

LDO

2023

**LIDERI
DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI**

L D O 2 0 2 3

**LIDERI
DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI**

SADRŽAJ

- 10 **AIK BANKA I MK GROUP**, AIK BANKA I MK GROUP PRUŽAJU PODRŠKU PORODICI U CELOM REGIONU
- 14 **APATINSKA PIVARA**, ODRŽIVA REČ ZA NAŠE LJUDE, ZAJEDNICU I PLANETU
- 18 **ASTRAZENECA**, DRUŠTVENA ODGOVORNOST KAO STRATEGIJA ZA DUGOROČNO USPEŠNO POSLOVANJE KOMPANIJE
- 22 **AVON**, BOLJI SVET ZA ŽENE JE BOLJI SVET ZA SVE
- 26 **BALKAN BET**, SVAKOGA DANA TRENIRAMO DOBROTU
- 30 **BOSCH SRBIJA**, NE OBLIKUJU BUDUĆNOST SAMO NOVE TEHNOLOGIJE, VEĆ I ODGOVORAN I ODRŽIV KONCEPT POSLOVANJA
- 32 **BAMBI**, ODRŽIVOST JE MORALNA OBAVEZA I LIČNA KARTA KOMPANIJA VIZIONARA
- 38 **COCA-COLA HBC**, ODRŽIVOST - SNAGA KOJA POKREĆE ZAJEDNIČKE PROMENE
- 42 **CWP**, ENERGIJA KOJA POKREĆE PROMENE
- 44 **DAHLIA SIBERIAN WELLNESS**, BEZ KOMPROMISA U DRUŠTVENO ODGOVORNOM POSLOVANJU
- 48 **DELEZ SRBIJA**, HRANA ZA SVE
- 52 **ELIXIR GROUP**, ODRŽIVI RAZVOJ JE ZAJEDNIČKA ODGOVORNOST
- 56 **ERSTE BANKA**, TRADICIJA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA NAS OBAVEZUJE I INSPIRIŠE
- 60 **GALENKA**, ZDRAVLJE PO MERI GENERACIJE Z
- 64 **GENERALI OSIGURANJE SRBIJA**, GRADIMO ODRŽIVU BUDUĆNOST
- 66 **HEINEKEN SRBIJA**, ZAJEDNO STVARAMO BOLJI SVET
- 70 **HEMOFARM**, U MISIJI ZA BOLJU I ODRŽIVU BUDUĆNOST
- 74 **HENKEL**, KOMPANIJA HENKEL KONTINUIRANO POSVEĆENA ODRŽIVOSTI
- 78 **IMLEK**, PIONIR DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI I ODRŽIVOG POSLOVANJA
- 82 **LIDL**, DOBRO ZA PLANETU, DOBRO ZA LJUDE
- 86 **LUKOIL**, 20 GODINA USPEŠNOG POSLOVANJA
- 90 **MARERA PROPERTIES**, ODRŽIVO POSLOVANJE I ZAJEDNICA NA PRVOM MESTU
- 92 **MASTERCARD**, ODGOVORNOST KAO OSNOVA BIZNISA
- 94 **MCDONALD'S**, PONOSNI SMO ŠTO PODRŽAVAMO LOKALNU ZAJEDNICU
- 96 **MERCATOR**, ODRŽIVO ZA NAŠU PLANETU
- 100 **MORAVACEM**, LJUDI, INTEGRITET, UČINAK I INOVATIVNOST
- 104 **MOZZART FONDACIJA**, FONDACIJA MOZZART HUMANOST ŠIRI SRCEM
- 108 **MPC PROPERTIES**, PIONIRI ZELENE GRADNJE U SKLADU SA SVETSKIM TRENDOVIMA
- 112 **NEOPLANTA**, U SRCU NAŠE POSLOVNE FILOZOFIJE JE PREDANOST ZAJEDNICI U KOJOJ RADIMO

- 116 **NIS**, ČVRSTO PARTNERSTVO SA ZAJEDNICOM JE OSNOVA ZA ODRŽIVU BUDUĆNOST
- 120 **OMV SRBIJA**, POSLOVANJE NA ODGOVORAN I ODRŽIV NAČIN OD SUŠTINSKOG JE ZNAČAJA ZA STVARANJE VREDNOSTI NA DUŽI ROK
- 124 **OTP BANKA**, ODRŽIVOST I BRIGA O ZAJEDNICI GLAVNE VODILJE U ODGOVORNOM POSLOVANJU OTP BANKE
- 128 **PEPSICO**, ODGOVORNI BRENDOVI U FOKUSU
- 130 **SBB**, ESG JE DEO NAŠEG POSLOVANJA
- 134 **SCHNEIDER ELECTRIC**, KA ODRŽIVOJ BUDUĆNOSTI KROZ ULAGANJE U MLADE
- 138 **SEKOPAK**, TRI, ČETIRI - RECIKLIRAJ SADA!
- 142 **TETRA PAK**, ZAŠTITA HRANE, LJUDI I PLANETE
- 144 **WIENER STÄDTISCHE OSIGURANJE**, ZAJEDNO STVARAMO LANAC DOBROTE
- 148 **YETTEL**, ODGOVORNOST PREMA PRIRODI, KORISNICIMA I ZAJEDNICI

GRAĐANI LIDERI DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

- 154 **SRBIJA POSLEDNJA U EVROPI BEZ OLAKŠICA ZA DONACIJE**
MILOŠ JANKOVIĆ, fondacija Catalyst Balkans
- 158 **OD KRATKOROČNIH AKCIJA DO STRATEGIJE DAVANJA**
MARIJA MITROVIĆ, Trag fondacija
- 160 **PRIČE O VREDNOSTIMA RAZVIJAJU EMPATIJU**
VERAN MATIĆ, Srpski filantropski forum
- 162 **KAFA ZA RAZBIJANJE PREDRASUDA**
GORAN ROJEVIĆ, humanitarna organizacija Dečje srce
- 164 **NASLEĐE SE NE PREPUŠTA PROFITERIMA**
VIKTORIJA ALADŽIĆ, dobitnica priznanja za očuvanje spomenika kulture
- 166 **„SOMBORSKE ŠNAJDERKE“ POMAŽU ŽENAMA DA SAME KROJE SVOJU SUDBINU**
TAMARA RUDIĆ, osnivačica socijalnog preduzeća za pomoć žrtvama nasilja
- 168 **KOMŠIJSKA SOLIDARNOST JE IZUZETNO VAŽNA**
ĐORĐE TOMIĆ, mladi filantrop iz Veternika
- 170 **LJUDI PREPOZNAJU PROBLEME SUGRAĐANA**
SLOBODAN VASIĆ, radijski voditelj iz Požarevca
- 172 **MOJI ĐACI SU DOBILI NOVI DOM**
BORKO PETROVIĆ, najbolji edukator Srbije
- 174 **NISMO SAMI**
MIRZA ALIČKOVIĆ, udruženje „Svetionik“ iz Novog Pazara

IMPRESUM

NAZIV IZDANJA

Lideri društvene odgovornosti 2023

UREDNIK

Ivana Pavlović

NOVINAR

Jelena Bulajić

UREDNIK FOTOGRAFIJE

Dušan Đorđević

DIZAJN

Naslovna: Paola Felix Meza

Prelom: Dejan Bogdanović

LEKTURA I KOREKTURA

Mirjana Radaković

MARKETING

Tanja Milanović, Miša Rašković

ŠTAMPA

Štamparija Caligraph

IZDAVAČ

Business Info Group

Strahinjića bana 31a, Beograd

www.novaekonomija.rs

Sva prava rezervisana

TIRAŽ

4.000

ISBN 978-86-89139-24-2

ODRŽIVO POSLOVANJE – ODGOVORNO POSLOVANJE

Održivost i društvena odgovornost idu zajedno kroz sve aspekte poslovanja. Domaća poslovna zajednica nam i u ovogodišnjim Liderima društvene odgovornosti pokazuje na koji način u praksi sprovodi svoje strategije održivog razvoja i kako su ESG (Environmental, Social and Governance) kriterijumi integrirani u svakodnevne poslovne odluke.

Cela edicija obiluje detaljnim izveštajima o smanjenju potrošnje vode, sve više kompanija je postavilo solarne panele, ili se može pohvaliti drugim zanimljivim zelenim projektima i inicijativama koje štede energiju i smanjuju загаđenje.

Kompanije ni ove godine nisu zanemarile socijalnu komponentu društvene odgovornosti, porodice u nevolji, ranjive grupe, decu i mlade. Radilo se intenzivno i na edukaciji dece i mladih, ulaže se u mlade talente. Vredne su pomena i platforme za mentalno zdravlje mladih i kontinuirana ulažanja u zdravstvo.

Podsećamo, od 2019. godine sva velika preduzeća sa više od 500 zaposlenih u obavezi su da objavljuju određene nefinansijske informacije i izveštaje o održivosti. Nakon prelaznog perioda pripreme, velikog broja otvorenih pitanja o uvođenju potrebnih standarda, procesa i politika za upravljanje rizicima, a onda i pandemije koja je sve odložila, ovu godinu su kompanije iskoristile da postave temelje poslovanja u skladu sa svojim ESG politikama,

istakao je u ovogodišnjoj ediciji Miloš Janković iz Catalyst Balkans fondacije.

Kako je naveo, zbog toga smo u prethodnom periodu imali veliku seobu CSR/ESG menadžera u korporativnom sektoru i trenutno su svi programi društveno odgovornog poslovanja u fazi introspekcije.

Veruje se da je upravo to razlog, uz privredni pad i inflaciju, zašto je došlo do zastoja korporativne filantropije. Prema evidenciji fondacija Catalyst Balkans, nakon dobrih rezultata u 2021. godini, donacije počinju da opadaju i u 2022. je registrovano 33,3 miliona donacija građana, kompanija i neprofitnih organizacija, pri čemu su najveći pad zabeležile kompanije.

Građani su učestvovali u 36,5 odsto dobrotvornih akcija i donirali su 68,5 odsto zabeležene sume, mahom kroz SMS donacije za lečenje dece. Sa druge strane, kompanije su učestvovala u 25,6 odsto akcija i donirale su 22,8 odsto sume.

Možemo li svi zajedno više? Možemo. Lideri društvene odgovornosti 2023. iznova podvlače da smo svi na istom zadatku – da gradimo održivo sutra za građane, za društvenu zajednicu i planetu.

Ivana Pavlović, urednica edicije

AIK BANKA I MK GROUP PRUŽAJU PODRŠKU PORODICI U CELOM REGIONU

AIK Banka i MK Group već sedam godina zaredom realizuju program „Podrška porodici“, u sklopu koega je do sada darovano više od 400.000 evra za zaposlene koji su se ostvarili u ulozi roditelja. Zaključno sa 2022. godinom, kroz program je podržano više od 790 porodica i 1.300 beba

AIK Banka i MK Group već decenijama zauzimaju leaderske pozicije zahvaljujući rezultatima koje postižu. Jasne vizije razvoja poslovanja praćene su i višestruko nagrađivanim društveno odgovornim aktivnostima koje su usmerene na podršku deci, mladima i razvoju lokalnih zajednica u kojima ove kompanije posluju. Već sedmu godinu zaredom, MK Group i AIK Banka realizuju svoj tradicionalni program „Podrška porodici“.

„PODRŠKA PORODICI“ – DONACIJE VRTIĆIMA U REGIONU

Za sve aktivnosti u okviru društveno odgovornog programa „Podrška porodici“ ove godine izdvojeno je više od milion evra. Najveći deo, čak 750.000 evra, bio je usmeren na renoviranje i opremanje 20 vrtića u Adrija regionu – u Srbiji, Sloveniji, Hrvatskoj i Crnoj Gori. Nakon prošlogodišnjih donacija porodilištima, kompanije su ove godine svoj društveno odgovorni program usmerile na predškolsko obrazovanje i decu uzrasta od jedne do šest godina. Ulaganje u lepše, srećnije i bezbrižnije detinjstvo novih generacija zapravo je ulaganje u budućnost. U saradnji sa Ministarstvom prosvete i nadležnim institucijama, MK Group



**ZA SVE AKTIVNOSTI U OKVIRU
DRUŠTVENO ODGOVORNOG PROGRAMA
„PODRŠKA PORODICI“ OVE GODINE
IZDOJENO JE VIŠE OD MILION EVRA**



i AIK Banka donirale su finansijska sredstva vrtićima sa fokusom na lokalne zajednicama u kojima posluju. Za Srbiju je izdvojen iznos od 350.000 evra za osam vrtića - u Vrbasu, Bečeju, Kovačici, Pečincima, Novom Sadu, Raški, Golupcu i Nišu. Najveću donaciju od 170.000 evra primio je vrtić u Vrbasu, a svoju zahvalnost na događaju upriličenom povodom ove, ali i svih ostalih donacija, izrazila je Slavica Đukić Dejanović, ministarka prosvete u Vladi Republike

Srbije. Vrtićima u Crnoj Gori donirano je 100.000 evra, a sredstva za renoviranje i opremanje dobile su predškolske ustanove u Podgorici i Budvi. Zahvaljujući donacijama unapređeni su uslovi u tri ustanove u ova dva grada. Za vrtiće u Hrvatskoj namenjeno je 160.000 evra, dok su vrtići u Sloveniji, i to u Ljubljani, Mariboru, Kranju, Koperu, Izoli i Portorožu dobili donacije ukupne vrednosti 150.000 evra. Zahvaljujući sredstvima koja su iskorišćena za unapređenje

SLAVIMO BUDUĆNOST DARIVANJEM

Uz slogan „Slavimo budućnost – najbolje tek dolazi“ MK Group je u 2023. godini obeležila 40 godina postojanja, povodom čega je predstavila novi trogodišnji investicioni ciklus vredan 1,6 milijardi evra. U godini jubileja kompanija se ujedno obavezala da će za društvenu odgovornost izdvajati minimum jedan milion evra godišnje i tako najavila budućnost punu darivanja. Svakako će se nastaviti tradicionalne CSR aktivnosti, poput programa „Podrška porodici“, koji iz godine u godinu realizuje zajedno sa AIK Bankom.

uslova u vrtićima, deca sada borave u lepšem i kreativnijem okruženju, koje će im omogućiti da se razvijaju, rastu, uče, stiču nova znanja, otkrivaju nove veštine i talente maštajući o tome šta žele da postanu kada porastu.

SOS DEČIJA SELA – DONACIJE ZA MATERINSKI DOM I CENTRE ZA PODRŠKU PORODICI

Ove godine nastavljena je i tradicionalna podrška fondaciji SOS Dečija sela, koja traje preko deset godina. Sada je izdvojeno više od 280.000 evra i to za adaptaciju, opremanje i rad Materinskog doma u okviru Programa za majke i bebe u Kraljevu, kao i za podršku rada centara za podršku porodici u Raškoj i Nišu.

Materinski dom u Kraljevu je darivanjem u vrednosti od 170.000 evra postao mesto koje je namenjeno zbrinjavanju i boravku žena koje nemaju podršku partnera ili porodice u svojoj odluci da rode dete. Pored smeštaja i ishrane, Materinski dom svojim korisnicima nudi brojne programe osnaživanja, podrške i edukacije, kako bi mogle da postanu samostalne u budućnosti i prilikom odgajanja dece. Materinski dom obezbeđuje obrazovnu, zdravstvenu

i psiho-socijalnu podršku, materijalnu podršku, kao i podršku u nezi novorođenčadi, beba i dece. Zahvaljujući donaciji većoj od 110.000 evra, centri za podršku porodici u Raški i Nišu nastavili su da rade na poboljšanju životnih uslova ugroženih porodica i dece, omogućavajući im da sprovedu različite programe osnaživanja kako bi deca odrastala u svojim porodicama i postizala bolji uspeh prilikom obrazovanja.

Kako bi se dodatno osnažila ova fondacija, AIK Banka uvela je inovaciju na svojim bankomatima, kojom je klijentima omogućeno da izvrše direktnu donaciju SOS Dečijim selima. Uz klik na dugme „Doniraj 100 RSD“, koje se nalazi na početnom ekranu, korisnici bankomata AIK Banke u prilici su da izdvoje sredstva vođeni svojim

AIK BANKA UVELA JE INOVACIJU NA SVOJIM BANKOMATIMA, KOJOM JE KLIJENTIMA OMOGUĆENO DA IZVRŠE DIREKTNU DONACIJU SOS DEČIJIM SELIMA



PODRŠKA LOKALNOJ ZAJEDNICI

Podrška zajednici u kojoj svi zajedno živimo i poslujemo ostaje važno obeležje svih aktivnosti koje AIK Banka realizuje u čitavom regionu. Svojim primerom i uspešno realizovanim projektima, AIK Banka se trudi da inspiriše i mnoge druge kompanije u Srbiji, kako bi se aktivno uključile u različite programe podrške zajednici – od direktnih finansijskih davanja, preko različitih edukativnih inicijativa i programa koji imaju za cilj da građane iz najosetljivijih kategorija dodatno pomognu, ohrabre i podrže. Saradnja sa SOS Dečijim selima je samo jedan od primera ovakve inicijative AIK Banke, budući da je Banka u svim lokalnim sredinama u kojima posluje otvorena da sasluša i podrži različite projekte i da kroz saradnju i partnerstvo sa drugim organizacijama doprinese ostvarenju svojih društveno odgovornih ciljeva.



željama i mogućnostima. Donacije prikupljene kroz ovu inicijativu će direktno koristiti štičenicima ove fondacije i unapređenju kvaliteta njihovog života. Nova usluga čijom je instalacijom AIK Banka zaokružila svoj društveno odgovorni angažman u 2023. godini poziv je društvu da nivo empatije i razumevanja podigne na još viši nivo i da pruže podršku deci, čineći im detinjstvo lepšim, toplijim i sadržajnijim. Posvećenost društvenoj odgovornosti duboko je ukorenjena vrednost u svim aspektima poslovanja AIK Banke i MK Group. Kreiranje pozitivnih promena u društvu čini ove kompanije liderima, ali i uzorima. Porodične vrednosti i podrška porodici, kao i posvećenost deci i mladima, strateški su prioriteta kada je društvena

odgovornost u pitanju, i postavio ih je još predsednik i osnivač MK Group, gospodin Miodrag Kostić, u čijem vlasništvu se nalazi i AIK Banka. U svojoj misiji podrške i darivanja, ove kompanije posvećuju izuzetnu pažnju i svojim zaposlenima. Kroz program „Podrška porodici“ novčano se nagrađuju svi zaposleni koji se u tekućoj godini ostvare u ulozi roditelja. Na ovaj način, do sada je podržano 790 porodica i više od 1.300 beba zaposlenih, ukupnom sumom od 400.000 evra. AIK Banka i MK Group pokazale su stratešku posvećenost i želju za kreiranjem boljih uslova za život i rad, predstavljajući siguran i stabilan oslonac i pouzdanog partnera društvu Adrija regiona.

