ZAHVALJUJUĆI „A1 KINOTEKI“

Projekat očuvanja filmske baštine „A1 Kinoteka“ počinule su krajem 2017. godine Jugoslovenska kinoteka i kompanija A1 Srbija, sa ciljem da se digitalnom restauracijom originalnih filmskih traka sačuvaju i zaštite dela koja su proglašena za kulturno dobro od velikog značaja. U septembru 2021. godine, premijerom digitalno restaurisanog filma Predraga Golubovića „Sezona mira u Parizu“ najavljen je i nastavak projekta „A1 Kinoteka“, u okviru kojeg će za buduće generacije biti sačuvano još 10 naslova, pored dosadašnjih 20, koji su od izuzetnog značaja za domaći i evropski film.

Projektom „A1 Kinoteka“ želimo klasicima domaće kinematografije da vratimo stari sjaj, kvalitet slike i tona kakav i zaslužuju, i da ih predstavimo novim gledaocima koji iako ne mogu da se poistovete sa duhom vremena koji je uhvaćen u ovim filmovima, mogu da uživaju u spektakularnoj glumi, humoru i replikama koje se i dan-danas citiraju. Neke od replika i scena iz poznatih filmova smo ovog leta oživelji na muralima u Kraljevu, Kruševcu, Somboru i Nišu, kada su organizovane i besplatne projekcije restaurisanih filmova na otvorenom, a za sve ljubitelje domaće kinematografije, pored besplatnih projekcija u Jugoslovenskoj kinoteci, kontinuirano organizujemo i prenos uživo svih premijera putem društvene mreže Facebook.



BEZBEDAN INTERNET ZA BEZBEDNE KLINCE

Internet je postao dostupan svima, a samim tim sve veći broj prepreka postavljen je pred nas. Kako bi virtuelni svet oblikovala kao bezbedno i udobno mesto, kompanija A1 Srbija posebno se orijentisala ka najmlađim korisnicima interneta. Još 2018. pokrenuta je platforma „**Bezbedni klinci**“, koja iako za temu ima bezbednost dece na internetu, najviše pomaže roditeljima, čiji su mališani neretko digitalno pismeniji od njih.

Ovaj portal sadrži savetodavne i inspirativne tekstove koji roditeljima daju odgovore na mnoga pitanja kada je u pitanju bezbednost njihove dece u virtuelnom svetu. Krajem 2020. godine, lansiran je i **podcast „Bezbedni klinci“** čija je autorka psihološkinja Ana Mirković iz Instituta za digitalne komunikacije. Svakog meseca emisije se plasiraju na podcast platformama i služe da roditeljima i njihovoj deci, kroz razgovor voditeljke i njenih eminentnih i stručnih sagovornika, prenesu lična iskustva, savete i omoguće da lakše sa-vladaju izazove roditeljstva u digitalnom dobu.

PORTAL "BEZBEDNI KLINCI" ODGOVARA NA PITANJA O BEZBEDNOSTI DECE NA INTERNETU



TEHNOLOGIJA I ZA „STARE ZNALCE“

Savremeni način života i digitalno doba nisu zaobišli ni najstarije sugrađane koji svoje slobodno vreme sve više provode na internetu, kako za zabavu, tako i za sticanje novih znanja i veština, a pre svega za komunikaciju sa svojim najbližima.

Program „**Stari znalci**“, kojim A1 ukazuje na potrebe stanovnika iznad 65 godina, okupio je i animirao veliki broj naših sugrađana da svoje talente i veštine podele sa drugima. Sedmoro najkreativnijih učesnika tako je dobilo priliku da ponese titulu svojevrsnih „influensera“ i najširoj zajednici prenese svoje bogato iskustvo. Članovi žirija i ambasadori projekta bili su pesnik Ljubivoje Ršumović, glumica Seka Sablić i nedavno preminuli glumac Vlasta Velislavljević, koji su svojim angažovanjem i bogatim životnim iskustvom pružili nemerljivu podršku ovom projektu i starijim sugrađanima. Dodatni podsticaj najstarijima bila je i tarifa koju je kompanija A1 Srbija kreirala sa ciljem da osnaži seniore i omogući im lakši pristup savremenim tendencijama u komunikaciji i pomogne njihovom aktivnjem učešću u digitalnom dobu.

A1 SRBIJA - PRVA PORODIČNO ODGOVORNA KOMPANIJA

A1 Srbija je prva **Family friendly** kompanija u Srbiji. To znači da se posebnim pogodnostima koje kompanija nudi svom kolektivu pravi idealan balans između privatnih i profesionalnih obaveza. Dajući svo-



jim zaposlenima prostor i vreme da se posvete sebi, motivišući ih da zadovolje lične afinitete, kompanija stvara prijatno radno okruženje u kome su zaposleni zadovoljni i posvećeni.

Izazovi sa kojima se svet susreće, u kompaniji su lakše prevaziđeni uz pogodnosti kao što su **fleksibilno radno vreme i rad van kancelarije, posebna podrška roditeljima, poštovanje slobodnog vremena, dodatni dani odsustva i pogodnosti za zdraviji život**.

Inkluzivno i rodno ravnopravno okruženje deo su ESG strategije (Social, Environmental and Governance) na nivou A1 Telekom Austria Grupe. A1 Srbija postavlja trend u odnosu na druge zemlje u okviru Grupe, sa 63 odsto zaposlenih žena u kompaniji. Odnos muškaraca i žena na liderskim pozicijama je 50-50 odsto.

OD NAS POČINJE – PRVI KORAK JE NAJVAŽNIJI

Od svog osnivanja, kompanija A1 Srbija nastoji da efektnim delovanjem menja svoje okruženje, svest ljudi i inspiriše svakog pojedinca da se pokrene i angažuje zarad dobrobiti zajednice u kojoj živimo. Konkretnе ideje i pomoć za njihovu realizaciju, stalno osluškivanje potreba i inovativnost u društveno odgovornom delovanju omogućili su da A1 zadrži leadersku poziciju u ovoj sferi života i rada. To je istovremeno velika čast, ali i velika odgovornost, jer savestan pristup prema pojedincu i kolektivu iziskuje konstantno podizanje lestvice standarda. Stoga će A1 Srbija nastaviti da niže nove poduhvate i svakodnevno pre-vazilazi postavljene okvire – jer od nas sve počinje.

USPEH KOMPANIJE MERI SE KROZ NJEN DOPRINOS EKONOMIJI I DRUŠTVU

Odgovornost prema zajednici i društvu u kom poslujemo jednako je važno merilo uspeha, kao i finansijski pokazatelji, ako ne i važnije. AIK Banka, godinama već, u središte svog poslovanja stavlja porodične vrednosti, jer je porodica osnovna celija društva. Ulaganjem u mlade naraštaje i obezbeđivanjem boljih uslova za njihov razvoj ulaze u bolju budućnost svih nas

Domaća i jaka, AIK Banka, ima tradiciju poslovanja dugu skoro pola veka. Tokom tog perioda strategija banke je imala važne zaokrete, pre svega ka modernizaciji servisa i personalizaciji usluga. Potrebe klijenata su uvek bile epicentar poslovanja, a njihovo zadovoljstvo glavni cilj u kreiranju ponude. Jedan aspekt se, ipak, nije menjao od samog početka 1976. godine do danas, a to je društvena odgovornost. Duboko utkana u misiju i viziju kompanije, kultura davanja i ulaganja u bolju budućnost celog društva, značajno je oblikovala način poslovanja banke, ali i način razmišljanja zaposlenih.

KONTINUIRANA PODRŠKA

AIK Banka kontinuirano učestvuje u različitim inicijativama u okviru oblasti koje doprinose društvenim potrebama i predstavlja organizaciju sa izrazitom društvenom odgovornošću. Aktivno vodimo računa o unapređenju zajednice i pomažemo onima kojima je pomoći najpotrebnija.

AIK Banka godinama izdvaja značajna sredstva za različite društvene odgovorne aktivnosti: donacije zdravstvenim ustanovama, potrebnu medicinsku opremu, podršku u lečenju dece i podršku mlađima u obrazovanju.

Samo u prethodnoj godini, AIK Banka je izdvojila 28 miliona dinara za Republički fond za zdravstveno osiguranje, zahvaljujući čemu je kupljeno 10 respiratora. Na ovaj način kapaciteti zdravstvenog sistema su ojačani, pružajući mogućnost brže reakcije za lečenje pacijenata sa težom kliničkom slikom.

Ipak, centralna osnova poslovanja, ali i CSR aktivnosti AIK Banke je porodica, dok se kontinuirana pomoć osnovnoj jedinici društva ogleda u dugoročnoj finansijskoj podršci fondacijama čiji je cilj poboljšanje kvaliteta života dece i mlađih bez roditeljskog

DUBOKO UTKANA U MISIJU I VIZIJU KOMPANIJE, KULTURA DAVANJA I ULAGANJA U BOLJU BUDUĆNOST CELOG DRUŠTVA, ZNAČAJNO JE OBLIKOVALA NAČIN POSLOVANJA BANKE, ALI I NAČIN RAZMIŠLJANJA ZAPOSLENIH



Sastanak u okviru dogovora za donaciju KO za perinatologiju: Jože Golobič, UKC Ljubljana, Jelena Galić, AIK Banka

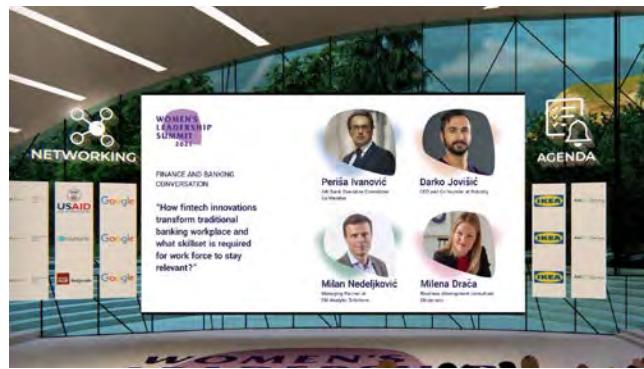
staranja, osnaživanje porodica u riziku, ekonomsko osamostaljivanje mlađih iz ranjivih grupa, kao i pružanje pomoći u urgentnim situacijama lokalnom stanovništvu i izbeglicama.

INVESTIRANJE U BUDUĆNOST

Kao društveno angažovana institucija koja je čvrst oslonac domaćoj nauci, privredi i razvoju, AIK Banka posebnu pažnju posvećuje mlađim ljudima, obrazovanju i trudi se da bude podrška društvu u svim zajednicama u kojima posluje. Da je ulaganje u znanje najbolja investicija govori i to da je AIK Banka samo u poslednje tri godine uložila više od 100.000 evra u podršku obrazovanju, kroz stipendije i školarine mlađim talentima, koji su svoje školovanje žeeli da nastave u inostranstvu. Obezbeđen je i jednako važan podsticaj domaćim

AIK BANKA JE SAMO U POSLEDNJE TRI GODINE ULOŽILA VIŠE OD 100.000 EVRA U PODRŠKU OBRAZOVANJU, KROZ STIPENDIJE I ŠKOLARINE MLADIM TALENTIMA

školskim ustanovama, kako bi nivo obrazovanja u našoj zemlji ostao na visokom nivou, a u isto vreme pružio jednaku polaznu osnovu mlađima za postizanje uspeha svetskih razmara. Adaptiranjem učionica i laboratorijskih ustanova u školama i na fakultetima širom Srbije, poboljšani su uslovi u kojima mlađi provode veliki deo svog vremena stičući znanja koja će koristiti u svojim karijerama, ali i u svakodnevnom životu.



Women Leadership Summit 2021 u organizaciji AFA

RAVNOPRavnost KAO JEDAN OD IMPERATIVA ODGOVORNog POSLOVANJA

Inkluzija svih socijalnih staleža u svakodnevnom životu i radu pokazatelj je stepena razvoja određenog društva, ali i kompanije. Jednaka prava, zabrana diskriminacije bilo kog tipa, kao i osnaživanje žena u dostizanju jednakosti na tržištu rada su vrednosti na kojima AIK Banka gradi svoje poslovanje. Danas, više od polovine rukovodećih pozicija u Banci zauzimaju žene, dok je nacionalni prosek 34%, jasno ukazujući na potrebu jačanja svesti o rodnoj ravnopravnosti i osnaživanju žena u svim fazama poslovanja.

Žensko preduzetništvo je često suočeno sa nedostatkom finansijskog kapitala i pristupa neophodnim sredstvima. U saradnji sa AFA (All for All) udruženjem, AIK Banka je usmerena i na razvoj žena u preduzetništvu i njihovo aktivno učešće u društveno važnim projektima.

INKLUZIJA SVIH SOCIJALNIH STALEŽA U SVAKODNEVnom ŽIVOTU I RADU POKAZATELJ JE STEPENA RAZVOJA ODREĐENOG DRUŠTVA, ALI I KOMPANIJE

PORODICA NEMA ALTERNATIVU

Porodica je prva socijalna sredina u kojoj se dete razvija, stiče prva znanja, veštine i navike i kao takva je od izuzetnog značaja za razvoj celog društva. U sklopu porodice učimo se vrednostima koje kasnije prenosimo na okolinu i društvo, u svojim svakodnevnim kontaktima, i upravo to je osnovni razlog našeg fokusa na očuvanje i osnaživanje porodice.

Tradicionalni projekat Podrška porodici koji AIK Banka i MK Grupa organizuju, inicijalno je zamišljen kao program u okviru kog se dodeljuju novčane subvencije zaposlenima koji su postali roditelji u tekućoj godini. Tokom proteklih četiri godine, u okviru ove akcije izdvojeno je 30 miliona dinara za više od 600 porodica i preko 1.000 dece.

Danas je ovaj program proširen u cilju poboljšanja uslova u kojima se rađa novi život, ne samo u Srbiji već i u regionu. Reč je donaciji porodilištima u Srbiji, Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, Hrvatskoj i Sloveniji čija vrednost prelazi 700.000 evra. U Srbiji, za ovaj projekat je izdvojeno 100.000 evra za adaptaciju odeljenja ginekologije u KBC „Dragiša Mišović“.

Rođenje deteta je jedan od najlepših trenutaka u životu svakog pojedinca, i večno ostaje važna uspomena. Unapređenjem porodilišta pružamo podršku porodici ne samo u trenutku kada novi život dolazi na свет, već i u adekvatnoj nezi trudnica.



Predsednica IO AIK Banke Jelena Galić, ministar zdravlja RS dr Zlatibor Lončar



SOS Dečja sela

Svoju podršku porodici AIK Banka je pokazala i kroz saradnju sa organizacijom SOS Dečja sela Srbija, koja radi na unapređenju kvaliteta života dece i mlađih bez roditeljskog staranja, osnaživanju porodica u riziku, ekonomskom osamostaljivanju mlađih iz ranjivih grupa kao i pružanju svih vidova podrške marginalizovanim kategorijama. Zajedno sa MK Grupom, AIK Banka je samo prošle godine donirala više od tri miliona dinara Centru za podršku porodicama u Nišu koji je 2014. godine osnovala fondacija SOS Dečja sela Srbija kako bi pružila pomoć porodicama iz Niša, koje su u riziku od izdvajanja dece. Za proteklih šest godina, otkako Centar postoji, više od 1.500 niške dece i 260 porodica koristilo je ovaj vid podrške.

Ponosni smo i na saradnju sa organizacijama „Budi human“ i NURDOR, u cilju pružanja podrške deci i roditeljima u trenucima kada im je pomoći najpotrebni, kao i na saradnju sa Srpskim filantropskim forumom i Koalicijom za dobročinstvo čije akcije godinama kontinuiramo podržavamo.

CENTRALNA OKOSNICA POSLOVANJA, ALI I CSR AKTIVNOSTI AIK BANKE JE PORODICA

TIMSKI DUH I ZDRAVE NAVIKE

Pored porodice i škole, još jedan aspekt igra važnu ulogu u odrastanju dece, ali i u očuvanju njihovog zdravlja. AIK Banka već dugi niz godina daje aktivan podršku najuspešnijim sportskim klubovima i pojedincima iz oblasti košarke, rukometa, biciklizma, padobranstva, sa ciljem promovisanja sporta. Kroz sport deca razvijaju timski duh i zdrave navike, gradeći svoju ličnost. Promocija sporta i podrška projektima koji za cilj imaju inkluziju mlađih, ostaju važan aspekt naše CSR politike.



Invictabike

ODGOVORNO POSLOVANJE U NOVOJ REALNOSTI

Ponosni smo jer smo i u okolnostima koje su nešto drugačije nego ranijih godina uspeli da sačuvamo zdravlje naših zaposlenih, održimo poslovanje na visokom nivou i sprovedemo niz projekata u sferi društvene odgovornosti

Nova realnost je postala naša realnost. I biznis je postao takav da su se pravila igre svima promenila i gde svi igramo na „terenu gde je trava visoka“. Pa ko ima spremniji tim, ko može brže da se reorganizuje i ne jadike nad situacijom već se bori mudrije i posvećenije nego ranije, taj je pobednik u ovoj igri. Mi u Apatinskoj pivari smo ponosni jer smo i u okolnostima koje su nešto drugačije nego ranijih godina uspeli da sačuvamo zdravlje naših zaposlenih, održimo poslovanje na visokom nivou i sprovedemo niz projekata u sferi društvene odgovornosti.



Društveno odgovorno poslovanje je sastavni i nedvojivi deo biznisa u našoj kompaniji, kako na globalnom nivou, tako i na nivou pojedinačnih pivara. U svakom segmentu poslovanja i u kontaktu sa svim zainteresovanim stranama kreiramo različite programe i projekte kojima je zajednički imenitelj upravo društvena odgovornost. Naša društvena odgovornost je usmerena i na ljude i na planetu i čvrsto stoji na stubovima: 1. Responsibly refreshing – gde se kroz brojne projekte zalažemo za odgovornu kon-

zumaciju alkohola, kao što je projekat KAD PIJEM NE VOZIM, koji traje već 15 godina; 2. Sustainably brewing – odnosno odgovorno pristupanje proizvodnim procesima gde izdvajamo izgradnju našeg postrojenja za preradu otpadnih voda vrednu 13 miliona dinara, koja sada ima i dodatnu namenu, proizvodnju struje kao nusprozvoda prerade; 3. Collectively crafted – naša odgovornost prema zajednici gde iniciramo ili pružamo podršku brojnim organizacijama ili projektima poput: BELhospise centru, organizaciji Čep za hendičep, ulažemo u zdravstveni sistem u situacijama kada je najpotrebnije, kao što je tokom perioda korona virusa, doprinosimo ozelenjavanju lokalnih samouprava; 4. Wellbeing zaposlenih gde se zalažemo za balans između poslovног i privat-



nog života i uvodimo brojne pogodnosti za zaposlene poštujući istovremeno sve principe različitosti i inkluzije. Zato smo i postali prva kompanija u Srbiji u sektoru robe široke potrošnje koja je dobila Family Friendly sertifikat.

KAD PIJEM NE VOZIM – OBELEŽILI SMO JUBILEJ: 15 GODINA KAMPAÑE

Jedan od najdužih projekata korporativne društvene odgovornosti koji Apatinska pivara sprovodi u partnerstvu sa Ministarstvom unutrašnjih poslova, Upravom saobraćajne policije i Agencijom za bezbednost saobraćaja je kampanja Kad pijem ne vozim. Odgovorna konzumacija alkohola je važna tema koju Apatinska pivara pokreće u javnosti i upozorava na rizike vožnje pod dejstvom alkohola. U okviru ove kampanje pivara je poslednjih 15 godina posvetila edukaciji potrošača kako bi skrenula pažnju na sve negativne posledice konzumacije alkohola tokom vožnje. Osim što na interesantne načine, svojim potrošačima približava na koji način alkohol utiče na motoriku, ona ih podstiče da ne sedaju za volan ukoliko su konzumirali alkohol, već da do kuće dođu alternativnim načinima – da pozovu taksi ili prijatelja, prošetaju ili sačekaju prevoz. Ova godina je bila jubilarna, proslavili smo 15 godina kampanje i tom prilikom donirali 600 fluorescentnih prsluka saobraćajnoj policiji. Do sada smo, zajedno sa ovogodišnjom donacijom, uložili oko 130.000 evra i to u nabavku 135 alkometara najsavremenijih generacija i 50.000 usnika za alkometre.



UPRAVLJANJE STAKLENOM AMBALAŽOM NA ZAPADNOM BALKANU

Apatinska pivara zajedno sa Nemačkom organizacijom za međunarodnu saradnju (GIZ) i Nacionalnom alijansom za lokalni ekonomski razvoj (NALED) i kompanijom Sekopak sprovodi projekat Upravljanje staklenom ambalažom na Zapadnom Balkanu. Ponosni smo što smo doprineli da se ovaj projekat realizuje. Možemo neskromno da kažemo da smo ga mi i inicirali. Unapređenje sistema sakupljanja ambalažnog otpada jedan je od nacionalnih prioriteta, a ujedno i prioritet kompanije.

Sredstvima koja smo uložili, u iznosu od 150.000 evra, omogućeno je da se obezbedi infrastruktura u vidu kontejnera, čak njih 600 za prikupljanje staklene ambalaže, a sve u cilju povećanja prikupljene staklene ambalaže za 20%. Time bi se uspostavio isplativ sistem tretmana i ponovne upotrebe otpada od stakla, kako u Srbiji tako i u regionu, a u okviru unapređenja postojećeg sistema produžene odgovornosti proizvođača. Pored ulaganja u infrastrukturu i povećanja sakupljenih količina reciklabilnog materijala, ovaj projekat ima za cilj i edukaciju kako potrošača i svih građana, tako i lokalnih samouprava i javno-komunalnih preduzeća, čime se unapređuju sveukupni kapaciteti lokalnih samouprava u ovoj oblasti poslovanja.

APATINSKA PIVARA

PODRŠKA PROJEKTU RECIKLAŽOM DO VOŽNJE

Još jedan značajan projekat koji je u fokusu Apatinske pivare, a u cilju odgovornog upravljanja ambalažnim otpadom, realizuje se u Kragujevcu gde je postavljeno pet specijalnih mašina za prikupljanje staklene ambalaže, PET plastike, limenki i Tetra Pak ambalaže. Reč je o jedinstvenoj inicijativi koja se implementira u saradnji Sekopaka, JKP „Šumadija“ iz Kragujevca, kompanije Apatinska pivara i drugih odgovornih kompanija, osnivača Sekopaka. Saradnja privatnog i javnog sektora rezultirala je još jednim sjajnim projektom Reciklažom do vožnje, koji na kreativan način animira i edukuje građane Kragujevca da sortiraju otpad i adekvatno ga odlažu, a pritom i dobijaju određene pogodnosti prilikom korišćenja gradskog prevoza i mobilne telefonije.



životnoj sredini. Apatinska pivara, Jelen pivo i nacionalni operater sistema upravljanja ambalažnim otpadom SEKOPAK nastavili su akciju RECIKLIRAJ, UŽIVAJ, DRINU OD OTPADA SAČUVAJ, gde su posetiocima ovog svojevrsnog karnevala na vodi omogućili da pravilno odlože ambalažni otpad. U saradnji sa JKP „12 septembar“ - Bajina Bašta, postavljeni su reciklažni setovi kutija i kanti na ključnim mestima gde se i stvara najveća količina otpada. Posebni timovi su bili zaduženi da animiraju posetioce da svoj ambalažni otpad ubacuju i u mobilne kante/rančeve.

„Ponosni smo što je uz podršku Apatinske pivare i Jelen piva ove godine sakupljeno mnogo više ambalažnog otpada nego prethodnih godina – čak 230 kg aluminijumskih limenki i 600 kg staklene ambalaže (u 2019. godini je sakupljeno 170 kg otpada). Značajno je da ukažemo da i na ovako velikim dešavanjima koja okupljaju dosta ljudi, možemo da budemo odgovorni prema životnoj sredini i nama samima“ – kažu u Apatinskoj pivari. Nakon drinskog spusta otpad sakupljen na ovaj način poslat je na reciklažu.

LOVEFEST I ODGOVORNOST PREMA ŽIVOTNOJ SREDINI

Na Lovefest muzičkom festivalu u Vrnjačkoj Banji, koji je održan sredinom avgusta ove godine, organizatori festivala, zajedno sa Apatinskom pivaram, Jelen pivom i Sekopakom, nacionalnim operaterom



ambalažnog otpada, sakupili su značajnu količinu aluminijumskih limenki. Više od 250 kg limenki je usmereno na dalji proces prerade otpada, čime je ovaj festival, zajedno sa partnerima, potvrdio svoje usmerenje ka odgovornom poslovanju u cilju očuvanja životne sredine i cirkularne ekonomije.

APATINSKA PIVARA OMOGUĆILA SADNU VIŠE OD 700 SADNICA JASENA

Učešćem u akciji „Posadi svoj hlad“ Apatinska pivara je doprinela manjoj emisiji ugljen-dioksida i to za 16,8 tona na godišnjem nivou, pokazali su podaci nevladine organizacije Zeleni razvojni centar, koja je i pokrenula nacionalnu akciju u Srbiji. U proseku, jedan automobil godišnje proizvede oko 1.770 kilograma CO₂, što odgovara sadnji 75 sadnica. U toku jesenje i prolećne akcije, Apatinska pivara je obezbedila više od 700 sadnica belog jasena. Građani Apatina i Sombora su posadili po 300 sadnica, dok su zaposleni pivare posadili 125 sadnica širom Srbije.

UČEŠĆE I PODRŠKA BELHOSPICE HUMANITARNIM AKTIVNOSTIMA

Predstavnici Apatinske pivare su učestvovali na 7. Humanitarnom turniru u tenisu BELhospice Open. Na terenima Teniskog centra Novak nadmetali su se sa predstavnicima iz 12 kompanija i zajedno smo osvojili



najveću nagradu – zahvaljujući našoj podršci i podršci ostali sponzora sakupljeno je 5.800 evra za unapređenje besplatnih usluga palijativnog zbrinjavanja za pacijente obolele od raka i članove njihovih porodica. I ove godine BELhospice centar je organizovao svoj tradicionalni 12. BELhospice humanitarni turnir u malom fudbalu i 3. BELhospice humanitarni turnir u basketu u Sportskom centru Kovilovo. Učestvovali smo i u ovim turnirima gde je prikupljeno 10.500 evra. Takođe, našim učešćem i učešćem drugih odgovornih kompanija u onlajn turniru „League of Legends“ prikupljeno je 1.000 evra. Ponosni smo što smo bili deo BELhospice dobrotvornog bala pod nazivom „Blaga Srbije“, koji je održan 11. septembra na Belom dvoru u Beogradu, kada je za unapređenje besplatnih usluga palijativnog zbrinjavanja za pacijente obolele od raka i članove njihovih porodica sakupljeno 110.000 evra.

Ovogodišnja 27. Drinska regata okupila je veliki broj ljubitelja najstarije i najmasovnije manifestacije na reci Drini, koji su imali priliku da uživaju u njenim brzacima, ali i da istovremeno budu odgovorni prema

ZDRAVLJE U CENTRU NAŠEG RADA

I ove godine kompanija je imala priliku da ponovo doprinese boljoj, zdravoj, i „zelenoj“ budućnosti

Strategija održivog poslovanja za kompaniju AstraZeneca znači usmeravanje svih naših kapaciteta u ostvarivanje najznačajnijeg cilja koji svako društvo ima – a to je doprinos opštem zdravlju populacije. Zdravlje ljudi, zdrava planeta i poslovanje kompanija su međusobno povezani, te promena u jednom segmentu uslovjava promene u druga dva. Mi kao kompanija kontinuirano težimo većoj održivosti poslovanja. Naši napori u tom aspektu idu dalje od dostizanja godišnjih ciljeva i dugoročnih aspiracija, mi



AZ FOREST

Zaposleni u kompaniji AstraZeneca Srbija tradicionalno sprovode akciju sadnje drveća, u okviru globalne inicijative kompanije da do 2025. godine zasadi 50 miliona stabala širom sveta, a u cilju ublažavanja negativnih uticaja klimatskih promena na ljude i planetu. Ove godine sadnja je bila pod okriljem „Tree for Belgrade“ inicijative, pod pokroviteljstvom Njene ekselencije Sian MacLeod, ambasadorke Velike Britanije u Republici Srbiji i prof. dr Zorana Radojičića, gradonačelnika Beograda. Osim naše kompanije, još 15 drugih britanskih kompanija se priključilo akciji. Ukupno je zasađeno 190 sadnica, a doprinos kom-

idemo u smeru da unapređujemo naš način razmišljanja i naše principe rada kako bismo se prilagodili vremenu i okruženju koje se menja. Ovo je ujedno i naša odgovornost i poslovna prilika.

Uprkos izazovima koje donosi svet zahvaćen pandemijom, naš tim u Srbiji, kao i timovi širom sveta, nastavili su da pružaju svoj doprinos i tokom 2021. godine u okviru sva tri osnovna principa oko kojih smo izgradili našu strategiju održivosti, a koji stavljavaju zdravlja u središte našeg rada – pristup zdravstvenoj zaštiti, zaštita životne sredine i etika i transparentnost.

Ova godina pružila je za kompaniju AstraZeneca Srbija priliku da ponovo doprinesemo boljoj, zdravoj i „zelenoj“ budućnosti. Svaka promena – velika ili mala – može da učini razliku.

panije AstraZeneca je ove godine bio 70 sadnica, odnosno 10 više u odnosu na prošlu godinu, pa sada mali deo na obali Save ima šumu koju smo sa ponosom zasadili.

GOGREEN - PRVO ELEKTRIČNO VOZILO U „FLOTI“

Nastavljamo započeto! Pored toga što smo sve bliži cilju da u našem voznom parku budu isključivo hibridna vozila, ove godine smo otišli korak dalje i započeli sa nabavkom električnih vozila za naše zaposlene. Globalni cilj kompanije je da do 2025. ne poseduje nijedno vozilo koje nije električno ili hibridno. Duboko verujemo da zahvaljujući ovim aktivnostima možemo doprineti globalnom smanjenju zagadenja životne sredine.

YOUNG HEALTH PROGRAMME

MISIJA: KISEONIK - Program prevencije pušenja u Srbiji 2021.

Pokret za prevenciju pušenja i upotrebe duvana kod dece i mladih „MISSION: OXYGEN“, čiji je cilj širenje uticaja i podizanja svesti među najmlađima, ali i među roditeljima, učiteljima i nastavnicima, 2021.godine je ušao u svoju završnu, treću godinu koja je imala brojne aktivnosti, iako je protekla u uslovima pandemije. Onlajn kampanja je omogućila preko milion pregleda i interakcija („total reach“) na društvenim medijima i stotine hiljada ukupnog angažovanja na četiri platforme društvenih medija (Facebook, Instagram, TikTok i YouTube). Napravljeno je više od 50 dizajniranih postova, infografika i video-zapis. Jedan veliki striming panel: #StaKodTebePali za Svetski dan bez duvana organizovan je sa hiljadama pregleda.

Zaposleni kompanije AstraZeneca su kao volonteri programa učestvovali u organizovanom prikupljanju potpisa za peticiju za hitno usvajanje Predloga izmena i dopuna Zakona o zaštiti stanovništva od izloženosti duvanskom dimu, što je rezultiralo sa skoro 3.000 potpisa za peticiju.



ASTRAZENECA

U izradi je i platforma za e-učenje za nastavnike gde mogu pronaći posebno dizajniran nastavni plan i program, koji pomaže nastavnicima da promovišu zdrave navike među svojim učenicima.

NEGUJEMO RAZLIČITOST I INKLUIZIJU

Različitost i inkluzija su jedne od vrednosti naše kompanije. Godinama se trudimo da gajimo ovu vrstu kulture i da gradimo atmosferu u kojoj bi zaposleni mogli da izraze svoje mišljenje i stavove isključujući mogućnost predrasuda i diskriminacija vezanih za individualne karakteristike svakog od nas (pol, nacionalnost, vera, seksualno opredeljenje). Osmi mart je praznik kojem uvek pridajemo veliki značaj, te ni ove godine nismo propustili priliku da ga, uprkos nepovoljnoj epidemiološkoj situaciji, obeležimo virtuelnim događajem. Posebno iznenadenje za naše zaposlene bili su pokloni – reciklirane fascikle sa logom kompanije - pripremljeni od ništa manje posebnog udruženja Eco Bag. Reč je o ekološko-socijalnom preduzeću, Eco Bag, koje se bavi reciklažom korišćenih vinila-banera iz reklamnih kampanja, a zapošjava žene starije od 45 godina koje, prema procenama, nažalost pripadaju teško zapošljivoj kategoriji. Misija ovog preduzeća je promocija društveno odgovornog poslovanja uz izu-



zetan doprinos održivosti upravljanjem specifičnim otpadom kome bi trebalo i do 1.500 godina da se raspade u prirodi. Ova divna ideja i divna namera udruženja nas nimalo nisu ostavile ravnodušnim, pa je upravo Eco Bag bio naš izbor.

PODRŠKA ZA NABAVKU HARFE ZA MUZIČKU ŠKOLU „STANKOVIĆ“

Drago nam je što smo ove godine uspeli da damo podršku i sistemu obrazovanja i kulture u našoj zemlji, time što smo pomogli nabavku harfe za Muzičku školu „Stanković“, koja je ujedno bila i prva harfa koju škola poseduje nakon 50 godina. U ovoj izuzetnoj inicijativi sakupljanja sredstava učestvovali smo zajedno sa drugim britanskim kompanijama u Srbiji.

PAMETNE KLUPE - INOVACIJA I ODRŽIVOST POSVEĆENE BOLJEM I ZDRAVIJEM SVETU

AstraZeneca je tokom 2021. godine postala deo jedinstvene strategije unapređenja javnog zdravlja i očuvanja životne sredine sponzorisanjem pametne klupe u bolničkom krugu Instituta u Sremskoj Kamenici. Pametna klupa predstavlja jedinstveno rešenje

ASTRAZENECA JE TOKOM 2021. GODINE POSTALA DEO JEDINSTVENE STRATEGIJE UNAPREĐENJA JAVNOG ZDRAVLJA I OČUVANJA ŽIVOTNE SREDINE SPONZORISANJEM PAMETNE KLUPE U BOLNIČKOM KRUGU INSTITUTA U SREMSKOJ KAMENICI



koje pomaže da se stvori bolje iskustvo na otvorenom u okviru bolničkih centara za pacijente, njihove porodice i lekare. Klupa povezuje digitalni i fizički svet preko besplatne Wi-Fi mreže, solarnih punjača za mobilne uređaje, kao i digitalno-edukativnog portala. Edukativni sadržaj na portalu je posvećen i lekarima i pacijentima, kao i njihovim porodicama, i nudi sveobuhvatan uvid u česte i ozbiljne zdravstvene probleme. Ovom inicijativom smo još jednom potvrdili da je „Pacijent u središtu svega što radimo“, vrednost za koju se nedvosmisleno i konstantno borimo.

DOPRINOS PODIZANJU SVESTI O PROBLEMU NASILJA U PORODICI

U AstraZeneca Srbija se trudimo da doprinesemo poboljšanju položaja svih u zajednici u kojoj živimo, a pogotovo ugroženih grupa. U 2021. godini smo radili na dizanju svesti o problemu nasilja u porodici. Devet



naših takmičara je trčalo na Beogradskom maratonu u majicama sa sloganom **#nasilje_nema_opravdanje**. Takode smo pokrenuli unutar kompanije inicijativu da se finansijski pomogne neprofitna organizacija koja pruža pomoć žrtvama nasilja. Da bismo postigli veći efekat, predložili smo da svi uplatimo istoj organizaciji, a zaposleni su imali mogućnost da pronađu, predlože i izglasaju ko će to biti, što su i učinili. Svi zaposleni koji su želeli da učestvuju su mogli da uplate sredstva društvu, a na kraju akcije je prikupljeni iznos udvostručen donacijom naše kompanije.

SERBIA BUSINESS RUN

Serbia Business Run predstavlja događaj koji spaja zaposlene iz različitih kompanija, kroz četiri poslovne trke (na 5 km), na teritoriji Srbije. Cilj ovog „team building“ događaja je promocija zdravih navika i vrednosti, jačanje timskog duha, a humanitarni aspekt trke je mesto gde je kompanija AstraZeneca prepoznala dodatne zajedničke vrednosti. AstraZeneca već nekoliko godina učestvuje na ovoj manifestaciji. Ove godine naš tim je brojao 15 kolega, a ono na šta smo posebno ponosni je učestvovanje u humanitarnoj Charity zoni, gde je AstraZeneca, kroz saradnju sa Fondacijom Ana i Vlade Divac, donirala sredstva za školovanje jednog talentovanog deteta iz ugroženih sredina.

ISKREN I POUZDAN PARTNER ZAJEDNICE

I ove godine kompanija je nastavila svoju plemenitu misiju i brojnim donacijama još jednom pokazala da je istinski i pouzdan partner zajednice u kojoj posluje

Preko pola veka potrošači širom zemlje i regiona uživaju u sjajnim Bambi proizvodima. Bambi je sinonim detinjstva, radosti i bezbrižnosti, a zahvaljujući ukušima koji osvajaju, brendovi ove kompanije rado su viđen gost svakog doma.

Potrošači znaju da prepoznaju kvalitet, ali i da osećaju ljubav i trud Bambi tima uložen kako bi svaki za logaj bio pravo uživanje i neponovljiv osećaj. Zahvalna za poverenje i ljubav potrošača, kompanija uzvratiće zajednici nastojeći da uvek i svuda bude pouzdan partner i saveznik u brojnim plemenitim inicijativama. Upravo tako bilo je i ove, 2021. godine, uprkos izazovu epidemije koja ne menjava.

BRIGA O ZAJEDNICI

Društveno odgovorno poslovanje sastavni je deo identiteta i poslovne kulture kompanije Bambi već više od 50 godina. Već decenijama, najveći konditor na domaćem tržištu, kroz donacije proizvoda, opreme, ali i volonterske akcije, pokazuje da je pouzdan i postojan partner zajednice u kojoj posluje.

Plazma, kao najpoznatiji, ali i najomiljeniji brend potrošača je kroz dosadašnje inicijative i projekte bio pokretač brojnih pozitivnih promena, što potvrđuje i nagrada za najomiljeniji domaći brend, po izboru potrošača, 11. godinu zaredom.

Projekat „Velika dela nastaju kod kuće“ koji je pokrenut tokom 2020. godine, samo je jedan u nizu kojim je

brend Plazma pružio podršku zajednici u izazovnim mesecima. Kroz ovaj projekat Plazma je inspirisala ljudе da pokažu solidarnost i empatiju i kroz svoja dela pomognu onima kojima je pomoć neophodna. Kao rezultat kampanje, kompanija je podržala više od 40 ustanova i organizacija donacijama u vrednosti od preko 36 miliona dinara.

I ove godine kompanija je nastavila svoju plemenitu misiju i brojnim donacijama još jednom pokazala da je istinski i pouzdan partner zajednice u kojoj posluje.



hranu, spasimo humanost“ koju sprovodi Koalicija za dobročinstvo, a predvodi Fondacija Ana i Vlade Divac. Kompanija je podsetila na važnost solidarnosti i zajedno sa partnerima pokrenula plemeniti talas doniranja osnovnih životnih namirnica ugroženim građanima u najnerazvijenijim delovima naše zemlje. Tokom 2021. godine kompanija je donirala više od 13 tona hrane vrtićima, školama, sportskim udruženjima, kao i neophodnu opremu zdravstvenim ustanovama. Samo Institutu za javno zdravlje „Milan Jovanović Batut“, kompanija je donirala računarsku opremu, čime je nastavljena podrška ovoj ustanovi, ali i čitavom zdravstvenom sistemu u borbi protiv ogromnog epidemiološkog izazova.

JEDNAKOST DOLAZI IZ KUĆE

Položaj dama u porodici i radnom okruženju, kao i njihovo fizičko i mentalno zdravlje, jedna je od esencijalno značajnih tema za kompaniju Bambi kao i Plazmu, njen najpoznatiji brend.

Kao brend koji inspiriše i pokreće na pozitivne promene, Plazma je ove godine obeležavajući Dan jednakosti



**TOKOM 2021. GODINE
KOMPANIJA JE DONIRALA
VIŠE OD 13 TONA HRANE
VRTIĆIMA, ŠKOLAMA,
SPORTSKIM UDRUŽENJIMA,
KAO I NEOPHODNU OPREMU
ZDRAVSTVENIM USTANOVAMA**

žena, poslala jaku i jedinstvenu poruku - „Jednakost dolazi iz kuće“ i snažnom inicijativom pozvala parove i roditelje širom Srbije na razumevanje i ravnomeriju raspodelu svih obaveza. Sa željom da ukaže da je potrebno prevazići rodne stereotipe i „tradicionalni“ model koji se prenosi sa generacije na generaciju, a koji se upravo sastoji u većoj odgovornosti žene u porodici, kao i postojanju poslova koji se isključivo smatraju zaduženjem žene, kompanija je poručila da je Dan jednakosti žena i svojevrsni omaž svim muškarcima koji pokazuju veću spremnost da preuzmu svakodnevne obaveze na sebe.

Kampanjom „Jednakost dolazi iz kuće“, kompanija Bambi i brend Plazma podsetili su da našoj deci treba da pružimo bolji primer, jer tako čuvamo porodicu i zajedno pokrećemo pozitivne promene.

PODRŠKA MLADIMA

Čvrsto verujući da se budućnost temelji na mladim ljudima, kompanija Bambi nastoji da podrži nove generacije u profesionalnom sazrevanju i pomogne im da, uprkos složenoj situaciji na tržištu rada, hrabro nastupe i smelo zakorače u svet biznisa.

Kao društveno odgovorna kompanija posvećena razvoju zajednice u kojoj posluje, Bambi je krajem 2020. godine po prvi put pokrenuo program prakse pod nazivom "Bambi for YOUNG" namenjen svežim diplomcima i apsolventima. U okviru ovog šestomesečnog programa praktikanti dobijaju konkretna znanja u različitim oblastima i sektorima i imaju mogućnost da rade na konkretnim projektima i zadacima, uz saradnju i kontinuiranu podršku mentora u cilju dodatnog usmeravanja i usavršavanja. O uspehu programa prakse govori podatak da je u okviru prve generacije, šest od sedam praktikanata nastavilo da gradi svoju karijeru u okviru kompanije, kao stalni članovi tima, kao i činjenica da je Bambi dobitnik nagrade za Najbolji program praksi od strane prvog employer branding festivala Empple u Srbiji.

Bambi i ove godine nastavlja da ulaže u profesionalni napredak mlađih ljudi, a svoju šansu da karijeru započnu u vodećoj konditorskoj kompaniji, dobiće nova generacija „Bambi for YOUNG“ praktikanata.

Koliko ulaže u osnaživanje mlađih da postanu svesni svojih snaga i kvaliteta, uče od najboljih i započnu svoj profesionalni razvoj na pravi način, Bambi dokazuje i razvijanjem mreže saradnje sa brojnim organizacijama, poput Studentske organizacije FON-a, Centra za razvoj karijere Univerziteta u Beogradu, AIESEC, Youth Fair-a, i mnogih drugih. Kroz kontinuiranu saradnju u vidu predavanja, radionica, panel diskusija, kao i kroz mentorsku podršku, kompanija poručuje mlađima da u svom profesionalnom razvoju mogu da računaju na Bambi kao iskrenog i otvorenog partnera.



U želji da ohrabri i srednjoškolce da nakon završetka osnovnog obrazovanja, steknu nova znanja, veštine i veći nivo samopouzdanja pri budućem zaposlenju, kompanija se priključila sistemu dualnog obrazovanja za školsku 2021/2022. godinu u saradnji sa Poljoprivrednom školom sa domom učenika „Sonja Marinković“ iz Požarevca. Uz formalno obrazovanje, mlađi kroz sistem dualnog obrazovanja usvajaju praktična i primenljiva znanja u realnom okruženju i uz pristup savremenim procesima proizvodnje. Podrška mlađima je strateško opredeljenje kompanije i u narednom periodu. Baš kao što i jedan od slogana kompanije poručuje - „Prijatelj u detinjstvu - podrška u karijeri!“, voljeni Bambi opravdaće epitet prijatelja i podržati mlade u njihovim prvim profesionalnim pobedama, uvek i na svakom mestu.

RADNO OKRUŽENJE

Zadovoljstvo zaposlenih je ogledalo svake uspešne kompanije i najveći podsticaj njenog rasta i progresa. Samo u zdravom i afirmativnom radnom okruženju zasnovanom na poverenju i međusobnom uvažavanju, zaposleni postaju najbolji ambasadori brenda i kreatori sjajne reputacije kompanije.

Upravo na ovaj način, kompanija Bambi gradi vezu i sa svojim zaposlenima, trudeći se da uvek pruži više od očekivanog kroz razne benefite, kao što su besplatni sistematski pregledi, nagrađivanje za ostvarene rezultate, obeležavanje bitnih datuma zaposlenih i njihove porodice, pomoć u izazovnim trenucima, ali i kroz benefite koji će olakšati obavljanje poslovnih zadataka.

Već pet godina, lider na tržištu konditorskih proizvoda organizuje preventivne zdravstvene pregledе за svoje zaposlene, ali i aktivno radi na podizanju svesti o značaju prevencije, organizuje akcije dobrovoljnog davanja krvi i brojne inicijative kojima nastoji da svakodnevne životne navike zaposlenih učini boljim i zdravijim.

BRIGA O ZAJEDNICI I KROZ BRIGU O PRIRODNOJ SREDINI

Biti društveno odgovoran prema zajednici, znači istovremeno biti savestan i kada je reč o zaštiti životne sredine. Značajan segment društveno odgovornog delovanja kompanije Bambi su i volonterske aktivnosti čime kompanija nastoji da pruži podršku lokalnoj zajednici. Tokom jula, zaposleni kompanije organizovali su akciju čišćenja u Požarevcu i okolini, kojoj su se priključili i brojni volonteri. Zahvaljujući entuzijazmu svih učesnika zelene površine grada zablistale su na način na koji zaslужuju, a kompanija je zajedno sa svim volonterima ovom akcijom čišćenja doprinela ostvaranje ekoloških ciljeva.

Kompanija Bambi nastoji da pruži i svoj doprinos ambicioznim ciljevima u oblasti održivosti kao deo Coca-Cola Hellenic grupe. Intenzivno radi na tome da



odgovorno upravlja resursima i snizi potrošnju resursa po jedinici proizvoda, teži energetskoj efikasnosti u proizvodnji, pri čemu od 1. jula 2020. godine, sva električna energija koju koristi u fabriki u Požarevcu, 100% potiče iz obnovljivih izvora energije. Zahvaljujući tome, Bambi je samo tokom 2020. smanjio emisiju gasova sa efektom staklene bašte za više od tri hiljade tona CO₂.

Takođe, kompanija je u saradnji sa partnerima posvećena i sprovođenju principa cirkularne ekonomije u praksi. U 2020. godini ostvarena je ušteda emisije CO₂ za 1,2 hiljade tona kroz učešće u ostvarenju nacionalnih ciljeva za reciklažu i ponovno iskorišćenje ambalažnog otpada. Takođe 97% otpada koji se generiše na lokaciji fabrike, zbrinjava se kroz različite vidove tretmana, što je uticalo na smanjenje količine komunalnog otpada u 2020. godini za čak 85% u odnosu na 2013. godinu. Skoro dva miliona evra je izdvojeno za izgradnju centra za istraživanje i razvoj u kom će dodatni fokus biti da doprinesemo zaštiti životne sredine u kojoj poslujemo.

Kao sinonim za radost i lepo detinjstvo, najveći konditor u zemlji želi da generacijama koje dolaze ostavi čistiji i humaniji svet. Zasnivajući uspeh na besprekornom kvalitetu proizvoda, poverenju i ljubavi potrošača, ali i zadovoljstvu zaposlenih, društveno odgovorno poslovanje je za kompaniju Bambi aksiom i apsolutno strateško opredeljenje.



Dragan Penezić, British American Tobacco, direktor regulatornih poslova

ODGOVORNOST PREMA DRUGIMA I ODGOVORNOST PREMA SEBI SU ISTA STVAR

BAT postepeno isključuje upotrebu plastike za proizvodnju pakovanja za svoje proizvode, dok istovremeno pokreće projekte koji će motivisati korisnike da vraćaju stare elektronske uređaje

Održivo poslovanje aktuelna je tema u medijima, kompanije širom sveta govore o rezultatima i planovima na tom polju već neko vreme. Da li vi zaista verujete u to da kompanije svojim delovanjem mogu da donesu značajne promene i utiču na druge da krenu istim putem?

Napredak društva u određenoj meri zavisi od zbirnih napora svih njenih članova, ali velike kompanije svakako imaju najdalekosežniji uticaj na ostvarivanje rezultata. U ovom trenutku, više nego ikada ranije u istoriji, prolazimo kroz turbulentne krizne klimatske, ekonomske i zdravstvene promene. Kompanije koje prepoznavaju potencijal tržišta i usklade svoje ambicije sa potrebama društva, na dobrom su putu da postanu lideri na polju globalnih promena i održivosti uopšte. Vodeći se tom filozofijom, BAT je 2021. godine definisao ambiciozan cilj – postizanje ugljenične neutralnosti u čitavom lancu vrednosti do 2050. godine. Mi verujemo da je ovaj cilj moguće ostvariti ukoliko istovremeno uključimo sve svoje proizvode, usluge, ali i potrošače u njegovu realizaciju. Primera radi, BAT postepeno isključuje upotrebu plastike za proizvodnju pakovanja za svoje proizvode, dok istovremeno pokreće projekte koji će motivisati korisnike

da vraćaju stare elektronske uređaje. Korak po korak, zajedničkim snagama, očekujemo ne samo ostvarivanje zacrtanih ambicioznih ciljeva, već i dalekosežnije efekte koji podrazumevaju da se još kompanija motiviše i uključi u odgovorno poslovanje.

Poznato je da se BAT ove godine pridružio kampanji UN-a „Trka do nule“. Šta to znači u praksi i kako će uticati na globalnu agendu kompanije?

Pre svega, „Trka do nule“ najveći je program saradnje na polju borbe protiv klimatskih promena u istoriji, u kojem učestvuje više od 4.000 kompanija u svetu. Naša kompanija uključila se u ovu značajnu kampanju, simbolično na dan borbe protiv klimatskih promena, upravo definisanjem prethodno pomenutog cilja da će smanjiti količinu neto emisija ugljenika na nulu do 2050. godine. Ovaj projekat je samo jedan od koraka na putu ka Boljem sutra (A Better Tomorrow™). BAT je svoje aktivnosti na polju održivosti pokrenuo pre više

UGLJENIČNA NEUTRALNOST DO 2050.

od 20 godina, a naš cilj danas je da do 2025. godine zadobijemo poverenje 30 miliona korisnika sa proizvodima bez sagorevanja kao što su Vuse, Glo i Velo. Ovakvom strategijom, BAT je na globalnom nivou potvrdio orientisanost ka održivosti i posvećenost borbi protiv klimatskih promena, ali i podigao standarde na polju održivog poslovanja, što je prepoznao i časopis Financial Times, koji je našu kompaniju uvrstio u listu evropskih klimatskih lidera.

Pored projekata usmerenih na zaštitu životne sredine na duge staze, na koje još načine BAT demonstrira svoju posvećenost odgovornom poslovanju na srpskom tržištu?

Kako su ljudi osnovni i najvredniji resurs, ali i preduслов uspeha svake kompanije, veoma smo ponosni što u svojim redovima imamo visokokvalifikovane kadrove na koje se naša kompanija može osloniti. Smatramo da su naši zaposleni na svim nivoima zaslužni za to što je BAT uspeo da prevaziđe izazove u novim globalnim okolnostima i ostvari očekivane poslovne rezultate. U tom smislu, mi nastavljamo da ullažemo u obuku i razvoj svojih kadrova, istovremeno poštujući ljudska prava i stvarajući sigurnu, raznovrsnu i inkluzivnu kulturu na radnom mestu. Ponosni smo na to što smo,

uprkos globalnoj krizi usled pandemije korona virusa, uspeli da sačuvamo svako radno mesto i to bez pomoći države, te smo na taj način dali i svoj doprinos srpskoj ekonomiji u kriznom periodu.

Društvena odgovornost neizostavni je segment poslovanja svih uspešnih kompanija u svetu, posebno od kada je korona kriza zahvatila čitav svet. Koje je aktivnosti na ovom polju realizovao BAT i šta su dalji planovi kada je u pitanju korporativno društveno angažovanje?

Građani danas, pored izvrsnosti u svakom pogledu, od kompanija očekuju društveno odgovorno angažovanje i učestvovanje u rešavanju problema zajednice. U skladu sa tim, BAT se tokom pandemije korona virusa trudio da pruži podršku zdravstvenom i socijalnom sistemu Srbije, te je realizovao brojne donacije uključujući izdvajanje sredstava za nabavku vredne medicinske opreme ustanovi Gerontološki centar Beograd, pakete sa osnovnim životnim namirnicama Crvenom krstu u Vranju i potrebnu medicinsku opremu Gradskom štabu za vanredne situacije u Vranju. Trenutno smo u procesu realizacije donacije informatičke opreme studentima sa invaliditetom u saradnji sa Savezom studenata studentskog doma „Mika Mitrović“ u Beogradu.



Igor Gmaz, direktor BAT fabrike u Vranju
**NAŠ PLAN JE DA FUNKCIONIŠEMO
KAO „CARBON NEUTRAL“ FABRIKA**

Tokom poslednje tri godine postigli smo značajne rezultate u oblasti održivosti i to na više polja. Prvenstveno, rezultati fabrike u Vranju na polju održivog razvoja prevazišli su zadate ciljeve smanjenjem odlaganja otpada na deponiju za 35 odsto, smanjenjem emisije ugljen-dioksida za 56 odsto i reciklažom otpada od čak 95 odsto. Pored toga, koristimo elektičnu energiju iz 100 odsto obnovljivih izvora, te prelazimo na upotrebu prirodnog gasa umesto mazuta, što će značajno doprineti dodatnom smanjenju emisije štetnih gasova. U narednoj godini planiramo smanjenje generisanja otpada do te mere da u potpunosti eliminisemo slanje otpada na deponiju, dok u 2023. planiramo da funkcionišemo kao potpuno „carbon neutral“ fabrika.

ODGOVORNO POSLOVANJE KAO DOPRINOS ZAJEDNICI

Odgovoran pristup u upravljanju viškovima hrane i pružanje pomoći onima kojima je ona najpotrebnija godinama su strateški deo našeg poslovanja

Kao najveći donator hrane Banci hrane Beograd, kompanija Delez Srbija je poznata po višegodišnjem projektu „Pomažemo da imaju i oni koji nemaju“. Kako izgleda nadgradnja ovog projekta, digitalna platforma „Tanjir po tanjur“, zašto je dobila nagradu u oblasti izuzetnih tehnoloških inovacija koje doprinose unapređenju infrastrukture donacija hrane i na koje još načine kompanija doprinosi odgovornom poslovanju, razgovarali smo sa Milicom Popović, menadžerom korporativnih komunikacija kompanije Delez Srbija.

Dela koja nas čine solidarnim, humanim i empatičnim najvrednije su što imamo. Upravo to je pokazala godina koju ispraćamo, na sve to nas je već opomenula i godina pre. Odgovorno poslovanje je postalo deo kulture poslovanja globalnih kompanija, sve više postaje deo svesti svih nas, a već se pokazalo koliko mnogo zajedničkim aktivnostima kompanije mogu da doprinesu, i za sebe, i za društvo.

Kompanija Delez Srbija godinama nastoji da pozitivno utiče na zajednicu u kojoj posluje. Rano je prepoznala da je održivo poslovanje, pogotovo u maloprodajnom svetu, velika odgovornost, a dobro delo koje može

da pokrene zajedno sa zaposlenima, partnerima i potrošačima postalo je njen strateško opredeljenje. Celokupan koncept svog poslovanja, i globalno, i lokalno, utemeljila je na održivom modelu i odgovornom odnosu prema zaposlenima, potrošačima,

zajednici. Na nivou cele Ahold Delhaize grupe, kojoj kompanija pripada, ovaj koncept nazvan je GROUNDED IN GOODNESS.

POMAŽEMO DA IMAJU I ONI KOJI NEMAJU

Jedan od najvećih maloprodajnih lanaca, ujedno je i najveći donator hrane u Srbiji. Poznat je po višegodišnjem projektu „Pomažemo da imaju i oni koji nemaju“, zahvaljujući kome korisnici humanitarnih organizacija godinama mogu da računaju na obezbeđen svakodnevni obrok. Do sada je donirano više od 5.000 tona voća i povrća, a sve ono što je kompanija još od 2015. godine realizovala sa Bankom hrane Beograd, ove godine je dobilo digitalnu nadgradnju u vidu onlajn platforme za donacije „Tanjir po tanjur“. Sve humanitarne organizacije uključene u ovaj projekt imaju svoje naloge na platformi i mogućnost da jednim klikom rezervišu namirnice koje u toku dana Maxi, Mega Maxi, Tempo i Shop&Go radnje izdvoje za doniranje.

„Odgovoran pristup u upravljanju viškovima hrane i pružanje pomoći onima kojima je ona najpotrebnija godinama su strateški deo našeg poslovanja. Novi model koji smo realizovali uz podršku naših partnera Banke hrane Beograd i UNDP-a, omogućće nam



Hrana za sve

tanjirpotanjir.rs



da na godišnjem nivou veće količine hrane dođu do većeg broja krajnjih korisnika“, kaže Milica Popović, menadžer korporativnih komunikacija kompanije Delez Srbija, i dodaje da je platforma zasnovana na blokčejn tehnologiji, koja omogućava da se ceo proces donacija prati od prvog do poslednjeg koraka i čini ga transparentnijim i sigurnijim.

Prodavnice na ovoj platformi svakodnevno ažuriraju informacije o dostupnim količinama voća i povrća, a ukoliko se ukaže potreba, jedna organizacija može da preuzima namirnice i iz više radnji. Istovremeno je omogućena prijava novih zainteresovanih humanitarnih organizacija i udruženja, koje će posredstvom Banke hrane dobiti svoj nalog i mogućnost da svakodnevno preuzimaju dostupne namirnice.

VOĆE I POVRĆE SVAKOG DANA ZA 7.500 GRAĐANA

Prema rečima naše sagovornice, zahvaljujući platformi, kroz saradnju sa više od 65 humanitarnih organizacija, voće i povrće svakoga dana stiže do oko 7.500 građana. Sva količina hrane koja se donira je vidljiva na platformi, a zainteresovana organizacija, koja je korisnik Banke hrane, ima jasan pregled proizvoda koji su na raspolaganju, kao i pregled prodavnica u kojima je moguće preuzeti donaciju.

Delez Srbija je godinama partner Banke hrane Beograd, kojoj je pružio dodatnu podršku unapređenju sistema doniranja. Sredstva u vrednosti od 50.000 evra namenjena su za novo vozilo neophodno za pružanje dodatne filantropske pomoći korisnicima, kao i za dvogodišnje funkcionisanje transportnog sistema koji će hranu dovoditi direktno do vrata udruženja koja su partneri ove organizacije.

Doniranje viškova hrane doprinosi posebno ostvarivanju Cilja 2 – Svet bez gladi i Cilja 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja, dok istovremeno utiče na smanjenje emisija štetnih gasova sa efektom staklene bašte (GHG) koje proizvodi organski otpad, čime doprinosi borbi protiv klimatskih promena (Cilj 13).

Svetski dan hrane ustanoven je još davne 1979. godine, a njegovo obeležavanje svakog 16. oktobra, u više od 150 zemalja, jedan je od načina da svako od nas doprinese podizanju svesti o problemima siromaštva i gladi. U Srbiji se ovaj datum obeležava od 2001. godine, čime je načinjen značajan korak ka isticanju važnosti hrane. Kada je o njenim viškovima reč, podaci kažu da, ukoliko bismo na globalnom nivou sačuvali samo trećinu bačene hrane, mogli bismo da nahranimo 870 miliona gladnih u svetu.

Zbog strateške odluke da donacijama hrane pomaže zajednicu u kojoj posluje i redovne prakse u ovoj oblasti, Delez Srbija je i jedan od dobitnika priznanja za doniranje hrane, koje Forum za odgovorno poslovanje dodeljuje kompanijama koje kontinuirano potvrđuju odgovoran pristup poslovanju i pružaju značajnu podršku onima kojima je neophodna. Di-

gitalna platforma „Tanjur po tanjur“ prepoznata je od strane Foruma za odgovorno poslovanje i dobila je nagradu u oblasti izuzetnih tehnoloških inovacija koje doprinose unapređenju infrastrukture donacija hrane.

Inicijativa „Spasimo hranu, spasimo humanost“ Srpskog filantropskog foruma bila je prilika kompaniji Delez Srbija da sa velikim iskustvom u sličnim aktivnostima da svoj doprinos i ovoj odgovornoj inicijativi. Istovremeno, kompanija je pokazala stratešku opredelenost da podrži projekte koji čine naše društvo boljim mestom za život, a u to je tradicionalno uključila i sve građane.

„Naša podrška inicijativi 'Spasimo hranu, spasimo humanost' započela je humanitarnim akcijama prikupljanja hrane u prodavnicama širom Srbije. Naši građani pokazali su, kao i uvek, veliku solidarnost; zahvaljujući njihovoj filantropiji prikupljeno je više od 14 tona namirnica za više od 24 humanitarne organizacije širom Srbije. Ove akcije realizovane su zajedno sa Crvenim krstom Beograd i Bankom hrane Beograd, povodom Svetskog dana hrane i Nedelje solidarnosti, a dodatno smo inicijativu podržali i donacijom od 1.000.000 dinara Srpskom filantropskom forumu. Donacija je namenjena ustanovama koje su deo Saveza za pomoć mentalno nedovoljno razvijenim osobama Srbije (MNRO) u Nišu, Leskovcu i Vranju“, istakla je Milica Popović.

UJEDINJENI ZA MODERNIZACIJU NEONATOLOGIJA

Pokazatelj koliko je važno da se i kompanije i druge organizacije međusobno ujedine jer sve teže istom cilju jeste i kampanja koju je pokrenuo Unicef, „Tako mali da bi u srce stali“, a koju je kompanija Delez Srbija podržala kroz akciju „Račun zaokruži, život produži“. Zahvaljujući ovoj partnerskoj saradnji svim građanima je omogućeno da zaokruživanjem računa u Maxi, Mega Maxi, Tempo i Shop&Go radnjama do iznosa koji žele pruže podršku akciji za modernizaciju neonatologija u Beogradu, Novom Sadu, Nišu i Kragu-

jevcu i pruže podršku prevremenom rođenim bebam. Da se udruženim snagama dostižu još dalji ciljevi pokazuje i ovogodišnja donacija kompanije Delez Srbija Unicefu od 200.000 evra za modernizaciju i opremanje neonatalnih jedinica u našoj zemlji. Zahvaljujući ovoj donaciji omogućena je nabavka prvog transportnog vozila za decu i aparata za terapijsku hipotermiju novorođenčadi Centru za neonatalogiju u Kragujevcu, kao i jedan aparat za terapijsku hipotermiju novorođenčadi Institutu za zdravstvenu zaštitu dece i omladine Vojvodine iz Novog Sada. Donacija je namenjena i stručnoj edukaciji lekara, medicinskih sestara i saradnika za primenu najnovijih znanja i procedura u neonatologiji.

„Poseban je osećaj kada činimo nešto za zdravije i lepše odrastanja budućih generacija. Uvek smo tu da podržimo našu zajednicu, čiji je izuzetno važan deo zdravstveni sistem, pogotovo neonatalne jedinice. Partnerstvo sa Unicefom deo je naše spremnosti da društvo činimo boljim“, istakla je Milica Popović i dodala da se u Srbiji svake godine rodi 65.000 dece, od kojih je 4.000 prevremenih rođenih beba, a čak njih sedam svakoga dana zahteva neki vid intenzivne nege.

Delez Srbija u svoje humanitarne aktivnosti često uključuje i svoje potrošače, sve građane koji žele da pomognu, pa je tako humanitarna akcija „Dobro delo za SOS Dečije selo“ postala tradicionalna. I ove godine su građani nabavkom obeleženog školskog pribora u Tempo i Mega Maxi hiremarketima pokazali da misle na decu iz SOS Dečijeg sela i na njihovo srećnije detinjstvo, pa je za samo mesec dana prikupljeno više od milion dinara za bolje uslove smeštaja dece i kontinuirano grejanje porodičnih kuća u SOS Dečijem selu Kraljevo tokom zimske sezone.

Kompanija Delez Srbija je pre svega dobar komšija koji redovnim donacijama prehrabnenih i neprehrabnenih proizvoda podržava i sigurne kuće u Beogradu, Kragujevcu, Novom Sadu, Nišu i Pančevu, kao i Udruženje roditelja dece obolele od malignih i drugih retkih bolesti „Zvončica“ i Udruženje roditelja i prijatelja dece sa smetnjama u razvoju „Evo ruka“.



PRELAZAK NA ZELENU ELEKTRIČNU ENERGIJU

Očuvanje životne sredine i borba protiv klimatskih promena deo je održivog poslovanja kojem je kompanija Delez Srbija veoma posvećena. Rezultati koje postiže izuzetno su značajni, što potvrđuje dobijeni sertifikat o doprinosu uštedi emisije ugljen-dioksida, koji je kompaniji dodelio Seopak. Delez Srbija sprovodi niz aktivnosti koje direktno utiču na očuvanje životne sredine i sprečavanje velikih klimatskih promena.

Najznačajniji rezultati ostvareni su prelaskom na korišćenje zelene električne energije, primenom mera energetske efikasnosti i implementacijom inovativnih tehnoloških rešenja u ovoj oblasti. Zahvaljujući tome, ističe Milica Popović, samo u 2020. godini kompanija je za 30 odsto smanjila emisiju ugljen-dioksida u kompletном sistemu u odnosu na 2019. godinu. Kroz odgovorno sakupljanje i recikliranje ambalažnog otpada u 2020. godini emisija ugljen-dioksida smanjena je za 3.976,49 tona.

Delez Srbija je kroz nove prodavnice, koje imaju savremene ekološke sisteme komercijalnog hlađenja, pokazala energetsku efikasnost i rad na manje štetnom uticaju na životnu sredinu.

„Unapredili smo efikasnost lanca snabdevanja i implementirali smo najsavremeniji sistem u radnje u vidu LED rasvete, rashladnih sistema sa CO2 fluidom i propanskih rashladnih vitrina. U segmentu smanjenja energetskog intenziteta i emisija pomogli smo Srbiji da se približi cilju usklađenosti sa klimatskom politikom Evropske unije, a to je umanjenje emisija ugljen-dioksida za 55% do 2030. godine“, kaže naša sagovornica.

Strateške odluke utemljene na tome da se čini dobro ljudima i planeti; da sve što je zdravo i održivo treba da bude dostupno svima; prateći globalne ciljeve pokrenuti i lokalnu zajednicu; činiti dobro za nas i naše porodice, za životnu sredinu – sve su to koraci do istog, zajedničkog cilja svih nas. Na njima počiva odgovorno poslovanje i odgovorni doprinos svakom novom danu za sve nas.

FOKUS NA TRAJNE VREDNOSTI

Delta Fondacija je od osnivanja do kraja 2020. godine realizovala 3.960 humanitarnih akcija, u društvenu zajednicu uložila je 39 miliona evra, a pomoć je dobilo 754.124 stanovnika Srbije

NAŠE SELO - PRIMER ZA OPORAVAK RURALNIH PODRUČJA

Kako pomoći srpskom selu, koje živi sve teže, sa staretom i neefikasnom poljoprivredom, a zapravo i odumire, jer na zemlji ostaju samo stari, dok mladi svoju sreću traže migrirajući iz sela u grad? Mnogi postavljaju ovo pitanje već godinama unazad, ali Delta Holding se sa partnerima dohvatio posla da tu situaciju promeni i da na primeru pokaže kako selo može da radi i da izgleda.

Projekat koji je osmišljen u samoj kompaniji i pokrenut u jesen 2018. godine, nazvan je Naše selo.

Za start projekta odabrana su dva sela na istoku Srbije, u opštini Zaječar: Mala Jasikova i Dubočane. Za oba je karakterističan mali broj žitelja koji su ostali na selu i poljoprivreda zasnovana na prastaram saznanjima koja su se prenosila sa generacije na generaciju. Program je podeljen u tri celine: prvu čini edukacija u modernoj proizvodnji, druga je pomoć u finansiranju modernizacije, a treća podrazumeva organizaciju javnog i kulturnog života, koji je važan motiv za ostankak ljudi u svojim domaćinstvima.

„Zatekli smo jako neuređeno stanje, neorganizovano, proizvodnja je bila na veoma primitivnom nivou. Bez obzira na to koliko su oni ostvarivali novčanih sredstava na mesečnom nivou, bilo je evidentno da mogu

da ostvare mnogo više”, kaže Dušan Vručkić, stručnjak za stočarstvo u Delta Agraru, jedan od aktivnih učesnika ovog projekta.

Postignuti rezultati nadmašili su očekivanja. Za meštane su organizovana predavanja o tome kako da održavaju i štite svoje voćnjake; kako da biraju rasu stoke, zašto i kako da menjaju ishranu muznih krava i o svim drugim aspektima uspešne agrarne proizvodnje. Uz pomoć Erste banke, partnera koji se od početka priključio projektu, obezbeđeni su krediti za meštane koji su želeli da unaprede svoja imanja. Kamate na kredite preuzeo je Delta Agrar, tako da je za njih pozajmica bila beskamatna. Zahvaljujući tome, neki od njih ogradili su voćnjake i zaštitili ih od divljači; drugi su izgradili nove ili obnovili postojeće štale za muzne krave i ovce; treći su proširili stada koza, četvrti napravili farmu koka nosilja...

Pojedine porodice odlučile su da ostanu na selu, a posebno ohrabrenje je odluka nekolicine meštana da se vrate na roditeljska imanja koja su ranijih godina napustili. Pogled u budućnost sada je drugačiji.

Kroz brojne akcije pokrenut je i društveni i javni život u ova dva sela. Delta je finansirala i realizovala renoviranje obe seoske škole. Organizovane su novogodišnje priredbe, pozorišne predstave, dečje posete muzejima i arheološkim nalazištima.

Akcija u dva zaječarska sela za Deltu je samo prvi korak u borbi za oporavak ruralnih područja naše zemlje.

Već ove godine u projekat Naše selo uključiće se još dva

naselja, ovog puta u drugom delu Srbije, u Vojvodini. Sa iskustvom stečenim u prva dva sela, sa energijom koju daje uspeh u prvom delu projekta, kompanija ne krije optimizam da će Naše selo tek pokazati svoju punu snagu i maksimalni doprinos oporavku srpskog sela.

DELTA FONDACIJA

Osnovana 2007. godine, Delta Fondacija je počela da radi kao prva korporativna fondacija na ovim prostorima. Od tada do danas posvećena je realizaciji projekata za pomoć društvenoj zajednici, sa naglaskom na održive, trajne vrednosti, pa i zadužbinarske projekte.

Delta Fondacija već godinama pomaže ranjivim društvenim grupama, ulaže u obrazovanje i kulturu, jača socijalno preduzetništvo, ali pomaže i u slučaju prirodnih nepogoda i drugih sličnih izazova koji pogađaju naše društvo.

Delta Fondacija je od osnivanja do kraja 2020. godine realizovala 3.960 humanitarnih akcija, u društvenu zajednicu uložila je 39 miliona evra, a pomoć je dobilo 754.124 stanovnika Srbije.

Kroz program polaznici dobijaju socijalne veštine neophodne za uobičajeni život, za razgovor o poslu i očuvanje radnog mesta, za profesionalno usavršavanje i napredovanje. Po završetku programa dobijaju priliku i da se zaposle u Deltinom poslovnom sistemu. Tokom 2020. godine Delta Fondacija je stipendirala tri studenta.

Treći roditelj

Zaposleni Delta Holdinga u saradnji sa Udruženjem „Putokaz“ iz Novog Sada, već šest godina pomažu očuvanje bioloških porodica koje su u riziku da im deca budu izmeštena u ustanove socijalne zaštite. Reč je o programu Treći roditelj, koji ne samo da pruža podršku jednoj osetljivoj društvenoj grupi, već mobilise i zaposlene, okupljajući ih oko vrednosti koje dele sa kompanijom i koje zajedno želimo da promovišemo. Cilj je da se dostigne potpuna funkcionalnost porodica kroz savetodavni rad, podršku u pravnoj i zdravstvenoj zaštiti i zastupanju prava deteta. Takođe, deci se pruža podrška u obrazovanju i sticanju različitih veština kako bi se osiguralo njihovo zdravo odrastanje.



Od 2007. godine do 2020. godine
DELTA FONDACIJA

Fond za budućnost

Projekat Fond za budućnost, pokrenut 2006. godine, pomaže deci bez roditeljskog staranja koja su smeštena u socijalne ustanove. Fokus je zapravo na njihovoj pripremi za trenutak kada će napustiti dom, a koji je, kako je pokazala praksa, neuralgična tačka njihovog ulaska u život.

POVRATAK ZADUŽBINARSTVU

Zadužbinarstvo, kao deo srpske istorije, zamrlo je posle Drugog svetskog rata. Sedamdesetak godina kasnije, Delta je vratila u život ovu tradiciju, prvim dugoročnim projektima koji predstavljaju trajan do-prinos boljem životu zajednice. Zadužbinarstvo je

zapisano kao strateški cilj Delta Fondacije i kompanija nastavlja da se bavi projektima od trajnog i nacionalnog značaja.



Centar Sunce

Centar za smeštaj i dnevni boravak dece i omladine sa invaliditetom u Beogradu omogućava da 70 do 80 mlađih osoba sa invaliditetom provede dan u organizovanom boravku u kome razvijaju svoje kapacitete – dok roditelji mogu da se posvete svojim obavezama. Radi od septembra 2011. godine.



Centar Iskra

Centar za sport i rehabilitaciju osoba sa invaliditetom u Kragujevcu je mesto za rekreaciju, druženje, trening i rehabilitaciju osoba sa invaliditetom. Omogućava smeštaj u četiri apartmanske jedinice, organizaciju obuke,

seminara i svih edukativnih događaja. Sadrži zatvorenu salu za trening i otvorene terene za atletiku, boćanje i trening orijentacije osoba sa oštećenim vidom. Predat je na upravljanje gradu Kragujevcu u junu 2016.



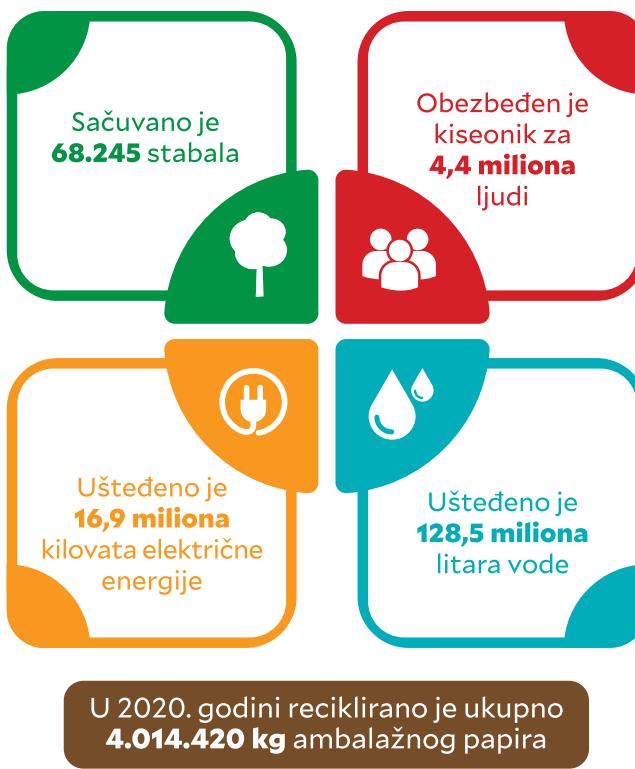
Skulptura „Odande Dovde“

Zajedničko delo britanskog vajara Ričarda Dikona i srpskog vajara i profesora Mrđana Bajića. Postavljeno je na pasareli koja povezuje tvrđavu Kalemeđan i Savsko pristanište u Beogradu.

PRVA SOLARNA ELEKTRANA

Doneta je odluka da u narednoj godini budu postavljene solarne elektrane na devet objekata. Proizvedena električna energija na solarnim elektranama će se koristiti za sopstvene potrebe datih objekata, što će dovesti do smanjenja potrošnje električne energije za 20-30% sa distributivne mreže. Na ovaj način smanjiće se i emisija CO₂. Solarne elektrane biće instalirane isključivo na krovovima objekata, nikako na zemlji, travnatim i obradivim površinama.

U novoj poslovnoj zgradi Delta House, koja je sedište Delta Holdinga, izgrađena je i solarna elektrana snage 80kWp kao prva solarna elektrana u našoj kompaniji.



ZADOVOLJNI ZAPOSLENI = DOBAR POSLOVNI REZULTAT

Briga o ljudima jedna je od osnovnih vrednosti Delta Holdinga. U skladu sa tim kompanija kontinuirano učeće u razvoj procedura i korporativne kulture kojima se unapređuje zadovoljstvo zaposlenih, stvara podržavajuća atmosfera za razvoj, inovativnost i kreativnost, uz poštovanje različitosti i drugih potreba zaposlenih.

Upravo u ovom trenutku u toku je veliko istraživanje motivacije i zadovoljstva u celom Delta Holdingu. Dobijeni rezultati biće osnov za unapređenje korporativne kulture i razvijanje employer branding-a, koji je prepoznat kao jedna od ključnih tačaka za razvoj kompanije u narednom periodu.

Podsticajno radno okruženje koje podrazumeva poštovanje ljudskih i radnih prava zaposlenih i otvaranje mogućnosti za njihov lični i profesionalni razvoj, kreirano je sa ciljem da zaposleni budu istinski ispunjeni i zadovoljni svojim radom. Kompanija je nastavila i sa projektima podrške mladima kroz programe zapošljavanja i praksi za studente i srednjoškolce. U 2020. godini posebna pažnja bila je posvećena bezbednosti radnih mesta u uslovima pandemije. Procesi rada bili su organizovani tako da su svi zaposleni čija je priroda posla to dozvoljavala dobili mogućnost da rade od kuće. Istovremeno u poslovnim prostorima primenjene su sve epidemiološke mere za zaštitu zdravlja zaposlenih na radnom mestu i sprečavanje širenja korona virusa u kolektivu.

UVEK U DOBROM DRUŠTVU

Delta Holding sa zadovoljstvom učestvuje u radu svih organizacija i udruženja koja okupljaju društveno odgovorne kompanije i pojedince. Kao predsedavajući Upravnog odbora Globalnog dogovora u Srbiji i član UO Foruma za odgovorno poslovanje, zajedno sa kolegama promovišemo ciljeve održivog razvoja Ujedinjenih nacija i doprinosimo informisanju i aktivaciji ostalih članova.

Svaki zaposleni u kompaniji s ponosom ističe da je zajednica prepoznala našu aktivnost. Za akciju Naše selo dobili smo nagradu Virtus za najinovativniji projekat; pripala nam je Nacionalna nagrada Privredne komore Srbije za društveno odgovorno poslovanje kao i nagrada „Đorđe Vajfert“ za velika preduzeća. Priznanja su ne samo naš ponos, već i veliki motiv da još energičnije nastavimo u narednom periodu.

STVARAMO NASLEĐE KROZ ODRŽIVI RAZVOJ

Energetska efikasnost, upotreba energenata iz obnovljivih izvora i racionalizacija korišćenja prirodnih resursa deo su Strategije razvoja poslovnog sistema Elixir Group 2020-2025.

Elixir Group je domaća, porodična kompanija, koja duže od dve decenije gradi svoj biznis u sinergiji sa zajednicom, sa fokusom na ljude koji predstavljaju najveći potencijal poslovnog sistema. Elixir je lider u hemijskoj industriji Jugoistočne Evrope, sa dva kompleksa hemijske industrije u Srbiji - u Šapcu i u Prahovu, kod Negotina, a jedan je od šest evropskih proizvođača fosforne kiseline. Oko 70 % ukupne proizvodnje plasira se na tržište više od 70 zemalja sveta na svim kontinentima.



INOVACIJE I RAZVOJ – STRATEŠKI PRIORITETI ELIXIR GROUP

Poslovni sistem Elixir Group zapošljava više od 1.600 radnika. Imajući u vidu da su među strateškim prioritetima **inovacije, razvoj i operativna izvršnost**, zaposleni kontinuirano unapređuju znanja i kompetencije.

Strateški planirajući svoj dalji razvoj, u nameri da doprinese ostvarenju **Ciljeva održivog razvoja**, Elixir primenjuje inovativna rešenja, uvodeći model cirkularne ekonomije. Cirkularna ekonomija predviđa maksimalnu optimizaciju privrednih procesa, uz ponovno iskorišćenje raspoloživih sirovinskih i energetskih resursa iz otpadnih tokova, racionalno korišćenje energije i prirodnih resursa, uštedu u vremenu i načinu organizovanja poslovanja, uz maksimalnu redukciju negativnog uticaja na životnu sredinu i na klimatske promene.

Mapa puta za cirkularnu ekonomiju, koju je usvojila Srbija, jeste proces koji ima ambiciju da upozna, promoviše i poveže prepoznate aktere koji svojim zna-



njem, inovativnošću i kreativnošću mogu doprineti bržoj tranziciji ka cirkularnoj ekonomiji. Ovaj dokument je putokaz ka tranziciji na model cirkularne ekonomije, koji pored profita u fokus stavlja i zaštitu životne sredine i očuvanje resursa. Ekonomска, društvena i ekološka dimenzija imaju jednaku važnost, zato dajemo pun doprinos daljem razvoju ovog procesa.

DOPRINOS OSTVARENJU CILJEVA ODRŽIVOG RAZVOJA I ISMANJENJU UTICAJA NA ŽIVOTNU SREDINU

Smanjenje emisije CO2

Kako je ugljen-dioksid najznačajniji među gasovima koji izazivaju efekat staklene bašte i time podstiču klimatske promene, stvoren je indikator, ugljenični otisak, koji preko ekvivalenta CO2 pokazuje koliki je uticaj na životnu sredinu. Primenjujući najbolju praksu, u stalnoj smo potrazi za novim rešenjima kako bismo smanjili ugljenični otisak naših proizvoda i kompanije. U poslednjih nekoliko godina dosta je urađeno na polju smanjenja emisije ugljen-dioksida iz naše fabrike, ali i tzv. „uštede“. Najznačajnije uštede na ovom polju ostvaruju se kroz poslovanje po principima cirkularne ekonomije, odgovornim upravljanjem ambalažnim otpadom i investicijama koje se tiču smanjenja nastanka recikla u samoj fabrici.

Smanjenjem recikla naša fabrika u Šapcu je uspela da smanji emisiju CO2 za 10,1 t godišnje, kroz operativno učešće u ispunjenju nacionalnih ciljeva za reciklažu i ponovno iskorišćenje ambalažnog otpada preko 200 t godišnje, a kroz cirkularnu ekonomiju se očekuje ušteda od oko 991 t godišnje.

Odgovorni prema resursima

Proizvodnja u hemijskoj industriji podrazumeva značajnu potrošnju toplotne energije, gde dominira potrošnja vodene pare, za koncentraciju fosforne kiseline i za procese granulacije i sušenja NPK đubriva, a ona se trenutno podmiruje iz fosilnih goriva. Energetska efikasnost, upotreba energenata iz obnovljivih izvora i racionalizacija korišćenja prirodnih resursa deo su Strategije razvoja poslovnog sistema Elixir Group 2020-2025. U skladu sa tim, planiramo implementaciju koncepta „Waste to Energy“ koji podrazumeva proizvodnju energije primarnim tretmanima otpada ili preradom otpadnih materijala u energente, čime se ostvaruju višestruki benefiti.

Elixir prvi u Srbiji u procesu EMAS-a

EMAS - Eco-Management and Audit Scheme je dobrovoljni sistem menadžmenta životne sredine, harmonizovan na nivou Evropske unije. Njegovim uvođenjem u poslovanje organizacije kontinuirano se procenjuje i unapređuje efikasnost poslovanja u vezi sa životnom sredinom. Na taj način organizacije sprovođe vrednovanje uticaja na okolinu i smanjuju ih. Spoljna i nezavisna priroda procesa EMAS, od inicijalne analize uticaja na životnu sredinu, preko verifikacije, do registracije, osigurava tačnost i pouzdanost. To uključuje i radnje preduzete od strane organizacije za kontinuirano poboljšanje efikasnosti u vezi sa životnom sredinom.

Elixir Zorka, članica Elixir Group, opredeljena je za ulazak u EMAS sistem kako bi se ostvarila puna transparentnost informacija iz oblasti zaštite životne sredine prema svim zainteresovanim stranama, a ovo će biti i dodatni alat u upravljanju EMS i nadogradnja postojećem sertifikatu ISO 14001.

U ovom vrlo zahtevnom poduhvatu Elixir je znatno napredovao, u toku je pisanje Statement-a/ Izjave, koja je glavni dokument u okviru celog procesa.

NA DOBROBIT ZAJEDNICE

Ostvarujući svoju viziju o ***nasleđu koje stvaramo kroz održivi razvoj***, na dobrobit zajednice i uspeh svakog pojedinca, Elixir nastavlja dobru saradnju sa lokalnim sredinama u kojima posluje. Podrška smo i oslonac održivog razvoja, koji prepoznajemo kao imperativ daljeg zajedničkog napretka.

Inicijativa „Za napredak Negotinske Krajine“

Inicijativu „Za napredak Negotinske Krajine“ pokrenuli su Opština Negotin i Elixir Group, sa ciljem realizacije projekata koji doprinose održivom razvoju i stvaraju nove šanse za rad i kvalitetniji život na istoku Srbije.



Kompanija Elixir Group je prisutna u našoj opštini skoro deceniju, investira, zapošljava, pomaže i verujem da se na ovome neće zaustaviti. Donacija kojom ćemo realizovati mnoštvo projekata plod je odlične saradnje, razumevanja i poštovanja kompanije i lokalne samouprave, kaže Vladimir Veličković, predsednik Opštine Negotin

U okviru ove Inicijative Elixir Group je u projekte održivog razvoja u 2021. godini, u saradnji sa Opština Negotin, uložila 100 miliona dinara. Potrebe žitelja ovog kraja definisale su prioritete, pa je značajan deo sredstava uložen u asfaltiranje puteva u 39 sela negotinske opštine. U fokusu naše pažnje su deca i mladi, zbog čega je kroz inicijativu planirano postavljanje pet dečjih igrališta u svim delovima Negotina, a podršku za realizaciju svojih najvažnijih potreba dobile su i škole u ovom gradu, u svoja 24 objekta.



Na ovaj način afirmišemo povezanost i saradnju lokalne samouprave i privrede i predstavljamo model koji, kroz ovu sinergiju, dovodi do realizacije važnih projekata, na dobrobit građana. Odgovornost i održivost za budućnost su imperativ našeg daljeg zajedničkog razvoja. Tome doprinosi i veliki projekat Industrijsko-hemijskog parka, kao i moderan stambeno-poslovni kompleks koji ćemo graditi u Negotinu sa ciljem da mlade zadržimo i vratimo u ovaj lepi kraj Srbije.

**Margareta Musić,
direktorka Elixir Fondacije**

Inicijativa predviđa i ulaganje u unapređenje zdravstvene zaštite – nabavku vozila za dijalizu negotinskom Zdravstvenom centru, kao i očuvanje kulturne i istorijske baštine kroz sredstva namenjena manastiru Koroglaš i crkvama u Miloševu i Radujevcu. U okviru ove inicijative biće realizovani i drugi projekti na uređenju javne i komunalne infrastrukture, a sve sa ciljem stvaranje boljih uslova za život ljudi u Istočnoj Srbiji.

DECA I OBRAZOVANJE U FOKUSU NAŠE PAŽNJE

Kako je dobro obrazovanje među najvažnijim Ciljevima održivog razvoja, neophodno je kontinuirano unapređivati uslove za školovanje najmladih, čemu doprinosimo kroz saradnju sa školama u lokalnim sredinama.

U Šapcu smo pružili podršku projektu Botaničke bašte u OŠ „Stojan Novaković“ izgradivši učionicu na otvorenom za učenike ove i drugih škola, a u Srednjoj poljoprivrednoj školi pomogli smo uređenje trim-staze za nastavu fizičkog, u nedostatku sale.

Negotinske škole nabaviće računare, table, opremiti kabinete i školske biblioteke zahvaljujući podršci obrazovanju, što će doprineti da deca ove opštine uče u boljim uslovima i postižu još bolje rezultate.

PODRŠKA AKCIJI „SPASIMO HRANU, SPASIMO HUMANOST“

Elixir je, u okviru obeležavanja **Nacionalnog dana da-vanja**, podržao kampanju „Spasimo hranu, spasimo humanost“, a zaposleni su prikupili značajne količine hrane, koja je u saradnji sa Humanim srcem Šapca i Crvenim krstom Negotina podeljena materijalno ugroženim porodicama.

Ova akcija pokrenula je veoma važnu temu i osvetlila podatke prema kojima oko 480.000 ljudi u našoj zemlji živi na rubu egzistencije, dok se istovremeno dnevno bací oko dva miliona kilograma hrane. Zato donirane



namirnice nemaju samo materijalno vrednost, nego su i izraz empatije i solidarnosti sa zajednicom i njеним potrebama.

Za doprinos akciji **Elixir Group i Humano srce Šapca** dobitnici su priznani Srpskog filantropskog foruma, koji je pokrenuo kampanju.

SARADNJA I SINERGIJA – PUT KA ODRŽIVOM RAZVOJU ZA SVE

Ostvarenje naše vizije nije moguće bez sinergije koja se postiže umrežavanjem svih aktera u zajednici – uz saradnju sa drugim poslovnim sistemima, lokalnim samoupravama, predstavnicima državnih institucija, udruženja i nevladinim sektorom. Sa ciljem konstantnog unapređenja svog doprinosa zajednici Elixir Group je član Forum za odgovorno poslovanje, a Elixir Fondacija je u članstvu Srpskog filantropskog foruma.

U skladu s tim Elixir je već dve godine deo projekta CSR prakse, koju je pokrenuo Forum za odgovorno poslovanje, a učestvovali smo i na panelu na temu **„Odgovorno i održivo poslovanje - uloga poslovnog sektora u dostizanju održivog razvoja“**, koji je u Negotinu održan u saradnji sa Globalnim dogovorom Ujedinjenih nacija, lokalnom mrežom u Srbiji.

BANKA TO SU LJUDI

Već 13 godina Erste Banka transparentno i sistematicki izveštava javnost o svemu što radi kroz Izveštaj o društveno odgovornom poslovanju - Banka to su ljudi. Zašto nam je ovo važno? Zato što želimo da pokažemo da našom bankom upravljamo odgovorno, vodeći računa o zaposlenima, klijentima, dobavljačima, zajednici i životnoj sredini

Omogućiti svima da ostvare finansijsku nezavisnost i prosperitet, bez obzira na poreklo, status, bogatstvo ili nacionalnost i istovremeno uticati na dalji razvoj društva u kom se posluje, bile su revolucionarne ideje u Beču 1819. godine kada je pripadnica radničke klase Mari Švarc otvorila svoju prvu štednu knjižicu, kao i u Novom Sadu 45 godina kasnije, kada se po bankarske usluge više nije moralo u Beč ili Peštu. Stoga slobodno možemo da kažemo da Erste Banka u svojim korenima ima utisnut jasan pečat humanosti, odgovornog i održivog poslovanja. Za nas društveno odgovorno poslovanje predstavlja strateški okvir za upravljanje kompanijom, zasnovan na ulaganju u dugoročne i stabilne odnose sa svim ključnim zainteresovanim stranama, i na opredeljenju da aktivno doprinosimo razvoju i dobrobiti društva čiji smo neodvojivi deo.

PODRŠKA KLIJENTIMA - KORAK PO KORAK

Svet bez siromaštva i dostojanstven rad i ekonomski rast koji su jedni od Ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih nacija, inspirisali su Erste Grupu da pokrene program socijalnog bankarstva pod imenom „Korak po korak“, koji podržava finansijsko opismenjavanje i inkluziju celog društva i približava bankarske usluge društvu u najširem smislu te reči.



Program je pokrenut u svim zemljama u kojima Erste Grupa posluje, sa ciljem da se podrže startap firme, socijalna preduzeća, organizacije civilnog društva koje doprinose pozitivnim ekonomskim i društvenim promenama, kao i pojedinci, fizička lica sa malim prihodima, koji žele da poboljšaju svoju finansijsku situaciju. Jedinstvenost programa je u njegovoj kompleksnoj podršci koja podrazumeva finansijski (kreditni), edukativni i mentorski aspekt.



U prethodnih pet godina, u Srbiji je kreditnu podršku kroz ovaj program dobilo preko 350 klijenata ukupne vrednosti od 3,6 miliona evra. Edukativnu platformu aktivno koristi 6.500 korisnika, dok je mentorski tim pružio preko 500 mentorskih sesija početnicima u poslovanju. Program je doprineo stvaranju preko 400 novih radnih mesta.

Kroz specijalni projekat „Naše selo“, koji se sprovodi u saradnji sa Delta Holdingom, podržano je dodatno 20 poljoprivrednih gazdinstava iz nerazvijenog dela Srbije, kroz razvojne kredite i prilagođenu nefinansijsku podršku.

FINANSIJSKA PISMENOST

Sa ciljem da damo svoj doprinos kvalitetnom obrazovanju, još jednom od Ciljeva održivog razvoja UN-a, obavezali smo se da do 2030. godine znatno povećamo broj mladih i odraslih koji imaju relevantne veštine, između ostalog i tehničke i stručne, za zapošljenje, pristojne poslove i preduzetništvo. Finansijsku pismenost smo prepoznali ne samo kao važnu temu, već i kao veliki izazov današnjeg društva, ali i svoju

odgovornost i obavezu. Oni koji nemaju pristup finansijskim instrumentima i edukaciji često su isključeni iz ekonomskog i društvenog života. Finansijska pismenost doprinosi smanjenju rizika od siromaštva i ekonomskom rastu, društvenoj inkluziji i stabilnosti. U želji da se ova tema otvari u javnosti, da joj se posveti veća pažnja, ali i strateški pronađe adekvatno





Platformu #ErsteZnali je posetilo 300.000 ljudi, a 5.000 njih je registrovalo svoje naloge i učestvovalo u testovima znanja. Na radionicama iz upravljanja finansijama je do sada učestvovalo 600 učesnika/ca. Zabeležili smo čak 800 sati ekspertskog volontiranja zaposlenih Erste Banke u oblasti finansijske edukacije građana. Takođe, Erste Banka je započela zvaničnu saradnju sa Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja pružajući podršku u strateškom uvođenju programa finansijske edukacije u obrazovni sistem.