ODRŽIVA REČ ZA NAŠE LJUDE, ZAJEDNICU I PLANETU

Apatinska pivara se može pohvaliti da je racionalnim trošenjem u poslednjih pet godina za čak 22% smanjila potrošnju energije

Apatinska pivara sredinom ove godine predstavila je najznačajnije rezultate u domenu održivosti, koje su ostvarili tokom protekle godine, a koji su objavljeni u Izveštaju o održivosti sa sada već tradicionalnim nazivom: „Dali smo održivu reč“.

U fokusu ove kompanije u proteklom periodu bili su: energetska efikasnost, solarni paneli, kogeneracija, reciklaža ambalažnog otpada, odgovorna konzumacija i briga o zaposlenima.

Istovremeno, svi rezultati koje su ostvarile pivare članice Molson Coors izdvojeni su u globalnom izveštaju „Our Imprint Report“ za 2022. godinu koji je objavljen u julu mesecu, naglašavajući napredak ostvaren u odnosu na strategiju koja je usmerena na brigu o ljudima i planeti. „Uzimajući u obzir sve urgentnije globalne izazove u oblasti životne sredine, postavljamo sve ambicioznije ciljeve kada su u pitanju naš vodeni, klimatski i ambalažni pečat. Voda je ključna za naš proces proizvodnje, te veliku pažnju posvećujemo efikasnoj upotrebi ovog dragocenog prirodnog resursa. Izgradnjom sopstvenog postrojenja za preradu otpadnih voda dostigli smo izuzetan uspeh - nakon što je iskoristimo u svom proizvodnom procesu, prirodi vraćamo čistu vodu, a u tom celom procesu proizvodimo i zelenu energiju. Kada je reč o upotrebi energije, usmereni smo na stalno poboljšanje energetske efikasnosti kroz smanjenje i optimizaciju potrošnje toplotne energije, struje i vode“, kaže Igor Vukašinić, generalni direktor Apatinske pivare.



ENERGETSKA EFIKASNOST I SOLARNI PANELI

Sumirajući rezultate u proteklom periodu, Apatinska pivara se može pohvaliti da je racionalnim trošenjem u poslednjih pet godina za čak 22% smanjila potrošnju energije. Sva otpadna voda prerađuje se i kao nusproizvod, i od te prerade

SOLARNA ELEKTRANA SNAGE 100 KW POSTAVLJENA JE NA KROVOVIMA POSTROJENJA ZA PRERADU OTPADNIH VODA

dobija se biogas od kojeg se pomoću kogenerativnog postrojenja proizvodi električna i toplotna energija, što predstavlja odličan primer cirkularne ekonomije. Nakon projekata instalacija kogenerativnog postrojenja i toplotnih pumpi, Apatinska pivara je nastavila sa primenom strategije održivog razvoja smanjenja potrošnje energije iz fosilnih goriva i povećanja udela energije iz obnovljivih izvora u ukupnoj potrošnji instalacijom solarne elektrane snage 100 kW na krovovima postrojenja za preradu otpadnih voda. Solarna elektrana je puštena u rad u oktobru 2023. Očekivana godišnja proizvodnja elektrane je 90.000 kWh, a očekivano smanjenje emisije CO2 je 120 tona godišnje.



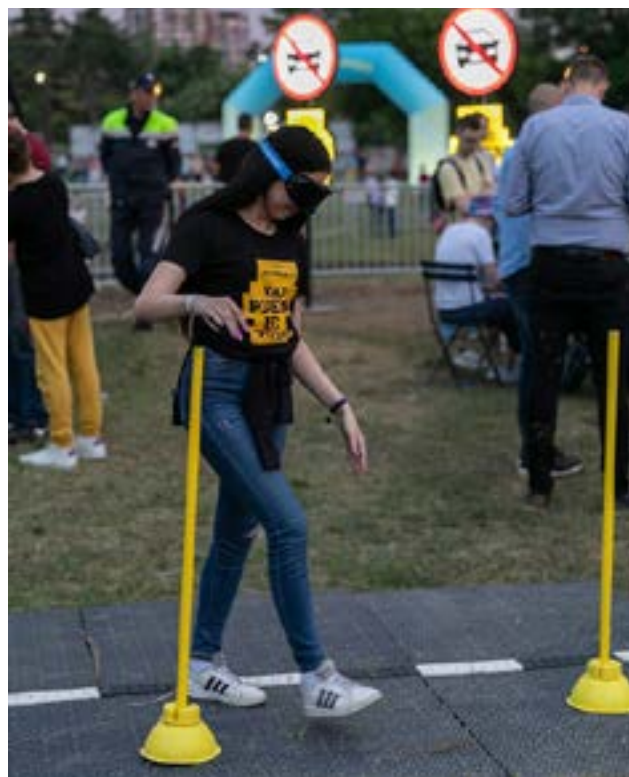
KAMPANJA „KAD PIJEM, NE VOZIM“ BILA JE DEO SVIH VEĆIH LETNJIH FESTIVALA

Apatinska pivara je već 17. godina posvećena kampanji „Kad pijem, ne vozim“. U partnerstvu sa Upravom saobraćajne policije i Agencijom za bezbednost saobraćaja promoviraju odgovornu konzumaciju i apeluje na vozače da brinu o svojoj bezbednosti. Ove godine su sa partnerima akcije bili prisutni na svim većim letnjim festivalima: na Belgrade Beer Festu, Danima piva u Zrenjaninu, kao i prvi put na Drinskoj regati. Na svim ovim festivalima cilj je bio da na zabavan način podsete potrošače koliko je odgovorna konzumacija alkohola važna, naročito kada je

vožnja u pitanju i kakve posledice alkohol može da izazove ukoliko se odgovornost stavi u drugi plan. U okviru kampanje „Kad pijem, ne vozim“ Apatinska pivara je u septembru Upravi saobraćajne policije u Apatinu donirala 20 alkometara najnovije generacije. Tokom svih ovih godina u okviru programa sprečavanja prekomerne konzumacije alkohola Apatinska pivara uložila je preko 150.000 evra u nabavku 175 alkometara i 50.000 usnika za alkometre. Agencija za bezbednost saobraćaja je ove godine dodelila plakete damama koje su najviše doprinele bezbednosti saobraćaja u prethodnom periodu. Priznanja je dobilo 12 žena, među kojima je i menadžerka za korporativne poslove Apatinske pivare Slobodanka Cucić. Ovo predstavlja rezultat entuzijazma i čvrstog partnerstva u sklopu kampanje „Kad pijem, ne vozim“, koju već godinama Apatinska pivara gradi sa Upravom saobraćajne policije MUP-a Srbije i Agencijom za bezbednost saobraćaja.



U OKVIRU PROGRAMA SPREČAVANJA PREKOMERNE KONZUMACIJE ALKOHOLA APATINSKA PIVARA DOSAD JE ULOŽILA PREKO 150.000 EVRA U NABAVKU 175 ALKOMETARA I 50.000 USNIKA ZA ALKOMETRE



NAGRADA KAKTUS ZA KAMPANJU BEZBEDNOSTI U SAOBRAĆAJU

Apatinska pivara osvojila je nagradu Kaktus za kampanju „Kad pijem, ne vozim“, u kategoriji pojedinačni radovi – social media, na devetom festivalu integrisanih komunikacija KAKTUS 2023. Ovog leta Apatinska pivara je na duhovit i kreativan način skrenula pažnju da to da svi vozači dobro razmisle pre nego sednu za volan ukoliko su pre toga konzumirali alkohol. Na bilbordima širom Srbije, kao i na društvenim mrežama, bile su postavljene pogrešne poruke, poslate u pogrešne chat grupe. Poruka kampanje je da ukoliko popijete, unapred planirate povratak kući jer imate toliko opcija za bezbedan povratak – taksi, autobus, šetnja, safety driver.

SVETSKI DAN ODGOVORNE KONZUMACIJE OBELEŽEN U KRAGUJEVCU

Svetki dan odgovorne konzumacije piva Apatinska pivara je obeležila u Kragujevcu, gde su promoteri bezbedne vožnje svim posetiocima kroz zanimljive aktivacije sa

„pijanim naočarima“ pokazivali zbog čega je važno da ukoliko popijete alkohol odaberete alternativni prevoz do kuće. U okviru kampanje „Kad pijem, ne vozim“, Jelen tim je tokom vikend provoda u gradu ljubiteljima Jelen piva poklanjao i besplatne taksi vaučere kako bi osigurao bezbedan povratak iz dobrog provoda.

RECIKLAŽA U FOKUSU

Reciklaža i očuvanje životne sredine su u fokusu Apatinske pivare. Nakon završetka ovogodišnje manifestacije Drinska regate, zahvaljujući „Jelen eko-patrola“ i Sekopaku, u okviru akcije „Recikliraj, uživaj i Drinu od otpada sačuvaj“ na reciklažu je poslato nešto više od pola tone ambalažnog otpada. Ove godine su zbog rekordnog broja posetilaca postavili čak 40 kanti za selekciju otpada. Tokom spusta „Jelen eko-patrola“ je kao i svake godine bila na čamcima. U saradnji sa Sekopakom, sva sakupljena ambalaža je poslata na reciklažu.

PRIKUPLJENA TONA ČEPOVA U AKCIJI „ČEP ZA HENDIKEP“

U akciji prikupljanja čepova „Čep za hendikep“, koju Apatinska pivara već tradicionalno realizuje punih osam godina, prikupljena je tona krunskih čepova. Čepovi su



prikupljeni u saradnji sa partnerima i ugostiteljima sa kojima Apatinska pivara saraduje, ali i u okviru nagradne igre „Apatinsko nagrađuje“, gde su svi čepovi koji su se našli u kovertama uvršteni u akciju „Čep za hendikep“. Na samom klasiranju čepova iz koverti bile su angažovane osobe sa invaliditetom, koje su pomogle da se i ti čepovi iskoriste za ovu humanu akciju.



ZAPOSLENI UVEK AKTIVNI NA HUMANITARNIM TURNIRIMA

Kao i svake godine, tim Apatinske pivare učestvuje na svim BELhospice turnirima. Ove godine devojke su se nadmetale u kuglanju za Dan žena, dok je trkačka ekipa učestvovala na 36. Beogradskom maratonu, u disciplinama polumaraton, trka na 10 km i trka zadovoljstva. Turniri su uvek dobra prilika da se pokaže fizička kondicija, ali i timski duh. Timovi pivare osvojili su dva pehara i postali šampioni na održanom turniru u fudbalu. Zaposleni se uvek rado odazivaju ovakvim manifestacijama koje ih dodatno zbliže u humanoj misiji donacije za onkološke pacijente.

TOP EMPLOYER

Apatinska pivara je ove godine dobila prestižni sertifikat Top Employer. Dobijanje ovog značajnog sertifikata znači da je globalno priznata kompanija po svojoj izvrsnoj praksi sa zaposlenima. Stvaranje okruženja za rast zaposlenih i razvoj zajednice u kojoj posluje su vrednosti koje su ugrađene u kulturu poslovanja Apatinske pivare. Pored priznanja dobijenog na lokalnom nivou, evropski logo na nivou Molson Coors-a potvrđuje da u celoj kompaniji neгуju kulturu u kojoj cene i poštuju razlike i veruju da su različitost i inkluzija ključ za promovisanje poredničke timske kulture.



FAMILY FRIENDLY KOMPANIJA

Jedna od ključnih vrednosti Apatinske pivare je „Ljudi su na prvom mestu“. Podrška porodici, odnosno ravnoteži između privatnog i poslovnog života, veoma je važna, tako da je pivara nosilac prestižnog Family Friendly sertifikata, i to kao prva kompanija u Srbiji u sektoru robe široke potrošnje. U protekloj godini uveli su i nove benefite za kolege, kao što su više slobodnih dana za zaposlene čija deca polaze u prvi razred osnovne škole ili prvi put u vrtić, širok koncept rada na daljinu, „letnji petak“, više slobodnih dana za novopečene tate ili briga o majkama koje se vraćaju na posao nakon porodijskog. Sve su to mere koje su odabrali zaposleni i koje su u ovom izazovnom vremenu potrebne jednoj modernoj porodici.



HUMANOST APA KULINARA

Zaposleni u Apatinskoj pivari pravili su štrudle, kiflice, lazanje, torte, baklave, proje i rolate za prvi humanitarni bazar za zaposlene, koji je održan u Beogradu i Apatinu. Pobednicama su uručene zlatne kašike i kulinarske kape. Cela akcija je bila prodajnog karaktera, a APA kulinari su uspeali da sakupe novac koji su donirali u humanitarne svrhe.

DRUŠTVENA ODGOVORNOST KAO STRATEGIJA ZA DUGOROČNO USPEŠNO POSLOVANJE KOMPANIJE

AstraZeneca jedan od lidera u realizaciji društveno odgovornih projekata

Društveno odgovorno poslovanje postalo je uobičajena praksa velikih kompanija, koje se zalažu da ostvare bolje sutra za sve nas. Takođe, brojni su i društveno odgovorni projekti koje kompanije realizuju u različitim oblastima, kako interno tako i eksterno, a sve u cilju usklađivanja potreba ljudi sa potrebama prirode.

Kao primer posebne brige o prirodi i njenom očuvanju, izdvajaju se projekti kompanije AstraZeneca, među kojima su i oni usmereni na smanjenje zagađenja vazduha. Zagađenje vazduha je veliki, globalno prisutan problem i smatra se glavnim faktorom rizika za javno zdravlje širom sveta, doprinoseći obolevanju i smrti od raka pluća, kao i brojnih hroničnih bolesti. Uzimajući u obzir pomenuto, jedna od strategija kompanije AstraZeneca kojom nastoje da doprinesu pozitivnoj promeni za okolinu je Ambition Zero Carbon. Cilj ove strategije je smanjenje emisije izduvnih gasova korišćenjem obnovljivih izvora energije u proizvodnji i grejanju i unapređenjem energetske efikasnosti postrojenja. Bitan deo strategije je i prelazak na električni vozni park (EV100) širom sveta. U 2022. godini je skoro četvrtina neposrednih emisija bila iz voznog parka – od 2023. godine prvi izbor za nova vozila je uvek EV.

AstraZeneca je u Srbiji već postavila nove standarde u industriji uvođenjem hibrida. To je svakako nastavila i potpuno električnim vozilima – prvo je stiglo još 2021. godine, a do kraja ove godine u planu je da imaju 35 takvih vozila, odnosno sva nova vozila ove kompanije ići će na struju.

URBANO PČELARSTVO

Pored pomenutog, kompanija pokazuje brigu o prirodi i kroz projekat urbanog pčelarstva u Beogradu, koji se sprovodi u saradnji sa Nordijskom biznis alijansom i udruženjem pčelara, a koji za cilj ima da pomogne opstanku pčela u prirodi.

Pčele su presudne za proizvodnju hrane, ali i za očuvanje biodiverziteta. Osim što ljudima obezbeđuju med i druge

**ZA ZAPOSLENE I NJIHOVU DECU
ODRŽANE SU RAZLIČITE EDUKACIJE
O ZNAČAJU PČELA I NJIHOVOG
DOPRINOSA PRIRODI**



korisne proizvode, pčele su najzastupljeniji polinatori na planeti. Prema dostupnim podacima, postoji oko 30.000 vrsta pčela, a očuvanje raznovrsnosti pčela i drugih polinatora od ključnog je značaja za smanjenje uticaja klimatskih promena i, posledično, rešavanje problema gladi u svetu.

U okviru ovog projekta za zaposlene i njihovu decu bile su održane različite edukacije o značaju pčela i njihovog doprinosa prirodi u celini, a prošle godine zaposleni su bili u prilici da iz svojih košnica vrcaju med i tom prilikom dobiju 100 teglica meda. Svesni činjenice da bez pčela nema zdravih ekosistema, a samim tim ni opstanka čovečanstva, zaposleni u kompaniji su posebno ponosni na ovaj projekat.

SADNJA DRVEĆA – INVESTICIJA U BUDUĆNOST

Da briga o prirodi treba biti neprekidna govori i još jedan projekat koji AstraZeneca kontinuirano realizuje – sadnja drveća na različitim lokacijama. Sadržna drveća predstavlja čin staranja o našoj planeti i posvećenost dobrobiti generacija koje dolaze. Ovi zeleni dobroćudni divovi ne čiste samo vazduh, ne pružaju nam samo utočište ili



nas štite od nadolazećih klimatskih promena. Oni su svedočanstvo naše predanosti zelenijem i svetlijem sutra. Upravo iz ovog razloga, kompanija AstraZeneca se upustila u globalnu inicijativu sadnje i očuvanja naše planete, koja se može nazvati ni manje ni više nego vizionarskom. Ona se obavezala na ambicioznu misiju sadnje čak 50 miliona stabala širom sveta do 2025. godine. Monumentalni napor koji je uložila usmeren je na ublažavanje negativnih efekata klimatskih promena, kako na čovečanstvo, tako i na prirodni svet. Ovim činom, kompanija je sebe svrstala u čuvare planete Zemlje, prihvatajući duboku odgovornost.





PLAN KOMPANIJE JE DA U 2023. ZASADI 2.500 SADNICA

U našoj zemlji kompanija AstraZeneca već dugi niz godina praktikuje sadnju drveća. S obzirom na kontinuirane godišnje napore usmerene na unapređenje ovog projekta, koji suštinski predstavlja investiciju u našu budućnost, kompanija i ove 2023. godine nastavlja tradiciju sadnje drveća koja će se održati u saradnji sa Šumarskim fakultetom, lokalnim zajednicama, organizacijom Čuvamo naše, na teritoriji Beograda, a plan je da se ove godine zasadi 2.500 sadnica. Krajem prošle godine, zasaden je 2.300 sadnica i time napravljen pozitivan uticaj na naše okruženje. Ovim projektom, kompanija pomaže našoj



okolini i nastoji da podigne nivo svesti zajednice o značaju očuvanja prirode i njenog obnavljanja.

BUSTUJ ZDRAVE NAVIKE

Još jedan od projekata na koji je kompanija posebno ponosna jeste Young Health Programme čija je misija pružanje podrške mladima u Srbiji i stvaranje bolje budućnosti za njih. Budući da se u poslednjim decenijama suočavamo sa sve većim izazovima vezanim za gojaznost

TROGODIŠNJI PROJEKT „BUSTUJ ZDRAVE NAVIKE“ USMEREN JE NA PODIZANJE SVISTI O GOJAZNOSTI I PODSTICANJU ZDRAVIH NAVIKA KOD DECE

dece, to je podstaklo pokretanje trogodišnjeg projekta „Bustuj zdrave navike“, koji je usmeren na podizanje svesti o gojaznosti i podsticanju zdravih navika kod dece kako bi se poboljšalo njihovo celokupno blagostanje. Vršnjačka edukacija, koja je deo projekta, ima brojne prednosti u oblasti obrazovanja i razvoja mladih, budući da se mališani lakše identifikuju sa svojim vršnjacima nego sa odraslima, što omogućava dublje razumevanje i prihvatanje poruka, razvoj liderstva, empatije i samopouzdanja. U pet osnovnih škola u Beogradu: OŠ „Sveti Sava“, OŠ „Dr Arčibal Rajs“, OŠ „Pavle Popović“, OŠ „Lazar Savatić“ i OŠ „Olga Petrov“, koje su prve učestvovala u projektu, održana je obuka, nakon koje će učenici koji su postali vršnjački edukatori preneti stečeno znanje na svoje vršnjake. AstraZeneca će i u godinama pred nama nastaviti da realizuje ove i slične projekte, a sve u cilju očuvanja naše planete i kreiranja boljeg sutra za sve nas.



BOLJI SVET ZA ŽENE JE BOLJI SVET ZA SVE

U centru poslovanja kompanije Avon je žena, kako kroz poslovni model, proizvod tako i kroz CSR aktivnosti, a kompanija od svog postanka ulaže u osnaživanje, razvoj i motivaciju žena

Preko pet miliona žena u 50 zemalja sveta čini AVON – kompaniju koja je već 137 godina posvećena pripadnicama nežnijeg pola. Avon dame širom planete međusobno se podržavaju i time utiču na svoje porodice, sredine u kojima žive, samim tim i na čitav svet. One čine jedini, ali veoma moćan kanal brenda Avon – kompanije koja stavlja

maskaru na trepavice i hranu na sto, bori se protiv bora jednom i protiv raka dojke drugom rukom. Zna da ceni savršeno našminkane usne, ali i da glasno javno govori protiv nasilja nad ženama. Avon kaže NE testiranju na životinjama, emisiji ugljen-dioksida, a DA zaštiti životne sredine, reciklaži i održivim izvorima sirovina.



OSNAŽIVANJE ŽENA JE UVEK U FOKUSU AVON POSLOVANJA

Naravno da je u centru poslovanja kompanije Avon žena, kako kroz poslovni model, proizvod tako i kroz CSR aktivnosti, a kompanija od svog postanka ulaže u osnaživanje, razvoj i motivaciju žena. Osnivač Avon kompanije je promovisao ideju o ženskoj finansijskoj nezavisnosti, mnogo pre nego što su ženska prava priznata u svetu. Mnogo godina kasnije, kompanije Avon u nekoliko zemalja sveta pridružile su se globalnoj inicijativi potpisavši izjavu o poštovanju UN principa osnaživanja žena. Sedam principa osnaživanja predstavlja skup načela koja preduzećima daju smernice za osnaživanje žena na radnom mestu, tržištu rada i u zajednici. Avon u Srbiji zapošljava duplo više žena, dok je na rukovodećim mestima čak 11 njih. Kao društveno odgovorna kompanija, Avon je početkom novembra ove godine od Udruženja poslovnih žena Srbije proglašen za rodno najsenzitivniju kompaniju u Srbiji, dok je 2022. godine na prvom održanom danu rodne ravnopravnosti kompanija dobila prestižno priznanje u kategoriji doprinos unapređenju radnog prava žena i muškaraca i usklađivanju privatnog i profesionalnog života.



**AVON
AKCIJA ZA BORBU
PROTIV RAKA DOJKE**

AVON U BORBI PROTIV RAKA DOJKE

Kako bi podržao žene, zdravlje žena, Avon u svojoj ponudi, tokom cele godine ima proizvode sa roze vrpcom i proizvode sa plavom vrpcom. Ovo su proizvodi koji imaju veliko srce i plemenitu svrhu - celokupan bruto profit od njihove prodaje usmerava se na donacije, edukativne kampanje i programe organizacija koje se bave važnim ženskim pitanjima.

Znajući da je rak dojke najčešći maligni tumor, od trenutka kada je 1992. godine u Velikoj Britaniji pokrenuta Akcija za borbu protiv raka dojke, Avon stoji na čelu ove borbe za njihovo zdravlje. Zajedno sa Avon Fondacijom, tokom poslednje tri decenije, Avon je donirao više od 1,1 milijardu američkih dolara za borbu protiv raka dojke širom sveta. Sredstva se ulažu u edukaciju žena, organizovanje

ZAJEDNO SA AVON FONDACIJOM, TOKOM POSLEDNJE TRI DECENIJE, AVON JE DONIRAO VIŠE OD 1,1 MILIJARDU AMERIČKIH DOLARA ZA BORBU PROTIV RAKA DOJKE ŠIROM SVETA

pregleda i skrininga i u programe i aktivnosti koji podižu svest o ovom oboljenju. U Srbiji se svaka četvrta žena suočava sa ovim oblikom maligniteta, dok njih 1.600 izgubi bitku, što ovu bolest čini jednim od vodećih uzroka smrti među ženama u Srbiji. Zato Avon u oktobru obeležava Međunarodni mesec borbe protiv raka dojke kroz različite aktivnosti i donacije. Do sada je u Srbiji Avon donirao preko 700.000 dolara za obezbeđivanje opreme koja je neophodna za ranu dijagnostiku, podizanje svesti o važnosti redovnih pregleda i podršku edukativnim programima. Donirano je i preko 1,4 miliona dinara Fondu B92 za pokretanje mobilnog mamografa u saradnji sa Institutom za javno zdravlje „Dr Milan Jovanović Batut“, kako bi se obezbedili besplatni, preventivni pregledi ženama. Drugu godinu zaredom, oktobra 2023. Avon je uručio donaciju Udruženju „Žena uz ženu“ i na taj način ponovo pomogao akciji „Budi hrabra – pregledaj se“, zahvaljujući čemu je veliki broj žena tokom oktobra u 17 gradova Srbije bio u prilici da obavi besplatan preventivni ultrazvučni pregled dojki.



KROZ EDUKATIVNE PROGRAME I DONACIJE, AVON SE ZALAŽE ZA ZAUSTAVLJANJE I SPREČAVANJE NASILJA NAD ŽENAMA

RECI NE NASILJU NAD ŽENAMA

Iako je danas položaj žena znatno povoljniji nego ranijih godina, nasilje nad ženama i dalje je jedan od najčešćih vidova kršenja ljudskih prava. Prema istraživanju OEBS-a, svaka druga žena je izložena psihičkom nasilju, a svaka treća je preživela neki oblik fizičkog nasilja. Nasilju su izložene žene svih starosnih doba, obrazovnih kategorija, društvenih slojeva i različitih porodičnih statusa. Kompanija Avon na globalnom nivou organizuje kampanju „16 dana aktivizma“, a u Srbiji pod okriljem ove kampanje od 2008. godine organizuje akciju **Reci NE nasilju nad ženama** i kroz edukativne programe i donacije zalaže se za zaustavljanje i sprečavanje nasilja nad ženama, a dodeljuje i **Nagradu za žensku hrabrost**. Pre tri godine uručeno je prvo priznanje za žensku hrabrost, udruženju Novinarke protiv nasilja prema ženama, a prošle godine dobitnica je bila Mia Bjelogrić, autorka serijala „Ona se budi“ za hrabrost da pokrene veoma važne teme rodne neravnopravnosti i unapređenja položaja žena u Srbiji. Avon ovom nagradom ima želju da pruži podršku, nagradi zalaganje i doprinos u borbi protiv rodno zasnovanog nasilja. U okviru ovog projekta, do sada su donacijom sigurnosnih sistema opremljene tri sigurne kuće u Srbiji i podržan projekat „ONAsnaživanje“, kao i projekat Autonomnog ženskog



centra „Moгу da neću. Ljubav nije nasilje!“. Za podizanje svesti javnosti o ovoj temi realizovane su i brojne kampanje poput „Možeš drugačije“, „Nisi sama“, kao i „Sportska borba je izazov, porodična je zločin“. Uručena je 2019. godine i donacija Autonomnom ženskom centru u iznosu od dva miliona 677.245 dinara, a 2021. još milion 528,516 dinara za pružanje pomoći ženama sa iskustvom nasilja.



AVON BRINE O ŽIVOTNOJ SREDINI

Kao društveno odgovorna kompanija, Avon svoju strategiju zasniva na poslovanju koje je odgovorno prema celoj zajednici, svesni značaja očuvanja životne sredine i brige o zajednici u kojoj posluju. Zato 77% Avon ambalaže već sada može da se reciklira, kompostira i ponovo koristi, a cilj je da do 2030. godine kompanija koristi 20% manje ambalažnog materijala i da 100% ambalaže bude za višekratnu upotrebu. Avon štampani materijali prave se od recikliranog materijala, a raspršivači ne oštećuju ozonski omotač. U procesu proizvodnje, Avon koristi najsavremeniju tehnologiju za optimalnu potrošnju važnih resursa (voda, struja) i reciklažu otpadnih sirovina (waste management).



MEĐU PRVIMA PROTIV TESTIRANJA NA ŽIVOTINJAMA

Avon ne vrši ispitivanja na životinjama ni na jednom svom proizvodu, ni na jednom tržištu na svetu. Poštovanje dobrobiti životinja kamen je temeljac Avon filozofije bezbednosti proizvoda i Avon je jedna od prvih beauty kompanija koje su zaustavile testiranje na životinjama. Zato bezbednost svojih proizvoda proveravaju koristeći dobro poznate naučno utemeljene alternative, kompjutersko modeliranje i in-vitro laboratorijsko testiranje. Cilj je isporučiti proizvode koji zadovoljavaju potrebe kupaca bez ugrožavanja dobrobiti životinja, a uz posvećenost visokim standardima bezbednosti proizvoda.



Stoga, Avon je i prva globalna kozmetička kompanija koja je ove godine započela partnerstvo sa međunarodnom organizacijom Cruelty Free International. Odobrenje za čuveni Leaping Bunny program predstavlja nagradu za 30-godišnji trud, zalaganje i posvećenost dobrobiti životinja. Program Leaping Bunny je globalno prepoznatljiv zlatni standard za proizvode bez okrutnosti, sa zahtevima koji su iznad i izvan zakona koji ograničavaju testiranje na životinjama. Prvi Avon asortimani koji su dobili odobrenje Leaping Bunny su mirisi, Avon Care linija i Anew linija, dok će svi ostali asortimani Avon proizvoda dobiti odobrenje u narednih 12 meseci. Da bi se ovo odobrenje dobilo, ceo lanac snabdevanja Avona bio je podvrgnut rigoroznoj reviziji, kako bi se osigurala usklađenost sa strogim kriterijumima Leaping Bunny-a. Prepoznajući važnost zalaganja i ostvarenih rezultata kompanije Avon u ovoj oblasti, organizacija za zaštitu životinja „PETA“ dodala je Avon na listu kompanija koje su prepoznate po dokazanoj, stalnoj posvećenosti usvajanju metoda testiranja koje se ne vrše na životinjama. Od 2017. godine broj brendova koji se raspituju o odobrenju je zabeležio porast od 190%, pokazujući da globalna potražnja potrošača za proizvodima bez okrutnosti utiče na to kako brendovi rade, ali i kako ceo svet počinje da razmišlja. Kompanija Avon je među prvima pokazala **da brine o životnoj sredini i poziva sve da budu deo promena i da se zajedno borimo za lepši svet. Avon nastavlja sa svojim društveno odgovornim kampanjama još glasnije. Pratite ih i pridružite se!**

SVAKOGA DANA TRENIRAMO DOBROTU

Kompanija Balkan Bet iz dana u dan na delu pokazuje da je društvena odgovornost duboko utkana u njenu poslovnu politiku i korporativnu kulturu. Minula godina, kada su u pitanju CSR aktivnosti, za Balkan Bet bila je i više nego uspešna, ako se kao merilo uspeha uzme u obzir pre svega broj onih do kojih su naša pomoć i podrška stigli

U ZDRAVOM TELU, ZDRAV SPORTSKI DUH 'Oće neko iz Novog Sada na basket?'

S obzirom na to da postoji prirodna veza između našeg biznisa i sporta, logično je bilo da je fokus naših CSR aktivnosti u minuloj godini bio upravo na promociji sporta među svim generacijama.

U godini kada je obeleženo 100 godina košarke u našoj zemlji, kompletno su rekonstruisana dva košarkaška terena na popularnom novosadskom kupalištu Štrand. Donacija kompanije Balkan Bet u iznosu od četiri miliona dinara iskorišćena za ove namene, bila je samo jedna u nizu donacija u čijem je središtu bio sport.



Deo svečanog otvaranja rekonstruisanih terena bilo je i humanitarno šutiranje slobodnih bacanja, gde je za svaki pođođeni koš kompanija Balkan Bet donirala 3.000 dinara, pa smo navijali da igrači imaju mirnu ruku i precizan šut. Konačan rezultat je bio 50 pođođenih šuteva i prikupljenih 150.000 dinara doniranih Sportskom savezu paraolimpijskih sportova Vojvodine, koji će ova sredstva iskoristiti za pomoć članovima Saveza za nabavku opreme i odlazak na takmičenje.

Gde su žene iz sportskog sveta, tu je i podrška Balkan Beta

Kao kompanija gde žene čine dve trećine zaposlenih, Balkan Bet je sa ponosom podržao konferenciju „Žene i sport“ koja je okupila sve one koji se zalažu za to da ženski sport dobije mesto koje mu pripada, i na sportskoj sceni i u društvu.

Kako kažu naše dame u sportu: „Najjače smo zajedno, kada svaka od nas, sportistkinje, treneri, lekarke, novinarke, profesorke, imamo priliku da se pokažemo u korist zajedničkog cilja - da žene u sportu imaju jednake mogućnosti i šanse.“ Navijamo da tako i bude.

Na listu onih kojima smo tokom 2023. nesebično pomogli sa ponosom dodajemo i fudbalere KMF „Omladinac“ iz Novih Banovaca i OFK „Radnički“ iz Niša koji su, zahvaljujući donaciji naše kompanije sezonu započeli u novim dresovima. U novim dresovima na treninge će ubuduće ići i članovi Kluba malog fudbala „Mungosi“ i to sekcije koja okuplja osobe sa invaliditetom i teškoćama u razvoju.

ZDRAVLJE NEMA CENU

Kako je temelj sreće u životu dobro zdravlje, ponosni smo što smo svojim aktivnostima i donacijama doprineli da mnogi ponovo imaju osmeh na licu i da se srećni vrata svojim porodicama, kao i da im pružimo podršku u najtežim tencucima za njih i njihove najbliže.

Humanitarna vožnja u tramvaju zvanom Nada

Tradicionalni 13. BELhospice dobrotvorni bal na temu „Tramvaj zvani nada“ održan početkom septembra na Belom dvoru okupio je preko 500 dobrotvora među kojima su bili i predstavnici kompanije Balkan Bet. Balkan Bet je podržao realizaciju ovogodišnjeg bala kao jedan od sponzora i za svojim stolom solidarnosti ugostio saradnike kako bi zajedno podržali i proširili mrežu odgovornih kompanija koje prave veliku razliku u svetu koji nas okružuje.

Za BELhospice 13 je bio srećan broj jer je sakupljeno 153.200 evra koje će biti iskorišćeni za pružanje usluga osobama obolelim od kancera i članovima njihovih porodica, kao i deci koja imaju dijagnoze neizlečivih bolesti.



Dres kao podsetnik na dobra dela

Kompanija Balkan Bet srećna je i zahvalna što je imala priliku da učestvuje u humanitarnoj licitaciji koju je organizovao glumac Milan Vasić, a na kojoj se našao dres Bogdana Bogdanovića sa potpisima svih košarkaša koji su igrali finale Svetskog prvenstva. Balkan Bet je dao najveću ponudu u iznosu od 13.000 evra i na taj način doprineo da naš zemljak Nenad Janićević iz sela Gotovuša sa Kosova i Metohije ode u Belorusiju na transplantaciju bubrega. S obzirom na to da Nenad već osam godina živi bez oba bubrega, i svaki drugi dan ide na dijalizu, transplantacija će mu omogućiti da znatno popravi kvalitet života.

Dres Bogdana Bogdanovića zauzeo je posebno mesto u našim kancelarijama i služiće nam kao podsetnik na dobra dela. Ona koja su učinjena, i ona koja tek slede.



Donosimo lepe dane za buduće mame

Dan žena simbolično je bio povod da kompanija Balkan Bet Klinici za ginekologiju i akušerstvo Univerzitetskog kliničkog centra Niš donira CTG aparat. U poslednje vreme sve je veći broj trudnica sa juga Srbije koje se porađaju u ovoj klinici, među kojima je mnogo onih koje zahtevaju intenzivan nadzor tokom trudnoće. Kako je zbog toga bitno da Klinika ima dovoljan broj CTG aparata, sigurni smo da je naša donacija stigla u pravom trenutku.

Tačno u podne za male heroje

Liga Dobrih dela kompanije Balkan Bet se uvek rado odazove na pozive da pomogne najmlađima. Ovoća puta, naša misija je bila da igračkama napunimo specijalnu kutiju koja se nalazi na Institutu za majku i dete u Beogradu. Ova kutija je posebna jer iz nje mališani koji se leče na odeljenju hematologije izvlače igračku kao nagradu za hrabrost posle teških terapija. Naše kolege su, kako je i predviđeno akcijom, tačno u podne bile na adresi i predali igračke za hrabre mališane, koje će im, nadamo se, bar malo ulepšati i olakšati dane koje provode na lečenju.

NAŠE KOLEGE - DOBROČINITELJI I FILANTROPI

Da i zaposleni u kompaniji Balkan Bet neguju humanost i solidarnost sa lokalnom zajednicom pokazali su tokom godine učešćem u nekoliko humanitarnih akcija.

BELhospice humanitarni turnir u košarci

Košarkaški tim sačinjen od naših kolega kroz sportsko nadmetanje podržao je rad BELhospice centra koji pruža besplatnu podršku deci i odraslima obolelim od neizlečivih bolesti. Nakon uzbudljivih utakmica, ekipa Balkan Beta zasluženo je odnela prvo mesto. Sada našu policu krasi još jedan pehar, koji pored demonstriranog košarkaškog umeća simboliše i humanost na delu.

Za srećna lica i puno petica

Početak nove školske godine bio je povod da zaposleni u kompaniji Balkan Bet doniraju školski pribor deci bez



roditeljskog staranja, deci sa smetnjama u razvoju, kao i deci iz socijalno ugroženih porodica. Nove rančeve, sveske, pernice i ostali školski pribor dobila su deca iz Pirota, Rume i Beograda.

Business run - trka za zeleniji Banat

Posvećenost društvenoj odgovornosti Balkan Bet je pokazao učešćem na osmom po redu Business run-u, najvećem sportsko-poslovnom događaju u Srbiji. Zaposleni u kompaniji koji su istrčali stazu dužu 5 km, ove godine su imali i motiv više. Naime, Balkan Bet je u ime svakog učesnika, kupio po stablo koje će biti posađeno u Banatu, jednom od krajeva naše zemlje sa najmanjim procentom šumskih površina.

Ekipa za dobra dela

Naše kolege koje povezuje strast prema fudbalu odigrali su jednu posebnu utakmicu. Ona je bila posebna jer su je odigrali sa članovima Kluba malog fudbala „Mungosi“ i to sekcije koja okuplja osobe sa invaliditetom i smetnjama u razvoju. Rezultat je, naravno, bio u drugom planu, jer je cilj tzv. inkluzivnih utakmica integracija osoba sa razvojnim teškoćama i prihvatanje različitosti. Posle dva sata igre i druženja, naše kolege su otišle kući uz obećanje da je ova utakmica početak jednog novog prijateljstva i da će se uskoro videti sa novim drugarima koji će, zahvaljujući novčanoj donaciji naše kompanije, sledeću utakmicu zaigrati u novim dresovima.