U narednom periodu očekujemo uvođenje finansijske pismenosti u osnovno obrazovanje u okviru projekta „Škola novca za osnovca“ koji Erste Banka realizuje u partnerstvu za Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja. Za najmlađe smo pripremili zabavnu mobilnu aplikaciju – igricu kojoj je fokus finansijska edukacija, a koja će biti dostupna svima za mobilni telefon i tablet.

ODGOVORNI I TOKOM PANDEMIJE

Već 13 godina Erste Banka transparentno i sistematicno izveštava javnost o svemu što radi kroz Izveštaj o društveno odgovornom poslovanju - Banka to su ljudi. Zašto nam je ovo važno? Zato što želimo da po kažemo da našom bankom upravljamo odgovorno, vodeći računa o zaposlenima, klijentima, dobavljačima, zajednicima i životnoj sredini. Ono što je još važnije, nastojimo da verno prikažemo ne samo podatke o našem učinku, već i sve one principe u kojima leži naša snaga, u pravom timskom duhu, zajedničkoj viziji koju

posvećeno ostvarujemo i činjenici da smo uvek tu jedni za druge, za naše klijente i lokalnu zajednicu. Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih nacija, koji predstavljaju jedinstven poziv na delovanje čitavom svetu radi iskorenjivanja siromaštva, zaštite životne sredine i obezbeđivanja prosperiteta za sve, čine okvir i za poslovanje Erste Banke. Ponosni smo što smo potpisnici ovakvog globalnog sporazuma koji nas podstiče da stalno pronalazimo nove načine kako bismo najpre unapredili sebe, a zatim nesebično delili svoja znanja da učinimo svet boljim i humanijim mestom za život. Prošla godina je po mnogo čemu bila posebna, vrto-

glavo je okrenula našu svakodnevnicu i postavila nove prioritete. Svesni da su se i naši klijenti susreli sa brojnim poslovnim izazovima, promišljali smo o dodatnim načinima podrške i osnaživanja mikro, malih i socijalnih preduzeća. I ranije smo im pružali različite vidove promotivne podrške, ali smo u jeku pandemije otišli korak dalje i pripremili TV i onlajn kampanju da bismo ih osnažili i pomogli da ostanu vidljivi svojim klijentima i kupcima. Time smo im još jednom pokazali da verujemo u njih, kao što oni veruju u nas kao svog finansijskog partnera. Želeli smo da im pomognemo da ispričaju i predstave vidljivije i glasnije svoje pozitivne i autentične priče. Sudeći po reakcijama javnosti, u tome smo i uspeli.

U okviru kampanje za podršku privredi, Erste Banka je odmah nakon izlaska iz vanrednog stanja za svoje klijente – startape, mikro, mala i srednja preduzeća, kreirala i TV reklame i zakupila TV reklamni prostor na četiri nedelje. Na taj način oni su dobili šansu ne samo da na jedan drugačiji način ispričaju svoje interesantne životne priče i motive za razvoj svojih biznisa, već i da što bolje plasiraju svoje proizvode širom naše zemlje. U kampanji je učestvovalo šest preduzeća, a za svako od njih je pripremljen po jedan spot u trajanju od 35 sekundi i zajednički spot u trajanju od 45 sekundi. Na taj način svakom klijentu je obezbeđeno po 180 minuta besplatne promocije na televizijskim kanalima. Pored toga, promotivni materijal je emitovan i deljen putem društvenih mreža Erste Banke.

Situacija u kojoj smo se svi zajedno našli 2020. godine, postavila je pred nas brojne izazove, ali nas je istovremeno podstakla da pronađemo načine da ipak



sprovedemo predviđene aktivnosti, a pritom dodamo i nove u skladu sa situacijom, sa ciljem da podržimo zaposlene, klijente i zajednicu u kojoj poslujemo. Ponosni smo na to što smo, između ostalog, nastavili da ulazimo u naše zaposlene tako što smo im obezbedili 16.000 sati obuke, što smo umesto za promociju banke sredstva preusmerili na promociju naših klijenata snimivši im reklamne spotove i obezbedivši besplatnu promociju na televizijskim stanicama i našim društvenim mrežama, i što smo uložili u kulturu, umetnost i nauku skoro 16,3 miliona dinara. Pružena je podrška za 40 manifestacija poput Beogradskog festivala igre, izložbe „Alan Ford trči počasni krug“, Bitefa, Guitar art festivala, Festivala nauke i 125 godina Prirodnjačkog muzeja. Naš strateški pristup društveno odgovornom poslovanju i naša posvećenost zajednicama u kojima poslujemo su nam omogućili da napravimo dobar balans u jednom veoma izazovnom vremenu.

S obzirom na urgente potrebe našeg zdravstvenog sistema, Erste Banka je za devet različitih zdravstvenih ustanova širom Srbije izdvojila više od pet miliona dinara vanredne pomoći, na ime podrške borbi protiv pandemije.

Jedan je od stubova društveno odgovornog poslovanja Erste Banke jeste i nastojanje da smanji negativan uticaj na životnu sredinu gde god je to moguće i inovativnim rešenjima doprinese ekološkoj održivosti. Prošle godine uloženo je skoro 100 miliona dinara u upravljanje zaštitom životne sredine, dok je procenat učešća zelene energije u ukupnoj količini potrošene energije iznosio oko 70%.



PARTNERI SA ZAJEDNICOM I KLIJENTIMA

Društveno odgovorno poslovanje je deo strategije Eurobank, koja je od osnivanja u Srbiji 2003. godine u projekte podrške obrazovnom i zdravstvenom sistemu, kulturi i najugroženijim socijalnim kategorijama društva uložila više od 4,7 miliona evra

PODRŠKA TOKOM PANDEMIJE COVID 19

Eurobank je i tokom 2021. godine nastavila da podržava zdravstveni sistem koji je posebno bio pogoden pandemijom koronavirusa. Banka je donirala 1,2 miliona dinara za nabavku inkubatora za neonatalno odeljenje u Kragujevcu. Ova donacija je realizovana u okviru kampanje UNICEF-a „Tako mali da bi u srce stali“, a u cilju adekvatnog lečenja tek rođenih beba koje su zaražene koronavirusom.

Slavica Pavlović, predsednik Izvršnog odbora Banke, istakla je da je podrška zdravstvenom sistemu izuzetno važna, i dodala: „**Ovoga puta smo svoju podršku iskazali kroz odgovor na poziv UNICEF-a da pomognemo najmlađim članovima našeg društva, bebama zaraženim virusom kovid-19. Obezbedili smo sredstva za kupovinu inkubatora zahvaljujući kom će bebe moći da se izbore sa ovim opakim virusom, a to zaista nema cenu. Naravno, i u budućnosti ćemo nastaviti da se zajedničkim snagama borimo za što kvalitetniji zdravstveni sistem.**“

Usled pandemije kovida-19 posebna pažnja i prioritet posvećeni su očuvanju zdravlja zaposlenih i klijentima. U skladu sa epidemiološkim merama, u svim slučajevima gde je to bilo moguće, zaposlenima je omogućen rad od kuće. Kanalima interne komunikacije zaposleni su redovno obaveštavani o svim merama koje se preduzimaju. Dodatno, kreirani su i priručnici koji za cilj imaju pomoći u radu u izmenjenim okolnostima. U



fokusu su nam bili sigurnost, bezbednost i kontinuirana podrška kako zaposlenima, tako i klijentima. Kao stabilna i sistemska banka, Eurobank se trudi da na najefikasniji i najbolji način odgovori na različite potrebe klijenata. Iz tog razloga, Eurobank ulaže napore da bi klijentima omogućila prilagođena i individualna rešenja, kako bi zadržala njihovo poverenje i posvetila se stvaranju i očuvanju zdravih i dugotrajnih uzajamnih odnosa. Novonastala situacija, kao rezul-

tat pandemije kovida-19 prouzrokovala je poslovanje u otežanim tržišnim okolnostima, ali zajednički cilj je bio da izgradimo partnerske odnose sa klijentima i ponudimo prilagođena i individualna rešenja koja su najbolja za njih. U svim poslovnim prostorijama Banke primenjivale su se preporučene mere zaštite u skladu sa zvaničnim preporukama i instrukcijama nadležnih institucija, uključujući redovnu dezinfekciju radnog prostora i bankomata, obavezno nošenje maski za zaposlene, dezinfekciju obuće pre ulaska u ekspoziture i poslovne zgrade banke, i druge preventivne aktivnosti.

Banka je dodatno unapredila svoju uslugu kako bi klijentima omogućila alternativne i digitalne kanale za nesmetano obavljanje transakcija, bez potrebe za odlaskom u ekspozituru. U cilju smanjenja kontakata i zaštite klijenata i zaposlenih, za obavljanje bankarskih poslova, Eurobank je savetovala upotrebu e-b@nking i m-b@nking aplikacija, a za isplatu novca bankomate.

PODRŠKA OBRAZOVNOM SISTEMU „ŠKOLA KAO NACRTANA ZA VAS“

Eurobank je nastavila svoj samostalni društveno-odgovorni projekt „Škola kao nacrtana za Vas“, koji je pokrenula 2018. godine uz podršku Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja. U sinergiji sa klijentima, korisnicima humanitarne Mastercard kreditne kartice „Eurobank Veliko srce“, Banka izdvaja deo sredstava od svojih prihoda i usmerava ih u srednje ekonomski škole, sa ciljem da unapredi obrazovni proces i stvorи bolje uslove za rad i učenje učenicima širom Srbije.

Nabavka adekvatne računarske opreme bila je od velike važnosti imajući u vidu da se nastava u školama održava i u učionicama, i preko onlajn platformi, te uprkos izazovnim vremenima, Eurobank nastavlja sa modernizacijom kabinetova srednjih ekonomskih škola širom zemlje. Na taj način Banca potvrđuje svoje strateško opredeljenje da ulaže u razvoj mladih ljudi i stvara bolje uslove na putu njihovog profesionalnog usavršavanja.



Prvu donaciju u 2021. godini Banka je realizovala u Ekonomsko-trgovinskoj školi „Jovan Trajković“ u Zrenjaninu, opremlivši kabinet sa 30 novih računara ukupne vrednosti oko 1,1 milion dinara. Novi računari su od velikog značaja učenicima ove srednje škole, jer su im neophodni za obuku u virtuelnim preduzećima, kao i za finansijsko-računovodstvenu obuku, kancelarijsko poslovanje, pravne poslove i elektronsko poslovanje.

Eurobank je takođe u Ekonomskoj školi u Kragujevcu obezbedila 25 računara sa odgovarajućim serverom i drugu vrednu opremu za Bankarski kabinet i Kabinet za obuku u osiguravajućem društvu. Vrednost donacija iznosi više od 1,2 miliona dinara. Nova oprema koristiće učenicima obrazovnog profila komercijalista i službenik u bankarstvu i osiguranju u njihovom daljem školovanju. Ova škola je izabrana na internom konkursu Banke, što je novina u odnosu na način selekcije škola ranijih godina. Predlozi za obnovu škola u lokalnoj zajednici su stizali od kolega iz ekspozitura, kojima dugujemo posebnu zahvalnost na angažmanu i želji da doprinesu napretku zajednice u kojoj žive i rade.

Ukupno osam kabinetova u šest gradova obnovljeno je do sada zahvaljujući projektu „Škola kao nacrtana za vas“, a opremljeni su kabineti u Prvoj ekonomskoj školi u Beogradu, Ekonomskoj školi „Stana Milanović“ u Šapcu, Ekonomskoj srednjoj školi „Bosa Milićević“ u Subotici, Ekonomskoj školi „Đuka Dinić“ u Leskovcu i Drugoj ekonomskoj školi u Beogradu.



„Verujemo da su mlađi ljudi najveća pokretačka snaga jednog društva i da ih je potrebno na vreme usmeriti i obezbediti im adekvatne uslove za razvoj i napredak. Veoma smo ponosni što i u ovako izazovnim vremenima možemo da doprinesemo njihovom profesionalnom razvoju uz veliku podršku Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, kao i klijenata, korisnika humanitarne Mastercard kreditne kartice. Do sada smo kroz projekat 'Škola kao nacrtana za Vas' uložili više od 7,2 miliona dinara i na taj način obezbedili kvalitetnije obrazovanje učenika srednjih ekonomskih škola u Srbiji", izjavila je Slavica Pavlović, predsednik Izvršnog odbora Eurobank.

Realizacijom projekta „Škola kao nacrtana za Vas“, obezbeđeno je više od 150 računara za elektronsko-jezičku laboratoriju, kabinete virtuelne banke, kabinet računovodstva, kabinet za obuku u osiguravajućim društvima, dok je preko 4.000 srednjoškolaca u Srbiji obrazovnog profila službenik u bankarstvu i osiguranju dobilo priliku da aktivno unapređuje svoje stručno znanje. Dodatno, projekat ima još jednu važnu komponentu – kroz predavanja zaposlenih iz Eurobanke i stručnu praksu, učenici srednjih ekonomskih škola stiču nova teorijska i praktična znanja o bankarstvu. Zahvaljujući dugogodišnjoj saradnji koju Banka ima sa izdavačkom kućom „Laguna“ i knjižarama „Delfi“, svim đacima ekonomskih škola u gradovima u kojima se realizuju donacije obezbeđeni su specijalni popusti u njihovim knjižarama.

PODRŠKA MANIFESTACIJI „NOĆ KNJIGE“

Da je podrška kulturi i obrazovanju jedan od najvažnijih stubova društvene odgovornosti Eurobanke, potvrda je regionalna manifestacija „Noć knjige“ a koju je Banka podržala i ove godine, 19. put zaredom. Ovogodišnja manifestacija, koju tradicionalno organizuju izdavačka kuća „Laguna“ i knjižarski lanac „Delfi“, pod nazivom „Priča koja traje“ realizovala se

u više od 30 gradova u Srbiji i regionu, na čak 62 lokacije. Najposećeniji čitalački događaj, odmah nakon Beogradskog sajma knjiga, ljubiteljima pisane reči obezbedio je više od 50.000 naslova, a Eurobank, kao generalni sponzor, i ovaj put je želeta da unapredi kulturu čitanja i doprinese popularizaciji knjige.

PODRŠKA PRODAVCIMA MAGAZINA „LICEULICE“

Najugroženije društvene kategorije ni tokom 2021. godine nisu ostale bez podrške Eurobanke, među kojima su i prodavci magazina „LICEULICE“, koji su, tokom trajanja epidemije koronavirusa neretko suočeni sa izostankom materijalnih prihoda.

Sa ciljem da im pomogne da ostvare zaradu, Banka je otkupila deo tiraža i na taj način podržala ovu neprofitnu organizaciju koja je posvećena osnaživanju lica koja teže dolaze do posla i žive na margini našeg društva. Sličnu inicijativu Eurobank je organizovala i prošle godine, kada su, usled proglašenja vanrednog stanja, prodavci ovog magazina bili onemogućeni da ostvare bilo kakva materijalna sredstva od njegove prodaje. Podrška je usmerena na sveobuhvatno osnaživanje pojedinaca u teškoj materijalnoj situaciji ili isključenih iz društva, a koji žele da rade i da vlastitim trudom promene svoj život.

ZAJEDNIČKA DONACIJA EUROBANKE I DIREKTNE BANKE – 50.000 EVRA ZA HRABRE VATROGASCE

Eurobank i Direktna banka su početkom jula 2021. godine najavile sporazum o pripajanju i strateškom partnerstvu i realizovale prvu zajedničku donaciju. Naime, dve banke donirale su 50.000 evra pripadnicima Ministarstva unutrašnjih poslova kao podršku za 52 pojedinca iz Sektora za vanredne situacije, Helikopterske jedinice MUP i medicinskog tima, koji su pomogli svojim grčkim kolegama u gašenju požara na ostrvu Evija u Grčkoj, koji je letos pogodio ovu zemlju.



„Ovo je vreme kada je potrebno da budemo solidarni i pružimo pomoć svakom kome je ona potrebna. To su vrednosti na kojima Eurobank temelji svoje poslovanje. Današnja zajednička donacija je jedan vid pohvale i podrške za naše hrabre vatrogasce koji rizikuju svoje živote kako bi pomogli prijateljskom grčkom narodu koji se ovih dana bori sa strašnim požarima“, istakla je Slavica Pavlović, predsednik Izvršnog odbora Eurobanke.



AKTIVNO UČEŠĆE U KAMPAJNI „SPASIMO HRANU, SPASIMO HUMANOST“

U Srbiji se preko dva miliona kilograma hrane baci dnevno, iako gotovo pola miliona naših sugrađana nije u mogućnosti da zadovolji svoje osnovne životne potrebe. Želeći da doprinese rešavanju ovog problema i podigne svest javnosti o značaju borbe protiv gladi Eurobank se priključila inicijativi „Spasimo hranu, spasimo humanost“ koju je pokrenula Koalicija za dobročinstvo. Eurobank je na samom početku ustupila medijski prostor i promovisala inicijativu na društvenim mrežama, a što je posebno značajno oslobodila je bankarskih provizija sve uplate koje idu na namenski račun koji je otvoren povodom Nacionalnog dana davanja za sve donacije građana i kompanija koje su namenjene za kupovinu paketa osnovnih životnih namirnica za najugroženije građane u udaljenim i ugroženim područjima. Oslobađanje od bankarskih provizija realizovano je za fizička i pravna lica, kao i gotovinske i bezgotovinske uplate, dakle za sve grupe klijenata i sve načine plaćanja u tim bankama direktno na namenski račun Srpskog filantropskog foruma. Za poseban doprinos kampanji Spasimo hranu, spasimo humanost Banka je nagrađena plaketom od strane Srpskog filantropskog foruma.

POZITIVAN UTICAJ NA BUDUĆNOST U REGIONU

Forever Friends relativno je mlada fondacija, ali dobri rezultati i zadovoljni sugrađani svakako su vetr u leđa, koji ohrabruje sve članove fondacije da u budućnosti rade još intenzivnije i kontinuirano osmišljavaju nove uspešne projekte

Protekljih godina bili smo u prilici da više nego ikada pre osetimo koliko su međusobna podrška i solidarnost važni društveni činioci. Verujući u ideju da u izazovnim vremenima humanost ispunjava život smisom, a empatija i solidarnost predstavljaju prioritet za sve nas, dobra društvena inicijativa pokazala se kao odlična prilika da stanemo jedni uz druge i pružimo oslonac i podršku onima kojima je najpotrebnija. Forever Friends, humanitarna fondacija kompanije Fashion Company, osnovana je u cilju pružanja podrške i ulaganja u projekte iz oblasti zdravstva, obrazovanja, umetnosti, ekologije i sporta u Srbiji i regionu.

Fondacija nastala sa idejom da pozitivno utiče na budućnost generacija koje dolaze, od svog osnivanja pomno prati i osluškuje potrebe zajednice, pružajući podršku i apelujući na važne zdravstvene, kulturne i ekološke teme.

NIJE VOĐA ONAJ KOJI PRAVI NOVAC, VEĆ ONAJ KOJI STVARA SMISAO

POČETAK U PRAVO VREME

Kako je nastala u jeku pandemije, Forever Friends fondacija imala je odgovoran zadatak da odmah deluje i krene u realizaciju velikih projekata. Prema rečima predsednice, IVE Babović, fondacija je osnovana malo pre pandemije – takoreći u pravo vreme.

Iz nepredvidivih okolnosti u kojima se svi zajedno nalazimo, proistekli su tihi heroji koji svakodnevno vode nadljudsku borbu sa korona virusom. Širom Srbije, posvećeni lekari, medicinske sestre i ostali zdravstveni radnici brinu za svakog pojedinačnog pacijenta, ne obazirući se na umor.

Podstaknuti željom da unesu radost u dečja srca, članovi fondacije pripremili su preko 600 paketiće za decu lekara, medicinskih sestara, tehničara, kao i nemedicinskog osoblja, koji od početka pandemije nesebično pomažu obolelima u kovid bolnici KBC „Dr Dragiša Mišović“ Dedinje.

Fondacija je u kovid godini donirala i značajna sredstva Republičkom fondu za zdravstveno osiguranje, kao i sredstva za kupovinu respiratora Crvenom krstu Crne Gore i bolničku opremu, zaštitne maske i poklon pakete Opštoj bolnici Berane.



„Ovim donacijama želeli smo da učinimo sve što je u našoj moći kako bismo pomogli u borbi za zdravlje i sigurnost svih nas. Istovremeno, želimo da se zahvalimo zdravstvenim radnicima koji su, zbog svog plemenitog poziva, na prvoj liniji odbrane i danonoćno se bore za živote naših sugrađana. Lekari, medicinske sestre, laboratorijski tehničari, higijeničari su tu za nas. I mi moramo biti tu za njih“, izjavila je Iva Babović, predsednica Forever Friends fondacije, i dodala da su ljubav i briga prema zajednici, kupcima i hiljadu zaposlenih temelji na kojima počiva gotovo tri decenije poslovanja Fashion Company.

PODRŠKA MLADIM UMETNICIMA

Iako je, shodno situaciji, glavni fokus bio na pomoći zdravstvenom sistemu, podrška nije izostala ni drugim mladim ljudima, koji će zahvaljujući svojoj upornosti u godinama pred nama tek pokazati svu raskoš svog talenta.

Nemanja Vučković je jedan od predstavnika nove generacije umetnika u Srbiji koji je svoje rade u maju ove godine predstavio na izložbi „Tajna prirodnih procesa“. Prepoznavši rad i talenat ovog mладог umetnika, fondacija je odlučila da u znak podrške i bržeg daljeg profesionalnog razvoja donira određena sredstva i podrži njegovu izložbu.

FASHION COMPANY - FOREVER FRIENDS FONDACIJA

Kao prijatelji budućnosti kulturnog nasleđa, pored direktnе podrške mladim umetnicima, jedna od bitnih tema kojom se fondacija intenzivno bavi je i očuvanje kulturne baštine i pomoć u obnovi važnih spomenika kulture.



NEMANJA VUČKOVIĆ JE JEDAN OD PREDSTAVNIKA NOVE GENERACIJE UMETNIKA U SRBIJI KOJI JE SVOJE RADOVE U MAJU OVE GODINE PREDSTAVIO NA IZLOŽBI „TAJNA PRIRODNIH PROCESA“

ZA SREĆNIJE DETINJSTVO

Članovi fondacije obradovali su i mališane iz Crne Gore pripremivši preko 100 paketića za decu iz socijalno ugroženih porodica.

Iva Babović, direktorka fondacije, čvrsto veruje da danas nije vođa onaj koji pravi novac, već onaj koji stvara smisao.

FOREVER FRIENDS FONDACIJA PRUŽA PODRŠKU I ULAŽE U PROJEKTE IZ OBLASTI ZDRAVSTVA, OBRAZOVANJA, UMETNOSTI, EKOLOGIJE I SPORTA U SRBIJI, CRNOJ GORI I REGIONU

„Svakako da je socijalno najosetljivijim grupama neophodna pomoć, koju mi i pružamo. Međutim, želimo da delujemo šire i ostavimo trag, koji možda nije odmah primetan. Nekada su te, na prvi pogled „nevidljive“ stvari koje radimo iz pravih uverenja – najplodonosnije“, objasnila je Iva Babović. Kako je pozitivan uticaj na budućnost generacija koje dolaze imperativ delovanja, donacijom pozorišnih kostima vrtiću „Magija“, članovi fondacije dodatno su motivisali najmlađe da još intenzivnije maštaju i kroz kostimirane predstave iskažu svu svoju kreativnost.



FONDACIJA JE U KOVID GODINI DONIRALA ZNAČAJNA SREDSTVA REPUBLIČKOM FONDU ZA ZDRAVSTVENO OSIGURANJE, KAO I ZA KUPOVINU RESPIRATORA CRVENOM KRSTU CRNE GORE I BOLNIČKU OPREMU, ZAŠTITNE MASKE I POKLON PAKETE OPŠTOJ BOLNICI BERANE

EDUKACIJA O UGROŽENIM ŽIVOTINJSKIM VRSTAMA

Živimo i radimo u vremenu u kome se sve češće suočavamo sa ozbiljnim ekološkim pretnjama, koje uključuju i nestanak staništa mnogih postojećih biljnih i životinjskih vrsta. Misija očuvanja prirode definitivno je zadatak svakog pojedinca, ali pre svega je važno da velike kompanije budu što glasnije i svojim apelom pozitivno utiču i podstiču svoju zajednicu na delovanje.

Kao prijatelji budućnosti prirode, serijom kraćih videa, Forever Friends fondacija ukazala je na životinjske vrste čija su staništa ozbiljno ugrožena. Potpuno u duhu čuvene poslovice „na mlađima svet ostaje“, glavni akteri ove inicijative upravo su mališani, koji su veoma rado prihvatali ulogu naratora u svakom videu.

REGIONALNA PODRŠKA

Bez saradnje sa susedima i zajedničke podrške u najtežim trenucima, ideja humanosti i solidarnosti ne bi imala preterano smisla. Kako je Fashion Company regionalna kompanija, koja uspešno posluje i na tržištima u okruženju, veoma je važno oslušnuti i potrebe lokalnog stanovništva koje тамо živi i biti prisutan kada je pomoć potrebna.



DECA SU GLAVNI NARATORI U EDUKATIVNIM VIDEIMA O ZAŠTITI PRIRODE

U cilju podrške građanima, nakon zemljotresa u Hrvatskoj fondacija je donirala 20.000 evra za pomoć ugroženom stanovništvu i za saniranje posledica razornog potresa.

Forever Friends relativno je mlada fondacija, ali dobri rezultati i zadovoljni sugrađani svakako su vетар u leđa, ohrabruju sve članove fondacije da u budućnosti rade još intenzivnije i kontinuirano osmišljavaju nove uspešne projekte, koji će dugoročno izmamiti osmehe na licu mnogim budućim generacijama.

ZDRAVO DVADESETE

Platforma je namenjena zdravim navikama, energiji i dobrom raspoloženju dvadesetogodišnjaka

U cilju prevencije i očuvanja zdravlja mladih ljudi u Srbiji, kompanija Galenika pokrenula je platformu „Zdravo dvadesete“, projekat od nacionalnog značaja. Ideja je da se mlađim ljudima pruži kredibilan izvor informacija o važnosti prevencije hroničnih, nezaraznih oboljenja uz savete eminentnih medicinskih stručnjaka i plasman savremenih zdravstvenih saveta, a sve kroz sadržaj oblikovan u skladu sa potrebama mlađih.

Studentska populacija predstavlja onaj deo društva koji se nalazi na životnoj prekretnici. Iako se oni u pravnom smislu smatraju odraslima, oni to u praksi i dalje nisu, te im je veoma teško da uspostave balans između ta dva sveta. Manjak iskustva i prevelika očekivanja kada su studenti u pitanju, dovode ih u poziciju da su često izloženi velikoj količini stresa, a posledično zaborave da se posvete zdravim životnim navikama.

Takođe, tokom studentskog perioda, mlađi se često nađu u situaciji da imaju veliki broj obaveza, što prouzrokuje hroničan osećaj da su pod pritiskom i uvek sa manjkom vremena za sve aktivnosti u toku dana. U takvim uslovima oni vrlo često zaborave ili ne nauče da treba da budu odgovorni prema sebi i da brinu o sopstvenom zdravlju.

„ZDRAVO DVADESETE“ JE ODRŽIVI DRUŠTVENO ODGOVORNI PROJEKAT USMEREN KA EDUKACIJI I PREVENCICIJI HRONIČNIH OBOLJENJA I USPOSTAVLJANJU ZDRAVIH PRINCIPIA KOJI SU NAMENJENI MLAĐOJ POPULACIJI, PRE SVEGA STUDENTIMA (18-25 GODINA)

E-VODIĆ

Projekat „Zdravo dvadesete“ za cilj ima podizanje svesti o prevenciji i pružanje podrške mlađima da budu odgovorni prema sebi i sopstvenom zdravlju kako bi gradili održive navike i pravili zdravije izbore. Iako postoje određena znanja o prednostima zdravih životnih stilova, istraživanja sprovedena pre lansiranja platforme pokazala su da je mlađima potrebna edukacija o prevenciji i očuvanju zdravlja. Kao prvi izvor na putu informisanja, u okviru platforme predstavljen je E-vodič pod nazivom „Kako da pronađete svoju ravnotežu i održite zdravlje“ u okviru kog se mogu pronaći relevantne informacije, preporuke i saveti kako izgradnjom zdravih navika izbeći određene tegobe, zatim kako prepoznati simptome i kada i kako reagovati ukoliko se pojave, uključujući odlaske na redovne preglede. E-vodič pokriva relevantne oblasti iz velikog spektra tema: ishrana, fizička aktivnost, mentalno zdravlje, kontracepcija, zavisnosti, hormoni i alergije. E-vodič je besplatno dostupan na web-sajtu dvadesete.rs koji predstavlja jednu od platformi za komunikaciju i informisanje dvadesetogodišnjaka, a na kojoj su osim E-vodiča dostupni i saveti iz oblasti života i zdravlja relevantnih za mlađe.



PREMA SVETSKIM ISTRAŽIVANJIMA, BROJNA OBOLJENJA MEĐU STUDENTIMA PREDSTAVLJAJU POSLEDICU NJIHOVOG NAČINA ŽIVOTA I NEDOSTATKA SVESTI O VAŽNOSTI SOPSTVENOG ZDRAVLJA, HIGIJENE I REDOVNIH SISTEMATSKIH PREGLEDA

Sadržaj E-vodiča i platforme, iako primamljivog dizajna i stila kreiranog tako da odgovara ciljnoj grupi, nosi veliku odgovornost i zato je kompanija Galenika angažovala vrhunske eksperte iz datih oblasti kako bi obezbedila najviši mogući kvalitet i kredibilitet.



VAŽNOST PROJEKTA USLED PANDEMIJE VIRUSA COVID-19

Kao posledica trenutne, nezavidne situacije u svetu, sve se više govori o važnosti mentalnog zdravlja, a pandemija korona virusa istakla je značaj održavanja mentalne higijene. Mlade posebno pogađa trenutna situacija – sprečeni su da izađu, da se socijalizuju i na taj način upoznaju nove ljude, da stvaraju kontakte, a sve ovo izuzetno utiče na njihovo raspoloženje i osećanja. Rezultati ankete, sprovedene u okviru same platforme, pokazali su da iako se dve trećine ispitanika izjasnilo da ume da prepozna znakove narušenog mentalnog zdravlja, čak 95 odsto mlađih bi volelo da sazna više o simptomima i tehnikama pomoću kojih se mogu ublažiti blaži oblici narušenog mentalnog zdravlja. Anketa je takođe pokazala da većina njih, 40,3 odsto, ovakve vrste problema pokušava da reši sama, bez razgovora



sa nekim od prijatelja, partnera, rođaka i slično. Ovo predstavlja zaista enorman procenat kada je ova tema u pitanju i kroz „Zdravo dvadesete“ se pruža podrška mlađima i predstavlja im se nova kultura kroz koju će njihov problem biti sagledan sa treće, objektivne strane.

GALA KAO GLAS GENERACIJE

Sa ciljem da se što više približi svojoj publici i ostvari ličniji odnos protkan poverenjem i osećajem sigurnosti, „Zdravo dvadesete“ platforma lansirala je Galu. Gala predstavlja glas generacije i glavni kanal komunikacije sa mlađima. Gala ima za cilj da se približi mlađim generacijama, zadobije njihovo poverenje i stvari prostor za slobodnu dvosmernu komunikaciju. Ona predstavlja

relevantnog sagovornika pokrivači raznovrsne teme, fokusirajući se prvenstveno na uvođenje zdravih navika u svakodnevni život mlađih. Ona je tu da razgovara sa mlađima o svim temama, pruži im podršku i odgovore na sva pitanja i nedoumice koje mlade generacije imaju.

IZGRADNJA MREŽE PARTNERA

Kroz mrežu partnera na projektu, „Zdravo dvadesete“ su dobitile kredibilitet, ali i veću vidljivost među populacijom kojoj je projekat namenjen. Za prvu godinu dana više od 10 partnera dalo je svoju podršku, a među njima su i Ministarstvo omladine i sporta Republike Srbije, Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, Krovna organizacija mlađih Srbije, Fondacija Novak Đoković, studentske organizacije, studentski centri...

Platforma „Zdravo dvadesete“ trenutno okuplja zajednicu od preko 9.000 ljudi, putem društvenih mreža Instagram, Facebook i Tik-Tok, kao i putem veb-sajta dvadesete.rs. Facebook stranica proširuje ciljnju grupu, te je pre svega namenjena roditeljima i porodicama dvadesetogodišnjaka.

Takođe, važan deo ovog projekta predstavlja saradnja sa partnerima/influenserima koji su doprineli tome da ovaj projekat bude što prisutniji u medijskom svetu. Neki od najznačajnijih su ilustratorka Zombijana, influenserka Leyla Reiko, FFM kao platforma za sve koji nose odeću, tik-toker Styleof Andrew, portal Zabavnik.com i mnogi drugi.

„PITAJTE DOKTORA“

Još jedan vid interakcije sa publikom jeste i rubrika „Pitajte doktora“ u kojoj lekari specijalisti savetuju i odgovaraju na sva pitanja postavljena putem Instagram stranice „Zdravo dvadesete“. Pratioci imaju priliku da postave pitanja iz multilateralnih oblasti o kojima znaju malo ili ne znaju ništa, te da dobiju odgovore stručnih lica koja će im tematiku približiti na najkvalitetniji mogući način.



#ROZEOKTOBAR: SA GALENIKOM I PANTENOLOM U MESECU BORBE PROTIV RAKA DOJKE

GALENICA U DUGOROČNOJ MISIJI POMOĆI INSTITUTU ZA ONKOLOGIJU I RADILOGIJU SRBIJE

Kompanija Galenika je i 2021. godine donirala sredstva Institutu za onkologiju i radiologiju Srbije (IORS). U pitanju je nacionalni institut koji se bavi dijagnostikom, lečenjem i savetovanjem onkoloških pacijenata. Tokom oktobra 2021. godine, Meseca borbe protiv raka dojke, Galenika je pokrenula kampanju #Pantenol-



RozeOktobar posvećenu podizanju svesti o ovoj temi, istovremeno izdvajajući sredstva od prodaje Pantenol proizvoda za planiranu podršku. Iznos ovogodišnje donacije je 13.000 evra u dinarskoj protivvrednosti, a cilj je pomoći Institutu i dodatno unapređenje uslova lečenja pacijenata iz cele zemlje.

„Donacija Galenike je rezultat posvećenosti kompanije ljudima i brizi o zdravlju. Naša svrha se ogleda u obezbeđivanju kvaliteta, a to podrazumeva najviše standarde u proizvodnji, brigu o zaposlenima i potrošačima, ali i celokupnom društvu. Zahvalni smo svima koji su podržali akciju, jer zajedno doprinosimo podizanju svesti o važnosti prevencije i redovnih pregleda, kao i poboljšanju uslova dijagnostike i lečenja onkoloških pacijenata“, izjavio je Rikardo Vian Markes, generalni direktor kompanije Galenika.

Rak dojke je najčešći oblik karcinoma i mesec borbe protiv ove bolesti ima za cilj podizanje svesti o učestalosti obolovanja i važnosti prevencije i pregleda, odnosno rane dijagnostike, koja znatno utiče na terapiju i uspešnost izlečenja.

AKTIVNOM KOMUNIKACIJOM DO POVEĆANE PAŽNJE U BORBI PROTIV RAKA DOJKE

Galenika je svojom kampanjom aktivno podržala borbu protiv karcinoma dojke vodeći se principom **Podeli-Podseti-Proveri**, jer je borba protiv raka dojke tema koja zahteva povećanu pažnju i jačanje

svesti. Kampanja je uključivala mnogobrojne medejske aktivnosti sa tekstovima i banerima posvećenim povećanju svesti o ovoj temi, otvorena je posebna veb-strana pantenol.rs/rozeoktober/ gde su putem interaktivnih video-priloga građani mogli da se informišu o važnosti samopregleda, kao i da pogledaju edukativno video-predavanje stručnjaka sa Instituta za onkologiju i radiologiju Srbije o važnosti prevencije, kome su mogli i da postave pitanja. Kampanja je podrazumevala i značajnu promociju i širenje vidljivosti o ovoj temi i putem digitalnih kanala uz kreiranje posebnog Instagram filtera koji su korisnici društvenih mreža mogli da dele uz svoju fotografiju i na taj način se aktivno pridruže kampanji. Paralelno, Galenika je vršila promociju i putem promotivnih materijala u 2.000 partnerskih apoteka širom Srbije. Dodatno, kao odgovorna kompanija, Galenika je organizovala i akciju preventivnog pregleda za svoje zaposlene, kao i edukativna predavanja.

VAŽNOST EDUKACIJE, INFORMISANJA I ZAJEDNIŠTVA

Rak dojke je i najčešći zločudni tumor kod žena u Srbiji. Svake godine se dijagnostikuje kod oko pet hiljada žena, a statistika kaže da jedna od osam žena tokom svog života oboli od raka dojke. Karcinom dojke je bolest koja pogarda veći procenat žena, ali je prisutna i kod muškaraca. Godišnji skrining pregledi i rana dijagnostika su od velikog značaja za tok i uspešnost lečenja. Brigom o sebi možemo mnogo da učinimo i za sebe i za druge, davanjem sopstvenog, pozitivnog, primera. Tema kakva je borba protiv raka dojke zahteva informisanje i zajedništvo. Svetska zdravstvena organizacija zato podizanje svesti o ovoj bolesti navodi kao najvažniji korak u ishodu lečenja i smanjenju smrtnosti. Pružanje edukacije o zdravlju, radi poboljšanja svesti žena o znacima i simptomima raka dojke i razumevanja važnosti ranog otkrivanja i lečenja, učinilo bi da se više žena redovno pregleda i konsultuje sa lekarom.

POSTAVLJAMO NOVE STANDARDE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

Pored toga što pruža finansijsku podršku, Generali Osiguranje Srbija podstiče svoje zaposlene da volontiraju u raznim aktivnostima

Odgovornost prema životnoj sredini i lokalnoj zajednici deo je strateškog opredeljenja Generali Osiguranja Srbija. Važna karika poslovne kulture kompanije je ne-govanje raznolikosti i inkluzivnog radnog okruženja. Generali Osiguranje Srbija svake godine postavlja nove standarde društveno odgovornog poslovanja i nastoji da ličnim primerom podstiče društvenu odgovornost. Proteklih godina i po dana obeležila je pandemija virusa kovid-19, koja je snažno uticala na društvenu zajednicu. U znak zahvalnosti i podrške lekarima, medicinskom osoblju i volonterima, Generali Osiguranje Srbija pridružilo se programu podrške Vlade Republike Srbije „**Za naše heroje**“. Kroz personalizovane kartice „Naš heroj“, svima koji su zaposleni ili volontiraju u sistemu kovid-19 omogućeni su popusti i druge pogodnosti prilikom plaćanja robe i usluga brojnih kompanija i preduzetnika koji učestvuju u programu. Novembar je mesec u kome se, sada već tradicionalno, u Generaliju održava **Nedelja različitosti**. Tada se sprovode razne akcije čiji je cilj promovisanje rav-

nopravnosti i prihvatanja različitosti u kompaniji i u široj javnosti. Između ostalog, kompanija je podržala osnivanje **Platforme za zapošljavanje osoba sa invaliditetom**, u organizaciji Foruma mladih sa invaliditetom. Potvrda da se Generali Osiguranje Srbija ističe kao lider u oblasti društvene odgovornosti stigla je u vidu nagrade **Dorđe Vajfert** za podršku i razvoj porodice, za aktivnosti koje kompanija sprovodi u okviru inicijative The Human Safety Net.

PODRŠKA, A NE PERFEKCIJA

The Human Safety Net je inicijativa Generali grupe, a Generali Osiguranje Srbija već četiri godine sa ponosom, sa Fondacijom Novak Đoković, sprovodi njen program za roditelje. Cilj ovog partnerstva je da kroz podršku programu fondacije „**Podrška, ne perfekcija**“ pomogne roditeljima, starateljima i hraniteljima dece do šest godina starosti u savladavanju svakodnevnih izazova u vaspitanju i odgajanju dece, budući da je ovaj period ključan za dalji razvoj deteta. Do sada je preko hiljadu roditelja u više od 20 gradova u Srbiji pohađalo ovaj program. O značaju programa „Podrška, ne perfekcija“ govori priznanje koje mu je početkom ove godine dodelio prestižni Evropski časopis za razvojnu psihologiju. Ono potvrđuje da su rezultati programa merljivi i da doprinose kvalitetu života dece i roditelja. Sa ciljem da omogući podršku što većem broju roditelja i staratelja u Srbiji, u okviru projekta „**Proširi uticaj**“ inicijative The Human Safety Net, Generali grupa je donirala



sredstva za otvaranje 15 centara za roditelje u gradovima širom Srbije, gde će moći da čuju savete stručnjaka, steknu nove veštine i razmenjuju ideje i iskustva. Centri za roditelje se otvaraju u saradnji sa Fondacijom Novak Đoković i lokalnim samoupravama. Do kraja ove godine biće otvoreni u Pančevu, Šapcu, Vladimircima, Baču, Jagodini, Sremskoj Mitrovici, Beogradu, Novom Sadu i Užicu, a sledeće godine u još pet gradova.

TABLETI ZA DECU

Ove godine, zahvaljujući sredstvima koje Generali Osiguranje Srbija donira za svaku popunjenu anketu o zadovoljstvu klijenata, nabavljeni su 42 tablet uređaja za obrazovne ustanove za decu. Cilj je da se deci omogući da, uz vođenje od odrasle osobe, prate obrazovne sadržaje, upoznaju se sa digitalnim svetom i uče na zavavan, multimedijalni način.

Pored toga što pruža finansijsku podršku, Generali Osiguranje Srbija podstiče svoje zaposlene da volontiraju u raznim aktivnostima. U junu ove godine, u okviru prvog **Globalnog izazova**, humanitarne akcije Generali grupe, 400 zaposlenih iz čitave Srbije je trčalo, vozilo bicikl ili čistilo ulice. Generali Osiguranje Srbija je na ovaj način želelo da proširi svest o važnosti brige o zdravlju i zaštite životne sredine i da ujedno podstakne građane Srbije da podrže aktivnosti zaposlenih kompanije i daju prilog za opremanje senzornih soba za decu sa smetnjama u razvoju. Deo sredstava za opremanje senzornih soba u Zaječaru, Kovačici i Sjenici sakupljen je u izazovu, a ostatak je donirala naša kompanija. Na ovaj način kompanija

će pomoći deci sa smetnjama u senzornoj integraciji i učenju da razvijaju čula i kognitivne sposobnosti. Budući da je pandemija kovida-19 uticala i na odnose roditelja i dece, inicijativa The Human Safety Net je u saradnji sa međunarodnim stručnjacima pripremila savete za roditelje širom sveta kako bi im pomogla da se lakše bore sa stresnim situacijama. Volonteri iz Generali Osiguranja Srbija su ih preveli i snimili video-zapise, i tako ih učinili dostupnim porodicama u Srbiji. Ovi saveti su stigli do polaznika programa „Podrška, ne perfekcija“, a preko biltena kompanije, društvenih mreža i agenata i do klijenata. Zaposleni Generali Osiguranja Srbija ove godine su organizovali i onlajn uskrsnju humanitarnu aukciju i akciju sakupljanja igračaka. Na aukciji su se prodavali ukrasi i predmeti koje su napravili zaposleni, a sva prikupljena sredstva uplaćena su Fondaciji Novak Đoković. U akciji sakupljanja igračaka, pokrenutoj u oktobru, zaposleni su sakupljeni igračke za decu uzrasta do šest godina, koje je Fondacija Novak Đoković potom donirala u dva vrtića.

POSVEĆENI ZAŠTITI ŽIVOTNE SREDINE

Zasnovana na čvrstim temeljima, osećaju odgovornosti i želji da stvori bolje uslove za buduće generacije, kompanija Henkel 145 godina vizionarski pristupa pružanju podrške za poboljšanje životne sredine i društva u kom posluje

Milioni ljudi širom sveta svakoga dana koriste neki od Henkelovih proizvoda, zbog toga je posvećenost kompanije da razvija održiva rešenja prioritet duž čitavog lanca vrednosti. Kako u svetu, tako i u našoj zemlji, Henkel teži da bude lider u održivosti. Globalna Strategija održivosti primenjuje se u svim državama u kojima Henkel posluje i to kroz sve aktivnosti kompanije, ujedno podržavajući lokalne humanitarne organizacije i angažovanost zaposlenih.

Pod terminom korporativno građanstvo kompanija Henkel okuplja svoje društveno odgovorne aktivnosti i to u četiri segmenta: korporativno volontiranje poznatije kao MIT inicijativa, društvena partnerstva sa organizacijama koje se bave temama od javnog značaja, angažman brendova zasnovan na Strategiji održivosti, dok se četvrti segment odnosi na pomoć zajednicama u urgentnim situacijama.

PROGRAM KORPORATIVNOG VOLONTIRANJA MIT - MAKE AN IMPACT ON TOMORROW

Kompanija Henkel započela je MIT inicijativu kako bi podržala zaposlene u realizaciji društveno odgovornih projekata koji su im lično važni. Zaposleni prijavljuju projekte od značaja za lokalnu zajednicu i volontiraju u njihovoj realizaciji. Od 2007. godine MIT volonteri u Srbiji realizovali su više od 180 projekata



ciklističko udruženje „Zvezdarica”, reparaciju podova u nekoliko prostorija „Udruženja za mišićne i neuro-mišićne bolesti Topličkog okruga”, nabavku pametnih tabli i projektora za predškolsku ustanovu „Boško Buha” u Indiji, a dodatni MIT projekti očekuju se do kraja godine.

STRATEGIJA ODRŽIVOSTI KROZ ČITAV LANAC VREDNOSTI

Kompanija Henkel 30 godina izveštava o svojim inicijativama na polju održivosti, a 2010. godine lansirala je globalnu Strategiju održivosti koja podrazumeva efikasnije korišćenje resursa, i smanjenje ekološkog otiska kroz smanjenje potrošnje vode, električne energije i generisanja otpada. Henkel Srbija konstantno smanjuje ekološki otisak proizvodne lokacije u Kruševcu i doprinosi globalnom ambicioznom cilju kompanije da bude klimatski pozitivna do 2040. godine, istovremeno održavajući visoke standarde kvaliteta i bezbednosti. U prethodnoj godini, smanjena je ukupna količina otpada koja se proizvede u lokalnoj proizvodnji za 44% (po toni, u poređenju sa 2010). Globalni cilj kompanije Henkel „Nula otpada na depozitu“ sproveden je u potpunosti i u Kruševcu - otpad koji se stvara prilikom proizvodnje u Kruševcu se ne odlaže na deponije, nego se ponovo koristi, reciklira, i na kraju se njime rukuje na jedan od načina propisanih zakonom, od strane licenciranog operatera.