U NAREDNAJ GODINI TRENINGE DOBROTE NASTAVLJAMO JOŠ JAČIM INTENZITETOM, JER SE LIGA DOBRIH DELA NA NAŠEM TERENU IGRA SVAKI DAN



Kraj godine bio je u znaku donacije novogodišnjih paketića deci sa autizmom i smetnjama u razvoju. U narednoj godini treninge dobrote nastavljamo još jačim intenzitetom, jer se Liga Dobrih dela na našem terenu igra svaki dan.

NE OBLIKUJU BUDUĆNOST SAMO NOVE TEHNOLOGIJE, VEĆ I ODGOVORAN I ODRŽIV KONCEPT POSLOVANJA

Kada se osvrnemo na 2023. godinu i sve ono što smo zajedno uradili, možemo samo da poželimo i da se potrudimo da nam i naredna godina bude u znaku #LikeABosch društvene odgovornosti

Sve je počelo davne 1886. godine, kada je Robert Boš u temelje poslovanja naše kompanije stavio **održivost, odgovornost prema zajednici i očuvanje životne sredine**. On tada nije samo kreirao osnovu za jednu od najvećih tehnoloških kompanija na svetu, već je i svojim saradnicima usadio snažan osećaj odgovornosti prema zajednici i okolini. Danas, zajedno sa skoro 4.000 zaposlenih na dve lokacije, Bosch u Srbiji kroz brojne društveno odgovorne projekte i aktivnosti pokazuje da je taj osećaj i dalje srž poslovanja i kulture kompanije. Svojim tehnologijama Bosch širom sveta unapređuje i olakšava živote ljudi, a aktivnosti društveno odgovornog poslovanja tome dodatno doprinose.

ODRŽIVOST I BRIGA O OKRUŽENJU

Karbonska neutralnost i korišćenje obnovljivih izvora energije

Još 2020. godine Bosch je postao prva industrijska kompanija koja posluje na globalnom nivou, a koja je postigla

karbonsku neutralnost na više od 400 lokacija širom sveta (opseg 1 i 2), uključujući i Srbiju. Lokacije kompanije više nemaju ugljeni otisak, što se postiže kroz kontinuirano ulaganje u energetska efikasnost, povećavanje udela obnovljivih izvora energije, korišćenje zelene električne energije i nadoknađivanje neizbežne emisije ugljovodonika. Obe lokacije naše kompanije u Srbiji, u poslovnom parku Airport City na Novom Beogradu i u fabrici u Pećincima, **snabdevaju se isključivo iz karbonski neutralnih, obnovljivih izvora energije**.

Naša kompanija je usmerena i na smanjenje upotrebe plastike, a kao jedan od lokalnih primera izdvaja se novo **ekološko pakovanje Aerotwin brisača** koji se proizvode u fabrici u Pećincima. Svi delovi pakovanja su oslobođeni plastike i mogu da se recikliraju, dok je unutrašnji zaštitni deo izrađen od drvenih vlakana koja potiču iz šuma kojima se održivo upravlja. Uvođenjem ovih pakovanja ne samo da se znatno smanjuje emisija ugljen-dioksida, već se koristi i 350 tona plastike manje na godišnjem nivou.



Pošumljavanje i ekološke akcije

Održivo poslovanje je nezamislivo bez brige o životnoj sredini, a Bosch se često uključuje i inicira akcije koje za cilj imaju poboljšanje našeg okruženja.



SVI DELOVI EKOLOŠKOG PAKOVANJA AEROTWIN BRISAČA, KOJI SE PROIZVODE U FABRICI U PEĆINCIMA, OSLOBOĐENI SU PLASTIKE I MOGU DA SE RECIKLIRAJU

Ponosni smo što smo se i ove godine našli na listi Zelenih kompanija na događaju Serbia Business Run i svojim učešćem doprineli Trci za šume – inicijativi da se do 2025. godine na teritoriji naše zemlje posadi 100.000 sadnica. Čak **260 naših kolega** učestvovalo je u trci, a za svakog trkača donirali smo po sadnicu, koja će u saradnji sa Fondacijom „Ana i Vlade Divac“ korenje pustiti na teritoriji Zrenjanina. Zajedno sa udruženjem Discover Serbia, koje već dugi niz godina organizuje volonterske akcije širom naše zemlje,

uz druženje i promovisanje zdravih navika i dobrih odnosa između ljudi i timova, ove godine smo organizovali **dve velike ekološke akcije** u Specijalnom rezervatu prirode „Obedska bara“. Više od **300 Bosch volontera** učestvovalo je u ovim inicijativama i svojim radom doprinelo održavanju šuma, izradi rekvizita za igru, kao i čišćenju teško dostupnih delova bare, kako na kopnu, tako i na vodi.

PODRŠKA OBRAZOVANJU BUDUĆIH INOVATORA

Obrazovanje je jedan od glavnih stubova svakog društva i njegovo unapređenje ključno je za razvoj mladih generacija i njihovu spremnost za budućnost. Naša kompanija na tom polju sprovodi niz inicijativa kroz partnerstva sa obrazovnim ustanovama, donacije i mentorske programe.



Opremanje srednjoškolskih „mejkerslabova“

Kroz nacionalno partnerstvo sa Grupom za obrazovanje, ove godine smo se pridružili sjajnoj inicijativi opremanja srednjoškolskih „mejkerslabova“, inovativnih multidisciplinarnih prostora u kojima učenici i nastavnici zajedno istražuju, stvaraju i povezuju se sa lokalnom i širom zajednicom. Osmišljeni prema modelu učionica budućnost i opremljeni savremenom opremom prema potrebama svake škole, oni omogućavaju da se na inovativan način povezuje školsko gradivo sa savremenim kontekstom, a u tome srednjoškolcima širom Srbije sada pomažu i Bosch alati.

Saradnje sa fakultetima

Pored podrške srednjim školama, aktivno ulažemo i u **unapređenje iskustva studenata na fakultetima**

PORED PODRŠKE SREDNJIM ŠKOLAMA, AKTIVNO ULAŽEMO I U UNAPREĐENJE ISKUSTVA STUDENATA NA FAKULTETIMA

kao što su Elektrotehnički fakultet i Mašinski fakultet u Beogradu, Fakultet tehničkih nauka u Novom Sadu i Elektronski fakultet u Nišu. Podrška se, pored finansijskih ulaganja, zasniva i na informisanju studenata i omogućavanju direktne povezanosti i interakcije sa stručnjacima iz industrije. Kroz različite inicijative, predavanja i diskusije, naši Bosch eksperti dele svoje znanje i iskustvo sa studentima, čime podstiču njihovu dalju edukaciju i usmeravaju ih ka aktuelnim poslovnim trendovima.

Mentorski programi

Podržali smo i **mentorski projekat Karijera 4.0**, koji je pokrenula Inicijativa „Digitalna Srbija“, a koji učenicima četvrte godine srednjih škola pruža priliku da upoznaju različite mogućnosti za dalje školovanje i izbor karijere u digitalnoj ekonomiji. Kroz mentorske sesije, deset stručnjaka naše kompanije deli svoje lične priče i iskustva sa mladima, pomažući im da odrede svoj dalji karijerni put. Ova inicijativa nije samo mentorska, već predstavlja i most između obrazovnog sistema i stvarnih potreba industrije, stvarajući jasniju sliku o mogućnostima koje pruža digitalna ekonomija.

BRIGA O NAJMLAĐIMA

Ulaganje u mlade generacije predstavlja osnovu društvene odgovornosti i oduvek se nalazi u fokusu naše kompanije. Naša kompanija je ove godine podržala i veliki broj projekata koji su posvećeni unapređenju bezbednosti, obrazovanja i zdravlja najmlađih.

Bezbednost u saobraćaju

Kao kompanija čiji su koreni u automobilskoj industriji, bezbednost dece u saobraćaju jedan je od naših prioriteta. Ove godine smo postali ponosni partner kampanje **„Zebra na oprezu“**, koja za cilj ima podizanje svesti o bezbednosti dece u saobraćaju i edukovanje najmlađih o tome kako da ostanu sigurni na putevima. Kroz razne edukativne i interaktivne sadržaje, mališanima se pruža

moćnost da razvijaju ključne veštine potrebne za bezbedno učestvovanje u saobraćaju.

Opremanje zdravstvenih institucija i vrtića

Ulaganja kompanije se ne zaustavljaju samo na bezbednosti, već se šire i na poboljšanje uslova u obrazovnim i zdravstvenim institucijama u kojima borave najmlađi. Kroz **donacije naših klima-uređaja za nekoliko institucija**, želeli smo da direktno doprinesemo stvaranju boljeg okruženja za odrastanje.

Saradnja sa nevladinim sektorom

I ove godine smo nastojali da podržimo rad brojnih udruženja i nevladinih organizacija koje svojim projektima i aktivnostima unapređuju položaj dece, pogotovo one koja pripadaju ugroženim grupama. Posebno smo ponosni na saradnje sa SOS Dečijim selima, Centrom za unapređenje društva i Centrom „Zvezda“, organizacijama koje čine boljim i srećnijim živote dece i mladih bez roditeljskog staranja, osnažuju porodice u riziku i doprinose osamostaljivanju mladih iz ranjivih grupa.

ZAPOSLENI KAO CSR AMBASADORI

Sve ove inicijative koje podržavamo i u koje ulažemo ne bi bile moguće bez ključne komponente – naših kolega. Ponosni smo na njihovo angažovanje, vrednosti koje delimo i to što doprinose inspirativnim inicijativama.



Humanitarne sportske aktivnosti

Jedna od inicijativa koje smo i ove godine rado podržali bio je **UNICEF humanitarni fer-plej turnir** u basketu. Naše kolege su u dva tima udružili snage ne samo radi postizanja poena, već i prikupljanja sredstava za nabavku nameštaja, opreme i edukativnog materijala za vrtiće širom Srbije.

Takođe, povodom Međunarodnog dana žena, kolegice su učestvovali u **humanitarnom BELhospice turniru** u kuglanju tokom koega su pokazale svoje sportske veštine, ali i doprinele cilju prikupljanja sredstava za besplatno palijativno zbrinjavanje onkoloških pacijenata i dece sa dijagnozama neizlečivih bolesti u Beogradu.

Akcije za one kojima je to najpotrebnije

Naše kolege su solidarnost pokazale i učešćem u humanitarnim akcijama kao što je prikupljanje garderobe za odrasle sugrađane ometene u razvoju. Ni naši četvoronožni prijatelji nisu zanemareni, pa smo tako i ove godine prikupljali hranu i sredstva za higijenu za životinje o kojima brine udruženje Animal Rescue Serbia. Takođe, naš tim je tradicionalno pokazao veliko srce i tokom praznične sezone, kroz donacije novogodišnjih paketića za decu u bolnicama i decu bez roditeljskog staranja koja borave u ustanovama širom Srbije.

Kada se osvrnemo na 2023. godinu i sve ono što smo zajedno uradili, možemo samo da poželimo i da se potrudimo da nam i naredna godina bude u znaku **#LikeABosch** društvene odgovornosti.

ODRŽIVOST JE MORALNA OBAVEZA I LIČNA KARTA KOMPANIJA VIZIONARA

Nastavljajući putem održivosti, Bambi je tokom 2023. godine pružio podršku mladim naraštajima, misleći na njihovu budućnost, obrazovanje, kao i na jačanje odgovornosti i svesti o sopstvenoj vrednosti i mogućnostima

Danas su lideri uzori i oni koji postavljaju standarde, jer uspeh više nije samo merljiv brojevima, već i uticajem koji se ostvaruje na zajednicu i okolinu. Bez obzira na veličinu kompanije, svi imamo zajedničku odgovornost za stvaranje boljeg sutra. Svi moramo biti 100% pozorni i 100% odgovorni. Za kompaniju Bambi održivost nije prolazna tema, već moralna obaveza i ključni faktor za dugoročni uspeh i rast. O kompaniji koja 56 godina niže uspehe, najbolje govore brendovi, lojalnost potrošača i brojna priznanja. Ipak, rezultati u oblasti održivosti, koji su sve impresivniji, zahtevniji i ambiciozniji, jesu ono što Bambi čini jednim od lidera današnjice.

Već treću godinu zaredom, kompanija je uz Coca-Cola HBC Srbija predstavila Izveštaj o održivom poslovanju, upoznavajući javnost sa rezultatima i aktivnostima u domenu održivosti za 2022.

Period iza nas obeležen je neprekidnim primenjivanjem mera koje smanjuju potrošnju prirodnih resursa i minimizuju negativne posledice po životnu sredinu. Količina komunalnog otpada smanjena je za 26,34%, kao i potrošnja vode po toni proizvoda. Izgrađeno je reciklažno

ostrvo veličine 500 m2, koje omogućava prikupljanje 30 različitih vrsta otpadnih materijala koji se generišu u fabrici. U 2022. godini otvoren je moderni Centar za istraživanje i razvoj, investicija vredna 2,3 miliona evra koja pruža infrastrukturu, opremu i tim eksperata koji podržavaju profitabilan i održiv dugoročni razvoj Bambija kao dela Coca-Cola HBC.

Pored donacija proizvoda, kompanija je ujedno podržala i domaću privredu kroz podršku lokalnoj zajednici, ali i jačanje domaćih dobavljača u koje je, samo u 2022. godini, uloženo oko 76% budžeta za nabavku.

Nastavljajući putem održivosti, Bambi je tokom 2023.



KOLIČINA KOMUNALNOG OTPADA SMANJENA JE ZA 26,34%, KAO I POTROŠNJA VODE PO TONI PROIZVODA



godine pružio podršku mladim naraštajima, misleći na njihovu budućnost, obrazovanje, kao i jačanje odgovornosti i svesti o sopstvenoj vrednosti i mogućnostima.

„RECIKLAŽOM ZA ČISTIJI POŽAREVAC“ - DA ODRŽIVOST POSTANE RUTINA

Bambi je oduvek važio za kompaniju koja je na sebi svojstven način bila neodvojivi deo odrastanja mališana. I kada je reč o održivosti, sve češćem i važnijem konceptu i poslovanja i života, kompanija je želela da bude inicijator, inspirator i podrška pre svega deci da razumeju značaj odgovornog ponašanja i brige o prirodi, i od malih nogu budu odgovorni članovi društva koji brinu o životnoj sredini. A kako drugačije poslati poruku o održivosti, a ne krenuti od svog dvorišta. Upravo zato, Bambi je svoju inicijativu „Reciklažom za čistiji Požarevac“ otpočela u svom rodnom gradu, najpre se obraćajući najmlađima kroz inicijativu „Mala škola reciklaže“, a zatim kroz postavku eko-ostrva u gradu i edukacijom građana o reciklaži.

Edukacija najmlađih o pravilnom sortiranju otpada i značaju reciklaže započela je nesvakidašnjom predstavom „Sakupljaj svoju ambalažu i nosi na reciklažu“ u izvedbi beogradske trupe glumaca. Da su spremni na pozitivne promene i doprinos ekologiji, mališani su pokazali donoseći ambalažni otpad kao ulaznicu na predstavu. Nakon pokazne vežbe o pravilnom sortiranju otpada kroz interaktivnu predstavu za osnovce do četvrtog razreda, započelo je i mini-takmičenje za osnovne škole širom Požarevca u prikupljanju ambalažnog otpada. Sedam škola koje su se priključile projektu dobilo je kutije za odvajanje ambalažnog otpada, edukativne knjižice i postere, a škola sa najviše prikupljenog otpada po đaku osvojila je vredne nagrade. Zahvaljujući fantastičnom odzivu mališana i predanosti ovoj inicijativi, škole su sakupile 37 kg ALU limenki, 136 kg papira i kartona, kao i 523 kg PET flaša.

Nakon edukacije najmlađih, Bambi je energiju usmerio i ka građanima Požarevca, a zahvaljujući Gradu Požarevcu i JKP „Komunalne službe“ postavljeno je eko-ostrvo na prometnoj lokaciji, dizajnirano da olakša građanima odvajanje ambalažnog otpada. Eko-ostrvo je prepoznatljivo po svom specifičnom dizajnu i jasnim oznakama koje omogućavaju građanima da lako prepoznaju gde treba da odlože PET flaše, ALU limenke, papir i karton. Kroz različite akcije na društvenim mrežama i promotivne događaje, građani su imali priliku da doprinesu čistijem i lepšem Požarevcu. Svako ko je donirao pet ili više ambalažnih jedinica nagrađen je Bambi proizvodima i prigodnim poklonima.

Projekat „Reciklažom za čistiji Požarevac“ predstavljen je i na internom događaju kompanije, „Family day“. Više od 1.200 zaposlenih aktivno je učestvovalo u reciklaži ambalažnog otpada i dodatno se edukovalo o očuvanju životne sredine. Kao kompanija koja ima velike planove na temu ekologije, uključivanjem zaposlenih koji su ujedno i najveći inicijatori aktivnosti, Bambi ostaje motivisan i posvećen ciljevima održivog razvoja.

BAMBI KUP 2023 – PRVI PUT U SRBIJI, TURNIR U RITMIČKOJ I ESTETSKOJ GRUPNOJ GIMNASTICI

Zahvaljujući kompaniji Bambi, više od 500 devojčica iz više od 12 zemalja imalo je priliku da se nadmeće na prvom međunarodnom turniru u ritmičkoj i estetskoj grupnoj gimnastici – Bambi kup 2023. Ovo je bio prvi put da se ovakav vid takmičenja organizuje u Srbiji, a tokom dvodnevnog događaja koji je organizovan početkom oktobra, veliki broj ekipa u više takmičarskih i uzrasnih kategorija pokazao je svoje umeće u ritmičkoj i estetskoj grupnoj gimnastici. Bambi kup kao takmičenje u ritmičkoj gimnastici uvršten je u zvanični kalendar Gimnastičkog



saveza Srbije, dok je kao takmičenje u estetskoj grupnoj gimnastici kategorisano kao takmičenje pod pokroviteljstvom Međunarodne federacije estetske grupne gimnastike (IFAGG).

NEZABORAVNA DOBRODOŠLICA ZA ĐAKE PRVAKE I SVE MAME

Kompanija Bambi, koja više od pola veka brine o najmlađima, donoseći uvek radost i najlepše ukuse, ove jeseni pružila je podršku prvacima u njihovim važnim životnim trenucima poput prvog dana škole. Najvažnijeg septembarskog jutra, đake prvake širom Srbije u školskim klupama dočekali su Plazma paketići, dar dobrodošlice kompanije Bambi povodom prvog dana škole. Ovom inicijativom Bambi je u saradnji sa Ministarstvom prosvete poslao jasnu poruku deci i njihovim roditeljima da ih podržava u ovako važnom životnom trenutku. Darivanje je obuhvatilo sve đake prvake na teritoriji Srbije, što je ukupno 2.707 osnovnih škola i preko 65.000 podeljenih poklon-paketa.



TOKOM LETA 2023. GODINE ZVANIČNO SMO POSTALI DEO POKLON-PAKETA „TAŠI TAŠI“, KOJI DOBIJAJU MAME U PORODILIŠTIMA ŠIROM SRBIJE



Tokom leta 2023. godine zvanično smo postali deo poklon-paketa „Taši Taši“, koji dobijaju mame u porodilištima širom Srbije. Plazma kao simbol toplih porodičnih trenutaka i slatkih uspomena, svim mamama želi dobrodošlicu u čarobni svet majčinstva. Nastavljamo da budemo saputnici svakog odrastanja i pratioci na važnim životnim putovanjima. Do sada smo podeliili više od 12.000 Plazmi, a nastavljamo da podržavamo ovu akciju i tokom naredne godine. Kompanija Bambi još jednom je poručila da je deo odrastanja mnogih generacija, odgovoran partner koji brine o zajednici u kojoj posluje i da svojim inicijativama doprinosi inspirativnom okruženju u kome se svi međusobno podržavamo, razumemo i delimo trenutke radosti.

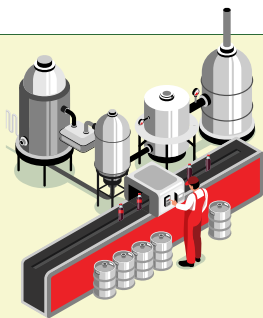
DOBRODOŠLICA NOVOJ GENERACIJI SREDNJOŠKOLACA

Bambi je otvorio vrata i novoj generaciji praktikanata Poljoprivredne škole sa domom učenika „Sonja Marinković“, a 24 buduća praktikanta imala su priliku da se, i pre zvaničnog početka školske godine, upoznaju sa proizvodnim pogonima kompanije, kao i Centrom za istraživanje i razvoj (R&D). Dokazujući duboku posvećenost mladim naraštajima i

njihovom karijernom usavršavanju, Bambi je još jednom pokazao da želi da inspiriše mlade da razvijaju svoje potencijale, uče i profesionalno rastu. Podržavajući od 2021. godine dualno obrazovanje kao stub modernog obrazovnog sistema, Bambi se kroz saradnju sa Poljoprivrednom školom fokusirao na podršku mladima da neposredno upoznaju svet rada, upuste se u svet proizvodnje, tehnologije i inovacija u jednoj od vodećih konditorskih kompanija u regionu. Upriličena poseta bila je i prilika za mlade generacije da se upoznaju sa R&D centrom, modernim prostorom i laboratorijom znanja, zamišljenim tako da bude rasadnik inovacija i mesto gde se oblikuje budućnost kompanije. Ovaj multifunkcionalni centar srce je kompanije Bambi gde se susreću stručnost i entuzijazam, a mladim praktikantima je poručeno da su dobrodošli da budu deo tog razvojnog putovanja. Na ovaj način, Bambi postavlja čvrste osnove za dugoročnu saradnju između obrazovnog i poslovnog sektora, stvarajući prostor za rast, razvoj talenata i prosperitet cele industrije. Ova poseta znači mnogo više od obične razmene iskustava - ona označava partnerstvo koje oblikuje buduće lidere i unapređuje obrazovanje.

ODRŽIVOST

SNAGA KOJA POKREĆE



3 punionice:
u Zemunu, Surdulici
i Kučevu

Bambi deo
naše porodice
od 2019. godine



1074
zaposlenih u Coca-Cola
HBC Srbija

BRINEMO O ZAJEDNICAMA U KOJIMA POSLUJEMO

Coca-Cola HBC
Srbija

uložili smo
340.000 evra
u lokalne
zajednice



osnaženo
10.000
mladih



uređeno 47km
pešačkih staza

11

godina programa
letnjih praksi



ČUVAMO ŽIVOTNU SREDINU



Prepolovili smo potrošnju
vode i energije po litru
proizvedenog pića
(u periodu od 2007.
do 2022.)



100%
električne energije
iz obnovljivih izvora

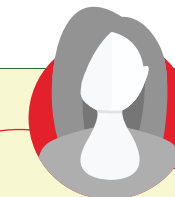
ZAJEDNIČKE PROMENE



37.000
kupaca



Prvi ESG Savetodavni
odbor u Srbiji



40,9%

žena na
menadžerskim
pozicijama



50.000 evra

za 25 mladih talenata
u okviru konkursa
„Čuvamo talente u
punoj snazi“



1.500

sati volontiranja
u zajednici u toku
radnog vremena

Više od

200.000

litara
proizvoda
donirali
smo u 2022.



Smanjujemo
upotrebu plastike –
kartonski držač za
grupisane limenke



Pričvršćeni čepovi
– za reciklažu celog
pakovanja

Coca-Cola HBC
Srbija

NINA ELEZOVIĆ

Coca-Cola HBC Srbija

U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija, čvrsto verujemo u to da se liderstvo ne meri time koliko ljudi slede vas, već koliko slede vaš primer. Mi težimo da budemo ta svetla tačka budućnosti i duboko verujemo da naša zajednica ne traži perfektnost, već konstantan napredak i dugoročna rešenja. Zato posvećeno i istrajno, iz godine u godinu, radimo na unapređenju naših praksi i procesa. Rastemo iz lidera društvene odgovornosti u jednog od lidera održivosti koji donosi pozitivne promene za sve nas. Na tom putu, naša ključna snaga je sinergija sa partnerima, koja nam je, i ovu godinu, otključala vrata novih prilika i omogućila da zajedno koračamo putem uspeha.



NA PUTU KA ODRŽIVOSTI NISMO SAMI



UROŠ DELIĆ

WWF Adria

Kroz dugogodišnje globalno partnerstvo sa kompanijom Coca-Cola, doprineli smo smanjenju potrošnje vode u proizvodnji sa 8l na manje od 2l po jedinici proizvoda, čime je ostvarena značajna ušteda ovog najznačajnijeg resursa. Takođe, Coca-Cola je podržala brojne projekte kojima se čuvaju i obnavljaju vodotokovi, a u Srbiji nam je fokus na obnovi prirodnih celina u UNESCO rezervatu biosfere Gornje Podunavlje. Raduje me što ćemo nastaviti sa projektima u ovom području i u narednim godinama, uz podršku kompanije Coca-Cola.

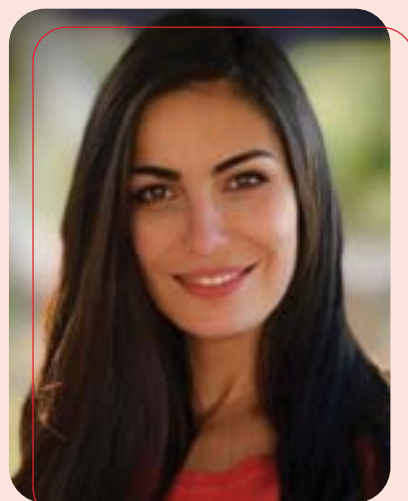
Verujem u snagu udruživanja eksperata iz raznih sektora koji mogu da doprinesu kreiranju održivih rešenja i pruže podršku u planiranju ulaganja u zajednicu koja realizuje korporativni sektor. Zadovoljstvo mi je što sam član Savetodavnog odbora kompanije Coca-Cola HBC Srbija, kao jedinstvenog radnog tela u našoj zemlji, i da zajedno radimo na rešenjima koja doprinose tome da ostvarimo i misiju WWF-a, a to je život u skladu sa prirodom.

MAJA ANOKIĆ

Centar potrošača Srbije

Coca-Cola HBC Srbija je jedna od retkih kompanija koja je kod nas formirala ESG Savetodavni odbor. Specifičnost ovog tela je u tome što ga čine stručnjaci različitih profila i oblasti rada i poslovanja, što samo po sebi ukazuje na težnju da se kroz različita viđenja i ideje članova, van okvira same kompanije, dođe do šire slike o potrebama kako tržišta, tako i same zajednice u okviru koje posluju.

Kroz dosadašnje učešće u Savetodavnom odboru, kao neko ko se bavi potrebama i zaštitom potrošača, vidimo da cilj ovog odbora nije usmeren ka profitu (i sama funkcija je neprofitna), već upravo ka osluškivanju potreba društvene zajednice. Zajedničkim idejama kroz projekte, postignuti su značajni rezultati na polju ekologije i zaštite životne sredine, koji naravno imaju uticaj i na lokalnu zajednicu u širem smislu, a koji i dalje žive i nakon završetka samih projekata. S obzirom na dosadašnje rezultate postignute kroz posvećenost i sinergiju ideja, očekujemo još veći doprinos u budućnosti.



Coca-Cola HBC
Srbija

PONOSNI NA NAŠE PROJEKTE

COCA-COLA PODRŠKA MLADIMA I COKE SUMMERSHIP - NAŠI PROGRAMI ZA MLADE

Coca-Cola podrška mladima realizuje se već 7. godinu, s istim ciljem - da pomognemo mladima da razviju lične i profesionalne veštine i uspešno startuju karijeru! Samo u 2022. godini edukacijom kroz Coca-Cola podršku mladima osnažili smo oko 2.500 mladih u Srbiji. U prethodnih šest godina više od 10.000 polaznika stekli su nova znanja i veštine kroz ovu inicijativu naše kompanije. Za postignute rezultate, u 2023. ovaj projekat nagrađen je prestižnom „Đorđe Vajfert“ nagradom, koju dodeljuje Privredna komora Srbije.

Letnja praksa u našoj kompaniji - već 11 godina Coke Summership program otvara vrata za praktikante. Do sada je više od 300 njih sticalo prvo profesionalno iskustvo u našoj kompaniji, dok je deo našeg kolektiva postalo njih više od 70.



„ČUVAMO TALENTE U PUNOJ SNAZI“ - STIPENDIJE ZA 25 STUDENATA

Nastavljajući da podržavamo mlade u njihovom profesionalnom i ličnom razvoju, dodelili smo stipendije za 25 najbolje rangiranih studenata na konkursu „Čuvamo talente u punoj snazi“, realizovanom povodom obeležavanja četvrt veka poslovanja pod imenom Coca-Cola HBC Srbija. Konkurs je realizovan uz institucionalnu podršku Ministarstva prosvete, a 25 stipendista naša kompanija je nagradila sa ukupno 50.000 evra.

VLASINA - ČISTA LJUBAV - LOKALNI RAZVOJ NA TEMELJIMA ODRŽIVOSTI

„Vlasina - čista ljubav“ naša je inicijativa usmerena na razvoj Vlasine, koja je dom naše Rosa vode. Nakon što smo u prvoj fazi projekta pružili edukaciju za predstavnike 11 lokalnih biznisa, sa ciljem da ojačaju svoje biznise, u 2022. godini smo pokrenuli drugu fazu projekta. Ojačani partnerstvom sa UNDP-om, uredili smo 40 km postojećih planinarskih staza na Vlasini, i izgradili jednu novu, dužine 7 km. Uz uživanje u prirodi, posetioci mogu da se upoznaju i sa jedinstvenim biodiverzitetom Vlasine, skenirajući QR kodove na informativnim tablama. U septembru 2023. nove staze smo otvorili dovođenjem centralnog događaja najveće pešačke manifestacije u Srbiji - „Rosa Dan pešačenja“, koji je po prvi put održan na Vlasini. Stazama Vlasine je šetalo više od 500 posetilaca.

VLASINA - JOŠ ČISTIJA LJUBAV

Proširili smo našu glavnu inicijativu dodatnim korakom, fokusirajući se na upravljanje ambalažnim otpadom i promovisanje reciklaže na Vlasini. Nastavili smo saradnju sa ugostiteljima, pružajući im edukaciju i na ovu temu, te smo širom Vlasine postavili ukupno 30 posuda za odvojeno prikupljanje ambalažnog otpada.





ENERGIJA KOJA POKREĆE PROMENE

Oblasti u koje posebno ulažemo jesu osnaživanje mladih, jačanje kapaciteta zajednice, osnaživanje žena, briga o životnoj sredini, zdravlje i blagostanje, sport, kao i umetnost i kultura

KOMPANIJA CWP JE JEDAN OD LIDERA U OBLASTI RAZVOJA PROJEKATA OBNOVLJIVIH IZVORA ENERGIJE. NAŠ CILJ JE DA OSTVARIMO TRANSFORMATIVNI UTICAJ NA REGION PUTEM RAZVOJA PROJEKATA ZELENE ENERGIJE I KROZ DOPRINOS RAZVOJU I BLAGOSTANJU ZAJEDNICA SA KOJIMA POSLUJEMO

U osnovi našeg društveno odgovornog poslovanja leži izgradnja poverenja i dugoročnih odnosa, inovacija i želja za zajedničkim kreiranjem vrednosti i pozitivne promene. Oblasti u koje posebno ulažemo jesu osnaživanje mladih, jačanje kapaciteta zajednice, osnaživanje žena, briga o životnoj sredini, zdravlje i blagostanje, sport, kao i umetnost i kultura.

EDUKACIJA I OSNAŽIVANJE MLADIH

Usmereni smo na jačanje kapaciteta zajednica, pretežno kroz obrazovanje i osnaživanje mladih. Posebno smo fokusirani da ih putem mentorskih predavanja inspirišemo da nastave krug davanja i time podrže dobrobit i razvoj svog okruženja. Da bismo postigli taj cilj, saradjujemo sa Fondacijom PEXIM, dajući stipendije za školovanje na prestižnim univerzitetima, podržavajući mentorski program Fondacije i pružajući prilike za zapošljavanje. Naša podrška uključuje i doprinos adekvatnim uslovima za učenje i razvoj putem ulaganja u renoviranje škola, nabavku školskog materijala i opreme, organizovanjem dodatnih edukacija, kao i drugim programima stipendija koje realizujemo kroz saradnju sa zajednicama u kojima poslujemo.



BRIGA O ŽIVOTNOJ SREDINI

Pored razvoja projekata obnovljivih izvora energije, nastojimo da damo doprinos životnoj sredini kroz niz aktivnosti koje osnažuju vezu između čoveka i prirode, a samim tim i brigu o životnom okruženju.

Eko akademci je obrazovni i iskustveni program, koji je razvila naša kompanija, namenjen deci u nižim razredima osnovne škole. Putem ovog programa, podstičemo decu da neгуju ljubav prema prirodi i svest o odgovornosti prema živim bićima. Do sada smo organizovali radionice na temu pčela, lekovitog bilja, insekata, gradili kućice za insekte i pse, sadili drveće i lekovite biljke, učili kako da čuvamo reke i šume, kao i živi svet u njima.



Re:connect festival je još jedna inicijativa koju smo osmislili, usmerena ka osnaživanju veze ljudi i prirode, ali i ka osnaživanju brojnih inicijativa i udruženja u zajednicama u kojima razvijamo projekte. Ime Re:connect simbolizuje povezivanje sa samima sobom, prirodom, svima koji dele istu viziju očuvanja okoline, lokalnim zajednicama, poslovnim i nevladinim sektorom, jer udruženim snagama najlakše možemo da ostvarimo pozitivne promene na polju zaštite životne sredine, ali i blagostanja i razvoja zajednica.

Festival je organizovan 2022. godine u Pančevu, u tri dela. U okviru festivala bavili smo se promocijom boravka u prirodi, udruživanjem umetnosti i kulture sa zaštitom životne sredine, podsticanjem održivih praksi u modnoj industriji, okupljanjem svetskih stručnjaka u cilju definisanja koraka ka čistijem i zdravijem životu u gradovima i promocijom lokalnih inicijativa i udruženja.

UMETNOST I KULTURA

Blagostanje zajednice se oslanja i na umetnost i kulturu, koji doprinose kreativnosti, osećaju povezanosti i uzdizanju ljudskog duha. Nastojimo da podržimo umetnike i kulturna udruženja, kao i da deci u manjim sredinama omogućimo veći pristup kulturnim i umetničkim sadržajima i prilike za izražavanje svoje kreativnosti i talenata. Sa tim ciljem smo organizovali pozorišne predstave, časove glume, muzike, slikanja i plesa i donirali muzičke instrumente i likovnu opremu. Posebno smo ponosni na

ŽELIMO DA PODRŽIMO POJEDINCE I GRUPE, KOJI TEŽE POZITIVNIM PROMENAMA U SVOM OKRUŽENJU, PRUŽAJUĆI IM FINANSIJSKU I MENTORSKU PODRŠKU U REALIZACIJI IDEJA

podršku mladim umetnicima iz Novog Pazara, za koje smo organizovali prodajnu izložbu slika. Više od 50 studenata predstavilo je svoja dela u galeriji Štab u Beogradu, gde su imali priliku da pokažu svoj talenat i kreativnost i dobiju odgovarajuću medijsku podršku.

OMLADINA I SPORT

Podržavamo promociju sporta kroz razne inicijative koje uključuju renoviranje sportskih terena, ulaganje u opremu sportskih klubova, kao i organizaciju humanitarnih turnira. Putem ovih inicijativa, nastojimo da pored sportskog duha podstičemo i duh davanja i uzajamne podrške.

OSNAŽIVANJE ŽENA

U saradnji sa Etno mrežom realizovali smo obuku i sertifikaciju u sferi autentičnih rukotvorina primenom tradicionalnih tehnika, da bismo ženama iz manjih zajednica omogućili pristup kanalima distribucije i odgovarajućoj kompenzaciji za njihov rad. Podržavamo i promoviramo njihov rad i kroz brojne inicijative koje uključuju podršku kulturnim manifestacijama, doniranje opreme za rad i opremanje prostorija u kojima se okupljanju, stvaraju i razmenjuju veštine i iskustvo.

IDEJE KOJE POKREĆU PROMENE

Udružujući snage sa lokalnim inicijativama trudimo se da dodatno doprinesemo razvoju lokalnih zajednica. Želja nam je da podstaknemo pojedince i grupe, koji žele da stvaraju pozitivne promene u svom okruženju, pružajući im finansijsku i mentorsku podršku u realizaciji ideja. Tako je nastao konkurs Ideje koje pokreću promene, koji smo sproveli sa Lokalnom fondacijom Pančevo. Na sedam projekata koji se odnose na osnaživanje zajednice, podizanje ekološke svesti, kulturu i umetnost i brigu o zdravlju, raspodeljeno je dva miliona dinara.

BEZ KOMPROMISA U DRUŠTVENO ODGOVORNOM POSLOVANJU

Preuzimanjem fabrike za proizvodnju kozmetike Dahlia, tradicija kompanije Siberian Wellness, duga skoro vek, nastavlja svoj put u sinergiji sa brendom koji je decenijama sinonim za kvalitet i zdravlje iz prirode, a zajedničkom predanošću održivom poslovanju i kvalitetu života zajednice želimo da postanemo ključni akteri u oblastima CSR-a, vodeći računa o zajednici, okolini i svojim zaposlenima

Kada je poznata međunarodna kompanija Siberian Wellness pre godinu dana odlučila da svoje proizvodne kapacitete proširi i na Srbiju, preuzimanjem fabrike za proizvodnju kozmetike Dahlia i investicijom vrednom 15 miliona evra, strateški pravac je bio potpuno jasan. Sa jedne strane, nepokolebljiva opredeljenost ka zdravom poslovnom okruženju i daljoj ekspanziji tržišta na Balkan, Evropu i Tursku nudeći proizvode koji zadovoljavaju sve potrebe potrošača, vraćajući brendu Dahlia reputaciju regionalnog lidera, a sa druge, trajna posvećenost lokalnoj zajednici pomažanjem, brigom i ulaganjem. Sinergijom dobrih poslovnih praksi, vekovnom tradicijom i know-how pristupom, i kompanija Dahlia i Siberian Wellness veruju da zdrav poslovni entitet društveno odgovorno poslovanje mora da postavi na najvišu lestvicu.