Mnogi dodatni primeri i ulaganja potvrđuju posvećenost zaštiti životne sredine, poput postavljanja

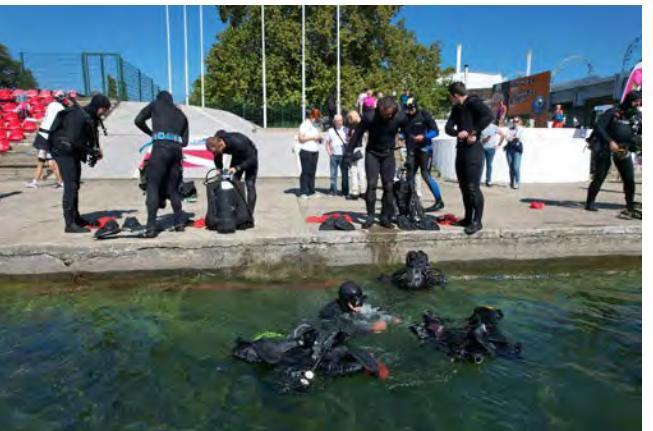


HENKEL SRBIJA KONSTANTNO SMANJUJE EKOLOŠKI OTISAK PROIZVODNE LOKACIJE U KRUSEVCU

toplotnih pumpi koje koriste ekološku energiju iz okoline, imaju značajno niže emisije gasa, jednostavnije su i bezbednije za održavanje. Takođe, koristi se 100 odsto električne energije koja dolazi iz obnovljivih izvora i razmatra se nabavka i korišćenje solarnih panela u budućnosti. Henkelova fabrika u Kruševcu prva u je našoj zemlji dobila ISO 50.001 sertifikat za energetsku efikasnost, kao i međunarodni Gold LEED sertifikat za liderstvo u energetskom dizajnu za očuvanje životne sredine.

SKORO TRI TONE OTPADA OČIŠĆENO U 2. SEZONI PROJEKTA „VOLIM REKU, A TI?“

Tokom 2020. godine Henkelov poslovni sektor Deterdženti i kućna hemija pokrenuo je ekološki projekat „Volim reku, a ti?“. Tom prilikom očišćeno je 650 kg otpada sa četiri lokacije u Srbiji, a projekat je već nakon prve sezone dobio nagradu za društvenu odgovornost





„Đorđe Vajfert“ od Privredne komore Srbije. Ove godine projekat je dodatno unapređen proširenjem lokacija, pa je od kraja jula do kraja septembra očišćeno šest vodenih površina naše zemlje: jezero Ćelije kod Kruševca, Zavojsko jezero kod Pirot, Gradsко jezero u Beloj Crkvi, Zobnatičko jezero kod Bačke Topole, jezero Perućac kod Bajine Bašte i beogradska Ada Ciganlija. Zahvaljujući



saradnji sa Savezom organizacija podvodnih aktivnosti Republike Srbije uklonjeno je skoro tri tone otpada iz vodnih bogatstava naše zemlje, a usled povoljnije epidemiološke situacije i zaposleni Henkela su učestvovali u čišćenju priobalja jezera Ćelije kod Kruševca. Projekat je sproveden pod okriljem ekološke ProNature linije proizvoda, koju je Henkel lansirao u skladu sa svojim ciljem da do 2025. godine sva ambalaža bude napravljena od recikliranih materijala i da može ponovo da se reciklira (sa izuzetkom adheziva, čiji ostaci mogu ometati reciklažu ili kontaminirati tokove recikliranja).

Pored održivog pakovanja, ova linija ima i održivu formulu, te je njena uloga važna u edukaciji krajnjih potrošača da kupovinom ekoloških proizvoda doprinose zaštiti životne sredine, a da pritom performanse samog proizvoda ostaju nepromjenjene.

Zajedno sa brendom Ceresit, kompanija Henkel nastavila je da pruža podršku Fondaciji Novak Đoković u izgradnji vrtića i misiji da svako dete u Srbiji ima uslove za kvalitetno obrazovanje u ranim godinama. U oktobru



meseču otvoren je prvi vrtić u selu Stopanja kod Trstenika, a pored toga što će vrtić biti mesto za razvoj dece, predstavlja i motivaciju roditeljima i starateljima da ostanu da žive i rade u svom rodnom okruženju.

Henkel je nastavio da pruža podršku u urgentnim situacijama, pa je u cilju sprečavanja korona virusa i prateći svoju posvećenost da pomogne zdravstvenim radnicima donirao higijenske proizvode Opštoj bolnici u Kruševcu, kovid bolnici u Kruševcu i Klinici za pulmologiju Kliničkog centra u Beogradu. Od marta 2020. godine kompanija Henkel donirala je blizu 500.000 evra za pomoć zdravstvenom sistemu i najstarijim sugrađanima sa najnižim primanjima kao podršku za vreme trajanja pandemije.

Kao priznanje za podršku u toku pandemije Crveni krst je kompaniji Henkel uručio nagradu „Čari čovekoljublja“ u kategoriji preduzeće koje je dalo najveći

**OD MARTA 2020. GODINE
KOMPANIJA HENKEL DONIRALA
JE BLIZU 500.000 EVRA ZA
POMOĆ ZDRAVSTVENOM
SISTEMU I NAJSTARIJIM
SUGRAĐANIMA SA NAJNIŽIM
PRIMANJIMA KAO PODRŠKU ZA
VREME TRAJANJA PANDEMIE**

doprinos u rešavanju problema zajednice i društva u kome obavlja svoje poslovanje.

Henkel je zajedno sa svojim poslovnim sektorima podržao projekte humanitarnih organizacija, pa je tako organizaciji Dečje srce uručena donacija higijenskih proizvoda za radni centar „Zvuci srca“ koji pomaže osobama sa smetnjama u razvoju pri osamostaljivanju. Godinama Henkel podržava organizaciju „Naša Srbija“ i projekat „Škola prijateljstva“ koji okuplja decu iz ugroženih krajeva Srbije i regionala u kampu u kome se deca druže, uče i zajedno razvijaju svoje veštine. Henkel je i ove godine učesnik humanitarnog sportskog turnira „Zvezdine ige“ pružajući podršku Udruženju osoba sa invaliditetom „Pobednik“. Poslovni sektor Deterdženti i kućna hemija pokrenuo je akciju za podršku organizaciji SOS Dečija sela Srbije kojoj direktno pomažu svi potrošači kupovinom proizvoda brendova „Somat“ i „Mer“. Zahvaljujući ovoj akciji biće obezbeđena nabavka i priprema hrane za porodice uključene u Centar za podršku porodici u Kraljevu, Nišu i Beogradu. Pored sredstava za pripremu zdravih obroka, kompanija Henkel obezbedila je i mesečnu zalihu svojih higijenskih proizvoda.

Kompanija Henkel teži da sarađuje sa partnerima koji dele iste vrednosti i rado učestvuje u projektima koji pomažu široj zajednici. Jedan od primera je podrška akciji kompanije Univerexport pod nazivom „Prvi od rodbine stižemo u babine“. Takođe početkom godine na poziv Nemačko-srpske privredne komore, Henkel je bio deo akcije pošumljavanja „Drvo za Beograd“, a tom prilikom donirao je 19 sadnica drveća kao simbol 19 godina uspešnog poslovanja u Srbiji.

Kompanija Henkel posluje u Srbiji od 2002. godine, a od svog dolaska investirala je više od 350 miliona evra u različite proizvodne, skladišne i projekte modernizacije, i nalazi se na 5. mestu liste izvoznika iz Srbije u 2021. godini. U narednoj, jubilarnoj, godini kompanija će nastaviti sa daljim ulaganjima, kako u navedene projekte, tako i u projekte za razvoj društvene zajednice.

SIGURAN OSLONAC I POTPORA DRUŠTVENOJ ZAJEDNICI

Kompanija iz godine u godinu promoviše sigurno odrastanje, zdrav i izbalansiran način života i ishrane, ali i očuvanje životne sredine, razvoj lokalne zajednice, tradiciju i porodične vrednosti

Kao lider na regionalnom tržištu mleka i mlečnih proizvoda, Imlek uživa imidž jedne od najistaknutijih kompanija kada je reč o društveno odgovornom poslovanju. U svim sferama delovanja, strateško opределjenje kompanije je usmereno na zajednicu i projekte u čijem fokusu je dobrobit okruženja u kojem posluje.

Društveno značajni projekti kompanije usmereni su na ugrožene društvene kategorije kojima je pomoć najpotrebnija, a poseban akcenat Imlek stavlja na najmlađe članove zajednice, čije je srećno i bezbrižno odrastanje na prvom mestu. Vodeći se ovom misijom, kompanija iz godine u godinu promoviše sigurno odrastanje, zdrav i izbalansiran način života i ishrane, ali i očuvanje životne sredine, razvoj lokalne zajednice, tradiciju i porodične vrednosti.

Pod svetлом skoro dvogodišnje pandemije i nove realnosti kojoj svedoči svet, kompanija odlučno nastavlja da sprovodi društveno odgovorne projekte na internom i eksternom nivou.

IMLEK OBEZBEDIO NOVAC ZA NABAVKU SEDAM RESPIRATORA

U jeku pandemije korona virusa, kompanija Imlek je pokazala visok stepen društvene solidarnosti odazvavši se na poziv Vlade Republike Srbije i obezbedivši sredstva za nabavku sedam respiratora potrebnih za lečenje pacijenata sa najtežim oblicima zaraze, raspoređenih u zdravstvenim centrima širom Srbije. Više desetina tona mleka donirano je pacijentima i osoblju najvećih medicinskih centara, kao i Banci hrane, koja je dalje distribuirala robu najugroženijem stanovništvu – narodnim kuhinjama i udruženjima za socijalno ugrožene.

Štićenicima Prihvatišta za decu u Beogradu Imlek je obezbedio dezinfekciona sredstva, beskontaktne toplomere i zaštitne maske i obradovao ih paketićima brenda Moja Kravica. Kontinuiranom saradnjom



sa Prihvatištem za decu Beograda i Sekretarijatom za socijalnu zaštitu, Imlek sprovodi brojne projekte, te je tako povodom Dečje nedelje zdravlja, ovoj ustanovi kompanija donirala mlečne proizvode, kao i opremu za prevenciju infekcije.

ZAŠTITA ZDRAVLJA ZAPOSLENIH

U udarnom talasu pandemije, odgovornost Imleka se ogledala i u obezbeđivanju neophodne zaštitne opreme zaposlenima, uz rad po smenama, kako bi se snabdevanje tržišta mlečnim proizvodima nastavilo i u kriznim momentima, dok su ostali zaposleni radili od kuće, a sve u cilju zaštite njihovog zdravlja i zdravlja čitave zajednice. U saradnji sa Privrednom

komorom Srbije (PKS) i Institutom „Batut“, kompanija je sprovela vakcinaciju zaposlenih odmah s početkom imunizacije u našoj zemlji. Tom prilikom, Imlek je pozvao i sve svoje kooperante da se prijave za vakcinaciju kako bi pre svega sačuvali zdravlje, a onda i osigurali bezbedan proces proizvodnje koji je u mlekarskoj industriji izuzetno osetljiv. Istim intenzitetom i u 2021. godini, Imlek pruža svoj doprinos i ukazuje zahvalnost za poverenje čitavoj zajednici vršeći donacije domovima za decu bez roditeljskog staranja, za decu ometu u razvoju, domovima za stara lica širom Srbije i snabdevajući javne kuhinje proizvodima omiljenih i najistaknutijih Imlekovih brendova. Samo neke od institucija sa kojima Imlek tradicionalno sarađuje na putu humanosti su Prihvatište za decu Beograda, Svračište



SAMO U PRETHODNIH GODINU DANA, KOMPANIJA JE DONIRALA TONE MLEKA I MLEČNIH PROIZVODA ŠIROM ZEMLJE I STOTINE PAKETIĆA SA ŠKOLSKOM OPREMOM ZA MALIŠANE

Ijene Moja Kravica mlečne paketiće različitim dečjim ustanovama u zemlji. Iz godine u godinu, kompanija na Svetski dan školskog mleka podseća na važnost koju u školskom uzrastu ima konzumacija mleka za zdrav razvoj i rast. Nova godina, Uskrs, početak školske godine i mnogi drugi praznici uvek su povod da kompanija obraduje i pomogne još nekome.

Samo u prethodnih godinu dana, kompanija je donirala tone mleka i mlečnih proizvoda širom zemlje i stotine paketića sa školskom opremom za mališane. Deci sa smetnjama u razvoju vrtića „Venčić“ Predškolske ustanove Savski venac, Imlek je donirao potpuno novi, savremeni i bezbedan inventar sa spravama za igru i razvoj motorike, a po preporuci i uz podršku Grada Beograda i Sekretarijata za socijalnu zaštitu, kompanija je povodom Svetskog dana



TRADICIONALNO OBELEŽAVAMO DAN DETETA

Da je društveno odgovorno poslovanje ključna misija kompanije, svedoče tradicionalni projekti koje Imlek sprovodi na lokalnom i nacionalnom nivou godinama koristeći svaku priliku da ukaže pomoć i podršku i izmami osmehe. Kompanija, bez izuzetka, kontinuirano obeležava važne datume koji u fokus stavljuju najmlađe. Svetski Dan deteta kompanija tradicionalno obeležava u cilju podsećanja na obaveze koje društvena zajednica ima prema najmlađima, kao i na aktuelne probleme sa kojima se deca suočavaju, ali i sa ciljem njihovog što zdravijeg i bezbrižnijeg odrastanja.

Praznik koji kompanija sa radošću proslavlja uz najmlađe je Svetski dan mleka, kada Imlek daruje omi-

socijalne pravde donirala mlečne proizvode Prihvatilištu za decu Beograda i Prihvatilištu za stara i odrasla lica.

U BALANSU SA PRIRODOM

Izuzetan značaj Imlek daje i društveno odgovornim projektima na internom nivou budući da oni bude osećaj zajedništva i zalaganja za isti cilj među zaposlenima, koji čine srž svake kompanije. Tako je Imlek ove godine tradicionalno obeležio i Svetski dan zaštite životne sredine kroz internu i eksternu inicijativu pod nazivom „U balansu sa prirodom“, u okviru koje je udruženju Ekološka disciplina donirao kese i rukavice za čišćenje. Takođe, ove godine Imlek je postao jedan od prvih domaćih proizvođača koji

IMLEK JE POSTAO JEDAN OD PRVIH DOMAĆIH PROIZVOĐAČA KOJI KORISTE AMBALAŽU BILJNOG POREKLA

koriste ambalažu biljnog porekla, i time doprinosi očuvanju zdrave životne sredine.

Budući da omiljeni mlečni proizvodi stižu sa domaćih farmi otkupom sirovog mleka od nekoliko hiljada farmera kooperanata, Imlek kontinuirano radi na unapređenju i razvoju farmi kako bi zajedno obezbedili dovoljne količine sirovog mleka, čiji kvalitet i bezbednost zadovoljavaju najviše evropske standarde i kriterijume kvaliteta. Neprestano ulažući u inovativna rešenja i unapređenje poslovanja i tehnologije, kompanija konstantno opravdava poverenje iznoseći isključivo najkvalitetnije proizvode na tržište.

Imlek je ove godine stekao i žig Čuvarkuća, u okviru projekta Privredne komore Srbije „Stvarano u Srbiji“,



čime je još jednom potvrdio vrhunski kvalitet, kao i domaće poreklo svojih proizvoda. Učešćem u ovom projektu kompanija je pružila i doprinos jačanju ekonomije Srbije, povećanju zaposlenosti i investicija, unapređenju konkurentnosti i imidža domaćih kompanija.

Baveći se socijalnim pitanjima, sa najvećim fokusom na socijalno ugrožene strukture i sistematično ulažući u društveno odgovorne akcije, Imlek doprinosi boljem i kvalitetnijem životu stanovnika Srbije. Neki od ranijih društveno odgovornih projekata kompanije su Moja Kravica Rasti srećno, Svetski dan mleka, Moja Kravica Dan majki, Moja Kravica Dan porodice, Flert restauracija klupa u Studentskom gradu, Balans+ postavka samouslužnih stanica za bicikle, Izgradnja Moja Kravica edukativnog paviljona i zabavnog mini-parka u dvorištu vrtića „Lastavica“ u Padinskoj Skeli.

ODRŽIVA BUDUĆNOST KAO POKLON ZA 10. ROĐENDAN

Smanjivanje količine otpada na minimum i recikliranje resursa predstavlja delotvoran način da uticaj na okolinu i klimu promenimo u pozitivnom smeru

Održivi razvoj predstavlja način života od kog dugoročnu dobrobit imaju i priroda i ljudi, ali najveći izazov predstavlja način kako to primeniti u praksi, kako pojedinaca, tako i velikih kompanija. JYSK, međunarodni maloprodajni lanac iz Skandinavije za opremanje interijera i eksterijera, primer je kompanije koja se, kada je reč o održivosti, može pohvaliti mnoštvom uspešnih projekata i inicijativa. Lars Larsen, osnivač JYSK-a, otvorio je prvu prodavnici u Danskoj 1979. godine, a kompanija danas ima više od 3.000 radnji i web shopova u 50 država širom sveta, sa godišnjim prometom od 4,4 milijarde EUR. Na srpskom tržištu kompanija je prisutna od 2011. godine i trenutno broji 41 prodavnici u 27 gradova širom Srbije. Posebno ovih dana, povodom proslave 10. rođendana u Srbiji, JYSK se može pohvaliti velikim projektima kada je reč o primeni održivosti u poslovanju.



MENTORSTVO KAO ODRŽIVO ULAGANJE U BUDUĆNOST

Tajna specifične skandinavske poslovne kulture je u dugoročnom planiranju, kao i promišljaju o budućnosti i odlukama koje uključuju činjenicu da naši prirodni resursi nisu beskonačni, a da samo ljudi koji su srećni i zadovoljni mogu da ispunе svoje pune potencijale - kako privatno, tako i na poslovnom planu.

Kompanijom koja neguje takve vrednosti već više od 20 godina uspešno upravlja predsednik i CEO Jan Bøgh. Predanost ideji o dugoročnom planiranju i održivom poslovanju, Bøgh je još jednom dokazao sredinom septembra ove godine kada je objavio prelazak iz kompanije JYSK u grupaciju Lars Larsen. Kako bi što jednostavnije prebrodili predstojeću tranziciju, Jan Bøgh će naredne dve godine provesti kao mentor svom nasledniku, Ramiju Jensenu, koji punu odgovornost za poslovanje kompanije preuzima 1. septembra 2023. godine.

STRATEGIJA ODRŽIVOSTI ŽIVOTNE SREDINE - KORAK VIŠE

Kada je reč o razvijanju dugoročne Strategije održivosti životne sredine, važno je razumevanje glavnih pokretača uticaja na klimatske promene, kao i menjenje CO₂ karbonskog otiska kompanije. JYSK je to primenio, a cilj im je da usklade kompaniju i ove inicijative i podstaknu napredak prema smanjenju uticaja na okolinu. Za donošenje strategije važno je razumeti šta kupci očekuju, a pri tome sa svojim odlukama biti



ispred zakonodavstva u smislu ekološke održivosti. JYSK se odlučio za korak više i preuzeo na sebe veću odgovornost nego što mu pripada. Kako kompanije rastu i imaju veće uticaje na svet (i pozitivne i negativne), postaje sve važnije usmeravanje na održivost. Kompanija ulaže značajne napore u aktivaciju svesti svojih partnera sa kojima sarađuje. Konkretno, kao maloprodajni lanac, uticaj njihovih radnji na životnu sredinu je prilično mali u poređenju sa uticajima iz lanca snabdevanja. Iz tog razloga, JYSK se odlučio na angažovanje globalnih dobavljača i transportnih partnera i postavio rokove za prilagođavanje, što je za sve od presudne važnosti.

POSLOVANJE PO MERI PRIRODE

Kao kompanija koja je u svakodnevnom kontaktu sa hiljadama kupaca, dobavljača i saradnika, JYSK ima veliku odgovornost za društveno odgovorno poslova-

ZADATAK SVAKE KOLEKCIJE JYSK-A JE POVEZIVANJE SA PRIRODOM

nje. Jedan od stubova strateški definisanih područja u sklopu kojih deluje na lokalnom nivou je zaštita životne sredine, a u samom fokusu su održivi razvoj i briga o zajednici.

Smanjivanje količine otpada na minimum i recikliranje resursa predstavlja delotvoran način da uticaj na okolinu i klimu promenimo u pozitivnom smeru. Učiniti ambalažu održivijom, povećati upotrebu recikliranih materijala i proširiti održivi assortiman, samo su neke od smernica kojima iz kompanije pokazuju poštovanje i ljubav prema planeti.

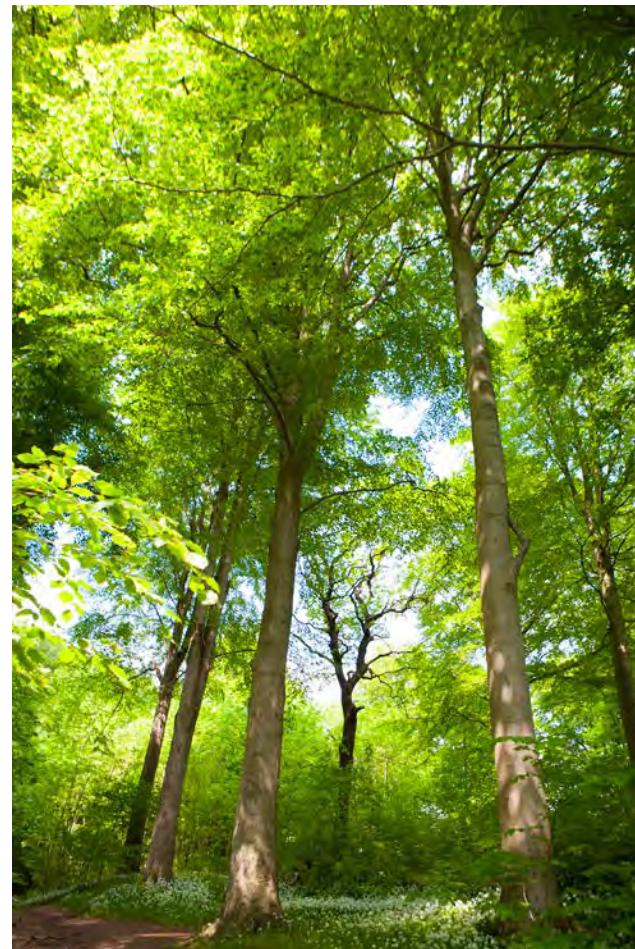


Vesna Kukić Lončarić, Country manager za JYSK Slovenija, Hrvatska, BiH i Srbija, izdvojila je oblasti u kojima kompanija deluje kada je reč o rešavanju ovog problema.

„U JYSK-u smo se obavezali da ćemo do kraja 2024. godine nabavljati 100 odsto održiviji pamuk za sve tekstilne proizvode, a to znači da pamuk mora biti organski, recikliran ili proizведен kroz program orga-

OBAVEZALI SMO SE DA ĆEMO DO KRAJA 2024. GODINE NABAVLJATI 100 ODSTO ODRŽIVIJI PAMUK ZA SVE TEKSTILNE PROIZVODE

nizacije BetterCottonInitiative. Novi drveni nameštaj već prvog januara 2022. godine nosiće oznaku FSC™ sertifikat (FSC™ N001715), a do kraja 2024. godine to će biti primenjeno na sav nameštaj iz ukupne ponude. Ova oznaka znači da potiče iz održivih šuma i da se ne narušava ravnoteža biljnog i životinjskog sveta. Zanimljivo je i to da ako poručite proizvode putem web shopa, dobicećete kutiju prilagođenu veličini vaše narudžbine, zahvaljujući tehnologiji Packsize koja se koristi u našim distributivnim centrima”, izjavila je Kukić Lončarić.



POTROŠNJA ELEKTRIČNE ENERGIJE

Pitanje potrošnje vlastite energije je nešto na čemu JYSK radi već dugi niz godina. Konkretnе mere uključuju promenu svetla u prodavnicama i distributivnim centrima u LED, što znatno smanjuje potrošnju. U odnosu na distributivne centre, većina su novije zgrade, gde je od samog početka fokus bio na uštedi energije. Kada je reč o skladištenju proizvoda, to se dešava u potpuno automatskim skladištima, koja su zagrejana samo na pet stepeni, kako bi se smanjila potrošnja, a u slučajevima gde je JYSK vlasnik objekata, instaliraju se solarne celije.



OSEĆAJ ISPRAVNOG IZBORA

Zadatak svake kolekcije JYSK-a je povezivanje sa prirodom. U kolekciji Nordic Mood posebno se ističu noviteti poput tepiha od ostataka reciklirane kože, korpi od morske trave, baštenske stolice od reciklirane ribarske mreže ili novogodišnji ukrasi za jelku od recikliranog stakla.

Posebno se ističu kolekcija peškira, prostirki i posteljina SCANDINAVIAN SENSE izrađeni od mešavine novog i recikliranog pamuka. Dizajn SCANDINAVIAN SENSE linije proizvoda inspirisan je skandinavskim pejzažem i jednostavnim načinom života, koji pružaju osećaj ispravnog izbora.



LIDL SRBIJA ZA BOLJE SUTRA

Kroz naš moto odgovornosti, trudimo se da, na duge staze, gradimo strategiju društveno odgovornog poslovanja koje ima pozitivan uticaj na celokupno okruženje.



OD 2018.
GODINE: >56 PRODAVNICA

>34	>1.800 gradova širom Srbije
>2.200	>600 zaposlenih u Srbiji

>1.800 pažljivo odabranih proizvoda
>600 proizvoda domaćih dobavljača

NAŠE ZELENE INICIJATIVE

Klimatski ciljevi

Lidl Srbija se obavezao da sopstvene emisije CO₂, direktnе i povezane sa nabavkom energije (Scope 1 i 2) do 2030. smanji za 96%, u odnosu na 2019. godinu.

2019

-96%
CO₂

2030

Zelena struja

U maju 2021. smo u potpunosti prešli na struju iz obnovljivih izvora i time značajno smanjili naš klimatski otisak.

EDGE sertifikat

Sertifikat koji nose 42 Lidl prodavnice za rešenja u gradnji koja doprinose uštedi energije i vode, kao i smanjenju emisije štetnih gasova.

ISO 50001

Sertifikat koji potvrđuje uspešno uspostavljanje sistema za upravljanje energijom.



Drveće za Srbiju

Podržali smo projekte pošumljavanja "Drvo za Beograd" i "Zelena Srbija" i pomogli da se zasadi preko 400 sadnica širom Srbije.



Smanjujemo upotrebu plastike i uz pametna rešenja zatvaramo njen krug proizvodnje!

Ukidanje kesa

U junu ove godine ukinuli smo jednokratne plastične kese za kupovinu.

Time zajedno sa našim potrošačima smanjujemo upotrebu jednokratne plastike i doprinosimo čistoj Srbiji.



Plastični poklopci

Ukidanjem jednokratnih plastičnih poklopaca na određenim proizvodima, uštedećemo 12 tona plastike na godišnjem nivou.



Proizvodi od reciklirane plastike

Nudimo različite proizvode za domaćinstvo od najmanje 95% reciklirane plastike.



Crivit sportska oprema

Nudimo proizvode od reciklirane plastike prikupljene sa obala reka, jezera i mora (Ocean bound plastic).



Čisto iz ljubavi

Akciju uklanjanja otpada iz prirode smo sprovedli sa Gorskom službom spasavanja Srbije i sa još 10 lokalnih organizacija.

Održano je ukupno 14 akcija čišćenja u celoj Srbiji i iz prirode je uklonjeno i propisno zbrinuto preko 2 tone komunalnog otpada, više od 300 kg PET, preko 300 kg stakla i 700 kg papira.

Život u kesi

Na Svetski dan klimatskih promena poznati umetnik Pijanista je jedan javor u Beogradu obukao u zastor od 16.000 kesa (povučenih iz prodaje) i tako skrenuo pažnju koliko je važno da zajedno radimo na oslobođenju prirode.





NAJ POSLODAVAC



Lidl Srbija dobitnik je prestižnog sertifikata „Top Employer Serbia“ i „Top Employer Europe“, za 2021. godinu na nivou države Srbije i teritorije Evrope zajedno sa Lidl kompanijama u još 18 zemalja, koje dodeljuje Top Employers Institute, vrednujući jasno definisane procese upravljanja ljudskim resursima koji utiču na izgradnju fer odnosa, kao i benefita koje kompanija pruža svojim zaposlenima.

ODRŽIVA NABAVKA

Bilo da naš rad utiče na ceo svet ili lokalnu zajednicu, trudimo se da koračamo ka održivoj budućnosti



MALI ZANAT VELIKA STRAST

Akcionom „Mali zanat velika strast“ zadali smo ton za 2021. godinu - lokalno i domaće.

S LJUBAVLJU, DOMAĆE

Kreirali smo novi brand od 80 domaćih proizvoda koji podržava lokalne proizvode, ali i proizvođače.



ČUVARKUĆE

Čak 160 domaćih proizvoda Lidl brendova nosi žig „Čuvarkuća“ što znači da su oni visokog kvaliteta i stvarani u Srbiji.



IZVRSNOST U IZAZOVIMA i POSLODAVAC PARTNER

za odgovorni odnos prema zaposlenima i brzi o njihovoj zaštiti i zdravlju u nestabilnom i nepredvidivom vremenu, kao i izvršnost u upravljanju ljudskim resursima. Oba sertifikata dodeljuje konsultantska kuća SELECTIO.



PODRŠKA ZAJEDNICI

LIDL DEDA MRAZ

Prošlu godinu smo završili velikom humanitarnom akcijom - skoro 5 miliona dinara donirano je kako ustanovama socijalne zaštite tako i pojedincima koji prikupljaju sredstva za lečenje. Naši zaposleni iz cele Srbije predlagali su kome uputiti sredstva i tako mnogima ulepšali kraj godine.

5 miliona RSD

SPASIMO HRANU SPASIMO HUMANOST



CSR Forum

Na ovogodišnjem CSR Forumu Lidl Srbija primila je priznanje za kontinuirano doniranje najugroženijem stanovništvu, značajan doprinos u borbi protiv siromaštva, ali i za doprinos u ostvarivanju ciljeva održivog razvoja u oblasti društveno odgovornog poslovanja.

UNICEF

Organizaciji UNICEF donirali smo novčana sredstva u iznosu od 300 hiljada dinara za kupovinu 13 infuzionih pumpi neonatalnim jedinicama u zdravstvenim ustanovama u Srbiji.



PRINCIPI DRUŠTVE NE ODGOVORNOSTI I SOCIJALNOG PARTNERSTVA ZA LJUDE I PRIRODU

Tokom cele 2021. godine veliki jubilej PAO LUKOIL, 30 godina poslovanja, kompanija LUKOIL SRBIJA obeležava posebnim programom društveno odgovornih projekata, usmerenih na dečje ustanove

Vođenje odgovorne socijalne politike predstavlja značajan segment u delatnosti kompanije LUKOIL SRBIJA, koja od dolaska na srpsko tržište pruža raznovrsnu pomoć građanima, dečjim domovima, obrazovnim i medicinskim ustanovama. Naši najvažniji projekti usmereni su na podršku lokalnim upravama, kao i kulturnom i duhovnom nasleđu porodice.

Posebnim dokumentom, „Socijalnim kodeksom PAO LUKOIL“, Kompanija se i na tlu Srbije obavezala na socijalnu odgovornost prema svim stranama koje na bilo koji način učestvuju u njenom privređivanju. To podrazumeva zaposlene, penzionere i veterane Kompanije, poslovne partnere, državu i društvo u celini.

Kroz specifične društveno odgovorne projekte kompanija LUKOIL SRBIJA je akcenat stavila na nekoliko pravaca: od napora da doprinese zdravom i potpunom razvoju dece i omladine, preko podrške ustanovama javnog zdravlja, humanitarnim organizacijama i centrima za socijalni rad, usmerenim na brigu o deci sa posebnim potrebama, do ekoloških projekata koji imaju za cilj obnavljanje i očuvanje zdrave životne sredine. Jednako važni su bili projekti koje smo realizovali u okviru Sporazuma o saradnji sa Gradom Beogradom. Na taj način su sprovedene brojne aktivnosti i donacije u različitim lokalnim zajednicama širom Srbije.

NIZOM DRUŠTVENO ODGOVORNIH PROJEKATA U SRBIJI OBELEŽAVA SE 30-GODIŠNJI JUBILEJ PAO LUKOIL

U okviru šire akcije koju LUKOIL SRBIJA sprovodi tokom 2021. godine s ciljem da pomogne razvoj lokalnih samouprava u kojima posluje, realizovan je program podrške dečjim ustanovama u mestima i gradovima širom Srbije. U vrtiću „Bambi“ u Požegi predat je na korišćenje dvorišni mobilijar za mališane. Oprema i konstrukcije za košarku, odbojku, mali fudbal, kao i sportski rezervi za fizičko vežbanje donirani su vrtiću „Crvenkapa“ iz Zrenjanina. Donacija u vidu mobilijara i sprava za igru u školskom dvorištu uručena je Osnovnoj školi „Jevrem Obrenović“ u Mišaru nedaleko od Šapca. Pred sami početak nove školske godine svečano je otvorena učionica na otvorenom u Osnovnoj školi „Vuk Karadžić“ u Žitkovcu kod Aleksinca. Dečji vrtić „Suncokreti“ iz Vladimirača krajem oktobra je dobio novu igraonicu na otvorenom.



Još jedan od ovogodišnjih projekata podrške LUKOIL SRBIJA ustanovama i objektima namenjenim deci i mladima uspešno smo realizovali u Beloj Crkvi. Ovoga puta radilo se o rekonstrukciji gradskog plivališta i bazena Vaterpolo kluba „Jezero“, koji ima pedesetogodišnju tradiciju.

DONACIJA „BATUTU“ ZA ISTRAŽIVANJE IMUNSKOG ODGOVORA VAKCINISANIH PROTIV KOVIDA

U nastojanju da pruži dodatni doprinos borbi protiv bolesti kovid-19, LUKOIL SRBIJA je u julu ove godine uputio pomoć Institutu za javno zdravlje Srbije „Dr Milan Jovanović Batut“ radi realizacije istraživanja o karakteristikama imunskog odgovora među osobama vakcinisanim protiv bolesti kovid-19. Pored toga, upućena je finansijska pomoć radi organizacije međunarodnog kongresa koji će početkom decembra okupiti stručnjake iz oblasti javnog zdravlja sa ciljem razmene znanja i iskustava stečenih tokom pandemije bolesti kovid-19.

Nakon podrške Institutu za virusologiju, vakcine i serume „Torlak“, kao i pomoći Republičkom zdravstvenom fondu, donacije „Batutu“ nastavljaju niz izdvajanja kompanije LUKOIL SRBIJA kako bi se unapredio sistem zdravstvene zaštite tokom epidemije i očuvalo zdravlje stanovništva Srbije u jednom od najvećih izazova za javno zdravlje u novijoj istoriji.

KOMPANIJA LUKOIL SRBIJA JE U JULU 2021. GODINE UPUTILA POMOĆ INSTITUTU ZA JAVNO ZDRAVLJE SRBIJE „DR MILAN JOVANOVIĆ BATUT“ RADI REALIZACIJE ISTRAŽIVANJA O KARAKTERISTIKAMA IMUNSKOG ODGOVORA MEĐU OSOBAMA VAKCINISANIM PROTIV BOLESTI KOVID-19

ZA BEOGRAĐANE I SVE KOJI MU DOĐU U GOSTE

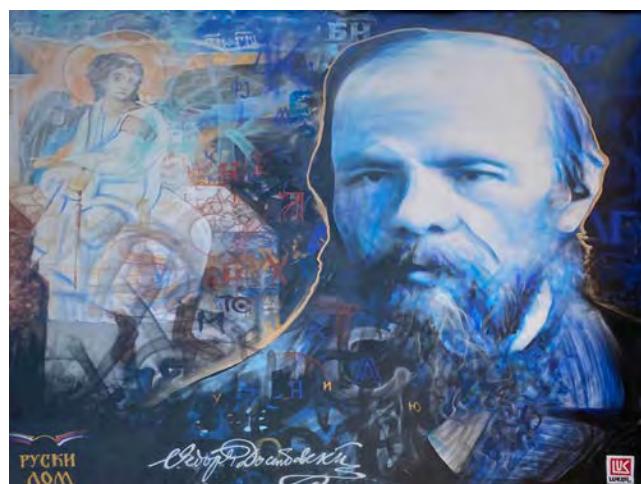
U Skupštini Grada Beograda početkom godine je nastavljena uspešna saradnja Grada i Kompanije i šestu godinu zaredom zaključen je Sporazum o saradnji u oblasti kulture, socijalne zaštite, sporta i ekologije. Kroz trilateralne ugovore podrška LUKOIL SRBIJA je obezbeđena za tri međunarodna festivala i dve manifestacije koji su održani tokom 2021. godine i postali zaštitni znak prestonice.





LUKOIL je prepoznatljivi priatelj priznatih međunarodnih filmskih i muzičkih festivala koji se održavaju svake godine u Beogradu, kao i brojnih manifestacija kojima se obeležavaju važni istorijski datumi Beograda i čuva sećanje na njegov slobodarski duh.

Ugovori o saradnji sa Domom omladine i CEBEF-om odnosili su se na podršku Kompanije za tri festivala: 67. Beogradski festival dokumentarnog i kratkometražnog filma – „Martovski festival“, 37. Beogradski džez festival i Međunarodni filmski festival Fest. Po ugovoru sa Omladinskim pozorištem „Dadov“ LUKOIL SRBIJA je i ove godine podržala dve manifestacije: „Dani Beograda“ i „Dani slobode“.



U okviru „Dana duhovne kulture Rusije u Srbiji“, na inicijativu Ruskog doma i opštine Čukarica, a uz podršku kompanije LUKOIL SRBIJA, na zgradi Kulturnog centra Čukarica u Beogradu svečano je otkriven mural sa stilizovanim portretom Fjodora Mihajloviča Dostojevskog. Time je obeleženo 200 godina od rođenja ruskog književnog velikana, koji je poklanjao veliku pažnju Srbiji, srpskom narodu, kao i vezama ruskog naroda i Srbije. Mural je delo poznatog srpskog muraliste Milana Milosavljevića. Na muralu je pored portreta autora nekih od najznačajnijih književnih dela koje baštini ceo svet, ukomponovan i motiv Belog anđela.



OČUVANJE PRIRODE JE IMPERATIV

Velika akcija pošumljavanja u Somboru početkom novembra obuhvatila je LUKOIL-ovu donaciju 1.300 sadnica – 1.000 sadnica bagrema i 300 sadnica hrasta i sprovedena je u saradnji sa Šumarskim fakultetom Univerziteta u Beogradu, organizacijom „Pokret gorana Sombor“ i lokalnom samoupravom. U cilju podizanja ekološke svesti javnosti, ali i davanja doprinosa zaštiti

ZAPOSLENI LUKOIL SRBIJA SU UČESTVOVALI U PODIZANJU PUTNOG POJASA - DRVOREDA NA INDUSTRIJSKOM PUTU OPŠTINE SOMBOR

životne sredine ova aktivnost je istovremeno predstavljala podršku LUKOIL SRBIJA realizaciji terenske nastave za studente svih godina osnovnih akademskih studija. Tako je ova akcija imala i ekološku i obrazovnu komponentu. U ovoj važnoj akciji rame uz rame sa studentima, goranima i volonterima gradske uprave, zaposleni LUKOIL SRBIJA su učestvovali u podizanju putnog pojasa – drvoreda na Industrijskom putu opštine Sombor. Pokret gorana i gradska uprava Sombor pružili su takođe podršku u odabiru lokacije, pribavljanju dozvola i pripremi terena.

UZ DEČJE SRCE I ŠKOLU ŽIVOTNIH VEŠTINA

Uz podršku LUKOIL SRBIJA u periodu od 29. oktobra do 5. novembra na Zlatiboru je održana 105. „Škola životnih veština“ za osobe sa smetnjama u razvoju. Program je pohadalo 20 osoba sa smetnjama u razvoju, a sa njima se družilo, brinulo o njima i radilo četvero



vaspitača. Aktivnosti su se obavljale u prirodi na čistom vazduhu, a polaznici su bili stalno fizički aktivni i zaokupljeni njima interesantnim sadržajima. Učili su da brinu o sebi, drugima i okolini u kojoj se nalaze. Programom „Škola životnih veština“ osobe sa smetnjama dobile su priliku za putovanje koje nije vezano za porodicu ili školu, već sa svojim vršnjacima i prijateljima sa kojima su mogli da se druže, zabave i ovlađuju veštinama svakodnevnog života i postanu samostalniji. Dobili su šansu da uče što samostalnije da brinu o ličnoj higijeni tela i higijeni prostora u kome borave, pomažu u pripremi obroka i uče pravila života u grupi. Takođe, mogli su da izraze svoju kreativnost i maštovitost kroz radionice i vežbaju manuelne aktivnosti, psihomotoriku i govorne sposobnosti.

NOVOGODIŠNJI PAKETIĆI TRADICIONALNO ZA DECU POD OKRILJEM CENTRA ZA SOCIJALNI RAD LESKOVAC I OŠ „BOŠKO BUHA“ BEOGRAD

Odlučili smo da u ime velikih osmeha i velike radosti malih i ove godine nastavimo tradicionalne aktivnosti u Centru za socijalni rad u Leskovcu, kao i u Osnovnoj školi „Boško Buha“ u Beogradu za decu sa smetnjama u razvoju. Sredinom decembra će biti uručeni novogodišnji paketići koje je kompanija LUKOIL SRBIJA obezbedila za male Leskovčane, korisnike usluga socijalne zaštite, kako decu bez roditeljskog staranja uzrasta do sedam godina, tako i mališane koji žive u svojim poradicama, a čiji roditelji usled nepovoljnih socio-ekonomskih prilika ili drugih ograničavajućih faktora nisu u mogućnosti da im priuštite ovakve poklone.

Radost i praznični duh vezan za doček Nove godine i Božić potrudićemo se da donesemo i učenicima sa smetnjama u razvoju u Osnovnoj školi „Boško Buha“, ali i deci zaposlenih ove ustanove koja će zajedno sa svojim vršnjacima, polaznicima „Boška Buhe“ kao što običaj nalaže, pripremiti za već poznate goste novogodišnju predstavu.

VREDNOSTI KOJE NASTAJU I OSTAJU U SRBIJI

Ideja Mercator-S o stvaranju ciklusa u koji su uključeni domaći proizvođači, prodajni lanci i potrošači je put do jače domaće privrede i bržeg ekonomskog rasta. Na policama IDEA, Roda i Mercator prodavnica ima više od 13.000 proizvoda koji su proizvedeni u Srbiji

Pandemija korona virusa je učinila da zbog blokade međunarodne trgovine važnost domaćih proizvođača postane značajnija nego ikada do sada. U jednom trenutku čitavom svetu je postalo jasno zašto je važno da i u svom kraju imaju proizvodnju proizvoda koji su nam potrebni svakog dana. Mercator-S već šest godina ima brend Ukusi moga kraja koji sada broji više od 200 autentičnih srpskih proizvoda, napravljenih od domaćih sirovina, na tradicionalan način, i u saradnji sa 30 domaćih proizvođača. Kompanija šest godina pokušava u javnosti da podigne temu važnosti razvoja domaće proizvodnje i domaćih brendova.

Domaći proizvodi imaju važnu ulogu u očuvanju baštine koju su nam kroz kvalitetnu i ukusnu hranu ostavile naše bake, ali isto tako oni mogu biti nosioci privrednog rasta i pokretači domaće privrede koja stvara vrednosti koje nastaju i ostaju u našoj zemlji. Kupovinom domaćih proizvoda se čuvaju radna mesta, čuva se naša privreda, čuva se sve ono što nam omogućava da se ekonomski razvijamo još brže. Zbog toga što zaista veruje da proizvodi koji su stvoreni u Srbiji treba da budu vidljiviji kupcima, Mercator-S kroz poslovnu filozofiju koja ističe domaće, čini sve što može da tako i bude. Zato danas na policama IDEA, Roda i Mercator prodavnica ima više od

13.000 proizvoda koji su proizvedeni u Srbiji i samo u protekloj godini kompanija je prodala više od 14 miliona kilograma 100% domaćeg mesa, sa domaćim farmi, i 29 miliona kilograma domaćeg voća i povrća koje je nabavljeno sa više od 1.000 malih srpskih gazdinstava.



NAJUSPEŠNIJE ČUVARKUĆE SRPSKE PRIVREDE

Nastanak projekta Privredne komore Srbije „Stvarano u Srbiji“ i žig „Čuvarkuća“ koji dobijaju samo proizvodi vrhunskog kvaliteta i dokazano domaćeg porekla je potvrda da je ideja kompanije Mercator-S o stvaranju ciklusa u koji su uključeni domaći proizvođači, prodajni lanci i potrošači, put do jače domaće privrede i bržeg ekonomskog rasta. Zbog toga je kompanija prva u svojim prodavnicama označila „Čuvarkuće“ srpske privrede, a danas su IDEA, Roda i Mercator mesta na kojima potrošači mogu pronaći više od 300 proizvoda obeleženih ovim žigom, od kojih su čak 118 od brenda Ukusi moga kraja.

Očuvanje vrhunskog kvaliteta i tradicionalnog načina proizvodnje su imperativ zbog čega se većina proizvoda iz assortimenta pravi ručno ili po receptu koji se prenosi sa generacije na generaciju. Mercator-S nije morao da stvara proizvode koji zasluzuju žig „Čuvarkuća“ već ih je samo prijavio za obeležje koje će ih kupcima učiniti dodatno vidljivim. Upravo zbog toga su Ukusi moga kraja brend sa najviše osvojenih „Čuvarkuća“, a IDEA, Roda i Mercator prodavnice mesta na kojima se nalazi najveći broj Čuvarkuća srpske privrede, jer su tu i ostali brendovi koji zasluzeno nose ova obeležja i kojima kompanija pomaže da ih kupci prepozna i kupe.

Mercator TRADICIONALNI RECEPTI I NAČIN PROIZVODNJE PRETVORENI U ODRŽIV BIZNIS

Brend Ukusi moga kraja ne znači samo da se autentični domaći proizvodi vrhunskog kvaliteta sada nalaze i na policama svih prodavnica kompanije Mercator-S. Ovaj brend je garant da su ti proizvodi sačuvali i autentičan ukus i tradicionalni način proizvodnje – baš kako su ih generacijama pravile srpske mame i bake iz različitih krajeva Srbije, ali sada pretvoreni u održiv biznis. Pored toga što su svi nastali od 100% domaćih sirovina, bez aditiva, veštačkih boja i konzervansa, oni se i danas prave prema tradicionalnim receptima od kojih su neki stariji od jednog veka i nose emociju koja je karakteristična za izvornu srpsku trpezu.