Tako preuzimanjem fabrike za proizvodnju kozmetike Dahlia, tradicija duga skoro vek nastavlja svoj put u sinergiji sa brendom koji je decenijama sinonim za kvalitet i zdravlje iz prirode, a zajedničkom predanošću održivom poslovanju i kvalitetu života zajednice želimo da postanemo ključni akteri u oblastima CSR-a, vodeći

računa o zajednici, okolini i svojim zaposlenima. Verujemo da svet možemo da preoblikujemo zajedno i u skladu sa tim pokrenuli smo brojne humanitarne i ekološke akcije, pokazujući da svako od nas može da postane promena koju želi da vidi oko sebe.

HUMANITARNE AKCIJE

Proizvodnjom kozmetike za čitavu porodicu, od prvih dana po rođenju pa do proizvoda za negu zrele kože, Dahlia se brine o mladim majkama i njihovim bebama i u okviru „Taši taši“ projekta. Kao deo ove inicijative, kompanija učestvuje u gratis paketima koji uključuju proizvod „Becolino šampon&kupka 2u1“. Ovo je gest koji pomaže novim majkama i olakšava početak njihove roditeljske avanture. Dahlia takođe brine o napuštenoj deci i pruža podršku domovima za nezbrinutu decu putem donacija kozmetičkih proizvoda. Ovi paketi uključuju Cool Kids i Becolino kozmetiku za negu, pružajući osnovnu brigu mališanima kojima je pomoć preko potrebna.



MLADI SU NAŠA BUDUĆNOST - PROJEKAT „MOJA PRVA PLATA“

Projekat „Moja prva plata“ predstavlja izuzetno važnu inicijativu u okviru društvene odgovornosti kompanije Dahlia. Saradnjom sa Nacionalnom službom za zapošljavanje, kompanija je prepoznala važnost podrške mladim diplomcima u njihovim počecima na karijernom putu. Ova saradnja omogućava delotvorno partnerstvo koje je pružilo priliku mladim talentima, diplomcima, da se oprobaju u poslu, obezbeđujući im obuku i osposobljavanje za dalji profesionalni razvoj. Kroz ovu inicijativu, Dahlia je omogućila posao za 13 diplomaca, nudeći im da steknu praktične veštine i upoznavanje sa poslovnim procesima i zadacima u okviru kompanije. Projekat „Moja prva plata“ direktno doprinosi smanjenju nezaposlenosti među mladima. Pružajući im priliku za rad i razvoj karijere, kompanija pomaže da se ovi mladi ljudi integrišu u tržište rada. Osim toga, ovakve inicijative jačaju lokalnu zajednicu i pružaju snažnu podršku mladim talentima.

DAHLIA BRINE - SADNJA DRVEĆA

U nameri da doprinesu čistijem vazduhu i očuvanju životne sredine, zaposleni u kompaniji Dahlia su, u partnerstvu sa JKP Zelenilo Beograd, sprovedi akciju sadnje drveća i postavljanja kućica za ptice u Velikom parku u Zemunu. Zemunski park tako je postao bogatiji za stabla lišćara, jasena i kestena, a zaposleni su pokazali brigu o lokalnoj zajednici i na koji način svako od nas može da doprinese očuvanju planete.

Kao društveno odgovorna, kompanija Siberian Wellness decenijama pokazuje veliku ekološku osvešćenost, a veliki broj akcija su sprovedili i u Srbiji. Ovom inicijativom sadnje drveća i postavljanjem kućica za ptice su želeli da pokažu na koji način i Dahlia brine, ali i da istaknu duboku posvećenost očuvanju životne sredine i podršku lokalnim zajednicama. Projekat je samo jedan od koraka u njihovoj posvećenosti ekološkim inicijativama.

EKOLOŠKO POSLOVANJE – DUGOROČNA INVESTICIJA U OČUVANJE PRIRODE

Kompanija Siberian Wellness se ponosi time što naši proizvodi sadrže isključivo efikasne i bezbedne komponente, pri čemu se maksimalno koristi ono što priroda može da ponudi. Proizvodi sadrže do 98% prirodnih sastojaka, a sirovine se dobivljaju iz ekološki čistih regiona Sibira. Ovo nije samo etički izbor, već i dugoročna investicija u očuvanje prirode.

Na taj način ne samo što pružamo visokokvalitetne proizvode, već i inspirišemo svoje potrošače predanošću društvenoj odgovornosti, brizi o zajednici i zaštiti životne sredine. Verujemo da nas posvećenost pozitivnim promenama čini pravim liderima u svetu društvene odgovornosti - u svim fazama stvaranja proizvoda, od pažljivog odabira sirovina do pakovanja, veliku pažnju posvećujemo kontroli kvaliteta.

Kompanija se 2020. godine pridružila Programu održivog razvoja UN. Odabrali su šest oblasti, u okviru kojih rade na kreiranju ekološki prihvatljive proizvodnje, ambalaže, prodavnica i kancelarija, razvijaju kurseve ekološkog obrazovanja, sprovode eko-akcije i organizuju kampanje za zaštitu životne sredine.

U svim proizvodnim kompleksima postavljeni su najsavremeniji sistemi za prečišćavanje vode i vazduha – pa vole da kažu da je „izdah“ kod njih čistiji od „udaha“. Takođe, u toku je usklađivanje kapaciteta kompanije Dahlia sa eko-standardima i uskoro će fabrika moći da se pohvali time da je uticaj proizvodnje na životnu sredinu minimalan.

WELLNESS PLOGGING

Pokret Wellness Plogging omogućio je mnogim učesnicima da steknu novi hobi, osećaju radost doprinosa zajedničkom dobrom cilju i budu inspirisani da žive još više ekološki prihvatljivijim životom. Učesnici su aktivno trčali i hodali, kombinujući svoju aktivnost sa sakupljanjem smeća. U kombinaciji sa raznim sportskim aktivnostima, igranjem, plesom, očišćeno je omiljeno šetalište u Borči, kao i kanal Vizelj, najlepši deo Borče koji sada mnogi posećuju da bi posmatrali labudove i bogatu prirodu koja ga okružuje.

Akciji su se pridružili i deca i odrasli. Glavni cilj projekta je bio da decu naučimo eko-kulturi, i da je sportska aktivnost važna za zdravlje. Tog dana, deca su ostavila snažan primer posetiocima šetališta, da svaki pojedinac može da čuva svoje okruženje i da doprinese sopstvenom zdravlju i zdravlju planete.



FOND „WORLD AROUND YOU“

Siberian Wellness se bavi humanitarnim radom od 1996. godine, od momenta stvaranja. Godine 2011. su počeli da vode dugoročne projekte i da razvijaju volonterski pokret. S tim ciljem su osnovali fond „World Around You“, u okviru kojega će zajedno čuvati zelenu budućnost planete. Fond radi zahvaljujući doprinosu Siberian Wellness-a i privatnim donacijama biznis partnera. Za preko 10 godina su prikupili preko milion evra i to nije kraj. Zahvaljujući ovom fondu, realizovani su krupni eko-projekti, koji pomažu ekološkim organizacijama, podstiču očuvanje vrsta koje su ugrožene, obnavljaju šume. U Srbiji je posađeno nekoliko hektara drveća. Podstiču očuvanje ekološke svesti: sve više ljudi se uključuju u aktivan, zdraviji način života. Nastavljaju sa velikim entuzijazmom da promovisu te vrednosti i u Srbiji.

Dahlia takođe podržava ekološke organizacije i sprovodi ekološke projekte putem svog humanitarnog fonda „World Around You“. Ovi projekti pomažu u očuvanju ugroženih vrsta, obnavljanju šuma i podsticanju ekološke svesti. Aktivnosti kao što je sadnja drveća su samo deo ovih inicijativa koje doprinose boljoj budućnosti. Cilj je da u toku sledeće godine u Srbiji pokrenu i drugi projekti za zaštitu životne sredine i životinja, humanitarne projekte, pored pošumljavanja i obnavljanja „pluća planete“, kao i Wellness plogging kojima su se nedavno pridružili.



OD PROJEKTA „25 HA“ DO „100 HA“ – ZASAĐENO JE PREKO MILION STABALA

Međunarodni projekat Siberian Wellness-a „100 ha“ je ekološka aktivnost koja ima za cilj obnavljanje i zaštitu šuma. U okviru kampanje planirano je da se godišnje zasadi 100 hektara šume u Rusiji i još 60 zemalja. Počevši kao mala ekološka inicijativa od „25 ha“, projekat je stekao međunarodni doseg i nastavlja da raste. Projekat „100 hektara“ nije samo sadnja drveća, već i učešće stručnjaka, ekološka edukacija publike i privlačenje pažnje šire javnosti.

Do sada je zasađeno 268,2 hektara šuma (više od milion stabala) u 15 zemalja, uz učešće 7.000 volontera 2020-2023.

JAVNO PRIZNANJE I ZAHVALNOST

Projekat „25 ha“ stigao je do finala prestižne nagrade, dospelo je na listu finalista za Međunarodnu nagradu Eventiada. Eventiada IPRA Golden World Awards je najveća nagrada u Istočnoj Evropi, ZND i Centralnoj Aziji. Od 2011. godine nagrada se dodeljuje za najbolje projekte koje realizuju svetski brendovi, kao i vodeće lokalne korporacije i organizacije u regionu.

Siberian Wellness je dobio nagradu za najbolji ESG projekat Rusije za projekat „100 ha od nas planeti“.

Srbija, kao učesnik u međunarodnom projektu „100 hektara“ je lider u Evropi po obimu zasada:

- 300 sadnica u proleće 2021 - Šumadija, broj volontera 100
- 3.000 sadnica u jesen 2021 - Vojvodina, broj volontera 150
- 3.000 sadnica u proleće 2022 – Vojvodina, broj volontera 300

Program i forum „Najbolji ESG projekti“ u Rusiji je godišnji događaj koji pokazuje najbolje praktične projekte u oblasti ekološkog, društvenog i korporativnog upravljanja. Nagrada se dodeljuje kompanijama koje ispunjavaju ESG kriterijume i pristup: životna sredina, društvena i korporativna odgovornost.

Danas svaki pojedinac, a naročito biznisi, treba da razumeju da, ukoliko čovek štedi na ekologiji, čovečanstvo može da plati izuzetno visoku cenu. Zbog toga briga o prirodi nije samo humanitarna misija, već i investicija u budućnost naše planete. Ukoliko mi ne preuzmemo tu odgovornost, možda generacije koje sada žive neće moći da koriste prirodna bogatstva Zemlje. Držimo se stare poslovice – **Zemlju smo nasledili od svojih potomaka** i u to zaista verujemo.

HRANA ZA SVE

Ove jeseni pokrenuta je inicijativa kojom se upravlja viškovima hrane i za samo mesec dana donirano je čak 25 tona hrane direktno u ruke korisnicima

Održivost i odgovornost prema zaposlenima, potrošačima i zajednici su osnovne vrednosti koje neguje Delez Srbija. S posebnim naglaskom na inicijativama koje direktno koriste lokalnoj zajednici, kompanija dosledno identifikuje i daje doprinos rešavanju ključnih društvenih pitanja, pa je tako krajem septembra napravila još jedan iskorak u ovom pravcu i pokrenula pionirski program direktnih donacija pod nazivom „Hrana za sve“. Inicijativa kojom se odgovorno upravlja viškovima hrane započeta je 28. septembra i za samo mesec dana je donirano čak 25 tona hrane direktno u ruke korisnicima.

Reč je o inovativnom programu, koji se sprovodi prvi put i kod nas i na nivou grupe Ahold Delhaize, čija je Delez Srbija članica, sa osnovnim ciljem pružanja podrške zajednici i odgovornom upravljanju viškovima hrane. Osim što inicijativa „Hrana za sve“ podrazumeva humanitarni karakter i fokusirana je na pojedince kojima je hrana najpotrebnija, ona takođe značajno doprinosi zaštiti životne sredine, budući da viškovi hrane imaju ozbiljne posledice po životnu sredinu.

„Delez Srbija se već dugi niz godina trudi da ostvari pozitivan uticaj na lokalnu zajednicu u kojoj posluje. Svesna odgovornosti koja dolazi sa održivim poslovanjem, posebno u sektoru maloprodaje, kompanija usmerava napore ka promovisanju dobročinstva, koje zajedno sa svojim zaposlenima, partnerima i potrošačima nastoji da ostvaruje svakodnevno. Posebno nam je zadovoljstvo što smo pokrenuli ovaj program jer su njegovi dometi dalekosežni. Prvi i osnovni cilj je da hrana stigne u ruke svima kojima je potrebna, na bezbedan i human način, ali i adekvatno upravljanje viškovima hrane jer se tema zaštite životne sredine tiče svih nas koji težimo zdravom okruženju“, rekla je Milica Popović, rukovodilac korporativnih komunikacija i javnih poslova kompanije Delez Srbija.

Iza ovog programa ponosno stoji brojni tim zaposlenih u kompaniji, a podršku im pružaju volonteri Banke hrane Vojvodine.

Proces doniranja hrane je pažljivo osmišljen i organizovan. Zaposleni iz čak 26 beogradskih prodavnica svakodnevno, od ujutru do 13 časova, pažljivo biraju proizvode za ovu donaciju. Nakon toga se ove namirnice transportuju do Mega Maxi hipermarketa u Vilinim vodama, u Beogradu. Tamo, od 18 do 21 čas, volonteri iz Banke hrane Vojvodine pažljivo pakuju ove namirnice u posebno dizajnirane kutije za donaciju, koje je za potrebe ovog projekta obezbedila kompanija Smurfit Kappa, još jedan partner na ovom projektu. Tačno u 21 čas, pa narednih sat vremena, hrana se deli svima koji te večeri dođu po svoju kutiju. Svaki od ovih paketa težak je oko osam kilograma. Obiluje raznovrsnim namirnicama, uključujući dnevno pecivo, voće i povrće druge klase, kao i suve proizvode poslednjeg dana roka ili oštećene originalne ambalaže, kao što su konditorski proizvodi, pirinač, testenine i konzervisana hrana.

Jedan od ključnih principa koje Delez Srbija neguje kroz ovu inicijativu je timski rad. Projekat vode zaposleni iz odeljenja za kvalitet i održivo poslovanje, uz podršku koju im pružaju kolege iz ostalih sektora kompanije. Zahvaljujući posvećenosti svih njih, za samo mesec dana je podeljeno čak 25 tona namirnica, pa iz kompanije već planiraju da realizaciju ovog programa nastave i na drugim lokacijama. „Hrana za sve“ je program koji se u potpunosti uklapa u osnovnu misiju kompanije, tačnije, u stvaranje održive budućnosti. To se postiže kroz strateško ulaganje u projekte koji direktno doprinose dobrobiti zajednice. Posvećenost ovim ciljevima se ogleda kroz raznovrsne inicijative koje ne samo da imaju za cilj očuvanje životne sredine i suzbijanje gladi, već se duboko usmeravaju



ka pružanju podrške onima koji se najviše oslanjaju na tu pomoć. Jedan od projekata koji svedoči o takvoj posvećenosti je i digitalna platforma za donaciju hrane „Tanjir po Tanjir“, lansirana početkom 2021. godine. Ova platforma, razvijena uz podršku Programa Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP), predstavlja digitalnu nadgradnju višegodišnjeg projekta doniranja voća i povrća pod nazivom „Pomažemo da imaju i oni koji nemaju“, koji je započet 2015. godine. Kroz ovaj projekat, kompanija Delez Srbija je donirala više od 6.500 tona svežeg voća i povrća organizacijama Banke hrane Beograd i Banke hrane Vojvodina.

TANJIR PO TANJIR

Ono što ovaj program čini izuzetnim jeste njegov inovativni pristup doniranju hrane. „Tanjir po Tanjir“ omogućava precizno praćenje i rezervaciju donacija voća i povrća putem digitalne platforme, čime se postiže efikasna i transparentna distribucija. Ovaj program ima jasan cilj: smanjenje gladi u zajednici i istovremeno smanjenje

ekološkog otiska viškova hrane. To je primer kako društveno odgovorno poslovanje može doneti stvarne i merljive koristi društvu i okolini, čime se ujedno uklapa u širi strateški plan kompanije Delez Srbija za doprinos ostvarivanju ciljeva Ujedinjenih nacija u vezi sa smanjenjem gladi, siromaštva i ekološke održivosti.

Osim što podržava osnovne potrebe zajednice, platforma „Tanjir po Tanjir“ ističe važnost timskog rada i posvećenosti zajedničkom cilju. Kroz saradnju sa više od 100 humanitarnih organizacija, svakodnevno se donira voće i povrće iz više od 300 prodavnica. Sve humanitarne organizacije koje su uključene u ovaj projekat dobile su pristup platformi, što omogućava brzu i jednostavnu rezervaciju namirnica koje su prodavnice „Maxi“, „Mega Maxi“ i „Shop &Go“ izdvojile za donaciju. Sva količina hrane koja se donira je transparentno prikazana na platformi, a organizacije koje koriste usluge Banke hrane Beograd i Banke hrane Vojvodine mogu jednostavno pregledati dostupne proizvode i prodavnice gde mogu preuzeti donacije. Tokom prošle godine gotovo 600 tona voća i

povrća na ovaj način je stiglo do skoro 15.000 sugrađana, dok je 405 tona voća i povrća donirano za ishranu životinja. „Posebno smo ponosni na to što su u ceo projekat uključeni naši zaposleni, od ljudi koji sortiraju voće u prodavnicama do onih koji održavaju platformu i vode ceo projekat. Ova značajna inicijativa ne bi mogla da se ostvari bez zajedničkog truda, predanosti i želje svih nas za stvaranjem bolje budućnosti. Naša posvećenost društvenoj odgovornosti, podrška najranjivijim članovima zajednice i očuvanje životne sredine predstavljaju temelje našeg rada“, dodaje Milica Popović.

SVE JE OK

Delez Srbija se istovremeno ističe i svojim doprinosima u obliku finansijske podrške razvojnim programima. Kompanija je prepoznala važnost pružanja podrške mladim ljudima u izazovnim vremenima i njihovu potrebu za odgovorima na pitanja koja ih muče, kako bi se lakše nosili sa stresom i anksioznošću.

Kao odgovor na hitan apel UNICEF-a u Srbiji da podrži rad onlajn platforme „SVE JE OK“, kompanija je krajem juna donirala iznos od 10 miliona dinara. Platformu je 2011. godine pokrenuo UNICEF u saradnji sa partnerima i ona je siguran prostor gde mlade osobe uzrasta između 13 i 24 godina, ali i njihovi roditelji i nastavnici mogu da pronađu korisne informacije o gorućim problemima u životu mladih i o proverenim načinima za njihovo rešavanje, kao i da dobiju stručnu podršku, uključujući i savete kako se nositi sa traumom. Zahvaljujući ovoj donaciji omogućen je rad platforme u narednih godinu dana. Iza platforme „SVE JE OK“ stoji tim iskusnih psihologa i psihoterapeuta koji su dostupni 24/7. Mladi ljudi na ovoj platformi imaju mogućnost zakazivanja onlajn savetovanja, a mogu i chat-ovati sa stručnjacima u realnom vremenu i dobiti odgovore na pitanja koja ih tište. Besplatan poziv na broj 116111 omogućava svima da dobiju stručnu podršku u momentima kada im je to najpotrebnije. Motivacija za realizaciju ovog projekta rodila se u trenutku kada su mladi suočeni sa brojnim izazovima vezanim za odrastanje, što



može izazvati dugotrajni stres, depresivne poremećaje i druge psihološke probleme koji prevazilaze njihove snage da prevaziđu neku kriznu situaciju. Platforma koncipirana tako da mlade osobe u svakom trenutku imaju kome da se obrate i dobiju stručnu pomoć na način koji je za njih najprihvatljiviji. „UNICEF u Srbiji je, uz podršku Deleza i nadležnih institucija, razvio inovativne usluge telesavetovanja i psihološke podrške u školama, domovima zdravlja, institucijama unutar sistema socijalne zaštite i u saradnji sa nevladinim organizacijama za više hiljada mladih u Srbiji, a nedavno potpisivanje Memoranduma od strane šest ministara pokazalo je spremnost da takva vrsta podrške bude dostupna svakoj mladoj osobi u Srbiji. Zahvalni smo svim partnerima sa kojima nastavljamo zajedno da pružamo podršku mladim osobama kako

bi savladali izazove odrastanja i vratili se uobičajenim rutinama“, izjavila je Stanislava Vučković, rukovoditeljka Programa za mlade UNICEF-a u Srbiji. Delez Srbija je i dobitnik ovogodišnjeg priznanja za društvenu odgovornost „Dobročinitelj 2023“, za aktivnosti u protekle tri godine, koje dodeljuje udruženje „Moja Srbija“. Od podrške lokalnoj zajednici u borbi sa pandemijom korona virusa, preko doniranja namirnica i razvoja prve platforme za donaciju hrane u Srbiji, do podrške UNICEF kampanji za pre vremena rođene bebe i obezbeđivanja finansijskih sredstava za opremanje neonatoloških jedinica u zemlji, kompanija Delez Srbija je kontinuirano razvijala društveno važne inicijative. Ova nagrada je upravo rezultat predanosti i zalažanja kompanije da doprinese društvu u kojem posluje i motiv da nastavi istim putem ka izgradnji bolje budućnosti.

ODRŽIVI RAZVOJ JE ZAJEDNIČKA ODGOVORNOST

Elixir Grupa realizuje inovativno rešenje koje su Delegacija Evropske unije (EU) u Republici Srbiji, Ministarstvo zaštite životne sredine i Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) izabrali kao jedno od 16 najinovativnijih rešenja koja će doprineti smanjenju emisije ugljen-dioksida (CO2), potrošnje resursa i energije

ELIXIR ZA ODRŽIVU BUDUĆNOST

Tradicijom dužom 33 godine, sa milion tona proizvoda godišnje, od čega je više od 70% namenjeno izvozu, a preko 50% tržištima zemalja Evropske unije, Elixir Grupa potvrđuje da strateški i dugoročno planira i odgovorno posluje, dajući doprinos ostvarenju Ciljeva održivog razvoja (SDGs) i zajedničkoj održivoj budućnosti. Oko 2.000 zaposlenih radi na četiri, a proizvodi na dve lokacije u Srbiji – u Šapcu i Prahovu pored Negotina.

Ponosni na činjenicu da je svaki deseti zaposleni inženjer, kontinuirano ulažemo u inovacije i razvoj, unapređujući svoje znanje i kompetencije, što je preduslov daljeg zajedničkog razvoja.

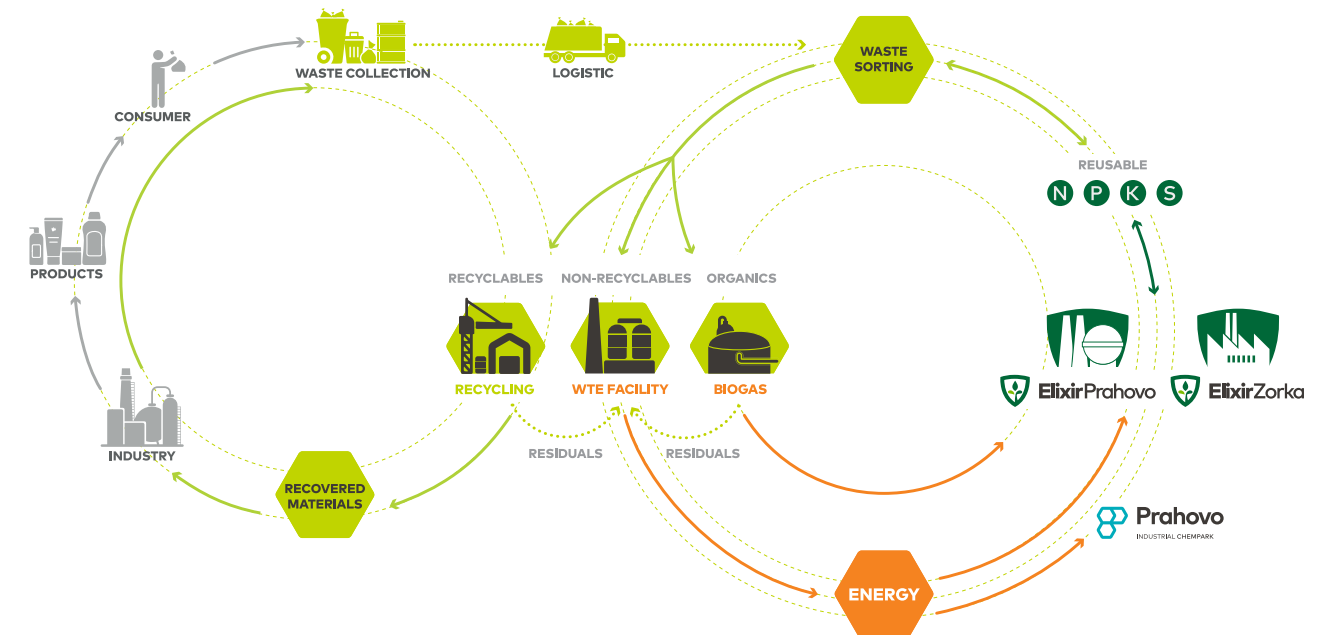


ELIXIR ZA INOVACIJE I RAZVOJ



IZVANREDNI POSLOVNI REZULTATI, DALJI RAST I RAZVOJ, MOGUĆI SU SAMO UZ INOVATIVAN PRISTUP, NAPREDNE TEHNOLOGIJE I STALNO USAVRŠAVANJE. PIONIRSKI KORACI KOJE ČINIMO U PRIMENI NAJSAVREMENIJIH SVETSKIH TRENDOVA U SVOM POSLOVANJU PREPOZNATI SU OD POSLOVNE ZAJEDNICE I PARTNERA. NAŠE PROJEKTE U OBLASTI DEKARBONIZACIJE I DOPRINOSA OSTVARENJU SDG-S PODRŽAO JE UNDP, A NAGRADILI WB6 I PKS. PREMA THE CIRCULARITY GAP REPORTING INITIATIVE, OD STRANE ORGANIZACIJE THE CIRCLE ECONOMY, RASTUĆA SVETSKA POPULACIJA DOSTIGLA JE OSMOMILIJARDITOG STANOVNIKA PLANETE, A POTROŠNJA SIROVINA U 2022. GODINI ZABELEŽILA JE 100 MILIJARDI TONA. U TOM KONTEKSTU ODGOVORNO UPRAVLJANJE RESURSIMA, KOJI SU OGRANIČENI I NEOBNOVLJIVI, ALI I OTPADOM, OSTAJE IMPERATIV ZAJEDNIČKE ODRŽIVOSTI.

ZORICA POPOVIĆ, CEO



DOPRINOS DEKARBONIZACIJI

Prepoznavši zahteve za dekarbonizaciju privrede i smanjenje zagađenja životne sredine kao šansu za unapređenje poslovanja u skladu sa ciljevima održivog razvoja, Elixir Grupa kao vodeći proizvođač fosforne kiseline i kompleksnih mineralnih đubriva realizuje inovativno rešenje koje su Delegacija Evropske unije (EU) u Republici Srbiji, Ministarstvo zaštite životne sredine i Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) kroz projekat „EU za Zelenu agendu u Srbiji“ izabrali kao jedno od 16 najinovativnijih rešenja koja će doprineti smanjenju emisije

ugljen-dioksida (CO2), potrošnje resursa i energije. Tim Elixir Grupe autor je „Mape puta dekarbonizacije industrije na primeru kompanija za proizvodnju mineralnih đubriva i fosforne kiseline u Srbiji“, koja doprinosi smanjenju emisije CO2 kroz primenu tehnike procene životnog ciklusa za svoja četiri odabrana proizvoda, a podrazumeva uticaj jednog proizvoda na životnu sredinu od samog početka proizvodnje do odlaganja i reciklaže. Ideja je veoma inovativna i očekuje se da će pokrenuti i druge kompanije u zemlji i regionu da počnu da je primenjuju jer će značajno smanjiti ugljenični otisak, odnosno negativni uticaj na životnu sredinu kroz emisiju CO2. Sprovođenje ove inovativne ideje obuhvata nabavku, ugradnju i kalibraciju opreme za merenje emisija gasova sa efektom staklene bašte, opreme za analizu gotovih proizvoda, kao i softvera. Takođe, u pripremi je i distribucija smernica o metodološkom pristupu smanjenja ugljeničnog otiska proizvoda za hemijsku industriju.



CIRKULARNA EKONOMIJA IMPERATIV ODRŽIVOSTI

Još jedno inovativno rešenje tima Elixir Zorke, kompanije članice Elixir Grupe, izabrano je među 10 najboljih i to za ubrzanje primene cirkularne ekonomije u Republici Srbiji kroz projekat „Smanjenje ugljeničnog otiska lokalnih zajednica primenom principa cirkularne ekonomije u Republici

Srbiji – Cirkularne zajednice”, koji u partnerstvu sprovode Ministarstvo zaštite životne sredine i UNDP, uz finansijsku podršku Globalnog fonda za životnu sredinu (GEF). Inovativno rešenje za Elixir Zorku bazirano je na proizvodnji visokokvalitetnog mineralnog đubriva ponovnim iskorišćavanjem alternativnih sirovina, kao što su rastvori baza i kiselina, koje nakon različitih tehničkih aplikacija postanu otpad tih tehničko-tehnoloških procesa. Njihovim ponovnim vraćanjem u proces proizvodnje, postiže se ekonomska efikasnost, smanjenje potrošnje resursa i energije, kao i smanjenje štetnih emisija CO2. Projekat je primer primene cirkularne ekonomije u hemijskoj industriji. Sa ciljem daljeg razvoja i kontinuiranog unapređenja svojih kompetencija i doprinosa ostvarenju SDGs, tim Elixira deo je još jednog projekta - „Inovativna i pravedna zelena transformacija za obezbeđivanje sistemske energetske sigurnosti i smanjenja energetske siromaštva”, koji je pokrenuo UNDP, predstavljajući projekat „Postrojenje za energetske iskorišćenje otpada – realizacija prve faze projekta“.

Inicijativu za pravednu zelenu tranziciju i dekarbonizaciju srpske privrede i industrije sprovodi Program Ujedinjenih nacija za razvoj UNDP, uz finansijsku podršku Vlade Japana i u partnerstvu sa Ministarstvom zaštite životne sredine i Ministarstvom rudarstva i energetike.

U KORAK SA EVROPOM – CBAM TEMA O KOJOJ SE GOVORI

Dekarbonizacija je tema na koju se iz godine u godinu sve više stavlja naglasak u raznim oblastima, bilo da je reč o proizvodnji električne energije bilo da se radi o drugim proizvodnim procesima. Srpske kompanije koje izvoze u Evropsku uniju, a posluju u oblastima proizvodnje električne energije, cementa, gvožđa i čelika, aluminijuma i mineralnih đubriva moraću u naredne tri godine da prijavljuju emisiju ugljen-dioksida koji se oslobađa u toku njihovih proizvodnih procesa. Posle ovog prelaznog perioda, počinje obaveza plaćanja poreza za emitovani ugljen-dioksid.

Reč je o takozvanoj CBAM regulativi Evropske unije koja će morati ubuduće da se primenjuje na proizvode navedenih industrija, koji se plasiraju na tržište EU. CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism) je mehanizam prekograničnog prilagođavanja emisija ugljenika, kojim Evropska unija želi da osigura efikasnost svoje klimatske politike, po tom pitanju izjednači uslove za plasman EU i non EU proizvoda na svom tržištu i podstakne treće zemlje da smanje ugljenične emisije i ubrzaju donošenje okvirnih zelenih politika.



CIKLUS SA ZA NAŠU KOMPANIJU EU JE NAJVEĆE IZVOZNO TRŽIŠTE NA KOJE PLASIRAMO OKO 50% UKUPNE PROIZVODNJE I ZATO NAM JE VEOMA VAŽNO DA DUGOROČNO OSPANEMO KONKURENTNI NA NJEMU. SVAKA PROIZVODNJA ZAHTEVA ENERGIJU KOJA JE UZROK DIREKTNIH ILI INDIREKTNIH UGLJENIČNIH EMISIJA. PRETHODNIM ANALIZAMA SMO UTVRDILI DA JE UGLJENIČNI OTISAK NAŠIH PROIZVODA DOMINANTNO POVEZAN SA FOSILNIM POREKLOM ENERGIJE KOJU KORISTIMO. POSLEDIČNO, ELIXIR GROUP JE POKRENUO INVESTICIONI CILJEM DA SMANJI SVOJ UGLJENIČNI OTISAK PO JEDINICI PROIZVODA, U KOM NAJZNAČAJNIJU ULOGU IMAJU RAZLIČITI PROJEKTI DEKARBONIZACIJE TOPLOTNE I ELEKTRIČNE ENERGIJE POTREBNE ZA NAŠE PROIZVODNE PROCESSE. NAŠI PARTNERI KOJI UVOZE NAŠE PROIZVODE NA EU TRŽIŠTE ĆE KAO REZULTAT IMATI PROIZVOD SA KONKURENTNOM CENOM KOŠTANJA I NAKON PUNE IMPLEMENTACIJE CBAM REGULATIVE. OBNOVLJIVI IZVORI ENERGIJE SU VAŽAN ASPEKT NAŠE DUGOROČNE STRATEGIJE DEKARBONIZACIJE. IAKO NJIHOVO KORIŠĆENJE NIJE EKSPPLICITNO ZAHTEVANO OVOM REGULATIVOM, NJIHOVO KORIŠĆENJE JE IMPLICITNO NUŽNO DA BI SE IZVRŠILA DEKARBONIZACIJA I ZADRŽALA KONKURENTNOST NA TRŽIŠTU EU.

NENAD RISTIĆ, SENIOR INŽENJER ZA PLANIRANJE R&D PROJEKATA ELIXIR GRUPE

SARADNJOM ZA ZAJEDNIČKU ODRŽIVOST

Elixir Grupa bila je domaćin prvom u nizu „Sustainability talks“, koji je u okviru platforme „Održivi razvoj za sve“ organizovao **Forum za odgovorno poslovanje**, kada je predstavljen novi ESG/SDG barometar za 2023. godinu. Drugo izdanje ESG/SDG barometra predstavio je **Neven Marinović**, direktor Forum za odgovorno poslovanje, koji se osvrnuo na najaktuelnije teme na polju održivosti i izneo najvažnije refleksije i perspektive za buduće zajedničko delovanje na polju društvene odgovornosti. **Zorica Popović**, generalna direktorka Elixir Group, predstavila je poslovanje Grupe, projekte kojima Elixir doprinosi održivom razvoju lokalnih zajednica, kao i projekte za budućnost.

U drugom izdanju ESG/SDG 2023, **Elixir Group** istaknut je kao primer koji unapređuje sistem korporativnog upravljanja kroz delovanje Odbora za strategiju i održivi razvoj, kreirajući strateške prioritete biznis divizija i korporativnih funkcija u skladu sa principima održivog razvoja i donosi odluke važne za njihovu uspešnu implementaciju.



ELIXIR ZA BOLJI SVET

Od početka rada Elixir je podrška zajednici u kojoj stvara. U svetlu brojnih izazova u savremenom svetu i na globalnom nivou, a sa uverenjem da ni filantropija ne poznaje granice, kao ni katastrofe i negativni uticaji kojima smo izloženi, Elixir Grupa odazvala se pozivu Srpskog filantropskog foruma donirajući više od pola miliona evra žrtvama katastrofalnih zemljotresa u Siriji i Turskoj. Na ovaj način nastavljena je međunarodna podrška, u okviru koje su prethodnih godina donirana sredstva za pomoć žrtvama rata u Ukrajini, kao i za sanaciju posledica razornog zemljotresa u Petrinji. U povodu 6. Nacionalnog dana davanja, kojim je otvorena Godina dobrote u Srbiji, Elixir Group dobitnik je Svedočanstva o dobroti za nesebičan doprinos akciji pomoći žrtvama zemljotresa u Turskoj i Siriji, koje dodeljuje **Srpski filantropski forum**.

ELIXIR ZA DECU I OBRAZOVANJE

Podrška deci i mladima spada u prioritete rada Elixir Fondacije. Sa uverenjem da obrazovanje predstavlja sam temelj uspeha svakog društva, ostvarili smo partnerstva sa brojnim obrazovnim ustanovama. Skoro dve stotine prvaka u negotinskim osnovnim školama dobilo je svoje prve knjige, a mališani vrtića „Bajka“ u Šapcu uređeno dvorište.



VERUJUĆI U MOĆ ZNANJA I VAŽNOST KOJU OBRAZOVANJE IMA U KREIRANJU DRUŠTVENIH VREDNOSTI I NJIHOVOJ AFIRMACIJI, ELIXIR FONDACIJA PODRŽAVA I

PODSTIČE SVE INICIJATIVE I PROJEKTE KOJI DOPRINOSE OSTVARENJU OVIH ZAJEDNIČKIH CILJEVA.

DARUJUĆI PRVE KNJIGE IZ KOJIH ĆE UČITI, ŽELIMO DA UZORI OVOJ DECI BUDU ONI KOJI SU SVOJIM ZNANJEM OSVETLILI I NADMAŠILI SVOJE DOBA, JER KAO ŠTO JE ELEKTRIČNOM ENERGIJOM OSVETLIO NEGOTIN, TAKO JE SVOJIM BLISTAVIM UMOM OSVETLIO SVOJU I POTONJE GENERACIJE NEGOTINAC ĐORĐE STANOJEVIĆ.