Mali proizvođači znaju da je najbolji ajvar od domaće paprike iz Banatskog Brestovca kuvan na smederevcu u tučenim šerpama, najukusnije zlatiborsko kiselo mleko, jogurt i kačkavalj od krava koje poput Maze imaju svoje ime, a najautentičniji džemovi i zimnica spakovani u teglice vrednih domaćica iz Raške koje uz domaće voće i povrće u njih pakuju i deo svog srca. Ovi autentični srpski ukusi prema recepturama koje se tradicionalno čuvaju i prenose sa kolena na koleno nastaju i dan-danas, u modernom vremenu koje ne protiče, već leti, ali se zaustavlja kako bi se ukusi prošlosti preselili u sadašnjost i podsetili nas što je to najbolje iz Srbije. Bez ovih ukusa srpska trpeza ne bi bila ono što jeste, a kompanija Mercator-S je prepoznala značaj toga da ukusi našeg kraja nastave da žive i budu ne samo sećanje već pokretač domaće privrede.

TREND OVDE NE BRIŠU TRADICIJU

Neki od proizvođača poput Prirodnog blaga iz Raške su zahvaljujući saradnji sa brendom Ukusi moga kraja stekli uslove da porodičnu tradiciju pretvore u biznis koji je od dvoje zaposlenih danas postao premijum brend sa žigom „Čuvarkuća“ koji nije dozvolio da inovacije

UKUSI MOGA KRAJA SU BREND SA NAJVIŠE OSVOJENIH „ČUVARKUĆA“

diktiraju ukus i kvalitet proizvoda. Oni su tradicionalne recepture i sve ono što su pravile naše bake unapredili savremenom tehnologijom koja dodatno čuva autentičnost i vrhunski kvalitet svakog proizvoda.

„Brend Ukusi moga kraja je našoj firmi dao podsticaj da proizvode možemo da plasiramo na tržiste Srbije pod nekim dobrom uslovima i da ljudi mogu da oseće taj pravi ukus proizvoda koje mi pravimo na autentičan način svojstven ovim krajevima. Žig ‘Čuvarkuća’ za nas znači da ćemo dobiti potvrdu kvaliteta i neku vrstu sigurnosti“ rekao je Marko Pantović, osnivač i vlasnik kompanije.

Autentična kikindska štrudla po receptu starom 120



godina se isključivo ručno i od najkvalitetnijih domaćih sirovina pravi i danas u kompaniji AS Braća Stanković, a pod brendom Ukusi moga kraja ova poslastica čija tradicija i ukus su prepoznati i kao „souvenir koji se jede“ može da se kupi u najbližoj IDEA, Roda i Mercator prodavnici.

Farma na Zlatiboru je prerasla u Zlatibor na farmi, što je priča o kompaniji PK Zlatibor iz Čajetine koja neguje porodične vrednosti, entuzijazam i posvećenost poslu. Kažu da se mleko sa brdsko-planinskih područja razlikuje od ravnicačkog i da ima bolja svojstva, ali da je presudan umiljat odnos zaposlenih prema kravama koje imaju imena i među kojima je omiljena Maza. Ovo je

KROZ BREND UKUSI MOGA KRAJA MALI PROIZVOĐAČI DOBIJAJU SAVETODAVNU I STRUČNU PODRŠKU KOMPANIJE MERCATOR-S, ALI I SIGURAN OTKUP I PLASMAN SVOJIH PROIZVODA U PRODAJNIM OBJEKTIMA ŠIROM SRBIJE



farma koja očuvanjem tradicionalnog načina proizvodnje, recepture za preradu mleka i proizvodnju mlečnih proizvoda čuva i baštinu koju su nam, kroz najkvalitetniju i najukusniju hranu, ostavile naše bake. Uspeh duguju posvećenosti poslu, poštovanju prirode i pretvaranju svih blagodeti zlatiborskih pašnjaka u jogurt, kiselo mleko i kačkavalj koji kroz Ukuse moga kraja i sa žigom „Čuvarkuća“ dolaze do trpeza širom Srbije. Ukusi moga kraja je brend kojim je kompanija Mercator-S tradiciju srpske trpeze i strast prema proizvodnji domaće hrane vrhunskog kvaliteta i autentičnog ukusa pretvorila u priliku da oni koji su najbolji u tome ostanu verni svojim principima i postanu pokretačka snaga naše privrede. Kvintitet ne nadvladava kvalitet, trendovi ne brišu tradiciju, već se ono u čemu smo najbolji neguje, unapređuje i pretvara u vrednost koja raste i traje.

ZA PODRŠKU PORODICI I PORODILIŠTIMA U REGIONU 700.000 EVRA

Želeći da podrži porodice širom regiona, MK Group je odlučila da, zajedno sa AIK Bankom, svoj interni projekat „Podrška porodici“ proširi u veliki društveno odgovorni projekt

Još jedna godina koju je obeležila pandemija korona virusa, pokazala je važnost snažne podrške lokalnim zajednicama, sa kojima kompanija zajedno živi i raste. Znajući da su u izazovnim vremenima društveno odgovorne aktivnosti najpotrebnije, i da se pravi lideri prepoznavaju upravo u takvim trenucima, MK Group je nastavila i dodatno razvila svoje projekte usmerene ka dobroćinstvu, podršci deci i mладима, zdravstvu, obrazovanju i osetljivijim grupama u društvu.

Ove godine MK Group obeležava jubilej - pet godina od pokretanja internog programa „Podrška porodici“ u okviru koga se dodeljuju novčane subvencije zaposlenima koji su u tekućoj godini postali roditelji. Tokom proteklih četiri godine koliko se sprovodi „Podrška porodici“, nagrađeno je 620 porodica i više od 1.000 dece ukupnom sumom u iznosu od više od 31 milion dinara.

Želeći da podrži porodice širom regiona, kompanija je odlučila da, zajedno sa AIK Bankom, svoju internu aktivnost proširi u veliki društveno odgovorni projekat - donacije porodilištima u Srbiji, Hrvatskoj, Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Crnoj Gori. U svim ovim zemljama sprovodi se uz podršku ministarstava zdravlja, koja su pružila aktivnu pomoć u izboru porodilišta i određivanju namene finansijskih sredstava kako bi ona bila usmerena tamo gde je najpotrebnije.

700.000 evra za regionalni projekat „Podrška porodici“ i donacije porodilištima

- Porodilište u KBC „Dragiša Mišović“ u Beogradu
- Porodilište u UKC Ljubljana
- Porodilište Opšte bolnice Cetinje
- Porodilište Opće bolnice u Sarajevu
- Porodilišta u Prijedoru i Gradiški
- Porodilište u Zagrebu



Jelena Galić, predsednica izvršnog odbora AIK Banke, dr Zlatibor Lončar, ministar zdravlja Republike Srbije i Aleksandra Stojanović, direktorka korporativnih poslova MK Group

Vrednost regionalnog projekta „Podrška porodici“ iznosi više od 700.000 evra. Realizuje se sa željom da se pruži podrška porodičnoj politici i merama za podsticaj nataliteta, kao i doprinese boljim uslovima u porodilištima za trudnice, porodilje i novorođene bebe.

Povodom donacije u Srbiji, predstavnici AIK Banke i MK Group održali su sastanak sa ministrom zdravlja Republike Srbije, dr Zlatiborom Lončarem, na kojem je dogovorena finansijska donacija od 100.000 evra za porodilište u okviru KBC „Dr Dragiša Mišović“. Ministar Lončar izrazio je zahvalnost zbog donacije kojom će se obezbediti još bolji uslovi u našim porodilištima. „Rast nataliteta i briga o najmlađima je strateški cilj za Srbiju jer deca predstavljaju našu budućnost. Zato država ulaze izuzetno velika sredstva u obnovu i izgradnju novih bolnica, obnavljamo pedijatrijska odjeljenja, ginekološko-akušerske klinike, gradimo i Tiršovu 2, jer

želimo da stvorimo još bolje uslove za najmlađe pacijente. Drago nam je što će MK Group i AIK Banka i ove godine podržati naš zdravstveni sistem, ovoga puta u pravcu podrške našim porodilištima. Dogovorili smo se o donaciji za odeljenje ginekologije u KBC „Dragiša Mišović“, naročito imajući u vidu da ta bolnica zbrinjava trudnice i decu koji su kovid-19 pozitivni. Dogovorili smo se i o još jednoj važnoj stvari, a to je da ćemo na svaki uloženi dinar MK Group i AIK Banke u srpsko zdravstvo, mi uložiti još jedan“, istakao je dr Lončar. Jelena Galić, predsednica izvršnog odbora AIK Banke, rekla je da su trenuci u kojima nastaje život dragoceni ne samo za svaku porodicu, već i za celu naciju. „Ulaganje u nove naraštaje predstavlja ulaganje u budućnost regiona, i zato na ovaj način želimo da doprinesemo unapređenju uslova u kojima se rađa novi život“, rekla je Galić.

PODRŠKA PORODICI ŠIROM REGIONA



Mario Henjak, predsednik uprave Gorenjske Banke, Jelena Galić, predsednica AIK bankarske grupe i predsednica nadzornog odbora Gorenjske Banke i Jože Golubič, generalni direktor UKC Ljubljana sa stručnim timom



Mihailo Janković, generalni direktor MK Group, Tomislav Dulibić, državni sekretar u Ministarstvu zdravstva Hrvatske i Mario Henjak, predsednik uprave Gorenjske Banke



Aleksandar Kostić, potpredsednik MK Group i Jelena Galić, predsednica Izvršnog odbora AIK Banke u Ministarstvu zdravlja i socijalne zaštite Republike Srbije



Jovan Purar, direktor MK Group i član Odbora direktora HG Budvanska rivijera i dr Jelena Borovinić Bojović, ministarka zdravlja Crne Gore

Aleksandra Stojanović, direktorka korporativnih poslova MK Group, povodom pokretanja projekta u čitavom regionu, istakla je da su društveno odgovorne aktivnosti MK Group najvećim delom usmerene ka zdravstvu i brizi o deci i mladima: „Naša odgovornost kao kompanije koja je prisutna u regionu, jeste da podršku usmerimo na sve društvene zajednice u kojima poslujemo, ali i na generacije koje dolaze. Ovog puta su u fokusu buduće majke i bebe. Za unapređenje uslova u porodilištima širom regiona izdvojili smo preko 700.000 evra i na ovaj način, kao kompanija koja zapošljava 6.000 ljudi širom Jadranske regije, još jednom povezali ceo region.“

BRIGA O ZDRAVLJU, DECI I MLADIMA

MK Group je bila među prvim kompanijama koje su se u prethodnoj godini uključile u borbu protiv posledica izazvanih pandemijom korona virusa izdvajanjem milion evra, prvenstveno za nabavku medicinske opreme i podršku zdravstvenim ustanovama. Takođe, u okviru akcije „Za regionalne heroje“, ova kompanija obezbedila je odmor u svojim hotelima u Srbiji, Sloveniji i Hrvatskoj za 450 lekara i medicinskih radnika.

Pored projekta „Podrška porodici“ i drugi dugoročni projekti govore o tome da je briga o deci i mladima u središtu pažnje MK Group. U protekloj godini podržala

je 80 različitih ustanova i organizacija, i nastavila više-godišnje projekte fokusirane na brigu o deci. Roditeljska kuća u Petrovaradinu Miodraga Kostića, predsednika MK Group, duže od decenije data je na korišćenje Institutu za zdravstvenu zaštitu, dece i omladine Vojvodine u Novom Sadu. Kompanija kontinuirano brine i o razvoju i edukaciji mladih iz SOS Decičeg sela u Kraljevu, a zahvaljujući donaciji od 60.000 evra centru „Putokaz“ u Nišu za porodice sa rizikom od odvajanja dece, 169 dece je ostalo u krugu svojih porodica.

U lokalnim zajednicama u kojima je prisutna, samo tokom proteklih pet godina, MK Group je realizovala više od 500 društveno odgovornih akcija u vrednosti koja premašuje pet miliona evra. Kompanija je dobitnik prestižne VIRTUS nagrade na nacionalnom nivou, za realizovane projekte u prethodnoj godini, kao i nagrade Srpske asocijacije menadžera za Najodgovorniju kompaniju u Srbiji za 2020. godinu.



Aleksandra Stojanović, direktorka korporativnih poslova MK Group

DRUŠTVENA ODGOVORNOST JE NAŠA POSLOVNA KULTURA

Svaka donacija, bez obzira na njenu veličinu, pokazuje ne samo empatiju i svest o svetu oko nas, već ima uvek pozitivan uticaj i pruža neophodan podsticaj drugima da učine isto

Mlekara Šabac ove godine obeležava značajan jubilej, 90 godina postojanja. Još od svojih zadrugarskih osnova do danas, Mlekara svoje zasluge prepoznaje u snažnim partnerskim odnosima, pre svega sa domaćim proizvođačima sirovog mleka, među koje se danas ubraja njih više od 700, a sa nekim sarađuje i više od pola veka. Tokom višedecenjske tradicije proizvodnje popularnih mlečnih proizvoda, jedna stvar se nikada nije menjala – kvalitet. Kvalitet proizvodnje zasnovan na najboljim domaćim sirovinama i podržan neprestanim inovacijama i ulaganjima u implementiranje najboljih industrijskih praksi. Zbog svega toga, iako relativno mala, Mlekara Šabac danas predstavlja jednog od lidera mlečarske industrije na srpskom tržištu, ali i najvećeg domaćeg izvoznika mlečnih proizvoda, koje plasira na 15 globalnih tržišta, od regionala, preko Evrope, Rusije, pa sve do Sjedinjenih Američkih Država.

DRUŠTVENA ODGOVORNOST JE ZA NAS VIŠE OD REČI – TO JE DEO NAŠE KOMPAJIJSKE KULTURE

Mnogo toga može biti smatrano društveno odgovornim poslovanjem, ali mi u Mlekari Šabac doživljavamo ovaj koncept kao deo naših vrednosti, nerazdvojan od osnovne kompanijske kulture. Da li je reč o brizi prema našim



industrije do industrije, većina kompanija je našla način i da zaštitи svoje zaposlene i da pomogne široj zajednici, i sve to u prilično kratkom roku i sa velikim brojem nepoznanica vezanim za tok situacije. Godinu dana kasnije, kontekst se i jeste i nije promenio, jer pandemija i dalje traje, ali razvoj nije toliko nepredvidiv – i upravo je ta „izvesnija neizvesnost“ nateralna mnoge kompanije da zastanu i razmisle koji je dalji pravac akcije najpoželjniji za održivu i odgovornu budućnost poslovanja.

KOMPANIJU ČINE LJUDI

Naravno, svaka promena počinje sa osrvtom na unutra, odnosno na zaposlene i kako njima omogućiti najbolje moguće uslove za adaptaciju. Rad na daljinu, od kuće, svakako ima svojih prednosti i naravno u određenim situacijama je apsolutno neophodan – ali pojedine industrije nažalost ne mogu da funkcionišu po tom principu. Mlečarska industrija je jedna od njih, jer proizvodnja sirovog mleka, a samim tim i mlečnih proizvoda, podrazumeva proces koji traje 24 časa dnevno, 365 dana u godini i u slučaju Mlekare Šabac čak 85% od oko 350 radnih mesta – zahteva rad u fabriči.

Zbog toga je za nas od početka pandemije apsolutni prioritet bio brzo i adekvatno ustanoviti efikasnu organizaciju posla koji će istovremeno garantovati i poštovanje i sprovođenje svih mera prevencije i zaštite zaposlenih od korona virusa. Takođe je bilo ključno i fokusirati se na negovanje timskog duha, zajedništva i pružanja međusobne podrške, kako bi zaposleni mogli lakše da prođu kroz potrebne periode rada na daljinu, izolacije iz zdravstvenih razloga ili povećane brige o članovima porodice.

Briga o dobrobiti zaposlenih, naravno nije isključivo fokusirana na kovid-19. Da bi neka kompanija bila uspešna i održiva, taj proces mora početi od njenih zaposlenih. Mlekara svoje zaposlene doživljava kao njenu najveću vrednost zbog čega se njihov razvoj i benefiti ne mogu posmatrati odvojeno od interesa budućnosti kompanije. U tom duhu, u godini velikog jubileja, razvili smo programe dobrobiti za zaposlene, koji pokrivaju različite sfere brige o svakodnevnim životima onih koji rade u Mlekari Šabac – od edukacije i usavršavanja,

preko povoljnijih uslova kupovine u različitim prodavnica, do vrlo važne „Kampanje zdravlja“, koja obuhvata različite vrste besplatnih preventivnih pregleda, koje ne smemo staviti po strani u uslovima pandemije.

Pored dugoročnijih programa benefita za zaposlene, trudimo se da uvek imamo i ad hoc inicijative koje pružaju zadovoljstvo i podršku i zaposlenima i njihovoj deci, posebno onoj najmlađoj, pa smo tako ove godine odlučili da obradujemo i roditelje i đake privake, sve-sni činjenice koliko je prvi dan škole važan. Zbog toga je svim našim kolegama čija su deca prvi put pošla u školu, tog dana bio omogućen sloboden dan, dok su đaci privaci uz prigodne čestitke dobili školske rančeve i pribor. Ovom inicijativom želeli smo da obradujemo privake i da im poželimo srećan i radostan polazak u školu, jer su i oni deo velike Mlekara Šabac porodice.

BRIGA O ZAJEDNICI I DRUŠTVU

Na početku godine, Mlekara Šabac je u okviru konferencije CSR forum, u organizaciji Foruma za odgovorno poslovanje i Koalicije za dobročinstvo, dobila priznanje kao jedna od kompanija donatora hrane u 2020. godini. Svrstani smo među vodeće prehrambene kompanije, koje su prepoznate po svojim naporima da, uprkos regulatornom i fiskalnom okviru, doniraju velike količine svojih proizvoda doprinoseći tako suzbijanju gladi, siromaštva i ostvarenju ciljeva održivog razvoja. U ovome smo imali i veliku logističku podršku partnera sa kojima redovno saradujemo na donatorskim projektima – Bankom hrane, NALED-om, Crvenim krstom Srbije, Crvenim krstom Šapca, kao i brojnim udruženjima koja se zalažu za prava osoba sa smetnjama u razvoju i invaliditetima. „Održivo i odgovorno poslovanje predstavlja osnovni princip rada i suština našeg odnosa prema zaposlenima i široj zajednici čiji smo deo. Zato je solidarnost sa ugroženim grupama nešto što doživljavamo ne samo kao našu obavezu, već i kao priliku da učinimo nešto za poboljšanje celokupnog društvenog okruženja“, izjavila je prilikom primanja priznanja Maja Bađin Georgijević, menadžer korporativnih komunikacija Mlekare Šabac.



MLEKARA ŠABAC JE NA SAMOM POČETKU PANDEMIJE DONELA ODLUKU DA 100.000 EVRA NAMENJENIH MARKETINŠKIM PROMOCIJAMA PREUSMERI NA ORGANIZOVANJE I REALIZACIJU POMOĆI U DONACIJAMA RAZLIČITIM SOCIJALNIM I ZDRAVSTVENIM USTANOVAMA U SRBIJI

Vanredne okolnosti, što globalna zdravstvena križa svakako jeste, inače ugrožene i marginalizovane grupe podnose znatno teže nego ostatak društva. Donacije hrane i drugih osnovnih životnih namirnica predstavljaju najhitniju i najpotrebniju pomoć u takvim trenucima, zbog čega je Mlekara Šabac na samom početku pandemije donela odluku da 100.000 evra

namenjenih marketinškim promocijama, preusmeri na organizovanje i realizaciju pomoći u donacijama različitim socijalnim i zdravstvenim ustanovama u Srbiji, od kojih je većina fokusirana na pomoći najugroženijem stanovništvu.

Naša opredeljenost da budemo podrška kada i kome je to najpotrebnije, nije definisana blizinom zajednice kojoj je podrška potrebna, ali jeste empatijom i razumevanjem situacije kada nam se život u trenutku drastično promeni. Nakon katastrofalnog zemljotresa u Petrinji, nije bilo teško saosetiti sa bolom meštana koji nisu želeli da napuste svoja razrušena domaćinstva, životinje o kojima brinu i način života koji su decenijama gradili. Za nas u Mlekari Šabac je to bio dovoljan razlog da u saradnji sa hrvatskim Crvenim križom doniramo svoje proizvode stanovništvu sa područja Petrinje, kao vid solidarnosti i pomoći u hrani. Svaka donacija, bez obzira na njenu veličinu, pokazuje ne samo empatiju i svest o svetu oko nas, već pruža uvek pozitivan uticaj i neophodan podsticaj i drugima da učine isto, i na taj način dalje produbljuju snagu zajedničkog delovanja i solidarnosti.

USAVRŠAVANJE I INOVACIJE KAO DEO ODRŽIVOG I ODGOVORNOG POSLOVANJA

Inovacije u bilo kojoj grani industrije podrazumevaju samu suštinu njenog održivog razvoja, što je posebno tačno u slučaju prehrambene industrije, bilo lokalno ili globalno posmatrano. Za Mlekaru Šabac, koja izvozi najveći deo proizvodnje, bitan je i jedan i drugi aspekt. Zbog toga je naš fokus u prethodnom periodu bio na ulaganju u alate poput World Class Manufacturing System-a i Data Matrix tehnologije, koji pružaju detaljno praćenje kompletne proizvodnje i podizanje njene efikasnosti na metodičan i sistemski način, kao i unapređen sistem praćenja proizvoda u kompletном lancu, od proizvodnje do plasiranja na police u radnjama. Po red kvalitetne domaće sirovine i ekspertize zaposlenih, efikasnost, transparentnost i bezbednost koju donose inovativne proizvodne tehnologije – predstavljaju osnovne premise za održivu budućnost mlekovarske industrije. Deo ovih inovacija, mada na prvi pogled više „kozmetičke prirode“, predstavlja i nova ambalaža koju smo implementirali na našim najpopularnijim brendovima i proizvodima, poput „Sirka“ i „A la Kajmaka“.



Naime, ona doprinosi rešavanju značajnih problema prehrambene industrije, a to su reciklaža i bacanje hrane, jer se ambalaža ovih proizvoda sada može u potpunosti reciklirati, a i doprinosi dodatnom očuvanju svežine i kvaliteta ovih popularnih namaza.

Da Mlekara Šabac uspešno inovira i razvija svoj proizvodni proces, kao i da poštuje sve domaće i svetske regulative i procedure u proizvodnji hrane, garantuju i najviši svetski sertifikati kvaliteta, bezbednosti i energetske efikasnosti proizvodnje, poput IFS-a i ISO 50001. To je ujedno i podsetnik da je kvalitet proizvoda koji izlaze iz fabrike u Šapcu isti, bez obzira na to da li su namenjeni plasmanu na srpskom, evropskom, ruskom ili američkom tržištu.

PODRŠKA PARTNERIMA – PODRŠKA RAZVOJU DOMAĆE PRIVREDE

U skladu sa vrednostima prema kojima poslujemo, podršku u razvoju i održivosti pružamo i partnerima, kroz podsticaje i modernizaciju njihovog poslovanja. Sa ponosom sarađujemo i podržavamo ustanove poput Srednje poljoprivredne škole u Šapcu, koja obrazuje neophodne industrijske kadrove, ali je istovremeno u proizvodnji sirovog mleka i treći dobavljač Mlekare Šabac po veličini. Takođe, prioritizujemo i razvoj sela, kroz podsticaj malim i srednjim gazdinstvima, poput onog koje vodi Zoran Jadranović iz sela Dobrić kod Šapca. On je kroz ulaganje u savremene procese vođenja farmi, robotizovan sistem muže krava i uz podršku Mlekare Šabac, ujedno osigurao i budućnost porodičnog biznisa, pružajući svojoj deci dobru priliku da ostanu na selu i usavršavaju znanja i veštine potrebne za održivi napredak mlekovarske industrije. Fokus na domaće sirovine, pa samim tim i na održivost domaće privrede, doprineo je da čak osam brendova Mlekare Šabac bude nagrađeno žigom „Čuvarkuća“, za natprosečan kvalitet mlečnih proizvoda stvorenih u Srbiji, u potpunosti od domaćih resursa, činjenica na koju smo ponosni i koju posebno volimo da istaknemo kada govorimo o održivom poslovanju.

USPEH SE MERI ODGOVORNOŠĆU

Naš cilj je ukupna dobrobit svih aktera našeg poslovanja, od radnika, partnera i kooperanata, do šire zajednice u kojoj kompanija posluje

Godine pune izazova dovele su do promena u shvatanju i značaju društvene odgovornosti: dve paralelne krize, zdravstvena i ekološka, podsetile su sve nas da su održivo poslovanje, solidarnost i ekološka svest stubovi na kojima treba da počiva svaki biznis budućnosti. Budući da kompanija Mlekoprodukt, kao deo grupe Savencia Fromage & Dairy, u svoje svakodnevno poslovanje i sve strateške vizije inkorporira principe društveno odgovornog poslovanja kao jedan od prioriteta, na nove izazove odgovorila je brzo i efikasno. U zrenjaninskoj kompaniji

uspeh se već dugo meri pre svega odgovornošću prema zaposlenima, lokalnoj zajednici, prirodnoj sredini i društvu u celini. Cilj kompanije je ukupna dobrobit svih aktera njenog poslovanja, od radnika, partnera i kooperanata, do šire zajednice u kojoj kompanija posluje. U okviru tog cilja, prioriteti su dati bezbednosti zaposlenih na radu, zdravoj i odgovornoj ishrani, edukaciji i stvaranju zdravih navika u ishrani dece, očuvanju ekologije, rodnoj i etničkoj ravnopravnosti, brizi o zajednici u kojoj kompanija posluje i održivom razvoju.



ZAPOSLENI NA PRVOM MESTU

Briga o zaposlenima je absolutni prioritet kompanije Mlekoprodukt. Ova briga ne podrazumeva samo jednaku mogućnost napredovanja za sve zaposlene i druge vidove ravnopravnosti, poput osnaživanja položaja žena unutar kompanije i cele grupe Savencia, već i aktivnu brigu o zdravlju zaposlenih i o njihovoj opštoj dobrobiti. Kako bi se omogućilo da Mlekoprodukt ostane kompanija u kojoj se radi sa zadovoljstvom, redovno se organizuje anketa Great Place to Work i na osnovu odgovora zaposlenih sprovode se poboljšanja u procesu rada. Na kraju prošle godine, u situaciji krize i pandemije kompanija je pripremila poklone svim zaposlenima, a redovno se organizuju aktivnosti i druženja sa decom, dok se na polugodišnjem i godišnjem nivou biraju najbolji radnici.

Jedna od aktivnosti kojima je tokom 2021. promovisan zdrav način života među zaposlenima bila je i akcija ekološki odgovornog i održivog prevoza zaposlenih, tokom koje je promovisano korišćenje alternativnih i ekološki čistih vidova prevoza. Od 16. do 22. septembra zaposleni su podsticani da razmišljaju o održivom prevozu i da, umesto prevoza do radnog mesta sopstvenim automobilima, koriste bicikle, pešače, zajedno dolaze na posao javnim prevozom i koriste sve ostale vidove prevoza koji doprinose očuvanju planete. Glavni pokazatelj uspeha akcije bio je broj ušteđenih kilometara koje bi učesnici prešli u svojim ličnim automobilima, da nisu doneli odluku da se tokom akcije okrenu ekološki prihvatljivijim alternativama. Učesnici su samostalno prijavljivali svoje rezultate, a u akciju su se, za razliku od prošle godine kada je u njoj učestvovalo dvadeset filijala grupe Savencia, uključile kompanije iz cele grupe. Ova akcija imala je i znatan odjek na društvenim mrežama, i to pod heštegom **#MobilityChallenge**, i pod međunarodnim sloganom **Move Sustainably. Stay Healthy (Krećite se održivo, i ostanite zdravi)**, uz nadu da će ohrabriti i ljude izvan grupe Savencia da se okrenu ekološki prihvatljivim vidovima prevoza i tako dajući snažan doprinos u borbi za očuvanje naše planete.

Svesti o neophodnosti zdravog života doprinela je i akcija podele zdrave užine zaposlenima, kao poruka da je uravnotežena ishrana osnova dugog i zdravog života.

VAŽNOST ZDRAVE ISHRANE

Zdravlje najmladih i njihov pravilan razvoj ne mogu se postići bez kolektivnog zalaganja cele zajednice - od roditeljskog doma, preko škole, pa do onih aktera javnog života koji su, kao kompanije koje proizvode hranu, dužni da svojim primerom pokazuju da im je zdrava ishrana u centru interesovanja. **Biser Nutri Akademija #PositiveFood**, višegodišnji projekat Mlekoprodukta, predstavlja jedan od najvažnijih vidova podrške zdravom načinu života, a fokus mu je na pravilnoj i zdravoj ishrani dece. Ovaj projekat pokrenut je sa ciljem da promoviše zdrave navike u ishrani, uključivši stručnjake, doktore dijetologije, pedijatre, profesionalne kuvarice i javne ličnosti. Pandemija je promenila format Biser Nutri Akademije i akcenat je stavljen na onlajn platforme: u emisijama u okviru Akademije mališani se ohrabruju da preuzmu deo odgovornosti za svoje zdravlje i da nauče sve o prednostima zdrave hrane i zdravog načina života. Emisije se snimaju u najrazličitijim okruženjima, među kojima su prelepa priroda na obali reke Tise, farma krava, povrtnjak...

Uspeh Biser Nutri Akademije #PositiveFood i već dočekana operativna fleksibilnost nosilaca ovog projekta, koja im je omogućila da format Akademije prilagode



novim uslovima, pa i prošire novim sadržajima, garant je da će ova plemenita akcija nastaviti da se razvija i u narednim godinama. Pored prepoznatljivosti i izuzetno dobre interakcije sa publikom, Biser Nutri Akademija #PositiveFood dobila je nedavno još jedno priznanje, ponevši titulu „Kampanja sa svrhom“ u okviru Festivala društveno odgovorne komunikacije. Udruženje Žute pantalone, organizator festivala, ovom nagradom posebno podstiče društveno odgovornu komunikaciju i komunikaciju koja je usklađena sa društvenim ciljevima, naročito onima koji se tiču dobrobiti dece. Tako je i Biser Nutri Akademija #PositiveFood prepoznata kao kampanja koja koristi moć komunikacije da dotakne određeni društveni problem, skrene pažnju javnosti na njega i ponudi moguća rešenja, kao i kampanja koja je direktno uticala na poboljšanje uslova života dece i pojedinaca u Srbiji.

AKTIVNA PODRŠKA ZAJEDNICI

Bez prosperitetne lokalne zajednice ni kompanija Mlekoprodukt ne može da ostvaruje svoje strateške ciljeve i zato aktivno učestvuje u životu sredine u kojoj posluje, deleći sa njom i dobro i zlo i starajući se da pomaže naporima na čuvanju i unapređenju javnog zdravlja i drugih vitalnih parametara kojima se meri uspeh sredine. Pandemija je donela povećana očekivanja od svih aktera javnog života, a kompanija Mlekoprodukt uključila se prošle godine u borbu protiv širenja bolesti kovid-19 donacijom sredstava Zavodu za javno zdravlje Vojvodine za kupovinu aparata za PCR testove na prisustvo virusa. Ova akcija doprinela je bržem dobijanju rezultata PCR testova i blagovremenom reagovanju u uslovima pandemije. Mlekoprodukt je tokom prvog talasa pandemije donirao hranu javnim službama čiji su pripadnici danonoćno bili uključeni u borbu protiv širenja zaraze.

Takođe, Mlekoprodukt je, donacijom hrane iz vlastite proizvodnje **Dečjem selu** u Sremskoj Kamenici pokazala koliko naše malo nekome znači mnogo. U saradnji sa **Udruženjem Dečje selo**, kompanija Mlekoprodukt je omogućila da najmladi dobiju preko potrebnu pomoć, u vidu nutricionistički izbalansirane i kvalitetne hrane



od prirodnih sastojaka. Mlečni proizvodi koji su donirani u okviru ove akcije bili su dovoljni za višemesečne obroke mališana u Dečjem selu.

Za svoje zalaganje, kompanija Mlekoprodukt nagrađena je u okviru ovogodišnjeg **CSR foruma**, našavši se u društvu kompanija koje su najznačajniji donatori hrane u Srbiji. Dodelom tih priznanja donatorima hrane odata je zahvalnost vodećim kompanijama koje doniraju velike količine svojih proizvoda doprinoseći suzbijanju gladi, siromaštva i pružajući doprinos ostvarenju ciljeva održivog razvoja.

Ovim se ne iscrpljuje spisak aktivnosti kojima je kompanija Mlekoprodukt demonstrirala važnost solidarnosti u lokalnoj sredini. U skladu sa orientacijom ka zdravom životu, Mlekoprodukt redovno donira sredstva sportskim klubovima, a iz godine u godinu podržava i **Zrenjaninski maraton i polumaraton**, jednu od centralnih sportskih manifestacija u gradu na Begeju.



ZAJEDNO DO ČISTE I ZDRAVE OKOLINE

Briga o okolini je trajno strateško opredeljenje Mlekoprodukta i cele grupe Savencia – u svim elementima poslovanja kompanija Mlekoprodukt radi u skladu sa najvišim ekološkim standardima. U posvećenosti ekologiji ide se i korak dalje, traganjem za inovativnim rešenjima za smanjenje negativnog uticaja na prirodno okruženje. Jedan od tih načina je donacija surutke operantu koji od nje proizvodi biogas. Aktuelni globalni problemi sa izvorima energije sve nas pozivaju na štednju i veću posvećenost održivoj proizvodnji i energetskoj efikasnosti, a reciklaža surutke na ovaj način izvanredan je primer za štednju i aktivnu brigu o životnoj sredini.

Ekološka orientacija kompanije Mlekoprodukt potvrđena je i na ekološkoj manifestaciji Neko tvoj, usmerenoj na edukaciju dece kroz zabavu, igru i kreativne radionice. Dešavanje je održano 19. juna na platou ispred SPENS-a u Novom Sadu, a bogat program, koji



se sastojao od izložbi, akcija i humanitarnih akcija, uz prateći kulturno-umetnički program, bio je u potpunosti posvećen brizi o životnoj sredini. Posebnu pažnju na manifestaciji privukla je edukativna radionica **Biser Nutri Akademije #PositiveFood**. U saradnji sa iskusnim kuvarima, na radionici su deca pripremala zdrave, izbalansirane i ukusne obroke, da bi se posle toga kroz kviz znanja, ponovo uz igru, proverilo koliko znaju o ukusnoj, ali zdravoj i odgovornoj ishrani.

Mlekoprodukt je učestovao i u edukaciji dece tokom interdisciplinarnе radionice u organizaciji magazina **National Geographic Srbija**, osmišljene tako da najmlađe uz zabavu podstakne da istražuju i razmišljaju o svetu oko sebe, da ga vole i upoznaju i sagledaju kroz nauku. Mlekoprodukt je doprineo ideji kroz program **Kviz & Užina**, tokom kog su se deca prvo upoznala sa zdravim namirnicama i pravilnim načinom ishrane, a onda uz pomoć kuvara sama sebi pravila zdrave obroke.

Mlekoprodukt spada u kompanije kojima je društveno odgovorno poslovanje strateško opredeljenje i koje su u svakom segmentu svog rada uključene u stvaranje boljih uslova za život u sredini u kojoj deluju, a u vremenu u kome je potreba za zdravom hranom sve veća, raste i obaveza kompanije da svojim primerom pokazuje važnost društvene odgovornosti.



SOLIDARNOST JE TIMSKA IGRA – MOZZART NASTAVLJA DA ASISTIRA ZAJEDNICI

Ova uspešna domaća kompanija pomaže u svim segmentima društva, kroz niz društveno odgovornih akcija koje realizuje u saradnji sa ministarstvima, Koordinacionim telom za rodnu ravnopravnost, gradom, lokalnim samoupravama, poznatim ličnostima...

Neizvesnost je postala deo našeg novog života. I to ne ona uzbudljiva, kada Mitrogol u 90. minuti donese potpuni preokret protiv Portugalije i Srbija se plasira na Mundijal. Neizvesnost koju sa sobom vuče kovid-19 naterala nas je da se na dnevnom nivou prilagođavamo novim merama, okolnostima, da igramo neprekidnu utakmicu za povratak u normalnost. Kompanija Mozzart je deo i tog novog života, nastavlja da assistira zajednici u borbi za konačnu pobedu nad epidemijom i da kroz donacije, sponzorstva i niz redovnih akcija daje bolju prognozu sutrašnjice na ovim prostorima.

Novi projekat Besplatnih škola sporta, podržavanje talenta, umetnosti, humanitarnih organizacija... pokazali su da samo timska igra na humanost daje rezultate i vraća veru, pa su sa Mozzartom u ekipi zaigrane mnoge poznate ličnosti. Nastavljena je i saradnja sa ministarstvima, Koordinacionim telom za rodnu ravnopravnost, Gradom Beogradom, lokalnim samoupravama...

„Praktično ne postoji relevantna institucija u državi i društvu a da mi nemamo nekakvu saradnju sa njom – organizujemo akcije sa Ministarstvom rada, zdravila, odbrane i prosvete, Rektoratom, Koordinacionim telom za rodnu ravnopravnost“, ističe Slobodan Prodanović, generalni direktor kompanije Mozzart. „Sve projekte sami osmišljavamo i realizujemo, što je po-

kazatelj iskrene posvećenosti kompanije da se bavi humanitarnim radom i pomogne zajednici u kojoj posluje. Ljudi nam veruju, vide i cene šta radimo, jer znaju da se trudimo u najkraćem roku da pomognemo, u skladu sa mogućnostima.“

Kao lider u ovoj oblasti na našim prostorima, ova uspešna domaća kompanija vraća deo profita u zajednicu, posvećena je modernizaciji društva u celini i učestvuje u razvoju uspešne tržišne ekonomije, a istovremeno poštuje životnu sredinu i okruženje u kome živimo.



„Društvena odgovornost je duboko utkana u sve poslovne procese kompanije, u svaki segment poslovanja. Ona je postala deo poslovne strategije – povezuje odgovornost prema društvu sa finansijskim uspehom. I u 2021. smo nastavili sa našim redovnim akcijama: Sto terena za jednu igru, Novi dresovi za nove šampione, Humanitarni tiket u podne i Stop nasilju nad ženama, a ujedno smo pokrenuli niz novih“, naglasio je Borjan Popović, direktor korporativnih komunikacija kompanije Mozzart.

BALKANSKI ŠPIJUN – PRVA ZOOM PREDSTAVA U EVROPI

Od humanitarne onlajn predstave „Balkanski špijun“ sa glumačkim legendama, bilo je jasno ko će i u 2021. imati jednu od glavnih uloga na CSR pozornici u Srbiji. Pa i u svetu. Dragan Bjelogrlić, Branka Katić, Vesna Trivalić, Mima Karadžić i Gordan Kičić, uz Kesicev pomoć, odigrali su prvu zoom predstavu u Evropi – Kovačevićevog „Balkanskog špijuna“, a Mozzart je Udruženju dramskih umetnika Srbije donirao 3,5 miliona dinara na osnovu broja šerova sa „Jutjuba“.

Spektakl se gledao širom planete, a istom brzinom je nekoliko nedelja kasnije kružila vest da je ova srpska kompanija na humanitarnoj licitaciji otkupila kapitensku traku koju je Ronaldo bacio na travu stadiona „Rajko Mitić“ i donirala 7,5 miliona dinara za lečenje malog Gavrila. Odmah potom je i sama organizovala niz plemenitih aukcija, jer su joj svetske fudbalske zvezde Ronaldo, Mesi, Ibrahimović, Vlahović, slale potpisane dresove.



MOZZART JE NA HUMANITARNOJ LICITACIJI OTKUPIO KAPITENSKU TRAKU KRISTIJANA RONALDA I DONIRALA 7,5 MILIONA DINARA ZA LEČENJE MALOG GAVRILA.



GENERATOR SRPSKOG SPORTA I NAGRADA UEFA

Mozzart je obnovio 90 košarkaških, ali i multifunkcionalnih terena u sklopu akcije „Stoterena zajednu igru“ (pet u 2021), a ove godine je pokrenuo projekat „Besplatne škole sporta“, u sklopu kojeg deca širom Srbije dobijaju priliku da treniraju omiljeni sport bez plaćanja članarine. Kroz akciju „Novi dresovi za nove šampione“, do sada je više od 200 klubova, odnosno 6.000 sportista, dobilo novu opremu. Mozzart je u javnosti prepoznat kao generator srpskog sporta, a aktuelni je sponzor Fudbalskog, Košarkaškog i Odbojkaškog saveza Srbije, kao i FK Crvena zvezda, FK Vojvodina, FK Spartak, FK Radnički, RK i OK Vojvodina, KK Borac, KK Mega...

U saradnji sa FSS-om, pokrenuta je i velika akcija „Fudbal je za devojčice“, koja je dobila ovacije čak iz Niona - UEFA je svrstala ovaj projekat među tri najbolja u kategoriji komunikacija u fudbalu! O kakvom uspehu je reč govori činjenica da je Evropska kuća fudbala u nikad jačoj konkurenciji, među 150 projekata iz 43 nacionalna saveza, rešila da nagradi ovu sjajnu inicijativu za afirmaciju mlađih fudbalerki u Srbiji.

OVE GODINE JE MOZZART POKRENUO PROJEKAT „BESPLATNE ŠKOLE SPORTA“, U SKLOPU KOJEG DECA ŠIROM SRBIJE DOBIJAJU PRILIKU DA TRENIRAJU OMILJENI SPORT BEZ PLAĆANJA ČLANARINE



Podrška devojčicama u kopačkama je još jedna taktička zamisao Mozzarta da izbori male pobeđe za dame na polju rodne ravnopravnosti. Osim što se godinama kontinuirano bori protiv svakog vide nasilja i polne diskriminacije, ova domaća kompanija pruža pomoć u ekonomskom osnaživanju žena.

50.000 EVRA ZA PODRŠKU ŽENSKOM PREDUZETNIŠTVU

U saradnji sa Ministarstvom za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja i Koordinacionim telom za rodnu ravnopravnost, kompanija je dodelila bespovratna sredstva u ukupnom iznosu od 50.000 evra za sedam nezaposlenih žena, u sklopu podrške ženskom preduzetništvu.

Ove hrabre žene koje uzgajaju žalfiju, proizvode pivo, izrađuju narodnu nošnju, prvi i najvažniji korak napravile su uz pomoć kompanije Mozzart. Podršku su dobitile i na prijemu u Vladi Srbije, od prof dr Darije Kisić Tepavčević i potpredsednice Vlade Srbije prof. dr Zorane Mihajlović.



Na konkurs je stiglo više od sto prijava, a veliko interesovanje vladalo je i za startap akcelerator Univerzum, koji je kompanija Mozzart pokrenula sa Univerzitetom u Beogradu.

Ovaj biznis inkubator će kroz mentorski program pomoći preduzetnicima u realizaciji inovativnih zamisli. Timovi sa najboljim startap idejama dobiće priliku da besplatno koriste coworking prostor u centru Beograda, ali i finansijsku podršku, jer je kompanija Mozzart za ovaj startap akcelerator odvojila fond od 25.000 evra.

VIŠE OD 20 MILIONA DINARA KROZ HUMANITARNI TIKET

Poznate ličnosti svaki dan tipuju, a Mozzart daje garantovanu sumu od 10.000 dinara i po njihovoј želji usmerava dobitke u dobrovorne svrhe. Kroz „Humanitarni tiket u podne“ za pet godina je prikupljeno više od 20 miliona dinara, a pomoć je otišla na više od 100 adresa (fondacije, institucije, udruženja, pojedinci...)

ZA STARTAP AKCELERATOR UNIVERZUM KOMPANIJA JE IZDVOJILA 25.000 EVRA

ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE

Zaštita životne sredine i ekologija su jedan od prioriteta u društveno odgovornom poslovanju kompanije Mozzart. Regionalni lider u priređivanju igara na sreću vodi računa o racionalnoj potrošnji električne energije i smanjenju emisije CO₂ gasova u redovnom poslovanju, a od 2016. godine koristi struju iz obnovljivih izvora energije. Tokom 2020. godine, 85% poslovnica, kao i beogradska centrala na 7.000 kvadratnih metara, odnosno magacin, radili su zahvaljujući struji koja je u potpunosti potiče iz obnovljivih izvora energije.

VIŠE OD JEDNE DECENIJE NIS PODRŽAVA ZAJEDNICU

Pod korporativnim sloganom „Budućnost na delu“, NIS podržava brojne obrazovne, zdravstvene, socijalne i kulturne projekte u koje je od 2009. godine investirano više od 4,1 milijardu dinara

U savremenom poslovnom svetu postoji mnogo definicija društveno odgovornog poslovanja. Jedna od najprihvaćenijih je ona koja kaže da kroz korporativnu odgovornost kompanije samoinicijativno vraćaju deo profita zajednici u kojoj posluju, odnosno realizuju ne-komercijalne projekte, čiji je cilj unapređenje uslova za život ljudi u regionu u kom se aktivnosti realizuju. Svako ulaganje u zajednicu je ulaganje u bolji kvalitet života građana i njihovu budućnost, i zato je važno da u njen razvoj, pored države, budu uključene i kompanije koje svojim zalaganjem i podrškom doprinose razvoju te zajednice.

Poslednjih godina sve je veći broj kompanija koje poslju u skladu sa principima održivog razvoja i svoje biznis aktivnosti usklađuju sa interesima zajednice u kojoj deluju. Jedna od kompanija koja u fokus svog poslovanja stavlja i podršku društveno odgovornim projektima i ulaganje u zajednicu je kompanija NIS. Pod korporativnim sloganom „Budućnost na delu“, ova kompanija već više od jedne decenije podržava brojne obrazovne, zdravstvene, socijalne i kulturne projekte u koje je od 2009. godine investirano više od 4,1 milijardu dinara.

U ZAJEDNICU ULAŽEMO ZAJEDNO

Uspeh kompanije može biti potpun samo ukoliko doprinosi razvoju zajednice. Imajući u vidu ovu činjenicu, NIS dugi niz godina nastoji da doprinese opštem napretku u Srbiji, stavljajući u fokus potrebe svih članova društva, posebno onih najmlađih, koji su nosioci budućeg razvoja.

Stvaranje jake, perspektivne i zdrave zajednice, pre svega kroz podršku mlađim generacijama, kompanija NIS ostvaruje u okviru programa društvene odgovornosti „Zajednici zajedno“. Prijateljstvo koje NIS neguje sa zajednicom već 13 godina, ogleda se u realizaciji preko 1.000 projekata u koje je uloženo 1,4 milijarde dinara za poboljšanje kvaliteta života građana u partnerskim gradovima i opštinama.

Tako je NIS tokom prošlogodišnjeg ciklusa programa „Zajednici zajedno“ u saradnji sa Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, Ministarstvom unutrašnjih poslova Republike Srbije, kao i 12 lokalnih samouprava (Beograd, Novi Sad, Niš, Čačak, Pančevo, Požarevac, Zrenjanin, Kikinda, Novi Bečeј, Srbobran, Žitište, Kanjiža) – podržao rad 83 škole uloživši 114,5 miliona dinara. Cilj ovog ulaganja bio je unapređenje digitalizacije nastavnog procesa i povećanje bezbednosti dece, nastavnika i imovine u školama



širom Srbije. Obezbeđena sredstva, usmerena su na opremanje informatičkih kabinetova i unapređenje bezbednosno-informacionih sistema u školama, čime je za gotovo 46.000 učenika omogućena kvalitetnija realizacija nastave na daljinu, kao i bezbednije okruženje. Nastavljajući da osluškuje potrebe zajednice čiji je deo, kompanija je ove godine kroz program „Zajednici zajedno“ uložila 107,5 miliona dinara u oblast ekologije i zaštite životne sredine. Ovogodišnji ciklus programa kompanija realizuje u saradnji sa Ministarstvom zaštite životne sredine i Ministarstvom rудarstva i energetike Republike Srbije, a fokus projekata je očuvanje životne sredine i unapređenje energetske i ekološke infrastrukture obrazovnih, zdravstvenih, kulturnih i sportskih ustanova, koje su na usluzi svim građanima lokalnih zajednica. Ovogodišnjim programom „Zajednici zajedno“ podržana je realizacija 29 projekata koji su usmereni na zamenu

kotlova za grejanje i posledično smanjenje zagađenja, zatim unapređenje energetske efikasnosti objekata zamenom termoizolacije, dotrajale stolarije i rasvete, postavku solarnog osvetljenja i pametnih klupa, kao i izgradnju ekološkog parka sa izradom i postavkom inovativnih ekoloških elemenata.

OBRAZOVANJE KAO VAŽNA INVESTICIJA ZA BUDUĆNOST

Da je ulaganje u znanje najbolja investicija, govori i to da je NIS do sada u podršku obrazovanju, ulaganje u mlade i talentovane pojedince, uložio oko 6,7 miliona evra kroz različite društveno odgovorne programe. Kompanija je do sada stipendirala oko 130 studenata, od kojih je oko 60 već zaposleno u NIS-u. Samo u 2021. godini zaposleno je šestoro stipendista koji su diplomirali na ruskim univerzitetima, a do sada je u tekućoj godini dodeljeno još šest novih stipendija.



Škola „Sveti Sava“ u Beogradu dobila renovirani kabinet za ruski jezik. Moderno opremljeni kabinet u potpunosti je adaptiran i prilagođen potrebama učenika koji su se opredelili za učenje ruskog jezika u ovoj obrazovnoj ustanovi. NIS je ove godine potpisao i Memorandum o saradnji sa Filozofskim fakultetom Univerziteta u Nišu u oblasti obrazovanja, istraživanja i transfera znanja u cilju popularizacije ruskog jezika. Kako bi na moderan i savremen način pomogla da studenti, ali i odrasli savladaju ruski jezik, kompanija NIS je podržala izdavanje jedinstvenog udžbenika „Ни пуха ни пепа!“ za brzo usvajanje osnove ruskog jezika.

Unapređenje uslova za obrazovanje učenika i studenata je prioritet kompanije, pa je tako kroz program „Energija znanja“ NIS adaptirao više od 50 učionica i laboratorijskih ustanova u školama i na fakultetima širom Srbije, a ostvarena je i saradnja sa preko 45 domaćih i međunarodnih naučnih ustanova. U prilog tome govori i činjenica da NIS kroz program „Energija znanja“ sarađuje sa srpskim i međunarodnim fakultetima i u oblasti digitalizacije. Tako studenti i profesori Elektrotehničkog fakulteta u Nišu, na kome je uz podršku NIS-a otvorena nova co-working zona, imaju mogućnost da na moderan i savremen način rade na različitim projektima iz oblasti digitalizacije, zahvaljujući sredstvima koja su dobili od NIS-a, a pored ovog fakulteta saradnju u ovoj oblasti na različitim projektima NIS sprovodi i sa Elektrotehničkim fakultetom Univerziteta u Beogradu, kao i sa Fakultetom tehničkih nauka u Novom Sadu. Saradnja između kompanije i ovih fakulteta podrazumeva i razmenu znanja, iskustava, realizaciju obuka, treninga, stručna savetovanja i konsultacije, učešće u zajedničkim projektima, organizaciju gostujućih predavanja stručnjaka NIS-a i profesora sa fakulteta.

Takođe, NIS kontinuirano radi i na unapređenju popularizacije ruskog jezika, i saradnji ustanova kulture dveju zemalja, Srbije i Rusije, pa je tako zahvaljujući sredstvima NIS-a u saradnji sa Ambasatom Ruske Federacije i Srpskim odeljenjem Međunarodnog javnog fonda jedinstva pravoslavnih naroda, Osnovna

VELIKA SRCA I HUMANOST VOLONTERA NIS

NIS već dugi niz godina u saradnji sa svojim zaposlenima, aktivno sprovodi i realizuje volonterske akcije usmerene na podršku različitim inicijativama i osetljivim kategorijama našeg društva. Sa tim plemenitim ciljem, 2018. godine osnovan je Klub volontera NIS-a, koji danas broji više od 1.600 članova, koji su do sada realizovali 57 akcija u koje je utrošeno preko 5.500 volonterskih sati.



Vođeni uverenjem da su humanost i empatija najviše ljudske vrednosti, članovi Kluba volontera NIS-a bili su aktivni i u 2021. godini, tokom koje su između ostalog, učestvovali u akcijama pakovanja i isporuke pijaće vode „Jazak“ zdravstvenim ustanovama, poput Opšte bolnice u Čačku, Instituta za onkologiju i radiofizičku terapiju Srbije i Urgentnog centra Srbije. Kako je briga o deci u višegodišnjem fokusu društveno odgovornog poslovanja NIS-a, zaposleni kompanije prvi su volonteri koji su u NURDOR-ovoj bašti u Valjevskoj Kamenici, posadili organsko povrće i začinsko bilje i tako dali svoj doprinos da ovi darovi prirode stignu do mališana u NURDOR Roditeljskim kućama.

U želji da početak nove školske godine učine lepšim i lakšim za socijalno ugroženu decu i decu bez roditeljskog staranja, zaposleni NIS-a su početkom septembra ove godine obezbedili školsku opremu i pribor za više od 600 učenika. Uspešan početak nove školske godine volonteri su poželeti i korisnicima Prihvatališta za decu Beograda, Centra za zaštitu odojčadi, dece i omladine Zvezčanska, zatim štićenicima Svrtišta za decu u Beogradu i Svrtišta za decu i mlade Novog Sada, kao i mališanima bez roditeljskog staranja smeštenim u SOS Decijem selu u Kraljevu. Tim povodom volonteri NIS-a su uručili pakete sa školskim priborom.

Volonteri NIS-a su učestvovali i u uređenju izgleda OŠ „Milica Stojadinović Srpkinja“ u Vrdniku okrečivši fasadu škole i uručivši donaciju flaširane vode „Jazak“, što je za školu od velikog značaja budući da objekat koristi samo tehničku vodu.

Takođe, zaposleni u kompaniji NIS pomogli su i mlađima iz sistema alternativnog staranja da se bolje pripreme za proces zaposlenja i pronalazak odgovarajućeg posla, tako što su se priključili programu „Youth Can!“, koji zajednički realizuju Centar „Jaki mlađi“ i SOS Dečija selo Srbija.

BEZ ODRŽIVOG RAZVOJA NEMA USPEŠNOG POSLOVANJA

Sve pomenute aktivnosti deo su programa društvene odgovornosti, koje NIS posvećeno sprovodi dugi niz godina, a u skladu sa globalnim ciljevima održivog razvoja. Kompanija je ove godine objavila 11. uzastopni, verifikovani izveštaj o održivom razvoju, kojim je javnost na sveobuhvatan i transparentan način obaveštена o aktivnostima kompanije na polju razvoja poslovanja, ulaganja u društveno odgovorne projekte, zaštitu životne sredine, zdravlje i bezbednost na radu, kao i u razvoj ljudskih resursa. U oblasti održivog razvoja NIS se rukovodi globalnim ciljevima Ujedinjenih nacija i u Izveštaju prepoznaće 12 od 17 ovih ciljeva čijem ostvarenju doprinosi svojim poslovanjem. Kako u ovoj kompaniji navode, zdrava i perspektivna zajednica jedan je od ciljeva održivog razvoja NIS-a. „Kao pojedinci možemo učiniti mnogo na ostvarenju ovog cilja, ali udruženim snagama možemo gotovo sve“, navode u NIS-u i dodaju da će kompanija i u narednom periodu nastaviti da ulaže u zajednicu i njen razvoj.

DOBRA DELA SU ENERGIJA ZA BOLJI ŽIVOT

Na tržištu Srbije smo već 20 godina. Naša vizija i misija su da budemo deo društveno odgovornih inicijativa

Kompanija OMV Srbija deo je međunarodne OMV integrisane naftne i gasne kompanije sa sedištem u Beču, koja proizvodi i plasira na tržište naftu i gas, inovativna energetska, kao i vrhunska petrohemidska rešenja. Od početka svog poslovanja u Srbiji, OMV Srbija snažan fokus stavlja na podršku društvenim inicijativama i projektima. Društveno odgovorno poslovanje kompanije OMV Srbija podrazumeva odgovoran odnos prema zajednici, svojim korisnicima, zaposlenima i životnoj sredini. U nastavku ćemo podeliti neke od primera naše posvećenosti zajednici i životnoj sredini.

ZAŠTITA KLIME JE SAMO JEDNA OD NAŠIH MISIJA

Zaštita klime i smanjenje emisije CO₂ su na vrhu OMV-ove agende i u tom cilju se u okviru OMV grupacije realizuju brojni projekti. OMV Srbija je u skladu sa tim u 2021. godini pokrenula više inicijativa u cilju zaštite klime, preduzimajući konkretnе korake u smanjenju ili neutralizaciji emisije CO₂.

Zaposleni u OMV Srbija ove godine su po treći put zasadili drveće na površini od jednog hektara šume. Sa ciljem kontinuiranog doprinosa neutralizaciji emisije CO₂ i očuvanju prirodnog bogatstva Srbije, tim zaposlenih OMV Srbija je u saradnji sa javnim preduzećem Srbijašume, organizovao pošumljavanje u mestu Drenova.



Uz već tradicionalnu akciju pošumljavanja, pridružili smo se internacionalnoj inicijativi pošumljavanja kojom podržavamo ciljeve klimatskih promena. Sve natočeno gorivo na benzinskim stanicama OMV Srbija na Dan planete Zemlje, 22. aprila bilo je klimatski neutralno. OMV Srbija je neutralizaciju emisije CO₂ celokupne količine prodatog goriva na Dan planete Zemlje realizovao kroz ulaganje u internacionalni licencirani projekat pošumljavanja u saradnji sa ClimatePartner organizacijom. Organizacija ClimatePartner, sa sedištem u Minhenu, trenutno realizuje stotinu međunarodno priznatih licenciranih projekata neutralizacije ugljenika. Projekti za neutralizaciju ugljenika smanjuju emisije ugljenika putem tehnologija kao što su pošumljavanje ili obnovljivi izvori energije.



Inovativna kampanja OMV Srbija samo je jedna od inicijativa koje OMV kao kompanija globalno sprovodi u oblasti neutralizacije emisije CO₂. Inače, OMV se obavezao da će podržati ciljeve Pariskog sporazuma i ključne klimatske ciljeve postavljene od strane Saveza EU za 2030. godinu. OMV grupacija je posvećena izgradnji održivog sveta i ostvarivanju konkretnih ciljeva u vezi sa klimom kao što su: neto nulta emisija gasova sa efektom staklene baštice iz operacija do 2050. godine ili ranije, liderска pozicija u cirkularnoj ekonomiji plastike (zahvaljujući inovativnim rešenjima kao što je ReOil®) i najmanje 60% portfelja proizvoda sa niskim sadržajem i bez ugljenika. Planirano je ostvarenje ovih ciljeva zahvaljujući povećanoj upotrebi sirove nafte za petrohemidske proizvode, većem udelu gasa u portfelju proizvoda, vodoničnim rešenjima za mobilnost i industriju, rešenjima za e-mobilnost i isporuci naprednih biogoriva.

STARI DRUGARI - OMV I DECA IZ SOS DEČIJA SELA SRBIJA

OMV Srbija i ove godine obezbedila je sredstva za donaciju Fondaciji SOS Dečija sela Srbija. Ovoga puta omogućili smo kupovinu tehničkih uređaja (frižidera, mašina za pranje sudova, televizora i drugih aparat), koji su značajno poboljšali uslove boravka dece i mladih koji žive u SOS Dečijem selu Kraljevo. Od početka svog poslovanja u Srbiji OMV neguje uspešnu saradnju sa Fondacijom SOS Dečija sela Srbija, čiji je jedan od programa i Dečije selo Kraljevo. Ova saradnja obuhvata donacije i podršku raznim inicijativama i projektima koji omogućavaju da se na kvalitetan način promene životi stotine dece širom Srbije i da im se pruži prilika za bolju budućnost.

Uvek smo sa radošću isčekivali praznična druženja sa ovom divnom decom i trenutke kada ih obradujemo predstavom i poklonima. Ove godine, zbog pandemije, okolnosti su bile nešto drugačije, ali nas to nije sprečilo da ostvarimo svoju misiju. Prepoznali smo trenutne potrebe i obezbedili podršku u vidu različitih tehničkih uređaja za pripremu i skladištenje namirnica, zatim uređaja za održavanje čistoće, pa sve do uređaja za zabavu.

OMV Srbija je takođe i ponosan partner Kluba „Zlatno srce“ koji je pokrenula ova Fondacija. U više odvojenih akcija na OMV benzinskim stanicama potrošači su bili u prilici da sretnu predstavnike Fondacije na specijalnim štandovima i da im pruže podršku putem donacija. Veoma dobar odziv potrošača u ovim akcijama posebno je ohrabrio OMV Srbija da nastavi da pomaže široj društvenoj zajednici, a naročito deci i mладима.



NAUČILI SMO DA BUDEMOSMO HRABRI I DA JE ZDRAVLJE NAJVAŽNIJE!

Kao društveno odgovorna kompanija, svesni smo koliko je važno ulagati u zdravlje, a naročito u prevenciju. Zato smo u prvom kvartalu 2021. donirali vaučere za gorivo Institutu za virusologiju, vakcine i serume „Torlak“ u cilju podrške u borbi protiv pandemije kovida 19 i transporta vakcina. Veoma smo ponosni na našu donaciju institutu „Torlak“.

Tokom oktobra, međunarodnog meseca borbe protiv raka dojke, sa radošću smo uzeli učešće u projektu „Budi hrabra“ koju je organizovalo udruženje „Žena uz ženu“. Pored organizacije veoma uspešnog događaja sa ciljem podizanja svesti o značaju preventive, ovim projektom omogućen je besplatan ultrazvučni pregled dojki uz stručnu medicinsku podršku velikom broju žena u 11 gradova širom Srbije. Imajući u vidu značaj ove teme i brigu o zdravlju, OMV je u saradnji sa udruženjem takođe organizovao edukaciju o preventivi kancera dojke za svoje zaposlene.

DA NIKO „NE PUKNE“!

U istom duhu podržali smo kampanju podizanja svesti o značaju očuvanja mentalnog zdravlja i unapređenju položaja osoba sa mentalnim smetnjama, pod sloganom „Može da se desi svakome“. Ovaj projekt organizovao je Caritas Srbije, u okviru regionalnog projekta SOCIETIES 2, koji finansira Evropska unija, zajedno sa partnerskim organizacijama iz Pokreta za mentalno zdravlje, Gradskim zavodom za javno zdravlje i Institutom za mentalno zdravlje.

„PRIPREMI SE ZA BUDUĆNOST“ - PROJEKAT KOJIM POMAŽEMO TINEJDŽERIMA IZ SOCIJALNO UGROŽENIH PORODICA

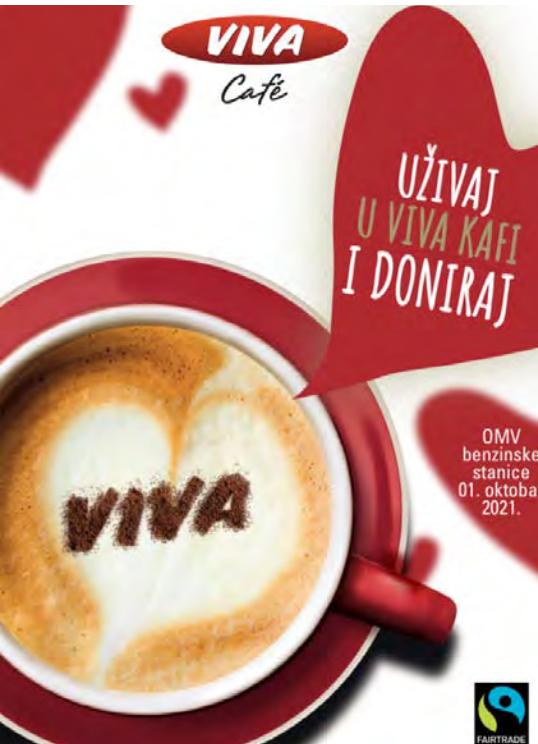
Caritas Srbija i kompanija OMV Srbija nastavili su saradnju na Projektu integracije tinejdžera iz socijalno ugroženih porodica „Pripremi se za budućnost“, koji zajedno realizujemo od 2016. godine. Cilj projekta

je da se mladim ljudima pomogne u savladavanju izazova samostalnog života i privređivanja, a da pri tome ne ugroze svoje školovanje. Tokom letnje sezone ove godine još jedan mlađi čovek je dobio priliku da, paralelno sa školovanjem, radi skraćeno radno vreme (20 sati nedeljno) na OMV benzinskoj stanicici u Jagodini. Tokom trajanja projekta, pedagoški mentor iz Caritasa, kao i supervizori na benzinskim stanicama, prate rad i napredak kandidata i pomažu im da se, uz završetak školovanja, profesionalno i socijalno što bolje integrišu u društvo i pripreme za samostalni život. Do sada je kroz projekt prošlo deset tinejdžera iz Beograda, Novog Sada, Aleksinca i drugih mesta u Srbiji. Projekat je osmišljen upravo u skladu sa politikom društveno odgovornog poslovanja OMV Srbija i korporativnom kulturom kompanije kojom se podstiče pružanje jednakih šanse svima i nagrađivanje mlađih ljudi koji pokazuju potencijal, spremnost za učenje i napredovanje.

PONOSNI SMO NA SVOJE POTROŠAČE: KAFA KAO KARTA ZA HUMANOST

I ove godine smo 1. oktobra tradicionalno obeležili Međunarodni dan kafe i sada već tradicionalno - zajedno sa svojim potrošačima - bili solidarni i pokazali da brinemo o najmlađima i onima kojima je pomoći najpotrebni. Celokupan prihod ostvaren od prodaje VIVA kafe na benzinskim stanicama OMV širom Srbije tokom ovogodišnjeg Dana kafe doniran je NURDOR-u, Nacionalnom udruženju roditelja dece obolele od raka i Fondaciji NORBS plus, čiji je primarni cilj nabavka medicinsko-tehničkih pomagala i podizanje kvaliteta života osoba oboljelih od retkih bolesti.

Naši potrošači nebrojeno puta su pokazali da im je, pored ponude i usluge vrhunskog kvaliteta na našim prodajnim mestima, važno i to što su poverenje dali kompaniji koja zna da brine o drugima. Upravo oni nam i daju podstrek da nastavimo sa ovakvim akcijama, jer zajedno delimo misiju da pružimo pomoći i podršku organizacijama koje brinu o onima kojima je



pomoći najpotrebnija. I ove godine imali smo sjajan odziv potrošača, tako da smo NURDOR-u i NORBS-u obezbedili značajnu donaciju, na šta smo veoma ponosni.

NOVOGODIŠNJE JELKE ZA DEČJE OSMEHE

OMV Srbija i ove godine učestvuje na humanitarnom izboru za najlepšu novogodišnju jelku koju organizuje hotel Hyatt Regency u Beogradu.

Jubilarnu dvadeset petu godinu zaredom, obeležava saradnja Hotela Hyatt Regency Beograd i Novak Đoković fondacije, a ukupan iznos participacije učesnika biće doniran Novak Đoković fondaciji za adaptaciju i opremanje vrtića „Naša radost“ u Boljevcu, čije će otvaranje omogućiti da još 25 mališana krene u vrtić. Raduje nas prilika da kraj godine obeležimo učešćem u još jednoj akciji koja će doprineti realizaciji humanih ciljeva.

PRAVI USPEH SE MERI I DOBRIM DELIMA

OMV je potpisnik UN-ovog Globalnog dogovora, Vodećih principa UN-a o poslovanju i ljudskim pravima, a takođe sprovodi svoje aktivnosti u skladu sa OECD-ovim smernicama za multinacionalna preduzeća. Poštujući ljudska prava i radeći sa našim dobavljačima, gradimo dugoročno održiv biznis, jer poslujemo na pošten i častan način. Pridržavamo se svih relevantnih zakona i težimo da osiguramo da se svi u našem lancu snabdevanja pridržavaju svih relevantnih standarda postavljenih u našem kodeksu ponašanja i da slede naše ključne politike i principe. OMV Srbija, kao deo OMV Aktiengesellschaft, jedne od najvećih industrijskih kompanija kotiranih na berzi u Austriji, sa sedištem u Beogradu, trenutno ima 63 benzinske stанице i tržišno učešće oko 10%. OMV benzinske stанице су multifunkcionalni servisni centri, za ljudе i vozila, gde potrošači mogu da se snabde gorivima, mazivima, uslugom pranja automobila i u 58 VIVA prodavnica pronađu brze obroke, osveženja i širok assortiman dodatnih usluga, ali i osmeh i ljubaznost. Na tržištu Srbije smo već 20 godina. Naša vizija i misija su da budemo deo društveno odgovornih inicijativa. Želimo da, kao i do sada, sa ponosom kažemo da jesmo i ostajemo pokretač dobre energije za bolji život.

Naša misija je i da svojim potrošačima damo više inovacija, viši nivo kvaliteta, više svežine, viši nivo usluga, ali i više uvažavanja, više emocija, više značajne pažnje i više motivacije. I to nas je dovelo na listu Lidera društvene odgovornosti zbog čega smo veoma ponosni.

Bez osećaja da ste doprineli nečemu dobrom, i da na pravi, odgovoran način pripadate zajednici u kojoj poslujete, bez brige o drugima i svetu koji nas okružuje - nema pravog uspeha!

Pridružite nam se.

OMV. Energija za bolji život

GODINA U ZNAKU ZELENE TRANZICIJE, OLIMPIJSKIH IGARA I DIGITALIZACIJE

Banka drži do sada neoboren „državni rekord“ jer je najveći sponzor i zvanična banka Olimpijskog komiteta Srbije već 20 godina

Korporativno poslovanje OTP banke temelji se na iskazivanju odgovornosti prema tržištu, zaposlenima, životnoj sredini i zajednici u kojoj posluje. Banka prepoznaje važnost očuvanja životne sredine i kreira aktivnosti koje su usmerene ka zelenoj promeni, što uključuje i aktivno volontiranje zaposlenih. Prva je banka koja je pristupila inicijativi Priceless Planet Coalition kompanije Mastercard u Srbiji, koja pokreće sadnju drveća u kritičnim delovima sveta na osnovu naučne studije. Takođe, poseduje zeleni sertifikat EPS-a što potvrđuje da sva struja koju banka koristi potiče od zelene energije, dok centralna zgrada koristi svoje solarne panele. Od 2020. banka podržava i projekat „Zelena Srbija“ koji je posvećen sađenju drveća u čak 10 gradova Srbije.

PET GODINA GENERATORA

Radi jačanja konkurentnosti domaćeg preduzetništva 2017. godine osmišljen je i pokrenut Generator, projekat koji okuplja i podržava rešenja koja podstiču inovativne preduzetničke poduhvate. Iste godine Generator je podržao 40 preduzetničkih inovacija kroz finansijsku podršku, promociju i mentorstvo. Sledeće, 2018. godine nagrađene su najbolje studentske preduzetničke inovacije, a Generator 2.0 bio je namenjen digitalnoj transformaciji malih i srednjih preduzeća. Krajem 2019. godine u okviru Generadora, banka je pokrenula inicijativu Generator dobrih dela, koja je podržala šest socijalnih preduzeća i njihove predstavnike. U godini

obeleženoj pandemijom, Generator Gamechanger bio je namenjen digitalnim projektima, sajтовima, aplikacijama i drugim platformama koji pomažu mala i srednja preduzeća kako bi prevazišli izazove sa kojima su se suočili. Početkom 2021. godine organizovan je još jedan ciklus podrške za pet pojedinaca i malih biznisa pod krovom Generatora dobrih dela, ali u onlajn okruženju.



GENERATOR ZERO 2021

U novembru 2021. lansirano je novo izdanje - Generator Zero – koje poziva sve neformalne startap timove, startap kompanije, paušalce, mikro, mala i srednja preduzeća, da prijave svoj projekat ili rešenje koje doprinosi smanjenju karbonskog otiska. One koji uđu u finale, banka će promovisati na svojim komunikacionim kanalima i u tradicionalnim medijima, dok će pobednik osvojiti 2.000.000 dinara, i podršku u daljem razvoju koja podrazumeva prezentovanje projekta u inovacionom habu OTP Lab i investicionom fondu Portfolion, koji su deo matične OTP grupe. Projekat Zero podržavaju i renomirani partneri (ICT Hub, Mastercard, Srbija Inovira, Digitalna Srbija, Netokracija, Beogradska otvorena

škola, Schneider Electric, Bosch, OTP Lab, Portfolion) koji će takođe nagraditi najbolja rešenja, a sve sa ciljem da se podigne svest i znanje o ovoj temi i da se pređe na zeleno i održivo ponašanje i poslovanje.



SPONZORSTVO KOJE TRAJE

U segmentu sponzorstava banka drži do sada neoboren „državni rekord“ jer je najveći sponzor i zvanična banka Olimpijskog komiteta Srbije već 20 godina. Ova saradnja predstavlja ubedljivo najduže sponzorstvo u srpskom sportu i često je primer plodonosne, inspirativne i uspešne saradnje između biznis sektora i institucija sporta. I tokom 2020. i 2021. godine kada je bilo neizvesno održavanje Olimpijskih igara, banka je ostala veran partner i obnovila ugovor o sponzorstvu, u cilju apsolutne podrške našim najboljim olimpijcima. Zajedničkim snagama realizovana je kampanja „Krug podrške“ lansirana tokom vanrednog stanja u zemlji, tokom koje su naši najistaknutiji olimpijci slali motivacione poruke podrške najugroženijim društvenim grupama u široj društvenoj zajednici pozivajući i apelujući na društvenu solidarnost i koheziju. Snažne motivacione poruke planirane su kroz sve raspoložive kanale komunikacije, a kampanja je osvojila internacionalnu nagradu i proglašena je za najbolji sportski sponzorski projekat u Srbiji u 2020. u izboru regionalne organizacije SPORTO, što ju je nominovalo i za osvajanje prestižne nagrade „Best of Europe“. U novembru, kampanja je dobila i priznanje prvog festivala društveno odgovorne komunikacije u Srbiji „Kampanje sa svrhom“. Pored podrške nacionalnom sportu, banka je i najveći sponzor Rukometnog saveza Srbije.

GALERIJA MATICE SRPSKE I VIRTUELNA STVARNOST

Banka je prepoznatljiva u javnosti i po projektima posvećenim očuvanju nacionalnog kulturnog nasleđa. Strateški partner Banke u ovom segmentu poslovanja je Galerija Matice srpske, jedna od najznačajnijih ustanova kulture u zemlji, a saradnjom kroz projekat „Odgovorno u kulturi“ se podržavaju brojni projekti posvećeni digitalizaciji kulturnog nasleđa. Većina realizovanih projekata su potpuno inovativna i digitalna rešenja koja omogućavaju da se kroz aplikacije široj javnosti prvi put predstave radovi najvećih domaćih likovnih stvaralaca. U 2020. je organizovana izložba posvećena najvećem baroknom slikaru Vojvodine, Teodoru Kračunu čiji su oslikani ikonostasi prvi put u digitalnoj formi predstavljeni publici. U novembru 2021. nastavlja se saradnja u vidu projekta DigiArt, virtuelne prezentacije umetničkih dela iz kolekcije Galerije Matice srpske. Ove godine banka će donacijom pomoći da se kroz specijalno kreiranu digitalnu VR aplikaciju prvi put domaćoj javnosti predstave grafike iz skicenbloka Save Šumanovića iz 18. veka, ali i grafike drugih srpskih i ruskih umetnika, kao što su Hristifor Žefarović, Zaharije Petrović, Zaharije Stefanović Orfelin i Vasilije Kiprianov.

PODRŠKA ZA INDIVIDUALNE DONATORE

Kao bi dodatno motivisali jedni druge, OTP banka je omogućila oslobođanje od provizija za humanitarne uplate. Činjenica da skoro pola miliona ljudi živi na ivici siromaštva, a da se prema zvaničnim procenama u Srbiji dnevno baca dva miliona kilograma hrane, zajedničko delovanje između javnog, biznis i civilnog sektora, može značajno da doprinese u rešavanju problema siromaštva. Zato se u oktobru 2021. godine banka odazvala pozivu Koalicije za dobročinstvo i priključila kampanji „Spasimo hranu, spasimo humanost“ koja se organizuje povodom obeležavanja Nacionalnog dana davanja.

USLOV USPEŠNOG POSLOVANJA JE ODGOVORNOST PREMA PRIRODI I DRUŠTVU

Kreiranje održivijeg proizvodnog sistema predstavlja pravac kojim se kompanija PepsiCo kreće zahvaljujući brojnim standardima i kriterijumima koje primenjujemo i koji su isti svugde u svetu gde god da poslujemo

Kao kompanija koja predstavlja vodećeg proizvođača hrane i pića u čak 60 zemalja širom sveta, nastojimo da utičemo na modifikaciju načina na koji se danas proizvode, distribuiraju, ali i čuvaju hrana i piće, a sve u cilju kreiranja jednog održivijeg prehrabnenog sistema. Naše poslovanje već dugi niz godina zasniva se na poštovanju osnovnih principa očuvanja prirodnih resursa, a u prilog tome govori i činjenica da smo nedavno predstavili PeP+ (PepsiCo positive) stratešku transformaciju koja u središte našeg poslovanja stavlja očuvanje planete i kreiranje vrednosti uz poštovanje osnovnih načela održivosti.

S obzirom na to da je poljoprivreda osnova našeg poslovanja, svi naši poslovni napori usmereni su ka

Na tržištu Srbije i Zapadnog Balkana ovaj rezultat postignut je zahvaljujući dugogodišnjem ulaganju u proizvodne pogone i nove linije, ali i u savremene tehnologije poput vakuum sistema, solarnog panela za toplu vodu i LED rasvete. Sa početkom instalacije solarne elektrane u našoj fabriци u Magliću radi proizvodnje električne energije iz obnovljivih izvora, nastavljamo direktno da smanjujemo emisiju CO₂ i doprinosimo zaštiti okruženja u kome živimo i radimo. Snaga koju možemo očekivati u sunčanim periodima je okvirna potreba proizvodne linije na kojoj se proizvodi naš brand Chipsy.

tome da zadovoljimo potrebe naših potrošača uz smanjenja negativnog uticaja na životnu sredinu. Kreiranje održivijeg proizvodnog sistema predstavlja pravac kojim se kompanija PepsiCo kreće zahvaljujući brojnim standardima i kriterijumima koje primenjujemo i koji su isti svugde u svetu gde god da poslujemo.

CILJ NULTA NETO EMISIJA DO 2040. GODINE

U tom duhu, postavili smo vrlo ambiciozan cilj i obezvazali se na uvođenje smanjenja uticaja na klimatske promene. Ovaj visoko prioritetni cilj podrazumeva postizanje nulte neto emisije do 2040. godine, kao i apsolutno smanjenje emisije gasova staklene bašte za više od 40% do 2030. godine. Za ostvarivanje ovih ciljeva potrebni su izuzetni napor, na čemu radimo već godinama unazad primenom najsavremenijih



PEPSICO
Uvođućemo naš
klimatski cilj da
smanjimo emisije
gasova staklene bašte
za više od **40%** do **2030.**
i postignemo **neto nulu**
do **2040.godine**

tehnologija u svim fazama našeg poslovnog procesa, od ugoja useva pa sve do distribucije i plasiranja proizvoda na tržište.

Brojni izazovi sa kojima se suočava čitav prehrabneni sistem iziskuju revidiranje i ažuriranje naših agendi i ciljeva, što je upravo dovelo do toga da proširimo ciljeve kada je u pitanju naša regenerativna poljoprivredna praksa.

EDUKACIJOM DO SAVREMENIH AGROEKONOMA

Kada je reč o području Zapadnog Balkana, ovaj proces je već započet zahvaljujući saradnji koju imamo sa šest dobavljača iz Srbije i Bosne i Hercegovine. Preneši globalnu ekspertizu na lokalni nivo doprinosimo efikasnijem ugoju hrane uz minimalno korišćenje resursa i na taj način pružamo podršku domaćim poljoprivrednicima. Edukacijama formiramo savremene agroekonome koji primenjujući najsavremeniju tehnologiju mogu da obrade više, a da pritom smanje svoje troškove i očuvaju zemljište.

AKADEMIJA ZA STUDENTE POLJOPRIVREDNIH FAKULTETA

Pored ulaganja u nove proizvodne linije i tehnologiju koja doprinosi očuvanju sredine u kojoj poslujemo, naše poslovanje podrazumeva i kontinuirano ulaganje u ljude, njihovu edukaciju i sticanje veština. Ovde

Otpad u hrani predstavlja ozbiljan globalni problem, kako s ekonomskog tako i sa etičkog stanovišta. Zapadni Balkan se nalazi na dobrom putu kada je rešavanje ovog problema u pitanju, pa je tako u prethodnoj godini preradni otpad u proizvodnji smanjen za 0,6 miliona dolaru zahvaljujući saradnji sa Agro timom čime je Zapadni Balkan je postigao najbolji učinak u celoj Centralnoj Evropi kada je u pitanju smanjenje količine otpada, kako u ukupnom neto prihodu, tako i u ukupnim količinama.



I ove godine, kao i prethodne, uspeli smo da kroz različite donacije damo doprinos društvenoj zajednici, što nas posebno raduje.

Kao nastavak dugogodišnje uspešne saradnje sa opštinom Bački Petrovac, realizovali smo donaciju računarske i druge tehničke opreme i uređaja javnim ustanovama u nadi da će ova podrška doprineti poboljšanju kvaliteta rada zaposlenih. Izuzetno smo ponosni i na uspešno realizovanu kampanju „Otvori Chipsy, asistiraj za gol“ u okviru koje smo donirali komplete golova za mali fudbal svim srednjim školama na teritoriji Srbije, kao i srednjim školama u regionu.

moramo da spomenemo našu jedinstvenu edukativnu platformu Chipsy Agro akademiju, koja je ove godine, uprkos brojnim izazovima prouzrokovanim epidemijom, uspešno završena. Akademija je, studentima završnih godina Poljoprivrednog fakulteta Univerziteta u Beogradu i Poljoprivrednog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu, pružila posebnu priliku u praktična znanja iz oblasti ugoja krompira. Polaznici Akademije imali su šansu da uče od najboljih svetskih agroeksperata kompanije Marbo Product, da saznaju koje se posebne sorte koriste u proizvodnji brenda Chipsy i upoznaju se sa industrijskim standardima koji omogućavaju da njegov kvalitet ostane uvek na zavidnom nivou.

STIHL INOVACIJE I DRUŠTVENA ODGOVORNOST U FOKUSU

Kao vodeći svetski proizvođač motornih testera i električnih uređaja za poljoprivredu, šumarstvo, hortikulturu i uređenje, kao i građevinsku industriju, STIHL snosi odgovornost i za životnu sredinu. Kao kompanija i na lokalnom nivou STIHL d.o.o. je posvećen zaštiti životne sredine.

U ovim nepredvidivim godinama, pandemija virusa korona postala je glavni faktor i u našim privatnim i poslovnim životima. Kao porodična kompanija, sa tradicijom dugom 95 godina, postavili smo temelje da uvek radimo zajedno i da računamo jedni na druge.

U vremenu koje karakterišu stalne promene, doslednost predstavlja dragocenu vrednost iz koje proizilaze pouzdanost i poverenje. Upravo tokom prethodnih godina to smo doživeli na mnogo različitih nivoa. STIHL ima korene u šumarstvu i zbog toga je prirodno da kompanija ide u smeru dugoročnih perioda i ciklusa, kao što priroda i šuma nalaže.

ODGOVORNO PREMA ŽIVOTNOJ SREDINI: 95 SADNICA ZA 95 GODINA POSTOJANJA

U godini u kojoj kompanija STIHL slavi 95 godina poslovanja, centralna kompanije za Srbiju i Crnu Goru zasadila je 95 sadnica četinara i lišćara u beogradskom parku Ušće. Akcija ozelenjavanja postaće tradicija za STIHL d.o.o. u Beogradu, koji će svake naredne godine zasaditi broj sadnica koliko obeležava godina poslovanja. I na ovaj način STIHL d.o.o. podseća na ogroman značaj zelenih površina u cilju kvalitetnijeg života u gradskim sredinama. U eri urbanizacije, posebno je važno negovati i održavati zelene površine kao što su parkovi i baštne. Oni služe kao „zeleni pluća“ gradova, pružaju stanovnicima prirodno okruženje za rekreativaciju i pomažu u smanjenju ugljen-dioksida, jednog od glavnih uzroka globalnog zagrevanja. Biljke koje su dobro orezane kasnije vezuju još više CO₂. STIHL proizvodi daju važan doprinos očuvanju prirode.

DONACIJE ZDRAVSTVENIM INSTITUCIJAMA I USTANOVAMA

Centralna kompanije STIHL za Srbiju i Crnu Goru u Beogradu od osnivanja ulaze u društveno odgovorno poslovanje, koje je sastavni deo identiteta i poslovne kulture kompanije. STIHL d.o.o. godinama sprovodi niz aktivnosti koje za cilj imaju podršku i pomoć zajednici, zdravstvenim radnicima i ostalim grupama i pojedincima.

Posebnu brigu u oblastima zdravstva i brige o deci, kompanija godinama unazad pokazuje kroz podršku humanitarnim organizacijama i zdravstvenim ustanovama kao što su: Radost deci, Institut za zdravstvenu zaštitu dece i omladine Vojvodine, KBC Bežanijska kosa, i mnogi drugi.

STIHL UREĐAJI: PODRŠKA U ODRŽAVANJU ŽIVOTNE SREDINE

Društveno odgovorno poslovanje centrale kompanije STIHL za Srbiju i Crnu Goru, podrazumeva i odgovoran odnos prema zajednici, korisnicima STIHL uređaja, ali i životnoj sredini. Kao lider u proizvodnji ručnih alata za poljoprivredu, šumarstvo i hortikulturu naša konstanta i obaveza jeste ulaganje u životnu sredinu. Cilj kompanije je podržati ljudе u koršćenju, briži i očuvanje šuma i prirode na odgovoran i održiv način. S tim u vezi, kompanija donacijom uređaja, godinama unazad podržava institucije kao što su JP „Srbijašume“, JKP „Zelenilo Beograd“, JP „Vojvodinašume“, ali i mnoga druga udruženja i zavodi.

Naime, kompanija STIHL globalno pokazuje da održivo privređivanje misli na budućnost. Kompanija, koju je pre gotovo jednog veka osnovao Andreas Stihl, i dalje je posvećena inovacijama i tehnološkim promenama, koje predstavljaju i garanciju trajnosti.

Od osnivanja, kompanija STIHL koristi revolucionarnu tehnologiju i inovativne ideje. U istoriji od 95 godina poslovanja, vrhunska tehnologija i kvalitet su postali sinonim za brend STIHL. U više od 160 zemalja, STIHL proizvodi pomažu ljudima u radu sa prirodom i u prirodi - to je dovelo brend na 1. mesto proizvođača motornih testera širom sveta.

STIHL PROIZVODI SA TEHNOLOGIJOM KOJA DOPRINOSI ZAŠTITI ŽIVOTNE SREDINE

U STIHL-u ekologija i tehnologija su usko povezane. Razvoj novih proizvoda je usko povezan i sa ekološkim zahtevima tih proizvoda. Potrošnja energije, emisija izduvnih gasova i buka, kao i zdravlje i bezbednost korisnika, bili su važan kriterijum za razvoj novih proizvoda već dugi niz godina. STIHL neprestano postavlja nove standarde širom sveta razvojem ekološki kompatibilnih tehnologija motora.

Prodajnu mrežu STIHL grupe čine 41 kompanija, oko 120 uvoznika i više od 54.000 ovlašćenih prodajnih mesta u preko 160 zemalja. STIHL je najprodavaniji svetski brend motornih testera od 1971. godine.



1926



1930

TEMELJI USPEHA RAST U KANŠTATU

Mala inženjerska kancelarija, evooulirala je u impozantnu mašinsku radnju. Andreas Stihl preselio je svoju rastuću kompaniju iz centra Štutgarta u Kanštat, industrijski okrug.



1959



PROBOJ LEGENDARNE KONTRE

Lansiranje na tržište benzinske motorne teste Contra, označilo je novu eru u STIHL-u. Proizvod, koji je imao snagu od 6 KS i bio težak samo 12 kilograma, bila je prva STIHL testera bez zupčanika. Contra je kompaniji donela svetski ugled.



1945 - 1959

TEŽAK RESTART U VAJBLINGENU

Neizvesna ekonomska situacija posle Drugog svetskog rata podstakla je STIHL da lansira različite proizvode. Između ostalog, kompanija je jedno vreme proizvodila poljoprivredne traktore na novoj lokaciji u Vajblingenu. Takođe, stavljen je akcenat na razvoj različitih modela motornih testera.

1964



INOVATIVNI I USPEŠNI PATENTI OD STIHL-A

STIHL je bio prvi proizvođač koji je motornoj testeru dodaò antivibracioni sistem. Asortiman proizvoda je stalno rastao, a STIHL oprema je bila veoma tražena širom sveta.



1973

MEĐUNARODNO ŠIRENJE SVETSKA PROIZVODNJA

Sedamdesetih godina 20. veka STIHL je napravio veliki korak, osnivajući proizvodnju u Brazilu (1973) i u Sjedinjenim Američkim Državama (1974). Kompanija je takođe osnovala i sopstvenu fabriku lanaca u Švajcarskoj (1974).



2009



MOĆNA, TIHA, NOVA BATERIJSKA TEHNOLOGIJA

STIHL je lansirao svoj assortiman proizvoda na baterije 2009. godine sa uređajima HSA 65 i HSA 85, baterijske makaze za živu ogradi. Prva baterijska motorna testera usledila je godinu dana kasnije.



ELEKTRONSKO UBRIZGVANJE GORIVA

STIHL je lansirao prvu motornu testera na svetu sa elektronski kontrolisanim ubrizgavanjem goriva, MS 500i, čime je ponovo započela nova era u tehnologiji motornih testera.

2021

JAKI ZAJEDNO

Posle dr Nikolas Stihla, u kompaniji su se pridružile još dve članice treće generacije STIHL porodice, Selina Stihl i Karen Tebar, na značajnim pozicijama zamjenika predsednika savetodavnog odbora i člana nadzornog odbora.

ZELENO KAO OKOSNICA POSLOVANJA

Kompanija godinama postavlja standarde u ekspertizi proizvodnje kafe, ali i konstantno radi na poboljšanju održivog razvoja, kao i na brzi očuvanje životne sredine, dajući primat ekološkim poslovnim inicijativama

Kompanija Strauss Adriatic je deo multinacionalne kompanije Strauss Coffee i sa njom deli iste korporativne vrednosti, inkorporirane u svaki segment poslovanja. Poslujući na tržištu Srbije više od 25 godina i zaposljavajući više od 250 ljudi, Strauss Adriatic kao okosnicu svog poslovanja postavlja društvenu odgovornost, svestan činjenice da je ulaganje u lokalnu zajednicu, u svoje zaposlene i u održivo poslovanje srž svake dobre i stabilne kompanije.

„ZELENA“ POLITIKA KAO OSNOVNI POSTULAT POSLOVANJA KOMPANIJE STRAUSS ADRIATIC

Kompanija Strauss Adriatic već godinama postavlja standarde u ekspertizi proizvodnje kafe, ali i konstantno radi na poboljšanju održivog razvoja, kao i na brzi očuvanje životne sredine, dajući primat ekološkim poslovnim inicijativama. Podizanje svesti o važnosti ovakvog načina poslovanja jeste jedan od prioriteta ne samo među zaposlenima, već i među partnerima i potrošačima. Da kompanija vodi računa o emisiji štetnih gasova, potrošnji vode, utrošku energije i generisanju komunalnog otpada, svedoči i činjenica da se u zaštiti životne sredine rukovodi principima standarda ISO 14001.



Kafena plevica

Kako naglašava Borivoje Petrović, menadžer održavanja Strauss Adriatic-a, kompanija je još pre deset godina bila pionir u korišćenju kafene plevice kao biomase za grejanje kompletnog pogona i administrativnog dela fabrike u Šimanovcima. Kao nusproizvod iz procesa prerade kafe, kafena plevica je ranije predstavljala otpad, ali je otkrićem njenog toplotnog potencijala počela da se primeni i nje na inovativna namena. Korišćenje briketa plevice kao energenta pruža ne samo finansijski već i ekološki benefit jer je njihovom upotrebom smanjena emisija ugljen-dioksida za čak 11%, sami produkti sagorevanja biomase su bez štetnog uticaja na okolinu i rešava se pitanje odlaganja otpada. Godišnjom preradom sirove kafe dobija se preko 120 tona kafene plevice koja greje fabriku.



Borivoje Petrović

Grejanje na kafenu plevicu je bio prvi u nizu izuzetnih ekoloških projekata koji su okrenuti održivom poslovanju i „zelenim“ ciljevima. Borivoje Petrović ističe da su samo tokom ovog leta završena dva „zelena“ projekta. Najpre je instalirana još jedna solarna elektrana na krovu Doncafé fabrike u Šimanovcima od oko 66 kW instalirane snage, tako da je sada ukupni kapacitet solarnih ploča 109 kW, a završena je i rekuperacija energije na delu hlađenja i grejanja u centralnom sistemu. Na taj način je obezbeđena dodatna ušteda. Ostatak električne energije koju kompanija koristi iz elektromreže je iz 100% obnovljivih izvora za šta kao potvrdu na godišnjem nivou dobija sertifikat o poreklu od EPS-a.



Solarni paneli na Doncafé fabrici u Šimanovcima

Radi se na projektu zamene dela voznog parka vozilima na hibridni pogon, a plastični proizvodi za jednokratnu upotrebu, kao što su čaše i slamčice, izbačeni su iz upotrebe. Za svakog zaposlenog su obezbeđene personalizovane EcoCareCup čaše od šećerne trske i instalirana je presa za plastične flaše, a kante za sortiranje otpada su zamenile one u kancelarijama.

KAIZEN: JAPANSKI RECEPT ZA USPEH IZRAELSKE KOMPANIJE U SRBIJI

Predlog za upotrebu kafene plevice je stigao od jednog od zaposlenih u kompaniji i predstavlja izuzetan primer primene kaizen-a, japanske poslovne filozofije koju kompanija primenjuje, a koja se zasniva na principu da sve aspekte poslovanja treba stalno unapređivati, uz optimalnu upotrebu svih raspoloživih resursa i sa akcentom na razvoju ljudskih kvaliteta. „Kaizen menadžment“ predstavlja okosnicu uspeha japanskih kompanija, a njihovo poslovanje za preduzetnike širom sveta predstavlja uzor na putu ka uspešnosti. Strauss Adriatic je među prvima u Srbiji počeo sa primenom ove filozofije, a implementacija je počela 2010. godine kada su krenule i prve obuke. Kako kaizen predstavlja kontinuiran proces, a u skladu sa kovanicom nastalom od reči kai, što znači promena i zen sa značenjem boljšitak, ideja vodila uvođenja kaizen menadžmenta u Strauss-u bilo je poboljšanje uslova rada, povećanje produktivnosti i bezbednosti, uređenje prostora, ali i unapređenje komunikacije među zaposlenima.

Kaizen motiviše zaposlene da daju predloge i podstiču se da predlažu najbolja rešenja za određene probleme sa kojima se susreću tokom radnog procesa, od menadžera na visokim pozicijama do osoblja za održavanje higijene prostorija. Bilo je izazovno motivisati preko 250 zaposlenih u kompaniji Strauss Adriatic da u svakom delu ličnog poslovnog delovanja sprovode kaizen, tako da je najpre bio uveden u proizvodnju. Realizovane korekcije su se odnosile na izmenu dodatašnjeg načina rada ili određenih procedura koje su

zaposleni prepoznali kao prepreku u radu i zajedničkim snagama prevazišli. Oprema koja je bila oštećena popravljena je i dovedena u upotrebljivo stanje, a ona koja je uništena, zamenjena je novom. Radi lakšeg i bržeg snalaženja, postavljena su brojna uputstva i table koje jasno ukazuju kako se neki deo opreme koristi, gde šta stoji i ko je zadužen za određen sektor. Najveća prednost koju kaizen nudi jeste i činjenica da njegova primena ne zahteva velika ulaganja, a pruža veliki rast produktivnosti i smanjenje količine otpada.

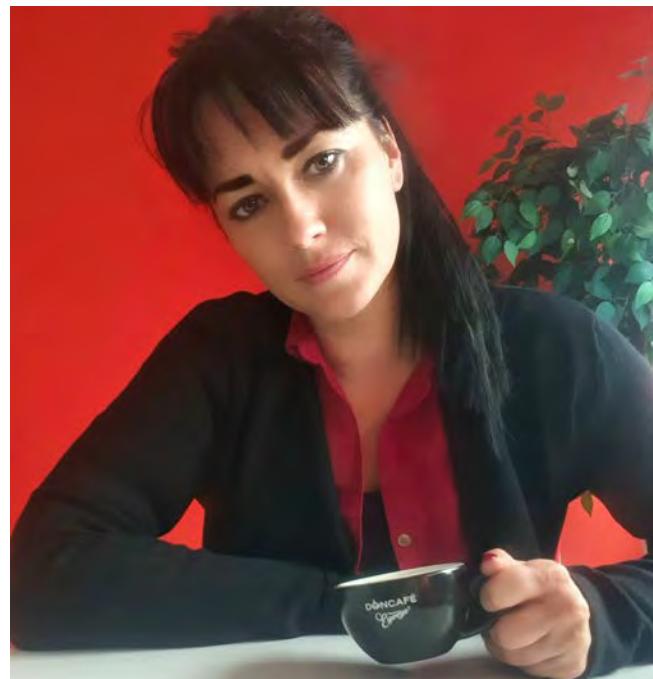
ULAGANJE U BUDUĆNOST: REGRUTACIJA MLADIH KADROVA

Prepoznavši neophodnost ulaganja u mlade, perspektivne kadrove, Strauss Adriatic je pokrenuo program letnje prakse. Koncept pružanja znanja i iskustva budućim poslovnim liderima je poznat kompaniji godinama unazad, budući da im nudi priliku da kroz seminarske radove, praktičan i istraživački rad steknu praktične veštine. U tome im bezrezervnu podršku pružaju mentorji koji studentima omogućavaju da se upoznaju sa realnim radom u kompaniji i na taj način steknu neophodno praktično iskustvo koje im nedostaje tokom studiranja.

Tokom tri meseca, studenti znanja i veštine stiču tako što se upoznaju sa samom kompanijom, njenom organizacionom strukturu, strateškom orientacijom, ali najvažnije od svega, imaju mogućnost operativnog sudelovanja u svakom segmentu, od poseta terenu do rada u kancelariji i upoznavanja sa internim procedurama. Ovakav vid prakse je dvosmeran jer mladi polaznici kompaniji pružaju nove ideje, a benefit koji studenti zauzvrat dobijaju je višestruk, jer im Strauss Adriatic nesebično daje znanje i praktično iskustvo, ali i mogućnost zaposlenja ukoliko postoji potreba za otvaranjem novog radnog mesta.

Ovogodišnji program i propozicije su predstavljeni studentima završne godine Ekonomskog fakulteta. Fokus je stavljen na motivaciju, jer iskustvo je ono što tek treba da steknu. Prilikom procesa selekcije kadrova, od presudnog značaja je bilo da vrednosti kandidata

istovremeno budu i vrednosti kompanije. Radoznalost, želja za učenjem i konstantnim usavršavanjem, lepo vaspitanje i pozitivan stav, bili su odlučujući faktori, a praktikanti su dobili mogućnost da se oprobaju u sektorima prodaje i finansija. Iduće godine će moći da učestvuju u poslovnim procesima i u sektoru marketinga, ljudskih resursa, logistike, proizvodnje. Ivana Canić, HR direktorka kompanije, ističe da mentorji tokom trajanja prakse vrše evaluaciju studenata. Njihova ocena i kadrovske potrebe kompanije su odlučujući



Ivana Canić

faktori za potencijalnu odluku o zapošljavanju studenta. U slučaju da se otvorи radno mesto, student koji je bio na praksi ima zaslужenu prednost za tu poziciju. Jedna od praktikantinja koja je regrutovana i dobila stalno zaposlenje u kompaniji je Katarina Petruševski. Praksu je započela u septembru 2020. godine, a od maja 2021. godine radi na poziciji Digital Marketing Assistant. Kaže da joj je tokom programa od odlučujuće važnosti bila spremnost celog tima da sa njom podele svakodnevne zadatke i da je aktivno uključe u sve aktuelnosti, prenoseći joj i praktično i



Katarina Petruševski

teorijsko znanje. Od mentora je dobila najviše ocene, uz akcenat na prepoznavanje stalne želje za napretkom i razvojem, iskrenoj motivaciji za učenjem i proširivanjem sopstvenih vidika kao i na spremnosti i odlučnosti u preuzimanju inicijative. Katarina dodaje da veruje da je kompanija u njoj prepoznala vrednosti koje su im zajedničke, što je od ključnog značaja za dalji zajednički razvitak.

OD OKTOBRA JE SVIM ZAPOSLENIMA NA RASPOLAGANJU I POTPUNO ANONIMAN PROGRAM PODRŠKE MENTALNOM ZDRAVLJU

KONSTANTNA BRIGA O ZAPOSLENIMA

Strateški dobro postavljena kompanija mora da ima jak i stabilan HR sektor, koji je u stanju da isprati i pokrene sve poslovne odluke i da ih uspešno implementira. On je osnovni transformator i generator svih promena, ali i konstantna podrška.

Kako krize nisu vreme da se iniciraju podrška i razumevanje – tad je prekasno, značaj transparentne i otvorene komunikacije je potvrdio mart 2020. godine i početak pandemije virusa kovid-19. Postavljena na stabilnim temeljima međuljudskih odnosa, kompanija Strauss Adriatic se odlično snašla. Novoformirani Krizni tim je imao direktnu komunikaciju sa top menadžmentom pa su predložili brzo tretirani, usvajani i implementirani. Fokus je stavljen na zaposlene, da u svakom momentu budu sigurni da kompanija vodi računa o očuvanju njihovog zdravlja, da rade u bezbednom okruženju, ali da se ne zapostavi posvećenost poslovnim procesima. Takva vrsta usaglašenosti je omogućila kompaniji da uspešno savlada sve izazove pandemije do sada.

Sa jasno postavljenim ciljem da je dobru komunikaciju neophodno svakodnevno unapredijevati, kompanija je nedavno aktivirala još jedan koristan alat, odnosno određeni vid digitalizovanog, dvosmernog i svakodnevног kontakta zaposlenih sa sektorom ljudskih resursa. Od oktobra je svim zaposlenima na raspolaganju i potpuno anoniman program podrške mentalnom zdravlju koji kroz edukativnu platformu, psihološko savetovanje i telefonsku podršku služi zaposlenima da nađu odgovore na dileme i pitanja na poljima roditeljstva, porodice, poslovnih odnosa, ličnog razvoja i poboljšanja kvaliteta života. Uz sistematske pregledne za sve zaposlene koji se već godinama organizuju, na ovaj način je zaokružena briga o zdravlju kompanije.

DOPRINOS ZAJEDNICI ZA GENERACIJE KOJE DOLAZE

U svetu koji sada gotovo potpuno funkcioniše onlajn, imamo odgovornost da obezbedimo stabilnu mrežu, kako bi naši korisnici bili povezani sa porodicom i prijateljima, ali i da bi mogli nesmetano da obavljaju svoje poslove

Druga godina pandemije korona virusa, godina „konsolidacije“, godina je u kojoj smo se prilagodili „novoj normalnosti“, dodatno ojačali naše kapacitete, pokrenuli velike projekte, ali i godina u kojoj smo se potrudili da što više doprinesemo zajednici u kojoj poslujemo, jer verujemo da na taj način stvaramo bolju budućnost za generacije koje dolaze.

NAŠA MREŽA NAJBOLJA NA TESTU

U doba pandemije, uloga telekomunikacionih kompanija dobija na važnosti. U svetu koji sada gotovo potpuno funkcioniše onlajn, imamo odgovornost da obezbedimo stabilnu mrežu, kako bi naši korisnici bili povezani sa porodicom i prijateljima, ali i mogli da nesmetano obavljaju svoje poslove. Potvrda našeg truda došla je kroz peto po redu priznanje „Best in Test“, koje dodeljuje međunarodna kompanija UMLAUT.

„Trend dvocifrenog rasta mobilnog saobraćaja u Telenor mreži nastavio se tokom 2021. godine. Nama to donosi posebnu odgovornost za kontinuirani, ubrzani razvoj mreže, zasnovan na potrebama korisnika i najnovijim tehnologijama. Ponasni smo na peto „Best in Test“ priznanje kao potvrdu kvaliteta i rezultat kontinuiranog ulaganja u mrežnu infrastrukturu“, kaže Saša Leković, izvršni direktor Tehnike u Telenoru.

BESPLATAN INTERNET ZA NESMETANO UČENJE NA DALJINU

Svesni smo koliko je pandemija korona virusa uticala na sve sfere društva, pa tako i na obrazovanje. Većina škola u svetu uspela je da delimično ili u potpunosti pređe na onlajn nastavu. Prema istraživanju UNICEF-a, gotovo 1,6 milijardi dece u 190 zemalja sveta suočilo se sa poteškoćama u obrazovanju. Podaci Zavoda za vrednovanje obrazovanja i vaspitanja pokazuju da oko 40 odsto dece iz osjetljivih društvenih grupa u Srbiji nije bilo u mogućnosti da prati nastavu na daljinu jer nisu imali internet konekciju ili je ona bila veoma loša. Zato smo, zajedno sa UNICEF-om, krenuli sa uvođenjem besplatnog interneta najugroženijoj deci širom Srbije. Telenor je donirao 2.200 internet kartica i 310 modema za pristup in-

TELENOR JE DONIRAO 2.200 INTERNET KARTICA I 310 MODEMA ZA PRISTUP INTERNETU ZA 30 ŠKOLA



ternetu za 30 škola, čime se omogućava stvaranje potrebnih uslova za učenje na daljinu, bez obzira na to gde i u kakvim uslovima učenici žive.

„Većina dece tokom pandemije se, uz ogromnu podršku roditelja, nastavnika i pristup digitalnim alatima, adaptirala na novu realnost, ali ima i onih kojima je to bio veći izazov. Ideja ove inicijative je da omogućimo iste uslove za sve, jer učenje ne sme da stane ni za jedno dete, bez obzira na to kakve su okolnosti oko nas. Verujemo da povezanost i pristup komunikacionim servisima jesu pravi način i na tome radimo zajedno sa UNICEF-om, kao strateškim partnerom, već više od deset godina“, izjavio je Goran Vasić, izvršni direktor korporativnih poslova u Telenoru.

Premošćavanjem digitalnog jaza stvorice se jednak i inkluzivan pristup obrazovanju, dok će se istovremeno pomoći deci i mladima da razviju digitalne veštine koje će ih pripremiti za život u 21. veku, kao i za ulazak na sve konkurentnije tržište rada.

„BRZINOM DO ZVEZDA“ ZA ZDRAVIJI ŽIVOT DECE

Fizička aktivnost od ključnog je značaja za pravilan razvoj dece. Upravo u cilju promocije zdravih životnih navika i bavljenja sportom, Telenor i Srpski atletski savez nastavljaju svoj tradicionalni projekat „Brzinom do zvezda“, kroz organizaciju trka za decu trećeg i četvrtog razreda osnovnih škola. Ove jeseni, uz poštovanje svih epidemioloških mera, počeo je osmi ciklus.

„Svake godine raste broj dece i gradova koji žele da učestvuju u projektu „Telenor: Brzinom do zvezda“, što govori o značaju promocije sporta u školama i među decom. Ove jeseni imamo rekordan broj prijavljenih gradova, čak 62. Sport pomaže deci da osnaže svoje psihičko i fizičko stanje, da upoznaju nove drugare, ali i nauče šta je to fer-plej, da porade na svom samopouzdanju, sve kroz igru i smeh. Ovde nije cilj postići najbolji rezultat, već kroz druženje razviti zdrave



životne navike", rekla je Marija Vujanić, direktorka komunikacija i održivog razvoja u Telenoru.

Ovaj projekat takođe otkriva i nove atletske nade. Polufinalisti, njih 32, dobijaju besplatno učešće na Telenor kampu „Brzinom do zvezda”, koji sadrži sportske, kreativne i edukativne elemente, a najvažnije od svega, spaja decu iz različitih delova Srbije kroz igru i druženje. Mnogi učesnici prethodnih ciklusa su se upravo kroz ovo takmičenje zaljubili u „kraljicu sportova” i počeli da treniraju u atletskim klubovima.

ČUVA(J)MO ŽIVOTNU SREDINU

U Telenoru vodimo računa o zaštiti i načinima unapređenja životne sredine. Želja nam je da kod naših zaposlenih, korisnika, šire javnosti, ukažemo na mogućnosti kolektivnog, ali i ličnog doprinosa zaštiti prirode. Zato smo pokrenuli program reciklaže mobilnih telefona. Svaki zainteresovani građanin, bez obzira na to da li je naš korisnik ili ne, može svoj stari telefon doneti u bilo koju Telenorovu prodavnici



i dobiće vaučer u iznosu od 7.000 dinara za kupovinu novog telefona ili pametnog sata.

Od aprila, kada smo pokrenuli ovaj program, reciklirali smo preko 150.000 starih mobilnih telefona i prikupili više od osam tona elektronskog otpada, što uključuje blizu dve tona bakra, oko četiri kg srebra, četiri kg zlata. „Ono što je zanimljivo naglasiti jeste da je od početka akcije do danas, od ukupnog broja prodatih telefona u Telenoru, gotovo 90 odsto prodato uz vaučer za reciklažu. Naišli smo na fantastičan odziv, što nam pokazuje da građani zaista cene naše napore i žele da nam se priključe“, kaže Aleksandra Mišić Dodić, marketing menadžerka u Telenoru.

Program reciklaže telefona samo je jedna od naših ekoloških inicijativa. Još pre skoro 10 godina odustali smo od plastičnih kesa i sada koristimo isključivo papirne kese i kartonsku ambalažu. Naši zaposleni aktivno učestvuju u procesu reciklaže kroz primarnu selekciju otpada na radnom mestu (papir, aluminijum, PET). Koristimo vozila sa manjom emisijom gasova, sijalice sa manjom potrošnjom struje i plaćamo električnu energiju samo iz hidrocentrala. Našim korisnicima nudimo mogućnost izdavanja elektronskog umesto papirnog računa, kao i plaćanje onlajn.

Već trinaest godina zaredom, Telenor Srbija učestvuje u akciji „Sat za našu planetu“. Poslednje subote u martu mesecu, na sat vremena gasimo svetla u upravnoj zgradi na Novom Beogradu, kao i u svim prodavnicama širom Srbije. U cilju smanjenja uticaja na životnu sredinu imamo uspostavljen Sistem upravljanja zaštitom životne sredine (EMS) prema standardu ISO 14001, koji smo 2011. godine i sertifikovali.

SA NAMA MOŽETE DA ZAMISLITE SVE

Kroz konkurs „Zamisli sve“, Telenor fondacija pruža podršku inovativnim i održivim rešenjima koja za cilj imaju prevazilaženje trenutnih društvenih izazova iz oblasti obrazovanja, socijalne inkluzije društveno ugroženih grupa, kulture i umetnosti i zaštite životne sredine. Ove godine odabrana su četiri projekta kojima je raspodeljeno više od četiri miliona dinara.



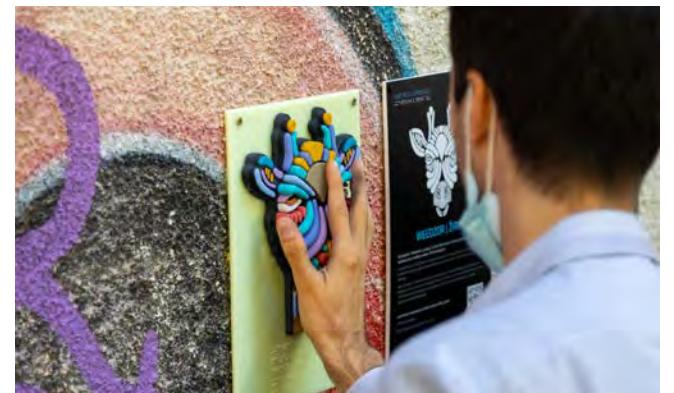
Hack#teen, hakaton za devojčice, koji organizuje Asocijacija za afirmaciju potencijala žena (AFA), posvećen je ohrabrvanju i motivisanju devojčica da se više zainteresuju za prirodne nauke i uključe u STEM zanimanja, kako bi bile podjednako zastupljene u tehnološkim poslovima budućnosti.

Takmičenje organizovano povodom Međunarodnog dana devojčica u informaciono-komunikacionim tehnologijama, koji se obeležava 22. aprila, okupilo je 50 učenica osnovnih škola iz cele Srbije. Takmičarke su, uz podršku svojih mentorki iz 10 uspešnih tech kompanija, kreirale tehnološka rešenja koja na interesantan i efikasan način promovišu znanje, podstiču veću zainteresovanost za učenje i obrazovanje čine kvalitetnijim i uzbudljivijim.

Ove godine smo podržali i **muzički festival ARLEMM 2021**, koji širi i podstiče razvoj umetnosti i kulture u Srbiji, sa posebnim osvrtom na regije koji nemaju produktivne kulturne centre. Ova kulturno-edukativna manifestacija, u organizaciji Udruženja za širenje i podsticaj muzičke kulture u Srbiji MUZIKUS, pružila je i mogućnost deci i mladima za dalja usavršavanja sa najeminentnijim stručnjacima iz različitih muzičkih žanrova. Manifestaciju su otvorili naš poznati violinista Stefan Milenković i orkestar Kamerata Akademika, a na festivalu su učestvovali istaknuti umetnici, Balkanopolis sa Slobodanom Trkuljom, Ana Ćurčin, Ortodoks Kelts i drugi. Svi koji nisu bili u prilici da uživo prisustvuju koncertima, mogli su da uživaju u prenosu na Telenorovom YouTube kanalu.

U okviru projekta **Posadi svoj hlad – Jesenja sadnja 2021**, Telenor fondacija obezbedila je sredstva za

šest hiljada sadnica belog jasena sa uputstvom za sadnju, koje su bile podeljene građanima tokom novembra u više od 100 gradova i opština na teritoriji Srbije, i to istog dana, u isto vreme. Kroz akciju smo želeli da ukažemo građanima na važnost zdrave životne sredine i damo im priliku da se direktno uključe u rešavanje problema zagađenog vazduha u urbanim sredinama. Takođe, nedavno smo sa kompanijom Color Media Communications započeli projekat „Zelena Srbija“, u okviru kog je tokom godine organizovana sadnja u deset gradova i opština.



Projekat „**Umetnost u prolazu**“ organizacije Street Art Belgrade na inovativan i kreativan način približava uličnu umetnost slepim i slabovidim osobama, kroz 3D modele murala. Za prve modele odabrani su radovi beogradskog umetnika Weedzora. Uz 3D modele se nalazi i opis radova na Brajevom pismu. Povodom Dana slepih i slabovidih osoba, koji se obeležava 15. oktobra, modeli su postavljeni na dve lokacije na Vračaru.

„Umetnost je izraz slobode, ona spaja ljude, briše granice i prepreke. Ima veliku ulogu u stvaranju inkluzivnijeg i tolerantnijeg okruženja, čemu je Telenor fondacija posvećena od samog početka“, ističe Milica Begenišić, menadžerka Telenor fondacije.

Brigom o našim zaposlenima, korisnicima i zajednicu u kojoj poslujemo pravimo korak ka boljem društvu. Trudimo se da podržimo, ali i sami sprovedemo akcije u kojima svaki pojedinac može da uradi nešto kako bi naša planeta bila kvalitetnije i lepše mesto za život. Verujemo da je to jedini ispravan način.

DOBRO IMA SNAGU DA POKRENE LANČANU REAKCIJU

„Lanac dobrote“ je dobrovoljna aktivnost i zahteva onoliko ličnog angažmana koliko sami verujemo da je potrebno da nekom ulepšamo dan

Korporativne vrednosti kojima se rukovodi kompanija Wiener Stadtische osiguranje baziraju se na različitosti, posvećenosti i odgovornosti. Demonstriramo ih kroz naš svakodnevni posao: u susretu sa klijentima, saradnji sa poslovnim partnerima, komunikaciji sa javnošću, delovanju u lokalnoj zajednici. Iz godine u godinu čini se da je sve vrlo jednostavno – poslovni ciljevi i program društveno odgovornog poslovanja sprovođe se kao odgovor na potrebe društva u srazmeri sa raspoloživim resursima i kapacitetima. Kompanija svoje dobre namere realizuje kroz prepoznate modele CSR delovanja. Ono što nas je aktiviralo da ove godine u fokus stavimo pojedinca i tako promenimo model po kojem smo do sada radili, došlo je iz sagledavanja korporativne kulture i onoga što naše zaposlene pokreće na dobra dela.

Svesni činjenice da brojni pojedinci u našoj kompaniji redovno učestvuju u humanitarnim akcijama, traže mogućnost za pružanje pomoći onima koji su najugroženiji i iskazuju visok stepen solidarnosti, pronašli smo model aktivnosti koji bi mogao da poveže kapacitet pojedinca, potrebe zajednice i infrastrukturu kompanije u cilju omasovljavanja kulture volontiranja u dobrotvorne svrhe. Želeli smo da pokrenemo lančanu reakciju kod naših zaposlenih kojom bi se aktivirali i oni koji do sada nisu za to imali priliku ili nisu znali na koji način to mogu da učine.

KULTURA SE ŠIRI LANČANOM REAKCIJOM

Projekat „Lanac dobrote“ usmeren je ka pojedinačnoj svesti svakog od nas o tome šta mi predstavljamo u sopstvenoj zajednici i kolika je naša pojedinačna spremnost da pozitivno delujemo na rešavanje prepoznatih problema. „Lanac dobrote“ je dobrovoljna aktivnost i zahteva onoliko ličnog angažmana koliko sami verujemo da je potrebno da nekom ulepšamo dan. Ona je osmišljena da podstakne ljude da razmislite kome bi u svom neposrednom okruženju ukazali pomoći i pažnju i kako da se organizuju i udruže da podrška ostvari maksimalni rezultat.



ZAPOSLENI U NAŠOJ KOMPANIJI REDOVNO UČESTVUJU U HUMANITARNIM AKCIJAMA I TRAŽE MOGUĆNOST ZA PRUŽANJE POMOĆI ONIMA KOJI SU NAJUGROŽENIJI

Naša kompanije je prisutna na više od 40 lokacija u Srbiji i smisao akcije je da se aktivira što veći broj ljudi u svojim lokalnim zajednicama kako bi kroz lični angažman ostvarili direktnu povezanost sa susedima i organizacijama koje se bave podrškom i zaštitom najranjivijih društvenih grupa. Dokumentovanjem i internom promocijom svake akcije širili smo krug zainteresovanih volontera i lančano prenosili kulturu volontiranja iz grada u grad. Karike lanca su se nizale jedna za drugom.

KAKO SU SE NIZALE KARIKE U „LANCU DOBROTE“

Centar za integraciju mladih iz Beograda (poznatiji kao „svratište za decu ulice“) je nevladina organizacija koja deci iz najsiročajnijih porodica pruža podršku u svakodnevnom životu. U njihovim objektima naši mali sugrađani mogu da se obuku, održavaju higijenu, dobiju obrok, školski pribor, pomoći u uče-



nju i podršku u odlaženju u školu, a da pri tome ostanu da žive sa svojim porodicama koje teškom mukom preživljavaju. Iskustva ove organizacije i važnost njihove misije animirali su brojne zaposlene iz Beograda da im doniraju najrazličitije potrepštine neophodne za svakodnevni život i školovanje. Kolo srpskih sestara „Nadežda Petrović“ iz Čačka je jedna od najstarijih humanitarnih organizacija u Srbiji. Zahvaljujući saradnji sa njom, naši zaposleni iz Čačka organizovali su donaciju za brojne socijalno ugrožene porodice koje preko ove organizacije dobijaju neophodnu pomoć.



Pozitivni primeri iz Beograda i Čačka inicirali su saradnju naših zaposlenih iz Subotice sa organizacijom Crveni krst Subotice, koja je prikupljenu donaciju prosledila, takođe, najugroženijim stanovnicima ovog grada.





U međuvremenu su se pojavile i druge ideje kako se može pomoći lokalnim zajednicama i biti solidaran u aktivnostima koje su usmerene na dobrobit neposrednog okruženja. Ekološka slika Srbije je jednako narušena kao i ona socijalna i u tom smislu odgovornost svakog pojedinca za njeno unapređenje će sve više dolaziti do izražaja.

Naši zaposleni, iz Kule i okolnih mesta, zasukali su rukave i uključili se u godišnju akciju čišćenja jednog bazena u Ruskom Krsturu koji se napaja vodom iz kanala Dunav-Tisa-Dunav, a koji predstavlja radost i razonodu za stanovnike Ruskog Krstura i okolnih mesta.

Kolege iz Vršca i Pančeva okupile su se da zajedno sa meštanima Stare Palanke pomognu u čišćenju priobalja Dunava kod ušća reke Nere.



U Opovu smo takođe čistili priobalje Tamiša zajedno sa osnovcima i lokalnim ekološkim organizacijama. U Padeju su se okupili naši volonteri iz Kanjiže, Kikinde i Sente da zajedno sa lokalnim udruženjem žena urede priobalje Tise oko Padejske Čarde.

KOMPANIJA KAO PROMOTER I PODRŠKA ŠIRENJA VOLONTERSKE KULTURE

Šta je bila uloga kompanije Wiener Städtische osiguranje u volonterskim aktivnostima njenih zaposlenih?

Prvi zadatak je artikulacija ideje – prepoznavanje sklonosti zaposlenih, potrebe za delovanjem i formulacija okvira u kojem svaki zainteresovani zaposleni može da ostvari svoj volonterski angažman bez pritiska dnevnih poslovnih obaveza.

Kompanija je takođe važna u obezbeđivanju podrške za realizaciju ovih aktivnosti: obezbediti prevoz svima kojima je neophodno, omogućiti da se volonterske aktivnosti organizuju uz poštovanje svih mera zdravstvene i opšte sigurnosti ljudi koji u tim aktivnostima učestvuju, a za konkretne akcije čišćenja i fizičkog rada obezbediti neophodna sredstva i zaštitu.

Konačno, kompanija je tu da dokumentuje događaje, da ih promoviše u okviru interne mreže i da na taj način omogući širenje pozitivne kulture društveno odgovornog volontiranja među svojim zaposlenima. S obzirom na to da je reč o raznolikim vidovima volonterskog angažmana koji prepostavljaju saradnju sa različitim organizacijama iz brojnih gradova i mesta, uloga kompanije je da pomogne u stvaranju pozitivnog imidža ovih akcija i da stvori prepoznatljivu platformu na kojoj će sa ponosom stajati njeni zaposleni. Zato je „Lanac dobrote“ osmišljen kao brend koji je sinonim za davanje, za podršku, za solidarnost, u okviru kojeg se akcije sprovode pod sloganom „Što više dajemo, to više imamo“.

„Lanac dobrote“ ima svoj prepoznatljiv simbol koji naši zaposleni sa ponosom nose u svim svojim akcijama.

GORUĆE TEME I PRIORITY

Nije lako sprovoditi društvenu odgovornost poslovanja u situaciji kada postoji toliko oblasti u društvu kojima je neophodna direktna i bezrezervna podrška i pomoć. Svakako, na prvom mestu je uvek podrška životu, onima koji se iz teških zdravstvenih razloga bore za život i tu podršku je kompanija Wiener Städtische osiguranje nastavila da pruža tokom cele godine. Novčane donacije su upućivane pojedincima u kriznim zdravstvenim situacijama, ali i onim organizacijama koje vrše odgovornu funkciju u društvu a koje ne bi mogle da opstanu bez sredstava donatora. Takva organizacija je svakako BELhospice, koja godinama unazad ima važno mesto na mapi naših korisnika donacija, jer kao kompanija koja pruža profesionalne usluge osiguranja života, želimo da pomognemo i onim ljudima kojima je neophodno omogućiti zaslужeno dostojanstvo kada se njihov život približi samom kraju. Ove godine smo uključili i naše zaposlene u humanitarni kviz koji je BELhospice organizacija priredila, kako bismo uz novčanu donaciju pomogli i širenu svesti među našim zaposlenima o važnom zadatku koji je na sebe preuzeila ova organi-



zacija. Dodatno smo doprineli i skupljanju sredstava u okviru humanitarnog bala „Treasures of Serbia“ kako bismo još jednom potvrdili našu višegodišnju opredelenost.

Volonterske aktivnosti naših zaposlenih u Vojvodini ukazale su nam na još jednu važnu društvenu temu o kojoj se nedovoljno razmišlja, a to je iskorišćenost vodenih puteva u sklopu kanala Dunav-Tisa-Dunav. Hiljade kilometara vode u sklopu sistema D-T-D ostaju nedovoljno iskoriscene, naročito u blizini malih mesta, a to negativno utiče na ekonomski razvoj tih sredina kao i na iskorišćenost ogromnog saobraćajnog potencijala vodotoka. Iz tog razloga smo obezbedili tri pontona – pristana za čamce i mala plovila koja smo donirali lokalnim samoupravama u Zrenjaninu, Srbobranu i Novom Sadu. Nadamo se da će nakon postavljanja ovih pontona, što je na sebe preuzealo JVP Vode Vojvodine kao naš partner u ovom projektu, život i svakodnevica na ovim lokacijama biti još više usmereni ka reci, što svakako predstavlja zdraviji životni stil i promociju pozitivnih životnih navika koje upućuju na život u prirodi i sa prirodom. Godina za nama nam je nedvosmisleno pokazala da su globalne teme klimatskih promena, ekologije i održivosti sve očiglednije na lokalnom nivou. Nastavićemo da negujemo korporativne vrednosti različitosti i posvećenosti kako bismo prepoznali i podržali ključne tokove razvoja našeg društva. Odgovornost naše kompanije će se ogledati u aktivnostima i merama kojima ćemo podići „zeleni“ standard sopstvenog poslovanja kao i u akcijama koje pokrećemo da bismo pomogli zajednici da obezbedi održivost u budućnosti.

**SVI PO MALO,
ZAJEDNICI
MNOGO.**



DONACIJE U 2020. GODINI PORASLE TRI PUTA

NATHAN KOESHALL,
direktor i osnivač fondacije Catalyst Balkans

Procenili smo da je donirano više od 90 miliona evra u 2020., što je više nego sveukupno 2017., 2018. i 2019. godine. Mnogo više je donirano, čak 2,7 puta više nego u prethodnoj godini. U 2021. godini donacije za borbu protiv korona virusa su praktično stale. Čini se da iz zdravstvenih ustanova nema novih spiskova potreba. Država nije bila transparentna i nije objavila kako je potrošila sav novac doniran na račun RFZO-a, zbog čega je jedan deo kompanija izgubio poverenje

Prema poslednjim podacima Catalyst Balkans, da li su ove i prethodne godine, koju je obeležila korona kriza, najveći doprinos donacijama dale medicinske i farmaceutske kuće i koliko su građani i kompanije Srbiji donirali za borbu protiv posledica korone u 2020. godini? Ima li promena u 2021. godini?

Catalyst Balkans već osam godina prikuplja i analizira podatke o donacijama građana i kompanija za opšte dobro, i prošle godine smo imali zaista pune ruke posla. To nije bila samo godina krize, već i godina solidarnosti. Procenili smo da je donirano više od 90 miliona evra u 2020., što je više nego sveukupno 2017., 2018. i 2019. godine. Za borbu protiv pandemije donirano je 42 odsto tog iznosa, a korporativni sektor je svojom brzom reakcijom pokazao liderstvo i agilnost u suočavanju sa krizom. Bez njihovog doprinosa, bilo bi nabavljenog mnogo manje opreme za zdravstvene

ustanove. Da, medicinske i farmaceutske kuće imale su neizmeran značaj, mada moramo da budemo fer i spomenemo prerađivačku, prehrambenu i naftnu industriju kao značajne donatore u borbi protiv ove krize.

Sa druge strane, ove godine će definitivno biti manji iznosi. Donacije za borbu protiv korona virusa su praktično stale i u prvih deset meseci ove godine donirano je samo 180.000 evra za tu svrhu, i to isključivo od strane poslovnog sektora. Kada uzmemo u obzir i da inflacija donosi novu neizvesnost i da generalno nakon velikih kriza i rasta filantropije, dolazi u narednoj godini do pada (što smo videli i nakon poplava), jasno je da će ova godina biti znatno drugačija, ali još je ostalo da se sakupe podaci za novembar i decembar.

Ove godine su najveći donatori IT sektor, građevinska industrija i ponovo naftna. Najveća donacija je ulaganje tri miliona dolara u Nordeus fondaciju, koja će biti fokusirana na obrazovanje.

Šta je uticalo na smanjenje donacija za borbu protiv korone i ko su bili najveći donatori za smanjenje posledica pandemije?

Kao što smo već naveli, donacije za borbu protiv korone su praktično stale, i jedino bismo mogli da navedemo Janssen-Cilag KFT, Unilever, Komercijalnu banku, Avast i Krušik, koji se izdvajaju u ovoj oblasti. Prepostavljamo da ima više razloga za smanjenje donacija za ovu svrhu. Prvo, čini se da iz zdravstvenih ustanova nema novih poziva i spiskova potreba. Drugo, država nije bila transparentna i nije objavila kako je potrošila sav novac doniran na račun Republičkog fonda za zdravstveno osiguranje (RFZO), zbog čega je jedan deo kompanija izgubio poverenje. Međutim, i dalje postoji velika potreba za podrškom u zajednicama, posebno imajući u vidu trenutno ekonomsko stanje.

Koliko su građani bili aktivni u humanitarnim donacijama?

Dok su prošle godine kompanije donirale prvenstveno državi za savladavanje posledica pandemije, građani su donirali humanitarnim organizacijama, mahom za lečenje dece. U poređenju sa 2019. godinom, 2020. godine su građani donirali mnogo više za humanitarne svrhe.

Tokom 2021. građani su kroz masovna davanja bili manje aktivni nego prethodne (1.014 akcija do novembra 2021. godine, 1.302 akcija u 2020. godini, 1.289 akcija u 2019. godini). Svakako treba imati u vidu da su ovo raspoloživi podaci do kraja oktobra 2021. godine, što ostavlja prostor za rast navedenog broja akcija do kraja godine.

Ko su najveći primaoci donacija?

Gledajući načelno raspodelu donacija između države, neprofitnog sektora i direktno pojedinaca, oko 45 odsto ukupne vrednosti donacija ove godine je usmereno ka neprofitnim organizacijama.

Međutim, moramo da imamo dve važne stvari u vidu. Zbog veće transparentnosti i odgovornosti, mnogi doniraju neprofitnim organizacijama, a krajnju korist od tih donacija često ima država, posebno kada govori o opremanju škola i bolnica.

Takođe, najveći deo novca koji se donira je uplaćen jednoj organizaciji – Fondaciji Budi human, za lečenje dece i naših sugrađana.

Iako donacije ka neprofitnom sektoru blago, ali konstantno rastu, ne možemo još da tvrdimo da je to dokaz vitalnosti čitavog sektora, već samo da je bažično pitanje lečenja i zdravstva u našem društvu i državi još uvek problem bez sistemskog rešenja.

Kako ocenjujete 2020. godinu, kakva je bila za filantropiju u Srbiji? Koliko iznosi donirana suma po stanovniku? Tokom 2019. godine građani i kompanije donirali su 34,5 miliona evra, što je rast dobrotvornih davanja od 26 odsto u odnosu na 2018. godinu, a donirana suma po glavi stanovnika iznosila je oko 4,9 evra.

Za 2020. godinu možemo reći da je definitivno obeležila pandemija i znatno uticala na dobročinstvo u Srbiji. Pre svega, darivano je mnogo više, čak 2,7 puta više nego u prethodnoj godini. Prema našem istraživanju „Srbija daruje 2020 – godišnji izveštaj o dobročinstvu“, u Srbiji su građani i kompanije donirali više od 90 miliona evra za opšte dobro. Ukupan iznos donacija za prevaziđenje posledica pandemije iznosi je 42 odsto. Posebno je važno da istaknemo da čak i davanja koja nisu povezana sa pandemijom, za koja smo brinuli da će biti zapostavljena, premašuju za više od 10 miliona evra ukupna davanja u 2019. godini. Takođe, broj akcija se povećao sa 3.037 u 2019. na 4.319 u 2020. godini. Zato je prosečna donacija po pojedincu sa 4,9 evra u 2019. godini porasla na 13 evra u 2020. godini. Pandemija je uticala i na to da su nakon nekoliko godina u kojima su davanja građana bila veća od davanja poslovnog sektora, ove godine kompanije kroz 38,1 odsto akcija darovale nešto više od polovine ukupne zabeležene darovane sume.

U Srbiji je čak sedam odsto stanovništva na graniči siromaštva, dok se istovremeno dnevno u Srbiji bac i dva miliona kilograma hrane. Može li se nešto promeniti da se ne baca toliko hrane dok istovremenog ogroman broj ljudi (pola miliona) gladuje?

Problem prekomernog bacanja hrane je počeo da zadobija pažnju javnosti prethodnih godina. Jedna od inicijativa koja aktivno doprinosi rešavanju ovog,

ne samo socijalnog, već i ekološkog problema, jeste kampanja „Spasimo hranu, spasimo humanost“. Pokrenuta od strane Koalicije za dobročinstvo, a predvođena Fondacijom Ana i Vlade Divac i uz podršku USAID-a, ova kampanja je od 23. avgusta do 9. oktobra omogućila da se 15,6 tona prehrabnenih namirnica podeli građanima Srbije koji žive u siromaštву. Ovo jeste važan, ali nadamo se tek početni korak u pravcu ostvarivanja pravednije distribucije hrane. U tom smislu, verujemo da je od odlučujućeg značaja zajedničko zalaganje neprofitnog, poslovnog i javnog sektora, kako na skretanju pažnje javnosti na ovaj goruci problem, tako i na nuđenju dugoročnih institucionalnih rešenja. Postoje neke jednostavne prakse koje slede zemlje u regionu i širom sveta. Koalicija za dobročinstvo se zalaže za hitno ukidanje PDV-a na hranu koja je pred istek roka trajanja, kompanijama koje odluče da doniraju tu hranu, kako je ne bi uništili. Dok vlada koristi svoju zabrinutost zbog zloupotrebe takve regulatorne promene, ista zabrinutost se može iskazati za skoro svaku predloženu promenu u zakonu. Zajedno sa takvom promenom, očekivalo bi se da će se uspostaviti zaštitne mere i kontrole kako bi se osiguralo da zlonamerni akteri ne zloupotrebjavaju takvo izuzeće od PDV-a. Ovo je uspešno urađeno u velikom broju zemalja EU, u Srbiji je potrebna samo politička volja.

Koje oblasti ove godine dominiraju po iznosu donacija, u koje sektore je najviše donirano i jesu li rađene neke procene i šta su pokazale, kakvi su efekti donacija u Srbiji?

Najveći iznos donacija u 2021. godini je bio usmeren ka obrazovanju, tačnije, preko 3,5 miliona evra, za Nordeus fondaciju, ali naravno, tek očekujemo da vidimo rezultate. Druga po redu podržana oblast je zdravstvo sa iznosom više od dva miliona evra u donacijama, a sigurno će biti i mnogo više, zbog novca koji smo svi zajedno prikupljali za lečenje dece ovih dana. Treća po redu podržana oblast je javna infrastruktura, sa više od 1,2 miliona evra, što je dobra vest. Najveći deo ove sume (više od milion evra) doniran je u okviru projekta za izgradnju pasarele u Radničkoj ulici u Beogradu, od strane preduzeća Commercial Developments d. o. o. Beograd. U Srbiji

nažalost još uvek ne postoji sistemsко merenje efekata koji donacije ostvaruju. Međutim, mi u Catalyst Balkans se trudimo da donacije grupišemo po načinu na koji se davanja ostvaruju. Tako razlikujemo jednokratne i strateške donacije. U tom smislu, najveći iznos je bio usmeren na strateške akcije (skoro polovina ukupnog doniranog iznosa). Što se tiče samo davanja za borbu protiv posledica korona virusa, situacija je slična, s tim što strateška davanja čine još veći udio (61 odsto ukupnog iznosa). U poređenju sa prethodnim godinama ovo je značajna promena, s obzirom na to da su tada preovladavala jednokratna davanja.

Koliko ima još potencijala u Srbiji za razvoj filantropije i na koji način se davanja mogu povećati? Jedan od njih je ukidanje PDV-a na doniranu robu.

Filantropija u Srbiji već godinama raste, ne samo kada govorimo o vrednosti darivanja, već i o uključivanju novih aktera, kako donatora, tako i primalaca. Koalicija za dobročinstvo je predložila niz važnih zakonskih i regulatornih promena čije usvajanje bi stvorilo povoljnije okruženje za darivanje u Srbiji. Među njima je i ukidanje PDV-a na doniranu robu i usluge, promena za koju verujemo da bi stimulisala značajno povećanje nivoa darivanja kompanija i malih i srednjih preduzeća prema neprofitnim organizacijama i institucijama.

Za rast davanja građana, značajno je da uvedemo poreske podsticaje, što se može desiti kroz planirani prelazak na sintetički poreski sistem. Srbija je jedna od poslednjih država u Evropi koja nema nikakve podsticaje za građane koji doniraju. Treća stvar je da neprofitne organizacije više rade na izgradnji zajedničce podržavalaca oko svojih misija. Ljudi doniraju kada ih pozovete da to učine, ne traže sami prilike da doniraju tek tako. Zato neprofitne organizacije moraju još dosta da uče kako da svojim zajednicama daju priliku i kako da pozovu svoje podržavaoce na akciju. Na kraju, dobročinstvo možemo razviti i uvođenjem inovacija i novih načina doniranja. Mobilno bankarstvo i IPS plaćanja putem QR kodova su nedavno postali popularni, a to još nije iskorišćeno u filantropiji. Praktično svaka inovacija u FinTech industriji se može primeniti i u dobročinstvu.

KOMPOSTI ZA ZDRAVIJU SREDINU

VESNA JEVTIĆ,

nastavnica engleskog jezika, ekološki projekat „Biram da kompostiram“

Čini se da ljudi danas, naročito u Srbiji, nisu dovoljno svesni razmara planetarne ekološke krize. Kompostiranjem se dobija hranljiva zemlja

Jedan vrtić i stambena zajednica u Beogradu dobili su kompostere u okviru projekta „Biram da kompostiram“. Radili ste u Hemijsko-prehrambenoj školi, kad ste počeli da se bavite kompostiranjem i kako je počeo taj ekološki projekat?

Čini se da ljudi danas, naročito u Srbiji, nisu dovoljno svesni razmara planetarne ekološke krize. Plastika je, po novim naučnim istraživanjima, pronađena u ljudskoj placenti, a površinski sloj zemlje je istanjen i ispošćen. Preterana potrošnja dovela je do toga da se napuštaju stare zdrave navike, kupuje se preko svake mre, baca se bez kriterijuma, zbog čega razne vrste otpada koje bi se mogle reciklirati završe na deponiji. Zapanjujuća je činjenica da se po glavi stanovnika u

Srbiji baci oko 80 kilograma hrane godišnje. Organski otpad može da se kompostira, umesto što se baca na deponiju, gde samo doprinosi pojačanju efekta staklene bašte ispuštanjem štetnih gasova tokom procesa raspadanja. Sa tim saznanjem, počela sam da kompostiram u svom domaćinstvu. U međuvremenu, u školi u kojoj sam doskoro radila, Hemijsko-prehrambenoj tehnološkoj školi, u okviru Erazmus projekta pod nazivom „Jedi pametno. Sačuvaj planetu“ (Eat Smart. Save Your Land) naš tim je napravio tri kompostera.

Kako su dodeljivani komposteri, kome su sve namenjeni?

Pozvali smo lokalnu zajednicu preko neformalne grupe „Za manje smeća i više sreće – Zero Waste Serbia“ da se pridruži našoj akciji tako što će nam donositi zeleni otpad. Odziv je bio fenomenalan, a mnoge naše komšije presrećne što svoj zeleni otpad mogu da donesu na kompostiranje. Naš plan je bio da, osim u edukativne i društveno-korisne svrhe, kompost posluži i za ulepšavanje školskog dvorišta, tako što ćemo ga iskoristiti kao hranljivu zemlju za nadgradne leje u koje ćemo posaditi medonosne biljke. Zatim je na proleće ove godine bio i poziv za mini eko-projekte Nacionalnog konventa o Evropskoj uniji. Javili smo se na konkurs sa idejom da napravimo još kompostera, koje ćemo ovog puta darovati nekoj instituciji, stambenoj zajednici, ugostiteljskom objektu. Prilikom



Koliko su ekološki projekti važni za decu u vrtićima i školskom uzrastu?

Cilj ovakvih projekata je prvenstveno podizanje svesti o važnosti kompostiranja, o važnosti održivog života u urbanoj sredini. Na školskom nivou, zahvaljujući ovakvim projektima, učenici postaju samopouzdani, svesni, angažovani pojedinci koji kritički posmatraju svet oko sebe i vide sebe kao aktere promena. Za zajednicu je sjajno što ovakvi projekti podižu nivo socijalne kohezije, koja nam je danas više nego potrebna, kako bismo shvatili da ne možemo uvek čekati da neko nešto uradi za nas, da neke stvari moramo da uradimo sami, ako želimo da živimo u zdravoj, uređenoj, priјatnoj sredini.

Koje su prednosti kompostiranja?

Prednosti su nebrojene. Korišćenjem komposta za đubrenje bašte izbegava se upotreba hemijskih preparata za zaštitu bilja i veštačkih đubriva. Smanjuje se količina otpada koji se proizvodi, dok dobijeni proizvod utiče na zdravlje tla, potiskuje patogene i jača imunitet biljaka. Iako sam po struci filolog i bavim se podučavanjem i prevođenjem, u duši sam eko-aktivista. U mom domaćinstvu odavno se vodi računa o smanjenju otpada uz poštovanje svih pet eko-zapovesti: ne uzimaj ako ti ne treba, razmisli pre nego što kupiš nešto novo, ponovo upotrebi, recikliraj, natcikliraj (na primer, od starih farmerki napravi ceger). Kompostiranje je proces koji unapređuje kvalitet života u urbanoj sredini, čoveka povezuje sa prirodom, vraća balans u prirodnu sredinu, a tlu vraća neophodne materije.

Kako je finansiran projekat?

Projekat je kompletno finansijski podržao Nacionalni konvent o Evropskoj uniji, kroz program „Znanje za održivi razvoj“, sponzorisan od strane nemačke ambasade. U okviru projekta „Biram da kompostiram“ radio je mali školski četvoročlani tim, osim mene, radilo je dvoje učenika Valentina i Petar, i moja koleginica Danica Drulović, nastavnica tehnološke grupe predmeta, koja je osmisnila i napravila nacrt kompostera. Takođe, bavila se procesom kompostiranja sa tehnološke strane (vlaga, temperatura, odnos sadržaja ugljenika i azota), dok sam ja radila na pripremi dokumentacije, povezivanju sa lokalnom zajednicom. Naravno, komposteri su dodeljeni besplatno.

Kako se pravi kompost, šta je potrebno, šta ne sme da se koristi?

Kompost se pravi od zelenog otpada iz kuće (azotni deo) i smeđeg otpada (ugljenični deo). Zeleni otpad su kore od voća i povrća, ljske od jajeta, talog od kafe, kešice čaja, a smeđi: karton, pamučna tkanina, suvo lišće, piljevina. Slažu se naizmenično u odnosu 2:1 smeđeg u odnosu na zeleni otpad, u zatvorenu posudu koja ima bočne rupice za protok vazduha, po potrebi zalivaju se vodom i povremeno promešaju. U kompost ne smiju da se stavljuju namirnice životinjskog porekla, niti ostaci začinjene hrane, borove iglice i lišće od oraha.

MED ZA KOVID BOLNICU

ANJA TRIFUNOVIĆ,

član Udruženja pčelara Batajnica

Batajničkoj kovid bolnici donirali smo med. Zbog svog sastava med preventivno deluje na imuni sistem i savetuje se kod respiratornih infekcija

Pčelarsko udruženje Batajnica doniralo je 50 kilograma meda kovid bolnici u Batajnici ove godine. Koliko imate članova, i da li je to prva humanitarna akcija?

Jedna od naših prvih humanitarnih akcija u saradnji sa firmom „Pakograf“ iz Nove Pazove je donacija meda kovid bolnici u Batajnici. Naša ideja je bila da med doniramo osoblju koje danonoćno brine o obolelima od korone, znajući koliko težak i zahtevan posao obavlaju i da im je zbog toga potrebno da se nekako okrepe. Svi vrlo dobro znamo kako med deluje na naš organizam zbog svog sastava. Udruženje je osnovano u januaru ove godine, predsednik Udruženja je Petar Dobrić, trenutno imamo 54 člana i nisu svi samo iz Batajnice, već ima pčelara iz Ugrinovaca i Zemuna. U Udruženju imamo i dosta mladih pčelara.

U kojim ste još humanitarnim akcijama učestvovali?

Pored donacije meda kovid bolnici, naše Udruženje je zajedno sa posetiocima izložbe meda „Batajnički medenjak“ učestvovalo u humanitarnoj akciji prikupljanja pomoći za lečenje učenika osnovne škole „Boško Palkovljević Pinki“ iz Batajnice. Tom prilikom je sakupljeno 15.000 dinara. Svakako da se nećemo



zaustaviti na ovim akcijama, cilj nam je da pomognemo, koliko smo u mogućnosti. Organizovali smo ove godine i školicu pčelarstva u kojoj su učestvovala deca školskog uzrasta. Škola je organizovana u saradnji sa osnovnom školom gde su deca dane provodila u prirodi, na pčelinjaku, edukujući se o pčelama.



ORGANIZIVALI SMO OVE GODINE I ŠKOLICU PČELARSTVA U KOJOJ SU UČESTVOVALA DECA ŠKOLSKOG UZRASTA

Da li je neka vrsta meda posebno dobra za respiratorne organe, koliko je važno da se koristi med preventivno za očuvanje imuniteta?

Med, kao pčelinji proizvod, ne može da zameni farmaceutske lekove, ali svakako može da pomogne kao preventiva. Med sadrži saharozu, glukozu i fruktozu, kompleks vitamina B (B1, B2, B3, B6, B12), vitamine C, K, E, makro i mikro elemente, fermente (invertaze, amilaze) i veliki broj esencijalnih kiselina. Zbog svog sastava med ima antibiotsko, antivirusno, aktioksidantno i antiglivično dejstvo, odlično deluje na imuni sistem. Prilikom pravilnog konzumiranja može se dosta uticati na jačanje imunološkog sistema.

Svaki med je dobar, ne možemo izdvajati neki posebno. Med se savetuje kod respiratornih infekcija jer oslobađa pluća od toksina i sluzi, oblaže sluzokožu gornjih disajnih puteva, umiruje napade nadražnjog kašla. Med u kombinaciji sa drugim pčelinjim proizvodima (matični mleč, perga, propolis) svakako je dobro konzumirati u određenim količinama kao preventivu svim bolestima.

Hoće li biti nestasice meda, kakva je bila ova godina? Kako globalno zagrevanje utiče na prinos meda?

Ova godina je bila izuzetno loša za prinos meda, što je posledica loših vremenskih uslova zbog globalnog zagrevanja. Kao posledica hladnog i kišovitog poteča desilo se izmrzavanje medonosnog bilja u pojedinim predelima i bagrema, pre svega, koji je glavna paša. Kad je cvetala lipa vremenski uslovi joj nisu pogodovali, opet ne u svim delovima Srbije, ali uglavnom. Leto je bilo toplo i bez padavina, što je izazvalo sušenje livada. Jedino je suncokretova paša dala neke rezultate prinosa. Ali, kako med nije jedini pčelinji proizvod, tu su propolis, perga, matična mleč, onda se može reći da godina nije bila toliko loša, a sve to zahvaljujući dobroj organizaciji pčela u košnici. Pčelari, kao ni potrošači, ne bi trebalo da se fokusiraju samo na med kao da je jedini pčelinji proizvod, već bi trebalo da znaju da iskoriste i druge i te kako dobre pčelinje proizvode koji na različite načine poboljšavaju ljudsko zdravlje. Istina je da imamo manje prinose, ali su istog kvaliteta kao i prethodnih godina zahvaljujući dobroj organizaciji pčela u košnici.

Šta ljudi mogu naučiti od pčela koje imaju savršeno organizovanu svoju zajednicu?

U našem narodu, od pamтивeka, vlada mišljenje da treba pomoći i dati da bi se vratilo. Pčelar koji prati pčelinju zajednicu u košnici i njihovu organizaciju rada pita se šta je sa organizacijom ljudi. Prateći pčelu kako ona sebe štiti u svojoj zajednici i znajući da je vekovima uspela da opstane, shvatamo koliku ulogu u životu ima organizacija. Ali, od kada se čovek umešao u njen život jedva uspeva, zato da bi pčele preživele treba ih pustiti da se same organizuju i ako prežive živeće i ova planeta.

ŠAMAR NIJE ŠALA

TATJANA NIKOLIĆ,

izvršna koordinatorka Centra za devojke iz Niša

Centar za devojke edukovao je ove godine 17 devojaka, koje su postale vršnjačke edukatorke. One su informisale više od 500 srednjoškolki o nasilju nad ženama. Sve ove aktivnosti su besplatne za učesnice

Koliko ste ove godine održali edukativnih treninga o nasilju nad ženama, trgovini ljudima i u kojim školama?

Na teme „Nasilje nad ženama“ i „Trgovina ljudima“ ove godine održali smo dva treninga za vršnjačke edukatorke. Vršnjačke edukatorke su šesnaestogodišnjakinje iz šest gradova, koje su se prijavile na naš konkurs. Nakon prvog treninga održale su u 12 srednjih škola radionice sa više od 500 srednjoškolki. Radionice nakon drugog treninga su tek počele da se održavaju. Sve naše aktivnosti su besplatne za učesnice i devojkama koje učestvuju na treninzima svi troškovi su pokriveni, a za vođenje radionice imaju honorare.

Koliko devojčica je prošlo vaše treninge ove godine, da li se povećao broj devojaka koje s vama kontaktiraju?

Na prvom treningu na temu „Nasilje nad ženama“ bilo je ukupno 16 devojaka. Trening smo ponovile za devojke koje su bile sprečene da prisustvuju usled pandemije. Ove godine edukovale smo 17 devojaka na dve teme, koje su postale vršnjačke edukatorke i u okviru prve teme informisale smo više od 500 srednjoškolki. Takođe, na temu trgovine ljudima starije vršnjačke edukatorke su održale šest radionica u Nišu i Leskovcu sa više od 90 mlađih. U poslednjih godinu dana, nakon svih dešavanja u vezi sa nasiljem, koja su isplivala na površinu, primetile smo da se po-

većao broj devojaka koje nas pozivaju. Ne žele sve da vode radionice, ali žele da se uključe u aktivističko-feminističko pozorište, ulične akcije, učestvuju na kreativnim radionicama ili jednostavno žele da provode vreme u sigurnom prostoru i gledaju filmove.

Šta su najvažnije lekcije i poruke koje devojke mogu da čuju na obukama o nasilju nad ženama?

Najvažnije poruke koje devojke čuju na našim obukama su: žrtva nasilja može biti svako, nisi kriva, za nasilje je kriv nasilnik, nasilnik može biti svako, najčešće muž, bivši muž, momak, bivši momak, drug,



**DEVOJKE POSLE RADIONICA
PROMENE MIŠLJENJE DA SE
SILOVANJE NAJČEŠĆE DEŠAVA
NA JAVNIM MESTIMA OD
NEPOZNATOG ČOVEKA, JER
ČINJENICE GOVORE UPRAVO
SUPROTNO**

komšija, sramota nije tvoja, sramota je nasilnikova. Važno je da znaju da seksualno uznemiravanje nije šala, već krivično delo i kratka sukњa nije pristanak na seks niti opravdanje za silovanje, ljubomora nije ljubav, već nasilničko ponašanje.

Upitnici koje radimo pre i posle radionica kažu da je 55 devojaka koje su pre radionice mislile da jedan šamar nije nasilje, nakon radionice promenilo svoje mišljenje. Posle treninga, 154 devojke koje su pre mislile da je alkohol uzrok nasilja, promenilo je svoje mišljenje. Zatim, 132 devojke promenile su mišljenje da se silovanje najčešće dešava na javnim mestima od nepoznatog čoveka jer činjenice govore upravo suprotno. Prenosim šta je rekla jedna devojka nakon treninga: „Stekla sam samopouzdanje, razumem svoja oseća-

nja bolje, kao i osećanja drugih. Povezala sam se sa devojkama iz radionice, i one sa mnom kontaktiraju.“ Devojke u romskim zajednicama imaju problema što se rano udaju, nespremne za brak. Jedna od njih je rekla: „U svojoj porodici nisam bila u takvoj situaciji, a moja porodica me podržava jer želi da prekine tu tradiciju. Želim da budem uzor u romskoj zajednici i pokažem, posebno devojčicama, da mogu da razbijem začarani krug bede: siromaštvo, veliki broj dece, nedostatak sredstava za školovanje, udaja devojčica kao beg iz siromaštva porodice.“

Postoji li neko istraživanje o tome da li je povećano nasilje ili je povećano prijavljivanje nasilja nad ženama poslednjih godina?

Na SOS telefonu za žene i decu žrtve nasilja volontirala sam od 1996. do 1998, a zatim i na SOS telefonu Centra za devojke, od doba kada nasilje nad ženama kao problem nije bilo prepoznato i kad nije bilo zakona, do sada kada imamo dobre zakone i sve bolju primenu. U poslednjih nekoliko godina povećalo se prijavljivanje nasilja, ne zato što ga ima više, nego zato što su feminističke grupe 20 godina radile na tome da se podigne svest javnosti o tome da nasilje nije privatna stvar već društveni problem. Ali, lobiralo se za zakone i njihove izmene, pa javnost danas zna da je nasilje krivično delo i da se može prijaviti.

Koje su još aktivnosti u fokusu Centra, kako sve pomažete devojkama?

Izdvojila bih naš osmi ArtFemine festival na kom je ove godine u toku četiri dana okupljeno više od 150 ljudi. Posetioci festivala su bili u prilici da učestvuju na uličnoj akciji, radionicama, panelima, performansima i muzičkim događajima. Centar za devojke je osnovan 15. aprila 1998. godine, na inicijativu dve volonterke SOS telefona za žene i decu žrtve nasilja. Cilj osnivanja Centra za devojke je bio da se kroz edukaciju i emancipaciju mlađih žena radi na unapređivanju njihovog položaja u društvu. Tri teme su nam u fokusu: nasilje nad devojkama i ženama, trgovina ljudima, žensko zdravlje i seksualnost. Bavimo se prevencijom, ali i direktnim radom sa žrtvama nasilja. Naša misija je osnaživanje dece, devojaka i mlađih žena kroz podršku, edukaciju, aktivizam i kreativnost.

ONLINE PRAĆENJE REDA U KOVID AMBULANTI

GORDANA BELOCIĆ,

Facebook grupa Covid 19 Novi Sad

Novosađani preko Facebook grupe prate red u kovid ambulanti iz svojih domova, zahvaljujući solidarnosti građana koji trenutno čekaju na testiranje i objavljaju u koliko sati su prozvani na pregled

Otvorili ste Facebook grupu pre godinu dana za praćenje reda u kovid ambulanti u Novom Sadu, kako sada funkcioniše grupa, imate li pomoći i drugih aktivista?

Pre godinu dana pokrenula sam inicijativu kroz Facebook grupu „Covid 19 Novi Sad“, kojoj su se ljudi priključili kako bi informisali druge o redovima tokom čekanja u novosadskoj kovid ambulanti, tačnije u kovid centru. Kako je rasla grupa, tako je porastao i broj administratora koji su od ogromne pomoći i nezamenjivi su deo tima. Grupa funkcioniše i dalje po vrlo sličnim principima i nastaviće sve dok postoji potreba.

Koliko grupa ima članova?

Grupa trenutno broji oko 17.000 članova, što je najviše do sada i uvek smo u usponu sa brojem članova. Iako se dešava da nakon preležane korone ljudi napuste grupu jer im više nije potrebna, ipak broj članova se ne smanjuje. Otkad je počela vakcinacija, krenuli smo da pratimo i redove za vakcinaciju u Novom Sadu. Najjavljivali smo, u saradnji sa Domom zdravlja Novi Sad, kad se očekuju povećane gužve, kakvo je stanje na Novosadskom sajmu, gde su se primale vakcine. I ne samo

to, već i kojih vakcina ima na kom vakinalnom punktu. (Punkt na Novosadskom sajmu je zbog vremenskih uslova tokom leta rasformiran i premešten u zaseban deo kovid ambulante u Novom naselju.) Uporedo sa praćenjem reda u kovid ambulanti i dalje pratimo red za vakcinaciju. Takođe, ličnim primerom i sugestijama apelujemo na članove grupe da se građani vakcinišu kako bi se zaustavila pandemija, kao što je u nekim drugim zemljama gde je vakcinacija sveobuhvatnija.

Kako se preko grupe prati red, da li se i snima telefonom?

Mi ne snimamo red, članovi grupe pišu dnevno komentare o čekanju u redu. Na primer, kad su i u koliko sati prijavljeni za prvi pregled ili kontrolu. Sve je na dobrovoljnoj bazi.

Ko su članovi grupe koji objavljuju informacije, mlađi ili stariji građani i da li ste imali primedbe od menadžmenta Doma zdravlja?

Nismo imali primedbe, barem nisu nama rečene. Maksimalno se trudimo da poštujemo svih neprijatnosti i medicinske i druge radnike u Domu zdravlja, kao i pa-

cijente. Ne znamo tačan uzrast članova koji se javljaju, rekla bih da su to ljudi srednjih do starijih godina, koji su razvili empatiju i solidarnost.

Koliko vam volonterski rad oduzima vremena, kako sve uskladite sa posлом i privatnim obavezama?

Radim u privatnoj firmi kao saradnik sa punim radnim vremenom i vođenje grupe je velika odgovornost, naročito zato što se svakog dana prijavljuju novi članovi koje je potrebno usmeravati na pravila grupe. Obaveze koje imam prema svom poslu su važne, a volontiranje u smislu humanitarnog rada je nešto što smatram da bi svako trebalo kod sebe da pokrene. Uz posao i volonterske aktivnosti, vođenje Facebook grupe i pružanje prve psihoterapijske pomoći tokom korone, za privatni život ne ostaje mnogo vremena. Međutim, moramo imati na umu da je u ovakvim oknostima, u kojima zdravlje ima prioritet, društveni život veoma ograničen svim ljudima, ne samo nama koje vodimo grupu.

Pored toga, pružate i psihoterapijsku pomoć, koliko vam se ljudi često javljaju?

Budući da edukacija za psihoterapeuta traje dugo i da uz to nije mali novčani a ni vremenski izdatak, počela sam sa edukacijom krajem 2012. godine i još uvek sam u procesu edukacije. Ne stižem da pomognem svima koji mi se jave za pomoć, iako se trudim, ali ko god mi se obrati uvek dobije odgovor. Psihoterapijska prva pomoć koju pružam volonterski, kao i ostale kolege preko Saveza društava psihoterapeuta Srbije, nije isto što i psihoterapija.

Koji su najčešći problemi zbog kojih se javljaju?

U početku su mi se javljali ljudi koji su uglavnom zvali zbog ograničavanja kretanja, kad je bio „lockdown“. Kasnije su usledili pozivi onih koji su trenutno kovid pozitivni i potrebno im je da popričaju sa nekim ko bi ih umirio. U poslednje vreme mi se češće javljaju pacijenti koji su oboleli od drugih bolesti, koji imaju ograničenu mogućnost lečenja i ne mogu da zakažu terminje jer se bolnice, u koje su išli ranije, pretvaraju u kovid centre. Takođe, postoji nemali broj onih koji nisu videli svoje bližnje koji su u staračkim i drugim



FOTO: Vesna Forai

domovima, osim kroz prozor ili iza ograde sa maskom, što dodatno doprinosi osećaju bespomoćnosti. Psihoterapeuti bi trebalo da budu dostupni u domovima zdravlja i da ih ima što više kako bi se ljudi mogli obratiti i da ta pomoć bude pokrivena doprinosima koji se izdvajaju za zdravstveno osiguranje.

Dobili ste Nacionalnu nagradu za volontiranje, koja vam je dodeljena na Formu za odgovorno poslovanje. Koliko može pojedinac da doprinese i utiče na poboljšanje života u zajednici?

Nagrađena sam Nacionalnom nagradom za volontiranje za inovativni pristup volontiranju kao pokretač Facebook grupe „Covid 19 Novi Sad“ 2020. godine, a nagrada je dodeljena u martu 2021. Pojedinac može donekle da utiče na neke stvari, ali ako se organizujemo kao grupa, biće sve lakše, efikasnije i uređenije. Svakoga dana možemo ukazivati na to kako neko nešto ne radi dobro, ali da li ćemo biti dovoljno angažovani da mi budemo ta promena koju želimo da vidimo u našoj okolini. Dovoljno je da svako ispred svog doma počisti, da svako nosi masku i drži distancu, da se vakciniše svako ko može, da svako prijava nasilje koje čuje u susednom stanu. Sve je to humanost i odgovoran pristup društvu, životu i zajedničkoj budućnosti.

UMETNICE POKLONILE KROV NAD GLAVOM

VIOLETA LABAT MITRUŠIĆ,

akademski vajar iz Novog Sada i

JASMINA MINA MITRUŠIĆ,

akademski kompozitor iz Novog Sada

Svako treba da postupa prema svojoj savesti. Kada bi svako u Srbiji malo razmislio, imao bi šta da pokloni onima kojima je potrebno

Dve sestre umetnice iz Novog Sada, Violeta Labat Mitrušić, akademski vajar i Jasmina Mina Mitrušić, akademski kompozitor, poklonile su stan u novosadskom Zmajevu desetogodišnjoj devojčici Kristini Knežević i njenoj teško bolesnoj majci Vukosavi Disić. Ove humane umetnice videle su na televiziji reportažu o devojčici koja teško živi. Mediji su preneli da devojčica živi sa bolesnom majkom u jednoj udžerici, u kojoj nemaju ni vodu ni struju, da uči uz sveću i preživljavaju zahvaljujući humanim građanima. Kako su takođe preneli, Kristina je odličan đak, knjige i sveske ima zahvaljujući dobrim ljudima koji su pomogli. Oni koji su gledali TV prilog kažu da je devojčica pametna i da ima sve predispozicije da postane uspešna u životu, ako joj pomognu humani ljudi i organizacije.

Umetnice Violeta Labat Mitrušić i Jasmina Mina Mitrušić, koje su videle reportažu, prve su pomogle.



Jasmina Mina Mitrušić

NOVI ŽIVOT

„Gledale smo na televiziji reportažu o desetogodišnjoj devojčici i njenoj majci i dirnula nas je njena sudbina. Čula sam se telefonom sa mojom sestrom Minom posle TV priloga i ona mi je predložila da im poklonimo stan koji je ostao od našeg pokojnog oca“, priča Violeta Labat Mitrušić, akademski vajar iz Novog Sada. Pošto niko nije dugo živeo u tom stanu, potrebno je bilo renoviranje. Zapravo poklonile su deo stare kuće, u tom stanu je živeo njihov otac. Sad je stan adaptiran i radovi su završeni preko organizacije „Put, istina, život“.

„Stan je lepo adaptiran, svi su anonimno donirali, neko je dao materijal, neko je radio. Majka Vukosava se snašla i radi privatno. Kaže da je zadovoljna i da joj prija sredina. Mala Kristina se lepo snašla u školi. Dolaze joj drugarice i, kako njeni majka kaže,

VIDELE SMO NA TELEVIZIJI REPORTAŽU O DESETOGODIŠNJOJ DEVOJČICI I NJENOJ MAJCI I DIRNULA NAS JE NJENA SUDBINA

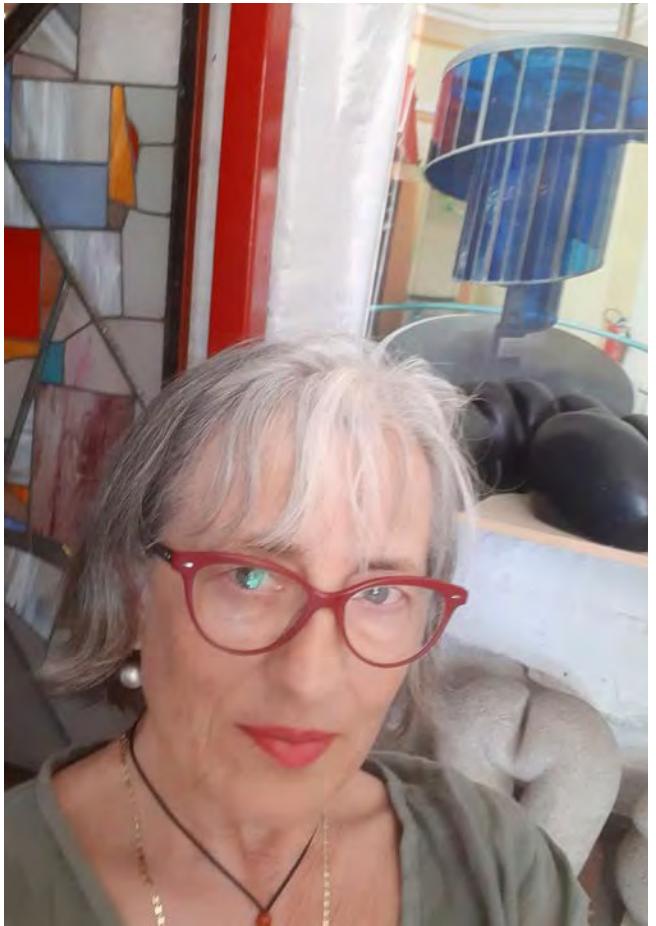
radosna je i srećna“, priča Violeta koja pored vajarske, kojim se aktivno bavi i izlaže radove, već dugo godina radi i izradu vitraža. Njeni sestra Jasmina Mina Mitrušić, pored pedagoškog rada u srednjoj muzičkoj školi „Isidor Bajić“ u Novom Sadu, aktivno komponuje, kamernu, horsku i opersku muziku.

UMETNOST KAO LEK

Devojčici Kristini pomoći je i dalje potrebna.

„Sigurna sam da bi sve humanitarne organizacije mogle da daju neku pomoći, kako bi samohrana majka mogla da izdržava svoje dete“, smatra Violeta.

Prema njenom mišljenju, svako treba da postupa prema svojoj savesti i ona veruje da kada bi se svako u Srbiji zagledao u sebe imao bi šta da pokloni. Ili da pomogne na neki način. Od početka globalne zdravstvene krize umetnici širom Srbije finansijski žive



Violeta Labat Mitrušić

lošije nego pre pandemije. Kako se umetnici snalaze u današnjem svetu, kad zbog epidemioloških mera nema izložbi i nastupa u zatvorenom prostoru?

„Zbog pridržavanja kovid mera, umetnici su, najčešće, onemogućeni da komuniciraju sa svojom publikom. Izbegavaju se koncerti u zatvorenim prostorima, izložbe, neposredni susreti sa publikom koja sluša koncerete i koja dolazi na otvaranje izložbi. Istovremeno, to umetnike ostavlja bez finansijske podrške, bez honorara koji su inače mali“, kaže ona. Ali, situacija je još teža kad se zna da je mnogim umetnicima to jedini izvor prihoda. Umetnici su danas ugroženi, kako kaže, dok pokušavaju i dalje da se bave svojim poslom i da prežive.

„Umetnost ostaje u drugom planu. Sve je prisutniji izvestan strah od umetnosti, odnosno od kontakata sa umetnicima. Međutim, smisao umetnosti i umetničkih dela je u neposrednoj komunikaciji sa publikom“, kaže Violeta Labat Mitrušić.

NAŠE SELO ŽELI KULTURU

IRENA JANKOVIĆ, član Udruženja žena „Etno čarolija“, inicijativa za obnovu Doma kulture u selu Prva Kutina

Zgrada Doma kulture u kojoj je nekad nastupao Toma Zdravković nije održavana poslednje dve decenije

Udruženje žena „Etno čarolija“, u mestu Prva Kutina nedaleko od Niške Banje, pokrenulo je akciju za renoviranje Doma kulture. U kojoj je fazi trenutno renoviranje, kad treba da se završi?

Uporedo sa nastankom Udruženja žena „Etno čarolija“ došli smo na ideju da pokrenemo renoviranje Doma kulture u selu Prva Kutina. Ovo udruženje osnovale su meštanke sela koje su angažovane na raznim aktivnostima (humanitarne akcije, realizacija manifestacija za decu i mlade, sportska takmičenja, edukativne radionice).

Pored toga, pokrećemo i istraživačko-promotivne akcije (lokalna kulturna baština, etno-muzej, istorija sela - znamenite ličnosti i događaji), ručna radinost (pravljenje sapuna, dekupaž, oslikavanje stakla). Za sve takve aktivnosti i za rad Udruženja, u trenutku formiranja, nije postojao adekvatan prostor. Naime, prva realizovana akcija u 2021. godini bila je dodela više od 100 novogodišnjih paketića deci iz sela uz pomoć neprofitne organizacije ADRA i lokalnih privrednika. Nismo imali javni zatvoreni prostor za organizovanje većih skupova i priredbi, dok u selu postoji velika zgrada Doma kulture, koja je u lošem stanju i bez adekvatnog održavanja propada vremenom. Uz pomoć meštana, pre svega članova lokalnog FU Planinac 1933, odlučile smo da renoviramo prostorije Doma kulture.

Šta ste do sada uradili i kad je otvaranje?

Zgrada Doma kulture u poslednje dve decenije nije održavana, krov je prokišnjavao, pojavila se vlaga, a delovi plafona su pali, podovi su, takođe, bili u lošem stanju. Od starog nameštaja nije moglo da se zadrži ništa, toliko je sve bilo propalo. Praktično, zgrada je stajala kao jedan spomenik nemara i nebrige ili nedostatka sredstava. Na naš zahtev, Uprava za imovinu grada Niša izdala je Udruženju 336 kvadrata na korišćenje uz mesečnu nadoknadu. Ključeve od Doma dobili smo u septembru 2021. godine i odmah potom krenuli su pripremni radovi na raščišćavanju prostorija za renoviranje.



Dom kulture renoviranje



Irena Janković

Koliko vam je potrebno novca za renoviranje Doma kulture?

Kao nevladina organizacija novac za obnovu Doma možemo prikupiti samo kroz projekte koje pišemo i apliciramo kod lokalnih i evropskih fondova, donacije privrednika, kao i plemenitih ljudi koji prepoznaju značaj ove akcije. Prema predračunu ukupna cena predviđenih radova na renoviranju Doma kulture, na osnovu ponude koju smo doatile od građevinskog preduzeća, iznosi oko 7,5 miliona dinara. S obzirom na to da toliko ne možemo da obezbedimo, meštani nam pomažu u građevinskim radovima, a zahvaljujući donacijama možemo da nabavimo materijal za renoviranje. Zbog toga pomoć koju dobijamo od muškog dela ekipe je neprocenjiva. I uključeni su naši muževi, braća i kumovi, svi stanovnici sela.

U POKUŠAJU DA PROBUDIMO MEŠTANE DA POMOGNU U REALIZACIJI OBNOVE OVE VAŽNE INSTITUCIJE ZA CELO SELO, OBJAVILE SMO JAVNI POZIV

Koliko dugo nema nekog kulturnog sadržaja u vašem selu?

Selo Prva Kutina ima 1.300 stanovnika, od toga oko 150 dece i oko 600 žena. U periodu od kada Dom kulture nije u funkciji jedini kulturni sadržaji održavali su se u prostorijama Osnovne škole. Ali, u učionicama jedva da ima dovoljno prostora za učenike i njihove roditelje, pa se organizovanje većih skupova (predstava i priredbi) nije ni razmatralo. Tako da odgovor na vaše pitanje glasi: kulturnih i društvenih sadržaja nema u selu Prva Kutina poslednjih 25 godina. Dom kulture u Prvoj Kutini građen je u periodu 1965-1971. godine. Ovde su bile i svlačionice mesnog fudbalskog kluba, novinarska soba sa pogledom na fudbalsko igralište, prostorije za sastanke, biblioteka. Ovde su se održavale priredbe, predstave, izložbe akademskih slikara, književne večeri. Zanimljivo je da su u toj sali nastupale i brojne poznate ličnosti i estradni umetnici toga doba, među njima Toma Zdravković i Silvana Armenulić.

FUDBAL JE ZNAK OPSTANKA SELA

SAŠA STOJILJKOVIĆ,

inicijator obnove kluba FK Sloga, Donja Trnava u blizini Niša

Sport ima moć da okupi i pokrene sve ljude. Donacija od 500 dinara mesečno obezbeđuje stolicu potpisano imenom donatora za sve utakmice koje se odigraju kod kuće

Na vašu inicijativu pokrenuta je akcija za obnovu fudbalskog kluba u Donjoj Trnavi, u blizini Niša. Kako je sve to počelo i kakav imate plan za lokalni klub?

Akciju za obnavljanje lokalnog fudbalskog kluba pokrenulo je nekoliko nas mladih ljudi iz sela, a podstaknuta je nedostatkom bilo kakvog sadržaja koji bi mogao da nam okupira pažnju. Nekada je ovo selo imalo Dom kulture, bioskop, sportski bife, kafić, diskoteku, fudbalski klub, prodavnice. Od svega toga ostao je beton, stare, propale, zaključane zgrade koje su totalno neupotrebljive zbog lošeg stanja. I u razgovoru sa starijim meštanima stalno dobijamo taj indirektni prekor kako je nekada bilo znatno bolje, kako su te starije generacije uspevale da naprave i održe sve te prostore. Zajedničkim snagama, mladi i stariji iz sela, zaključili smo da je snaga promena u našim rukama i da jedino mi možemo nešto da uradimo kako naše selo ne bi nestalo. Sport ima moć da okupi i pokrene sve ljude bez obzira na opredeljenja po bilo kom pitanju.

U kakvom je stanju klub?

Infrastruktura kluba je u zaista lošem stanju, teren je vrlo neravan i brdovit, svlačionice dugo nisu korišćene i potrebno je kompletno renoviranje. Deo nekadašnjeg sportskog bifea trenutno nije bezbedan za ulazak zbog stanja ploče i krova. Trenutni status izgleda ova-

ko: uspeli smo da okupimo 32 igrača (uzrast od 17 do 56 godina) iz nekoliko sela u okolini, registrovali smo klub i takmičimo se u Drugoj niškoj ligi, tzv. patos ligi, tako što utakmice kada smo domaćini igramo u susednom selu, na terenu komšija iz Mezgraje. Cilj je da najveći deo plana ispunimo do druge polovine 2022. godine. Model održivosti iz zajednice jedini je način koji omogućava opstanak ovog kluba i zbog toga stalno ističemo da je ovo zajednička priča svih meštana nekoliko sela.

Koliko dugo ne radi i zbog čega je važno da opstane jedan mali lokalni klub?

Naš klub je osnovan u toku četvrte decenije dvadesetog veka (mislimo da je 1932. godine). Klub je nekako bio aktivan, uz pomoć štapa i kanapa, zaslugom pojedinaca, do 2015. godine kada se ugasio zbog nedostatka finansija i igrača. Od tada naše selo zuji prazno, bez bilo kakvog sadržaja i ljudi konstantno odlaze iz sela u gradove. Važnost lokalnih klubova može da se opiše kao glavna arterija sela, kao institucija koja kada se ugasi to definitivno znači da je sat počeo da otkucava vreme do konačnog nestanka sela. Ovaj klub nama upravo to znači, opstanak života na selu. Moto koji nas je okupio oko ove priče jeste „da se sudska pištaljka čuje nedeljom po podne u našem selu!“.



JEDVA ČEKAMO DA PRVU UTAKMICU ODIGRAMO KOD KUĆE, NADAMO SE DA ĆE TO BITI TOKOM 2022. GODINE

Jeste li dobili već neke zahteve za proslavu gola?

Ovo je za sada najprivlačnije za donatore i već imamo puno kreativnih zahteva za proslave golova, od kojih su čestitke rođendana prijateljima najzastupljenije. Za donaciju od 2.000 dinara mesečno, osim stolice i odabira načina proslave gola, donatorima dajemo priliku da se kandiduju za članove Upravnog odbora kluba i zajedno sa nama kreiraju strategije za dalji razvoj kluba. Suma koju smo izračunali kao optimalnu za normalno funkcionisanje kluba je iznos od 10.000 evra koja će nam obezbediti renoviranje terena: ravanjanje, kupovinu semena trave, opreme za održavanje terena. Osim toga, renoviranje svlačionica i uređivanje sportskog bifea. Samo ponovno aktiviranje kluba, uz registraciju 32 igrača, do sada je koštala 140.000 dinara. Nakon kompletног renoviranja svakog meseca bi trebalo da obezbedimo 20.000 dinara za normalno funkcionisanje kluba. Mislimo da je to moguće. Jedva čekamo da prvu utakmicu odigramo kod kuće, nadamo se da će to biti tokom sledeće godine.



Koga očekujete da će privući zvižduk pištaljke, mlađe ljude ili decu?

Ta pištaljka okuplja i mlađe i stare i komšije iz drugih sela i ljude iz grada. Ta pištaljka obezbeđuje filter od svakodnevnih problema, izazova i dilema. Znak za početak utakmice je trenutak kada svi postajemo klub i to je redak trenutak kada u selu možemo da čujemo osmeh, aplauz, vidimo suze ili zagrljaje! Možda je ovo i redak primer kada smo svi zajedno (od 7 do 87) staliiza jedne priče, zbog zajedničkog cilja. U Donjoj Trnavi živi oko 400 stanovnika.

Kakav vam je finansijski plan za obnovu kluba?

Osmislili smo model po kome donacija od 500 dinara mesečno obezbeđuje donatoru stolicu potpisano imenom, za sve utakmice koje ćemo odigrati kod kuće. Onaj ko bude donirao 1.000 dinara mesečno, osim posebne stolice, ima mogućnost i da odabere način na koji će se igrači radovati kada budu postigli pogodak.

BESPLATAN PREVOZ ZA KOMŠIJE U NEVOLJI

Jagodinac **STEVAN SAVIĆ**, vozi do bolnice siromašne građane

Vozio sam i kovid pozitivnog sugrađanina koji je morao na kontrolu a bio je u izolaciji i nije mogao autobusom da krene. Nije imao novca za vitamine, a kamoli za taksi

Stevan Savić iz Jagodine radi na sistemu za prečišćavanje otpadnih voda od sedam do tri sata po podne, i nakon završenog radnog vremena besplatno vozi socijalno ugrožene građane do bolnice.

„Već duže vreme razmišljam da prevozim građane kojima je hitno potreban prevoz u bolnicu. Letos kad sam kupio auto počeo sam tako da im pomažem. Postavio sam oglas na Facebook stranici da nudim besplatan prevoz za urgentne slučajeve siromašnim građanima”, priča Savić.

Nedavno je vozio jednu samohranu majku koja je morala sa bolesnom bebom da ode i podigne socijalnu pomoć kako bi kupila mleko detetu. Nije imala drugi način, autobusi u njenom mestu polaze na tri sata.

„Šta da radi ta žena tri sata dok dođe sledeći prevoz, sa bolesnim detetom u gradu, a socijalnu pomoć može da podigne samo korisnik. I niko više ne može biti ovlašćen da je podigne umesto nje”, kaže Savić.

KO ZOVE?

Grad Jagodina raspolaže samo sa jednom ekipom Hitne pomoći u smeni, tako da ako je hitna služba u nekom daljem selu nema ko da preveze urgentne slučajeve kad im je potrebno, napominje on. Isto tako, ako neko u Jagodini doživi neku nezgodu ili je nešto neophodno onima koji teško žive, Stevan Savić kaže da uvek rado pomaže.

„Vozio sam i kovid pozitivnog sugrađanina koji je morao na kontrolu a bio je u izolaciji i nije mogao autobusom, niti je imao novca za vitamine a kamoli za

BILO JE I ZLOUPOTREBA, ALI MOGU DA PROCENIM DA LI JE ZAISTA NEKOM NEOPHODNA POMOC

taksi. Takođe, prevozio sam nekoliko ljudi koji su imali temperaturu preko 38 stepeni i otežano su disali, išli su da se testiraju uveče i nije bilo prevoza jer autobusi iz sela ne idu”, kaže on.

Bilo je, doduše, i poziva od nekih koji nisu nimalo ugroženi.

„U početku bilo je različitih poziva od ljudi koji su zaista imali potrebe za mojim uslugama, do ljudi koji su zvali da pohvale gest kad su pročitali oglas, a bilo je i onih koji su zvali za neke druge usluge. Na primer, da vozim studente da predaju rade, a pritom ne spadaju u socijalno ugrožene već su samo lenji da sednu u autobus”, kaže Savić.

Jednom ga je zvala sugrađanka da je vozi na posao iz Jagodine u Beograd (oko 260 kilometara) jer se uspava za prevoz, a gorivo i putarine bi iznosili kao četiri autobuske karte. Pri tome, kako kaže, ona ima više novca, zarađuje mnogo bolje od njega. Stevan od svoje minimalne plate, 45.000 dinara koliko zarađuje, što je ispod prosečne plate u Srbiji, toči gorivo mesečno u iznosu od 10.000 dinara za hitne slučajeve.

„Bilo je i zloupotreba, ali mogu da procenim da li je zaista nekom neophodna pomoć. U poslednjih mesec dana nije bilo učestalih poziva kao letos što je bilo. Svaki dan sam vozio barem po jednog sugrađanina”, kaže on.

JEDNO LEPŠE MESTO...

Stevan Savić je na svojoj Facebook stranici ostavio broj mobilnog telefona i svi kojima je hitno mogu ga lako pronaći.

Solidarni građani su mu se javljali da ga podrže i ostavili su svoje brojeve telefona rekvazi da su spremni da uskoče da ga zamene kad je on sprečen.

Oni koje prevezi besplatno često insistiraju da barem nešto plate za troškove.

„Dešavalо se da se ljudi koji su socijalno ugroženi i žive dalje, onda kad ih prevezem do bolnice, ubeduju sa mnom da uzmem novac, gurajući mi pare za gorivo, uz obrazloženje da bi ih taksi koštalo pet puta više i da daju samo za troškove prevoza. U tom slučaju,



STEVAN JE NA SVOJOJ FACEBOOK STRANICI OSTAVIO BROJ MOBILNOG TELEFONA I LAKO GA MOGU PRONAĆI SVI KOJI SU UGROŽENI I HITNO MORAJU KOD LEKARA

uzmem novac odem u lokalni market, kupim nešto za taj novac i odnesem im na kućnu adresu”, priča on.

Stevan je po struci nekvalifikovani radnik i zaposlen je na sistemu za prečišćavanje otpadnih voda od 7 do 15 časova.

„Nakon radnog vremena sam slobodan i sve mogu da stignem. Pošto imam razumevanje nadležnih na poslu, mogao bih čak da izađem za hitne slučajeve ako je neophodno”, kaže.

Stevan kaže da je mnogo srećan i ispunjen kad pomogne nekom ko živi u bedi.

„Mnogo je lep osećaj pomoći nekom, dugo sam pod utiskom da je nekome ta pomoć dosta značila. Kada bismo svi učinili onoliko koliko možemo za kolektivno dobro, umesto što mislimo samo na sebe, ovaj svet bi bio mnogo lepše mesto”, kaže on.

I PREVODIOCI I PRIJATELJI PACIJENATA

OLGICA ANDRIĆ,

zakonski zastupnik Udruženja „Prevodilačko srce“

Pacijentima koji se leče u inostranstvu uštedeli smo za prevode medicinske dokumentacije, koju prevodimo besplatno, od 2014. godine do danas, između 200.000 i 300.000 evra

Prevodite medicinsku dokumentaciju sa stranih jezika na srpski бесплатно, koliko je angažovanio prevodilaca i kad ste počeli?

Počeli smo da radimo kao Udruženje građana 2017. godine, dok smo, pre toga, 2014. godine bili neformalno organizovani. U bazi imamo oko 550 prevodilaca, od kojih je stalno aktivno oko 60. Najviše prevodimo sa engleskog, nemačkog, italijanskog, ruskog jezika. Ljudima iz Bosne često je potreban prevod medicinske dokumentacije sa turskog jezika. Ponekad nam stigne zahtev da prevedemo sa kineskog na srpski jezik, pošto se dešava da neko ode na neki tretman u Kinu i ima problem sa prevodom.

Odakle su prevodilaci, iz kojih gradova?

Prevodim sa italijanskog i portugalskog jezika, inače sam profesor italijanskog jezika, živim u Novom Sadu. Nikad nisam naplaćivala prevod medicinske

dokumentacije za teško obolele koji ne mogu da se leče u Srbiji i koji se leče u inostranstvu. Ali, ne bih mogla sama da izađem u susret takvima ljudima. Ostali prevodilaci za druge strane jezike su iz svih gradova Srbije, Crne Gore, BiH, Hrvatske i dijaspora. Tako smo napravili Facebook grupu i dosta nam se ljudi priključilo kad su videli čime se bavimo. Osim prevoda uključeni smo i u druge dobrotvorne akcije.

U koje ste još akcije uključeni?

Od početka naš cilj je da radimo kao neprofitno udruženje, i organizovali smo i druge akcije da bismo donirali novac onima kojima je potreban. Prihod od 100 održanih časova, kad je svako uplaćivao na humanitarni račun, donirali smo 2017. godine za devojku Mariju Milošević iz Smedereva koja je teško povređena u saobraćajnoj nesreći. Cilj nam je bio da sakupimo prihod od časova i doniramo Mariji kojoj je potrebno lečenje i rehabilitacija. I u 2021. godini

NAJVIŠE MEDICINSKE DOKUMENTACIJE PREVODIMO SA ENGLESKOG, NEMAČKOG, ITALIJANSKOG, RUSKOG JEZIKA. LJUDIMA IZ BOSNE ČESTO JE POTREBAN PREVOD SA TURSKOG JEZIKA. PONEKAD NAM STIGNE ZAHTEV DA PREVEDEMO SA KINESKOG NA SRPSKI JEZIK

imali smo dva puta akciju kada smo pomogli deci iz škole „Svetozar Marković“, iz Bačkog Gradišta, u kojoj ima puno romske dece. U toj školi ima oko 400 dece koja primaju socijalnu pomoć i za njih smo dva puta organizovali akciju prikupljanja odeće, higijenskih potrepština i školskog pribora. Takođe, održali smo humanitarnu onlajn radionicu 2021. godine iz stranih jezika i prihod smo uplatili za pomoć porodici Spasić iz Kragujevca koja ima sedmoro dece.

Koliko vam je potrebno vremena za prevod?

Svi koji aktivno prevodimo možemo jednom sedmično ili mesečno da izdvojimo vreme i pomognemo u dobrotvorne svrhe. Funkcionišemo kao neprofitna organizacija, nemamo nikakve izvore finansiranja, poklanjamо besplatno prevode. Osim prevoda, uključeni smo i u neke druge akcije. Pošto je stručna tematika, moramo da proverimo termine, za sat vremena prevedemo jednu do dve strane. Zavisi kakva je dokumentacija, koliko je komplikovano, nekad je za jednu stranu potreban ceo dan.

Šta se od početka pandemije promenilo u lečenju ljudi iz Srbije na međunarodnim klinikama?

Sa početkom pandemije ljudi su se manje javljali zato što su granice bile zatvorene i većina zdravstvenih sistema pretvorena je u kovid bolnice. Međutim, tokom 2021. godine pacijenti se normalno javljaju iako korona i dalje traje, jer moraju da se leče i od drugih bolesti. Nekad imamo jedan zahtev dnevno, nekada više.



TOKOM 2021. PACIJENTI SE NORMALNO JAVLJAJU, IAKO KORONA I DALJE TRAJE. MORAJU DA SE LEĆE I OD DRUGIH BOLESTI

Koliko takvi prevodi koštaju, koliko bi pacijenti morali da plate za prevod?

Mi smo računali da smo pacijentima koji se leče u inostranstvu uštedeli od 2014. godine do danas ukupno između 200.000 i 300.000 evra za prevod dokumentacije.

Od prevodilaca se očekuje da mogu da prevedu sve, ali u svakoj kompaniji potreban je prevodilac specijalizovan za jednu oblast. Na primer, oni koji su specijalizovani za bankarski sektor, za medicinu, pre svega, moramo dobro razumeti jednu oblast da bismo mogli dobro da prevedemo.

PLAN CSR AKTIVNOSTI 2022.