PODRŠKA OBRAZOVANJU DECE I MLADIH ULAGANJE JE U DUGOROČNI RAZVOJ I NAPREDAK CELOG DRUŠTVA. OVOM PODRŠKOM OSTAJEMO VERNI OSTVARENJU SVOJE VIZIJE DA „STVARAMO NASLEĐE KROZ ODRŽIVI RAZVOJ, NA DOBROBIT ZAJEDNICE“.

MARGARETA MUSIĆ, UPRAVITELJKA ELIXIR FONDACIJE

TRADICIJA DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA NAS OBAVEZUJE I INSPIRIŠE

Naši prioriteti su finansijska edukacija, podrška razvoju preduzetništva sa posebnim fokusom na socijalna preduzeća, startape, žensko preduzetništvo, zatim osnaživanje delovanja organizacija civilnog društva, ulaganje u zelenu ekonomiju, ulaganje u kulturu i umetnost, obrazovanje i osnaživanje mladih

Za nas u Erste Banci tema održivog i odgovornog poslovanja nije nova. Iza nas je više od 15 godina strateškog planiranja i razvoja, ali i transparentnog izveštavanja u skladu sa međunarodno priznatim inicijativama, metodologijama i smernicama u ovoj oblasti. Društvena odgovornost i održivi razvoj su temelj na koji se oslanjamo u svom svakodnevnom radu, ali i na kome baziramo naš dalji rast i razvoj. Naravno, u težnji da damo svoj doprinos napretku čitavog društva nismo sami, te smo još od razvoja prve Strategije društveno odgovornog poslovanja, daleke 2008. godine, uključili sve zainteresovane strane aktivno slušajući i uvažavajući njihove potrebe.

Kao aktivni član zajednice u kojoj poslujemo, pratimo sve promene i izazove savremenog života, ubrzani tehnološki razvoj, ali i klimatske promene koje su sve izraženije. U skladu s tim, definisali smo svoje prioritete, a to su finansijska edukacija, podrška razvoju preduzetništva sa posebnim fokusom na socijalna preduzeća, startape, žensko preduzetništvo, zatim osnaživanje delovanja organizacija civilnog društva, ulaganje u zelenu ekonomiju, ulaganje u kulturu i umetnost, obrazovanje i osnaživanje mladih.

Naš pristup karakterišu učenje, saradnja, prenošenje stečenog iskustva, dijalog i umrežavanje, pa smo upravo zato osnivači i članica najrelevantnijih inicijativa u ovoj oblasti u Srbiji poput: Globalnog dogovora UN-a, Foruma za odgovorno poslovanje, Nacionalnog saveta za društveno

odgovorno poslovanje, Srpskog filantropskog foruma i drugih. Naša Banka je od samog početka poslovanja svoju poslovnu filozofiju uskladila sa principima Globalnog dogovora UN-a, koji su vezani za radna i ljudska prava, životnu sredinu i sprečavanje korupcije. Vremenom, kako smo sticali dodatno iskustvo i znanje, ali i kako se menjalo poslovno okruženje, uskladili smo poslovanje sa Ciljevima održivog razvoja UN-a, Principima osnaživanja žena UN Women, Deklaracijom o borbi protiv korupcije Globalnog dogovora Srbija, UN Standarda za ponašanje preduzeća za borbu protiv diskriminacije LGBTI, a samo izveštavanje o postignutim rezultatima i ciljevima sa metodologijom GRI (*Global Reporting Initiative*).

Sve prisutnija Environment, Social, Governance – ESG agēnda svakako nije nova tema, posebno za sve nas koji smo održivosti pristupili na vreme i njome se bavili na savestan i odgovoran način. Ona zapravo predstavlja naredni korak u razvoju koji propisuje dodatne zahteve, mere, pravila, zvaničnu regulativu kako bismo svi zajedno aktivnije i snažnije delovali ka zahtevnim, jasno definisanim i merljivim ciljevima. Jasno je da krovni cilj ovako planiranog i usklađenog delovanja svih sektora jeste opstanak društva i planete kroz skringing kako onoga što je dobro definisano i urađeno, tako i onoga što mora da se menja, unapredi. Potrebno je utvrditi u kojim oblastima/ sektorima postoje praznine u delovanju, a gde prostor za investicije i ko je odgovoran za te investicije, gde nam



manjka znanja i slično. Više se nijedan biznis ne može posmatrati zasebno. Svi činimo deo jednog sistema i svako ima jednako važnu ulogu, a uticaj svakog od nas se može sagledati kroz jasnu prizmu ESG metrika.

ZELENO BANKARSTVO NA ERSTE NAČIN

Pre više od 10 godina počeli smo da, prilikom donošenja poslovnih odluka u vezi sa finansiranjem, pored ekonomskih faktora detaljno i odgovorno razmatramo društvene, ekološke i etičke kriterijume. Ovo je propisano našim internim aktima, politikama i procedurama, jer projekti u oblasti obnovljivih izvora energije podrazumevaju veoma kompleksne aktivnosti, kako za nosioce projekata tako i za finansijske institucije.

Prepoznajući klimatske promene kao jedan od najvećih globalnih izazova današnjice, u skladu sa svojom politikom o odgovornom finansiranju i politikom finansiranja obnovljivih izvora energije, posvećeno delujemo u pravcu pružanja podrške za finansiranje različitih projekata energetske efikasnosti i obnovljivih izvora energije. Već nekoliko godina, zajedno sa Evropskom bankom za obnovu i razvoj (EBRD), kroz Program finansiranja zelene ekonomije (GEFF) za Zapadni Balkan, aktivno promovisemo i energetske

efikasnost u domaćinstvima. Fizička lica ove kredite mogu iskoristiti za zamenu stolarije, adaptaciju stambene fasade, kupovinu opreme za grejanje ili drugu namenu koja doprinosi ekonomičnosti i uštedi energije.

Poslednjih godina veliki broj naših građana iskoristio je „zelene kredite“ da svoj dom učini energetske efikasnijim i smanji troškove. Sa svrhom unapređenja energetske efikasnosti samo tokom 2022. godine realizovana su 763 kredita fizičkim licima u volumenu od skoro 490 miliona dinara. S druge strane, oni koji žive u zgradama malo teže dolaze do novca za veće zajedničke investicije. Prepoznajući potrebu, kroz pilot-projekat počeli smo da odobravamo kredite i ovom segmentu klijenata. Prvi kredit takve vrste realizovan u našoj zemlji odobren je u Svilajncu. Namenjen je za nabavku generatora i finansiranje svih pratećih troškova, poput potrošnog materijala i priključka na gasnu infrastrukturu za stambenu zajednicu. Takođe će biti zamenjena ulazna vrata na svih 12 ulaza. Ugradnjom aluminijumske stolarije visokih energetske performansi rasipanje energije iz zajedničkih delova zgrade biće svedeno na minimum. Elaborat energetske efikasnosti koji je rađen za potrebe procene opravdanosti investicije pokazao je da će primarna potrošnja energije biti smanjena za 48%, a emisije CO2 za čak 55%.



Imamo ne samo pionirsku, već i vodeću ulogu u finansiranju obnovljivih izvora energije u Srbiji sa preko 60 ovakvih projekata. Poseban akcenat stavljen je na projekte poput vetroparkova i biogasnih postrojenja, čime se značajno doprinosi održivom razvoju naše zemlje, i to na više načina. Najveća prednost vetroparkova, a učestvovali smo u realizaciji čak četiri takva projekta – Kovačica, Krivača, Košava i Kula, jeste korišćenje potencijala vetra kao obnovljivog izvora energije. Korist se prvenstveno ogleda u proizvodnji električne energije bez emisije štetnih gasova u atmosferu i posledično stvaranja efekta staklene bašte, jer se smanjuje zavisnost od proizvodnje energije korišćenjem fosilnih goriva. Banka takođe aktivno učestvuje u projektu „Čista Srbija“, koji ima za cilj izgradnju nove kanalizacione mreže i postrojenja za preradu otpadnih voda. Kroz ovaj projekat pružamo različite garancije za građevinske firme, a samo u 2022. godini izdali smo garancije vredne oko 10 miliona evra za MSP sektor.

INKLUZIVNO BANKARSTVO NA ERSTE NAČIN

Snažno se zalažemo da finansijske usluge budu dostupne svim segmentima društva, te stoga poseban akcenat stavljamo na grupe koje su tradicionalno bile isključene

iz finansijskog sistema. Ovaj pristup nije samo važan za ispunjenje naše poslovne strategije, već takođe igra presudnu ulogu u smanjenju ekonomske nejednakosti i povećanju finansijske stabilnosti u zajednici u kojoj poslujemo. Između ostalog, ovo činimo kroz „Korak po korak“, sada već dobro poznati program socijalnog bankarstva. Program je osmišljen kao podrška početnicima u biznisu za otvaranje radnih mesta, socijalnim preduzećima, osnaživanju organizacija civilnog društva u daljem razvoju. Davanjem namenskih kredita pomažemo našim klijentima, koje finansijske institucije uglavnom ne prepoznaju, da pokrenu malo preduzeće, finansiraju renoviranje svojih kuća, steknu više obrazovanje, povećaju svoju mobilnost i dobiju pravo na zdravstvenu zaštitu. Važno je istaći da svoje proizvode kombinujemo sa finansijskom edukacijom i poslovnim obukama, da bismo pomogli klijentima da donesu dobre finansijske odluke. Da bismo obezbedili njihov dugoročan uspeh, imamo stalan mentorski program za podršku savladavanja finansijskih i poslovnih izazova. Samo u 2022. godini kroz program „Korak po korak“ kreditno smo podržali 98 startapa i četiri organizacije civilnog društva u ukupnom volumenu od preko 145 miliona dinara. Startup klijentima, korisnicima programa, obezbedili smo preko 230 sati mentorske podrške,

dvostruko više nego u prethodnoj godini. Pored kreiranja inkluzivnih programa i finansijskih proizvoda i usluga, preduslove za napredak i održivost čitavog društva stvaramo i unapređenjem finansijske pismenosti, zbog čega smo pokrenuli brojne inicijative, programe i projekte u ovoj oblasti. Pre svega, tu je #ErsteZnali – sveobuhvatni, besplatni program finansijske edukacije, pokrenut pre četiri godine. Samo u toku 2022. godine zabeleženo je oko 100.000 jedinstvenih poseta ovoj platformi, na kojoj građani mogu pronaći informacije i savete koji se tiču štednje, kartica, bezbednosti na internetu, kredita, kupovine nekretnina, pokretanja posla, proizvoda osiguranja, investicionih proizvoda i slično. U prethodne tri godine posebna pažnja je posvećena najmlađima i njihovom uvodenju u svet novca. U saradnji sa Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, od školske 2021/22. godine realizujemo projekat „Škola novca za osnovca“ kako bi učenici stekli i razvili znanja, veštine i stavove iz ove oblasti. Do sada su u okviru projekta pripremljeni plan i program nastave u osnovnim školama prema starosnim uzrastima iz oblasti finansijske pismenosti, organizovana je obuka za oko 800 nastavnika, i sprovedena prva faza projekta u preko 300 škola iz cele Srbije. Nakon knjige *Čuvari Zmajevog blaga* kreirali smo i istoimenu igricu namenjenu deci uzrasta od šest do devet godina, koja je do sada imala više od 18.000 preuzimanja.



PODRŠKA ZAJEDNICI NA ERSTE NAČIN

Od samog osnivanja naša misija je da doprinesemo daljem razvoju društva i podizanju kvaliteta života u zajednicama u kojima poslujemo. Verujemo da sinergija različitih resursa daje najbolje rezultate i stoga nastojimo da prepoznamo kvalitetne ideje i partnere sa kojima ćemo menjati društvo nabolje. Svi programi koje Banka podržava podstiču inkluziju i ravnopravnost, a posebno



se radi na ekonomskom i socijalnom osnaživanju osetljivih grupa društva. Samo u 2023. godini će u razne projekte i inicijative kroz sponzorstva i donacije u oblasti kulture, umetnosti i sporta biti uloženo preko 18 miliona dinara. Posebno smo ponosni što je naša Banka prepoznata i po programu korporativnog volontiranja. Erste volonteri su ove godine svoj 15. rođendan proslavili radno, uređujući Andrevlje, jedno od najpoznatijih izletišta Nacionalnog parka Fruška gora. Akcija je organizovana u saradnji sa tradicionalnim partnerima, Arhus centrom iz Novog Sada i Volonterskim servisom mreže Zelena stolica, dok je ovoća puta domaćin akcije bio Nacionalni park Fruška gora. Andrevlje je zablistalo novim sjajem zahvaljujući vrednim rukama preko 300 volontera iz Erste Banke i predstavnika partnerskih organizacija, kojima je pomagalo preko 100 dece različitog uzrasta. Obeležene su i očišćene planinarske staze ukupne dužine pet kilometara, sa kojih je sakupljeno 80 džakova smeća, postavljena je nova info-tabla, kao i 10 novih šumskih odmorišta sa po dve klupe i jednim stolom. Mali volonteri su posebno brinuli o životinjskom svetu, pa su tako postavili 20 kućica i 20 hranilica za ptice, od recikliranih materijala. Jednom dato javno obećanje kroz komunikaciju strategije društveno odgovornog i održivog poslovanja mora da se poštuje, da se na njemu radi i da se ono menja u korak sa promenama, zahtevima, novonastalim izazovima i trendovima, kao i aktuelnim pitanjima u društvu. Ponosni smo što smo prepoznati kao pionir i lider u oblasti društveno odgovornog i održivog poslovanja – to nam daje snažan vetar u leđa da nastavimo da unapređujemo svoje aktivnosti, podižemo letvicu ciljeva svaki put malo više i zajedno sa partnerima, sa kojima delimo iste vrednosti, menjamo svet nabolje.

ZDRAVLJE PO MERI GENERACIJE Z

U moru neproverenih informacija na teme koje se tiču zdravlja, „Zdravo dvadesete“ su mesto koje nudi relevantne informacije sa fokusom na prevenciju, uz razumevanje za sve ono sa čime se današnje generacije dvadesetogodišnjaka suočavaju

Zovu ih Generacija Zed, postmilenijalsi, iGeneration, pa čak i Plurals, a demografi za početak njihove generacije uzimaju sredinu devedesetih godina 20. veka, a završavaju je sa početkom 2010-ih. Za svoje roditelje, profesore i sve druge oni su „samo“ dvadesetogodišnjaci, sa svim klasičnim odlikama i okolnostima koje te godine nose. A to su: fakultet, učenje, obaveze, ljubavni problemi, preispitivanja, odluke i prve odgovornosti, prema drugima, ali i prema sebi.

Iako su rođeni u potpuno digitalnoj epohi, odrastanje u vremenu u kom živimo donelo im je osećanje uznemirenosti i nesigurnosti. Otvorenije nego ikad govori se o mentalnom zdravlju, upravo zahvaljujući njihovom iskrenom odnosu prema ovoj temi. Neraskidivu uzročno-posledičnu vezu sa mentalnim zdravljem imaju i mnoge druge zdravstvene teme, poput zdrave i balansirane ishrane, fizičke aktivnosti, hormonskog statusa, reproduktivnog zdravlja, kao i zavisnosti koje vrebaju iza svakog čoška.

Nova nadolazeća generacija i upravo ovakav društveni kontekst, bile su inspiracija kompaniji Galenika za kreiranje zdravstvenog i preventivnog hub-a za mlade. Kompanija Galenika, kao najstarija farmaceutska kompanija u Srbiji inicirala je dijalog sa onima na kojima je budućnost i 2020. godine pokrenula je jedinstvenu platformu „Zdravo dvadesete“.



U moru neproverenih informacija na teme koje se tiču zdravlja, „Zdravo dvadesete“ su mesto koje nudi relevantne informacije sa fokusom na prevenciju, uz razumevanje za sve ono sa čime se današnje generacije



dvadesetogodišnjaka suočavaju. Za potrebe ovog projekta, kompanija Galenika angažovala je lekare specijaliste iz sedam zdravstvenih oblasti – mentalno zdravlje, ginekologija, bolesti zavisnosti, nutricionizam, hormoni, alergije i fizijatrija, koji su pomogli u kreiranju e-vodiča na ove specifične teme, a zatim je taj sadržaj, ali i još mnogo toga, plasirano i kroz veb-sajt www.dvadesete.rs i društvene mreže.

U 2023. godini angažovano je još pet lekara specijalista koji su otvorili nova zdravstvena poglavlja u skladu sa interesovanjima mladih. Novo izdanje e-vodiča donosi informacije vezane za estetsku medicinu, oftalmologiju i probleme sa vidom, ORL, odnosno teme vezane za uho, grlo i nos, kao i duغو tražene teme koje se odnose na dermatologiju i neгу kože.

Pored proverenih informacija i saveta, fokus u 2023. godini bio je i na pružanju besplatnih sadržaja koje mnogi mladi nisu u mogućnosti sebi da priušte. Zvanični nutricionista projekta dr Ivana Šarac, na mesečnom nivou je pripremala jelovnike balansirane ishrane prilagođene najrazličitijim

NA „ZDRAVO DVADESETE“ SE OTVORENO GOVORIL O KRIZI SREDNJIH DVADESETIH, IZBORU FAKULTETA I STUDIJAMA U INOSTRANSTVU, VEZAMA NA DALJINU, KONTRACENCIJI, STUDENTSKIM PUTOVANJIMA, ODNOSU PREMA SOPSTVENOM TELU

potrebama mladih. Tim trenera snimio je seriju treninga za vežbanje kod kuće ili u teretani, dok je Drađana Penko, savetnik za partnerske odnose i konsultant iz oblasti psihoterapije, bila tu da reši sve emotivne probleme sa kojima se mladi suočavaju.

Pored stručnjaka na brojne zdravstvene teme, porodici „Zdravo dvadesete“ pridružili su se i brojni pojedinci sa kojima se mladi identifikuju - influenseri, kontent

kreatori, poznate ličnosti, gosti urednici sadržaja na sajtu dvadesete.rs. Kroz teme obrađene na mladima blizak način, na „Zdravo dvadesetim“ se otvoreno govorilo o krizi srednjih dvadesetih, izboru fakulteta i studijama u inostranstvu, vezama na daljinu, kontracepciji, studentskim putovanjima, odnosu prema sopstvenom telu, toksičnim odnosima, tetoviranju i pirsingu, braku u dvadesetim, ali i mnogim drugim temama.

„Zdravo dvadesete“ su verovatno i prvi projekat ovog tipa koji ima svog avatara – Galu. Gala je imaginarni lik, blizak generaciji, ona je pametna drugarica iz društva ili starija sestra koja ima odgovore na sva moguća pitanja. Čak i onda kada ne zna, Gala zna ko zna. Svakog petka, Gala donosi osvrt na aktuelnu temu, prenoseći svoje iskustvo i dajući konkretne savete. Pored toga, kroz rubriku „Pitajte Galu“, ona odgovara na pitanja mladih na sve teme koje ih trenutno okupiraju ili stvaraju nelagodnost. Za sada oličena u emotikonu, Gala svojim prisustvom u „Zdravo dvadesete“ donosi lični pečat i personalizuje komunikaciju sa mladima.

Duh generacije Z u kreiranje sadržaja unose i Z20 praktikanti. Svake godine „Zdravo dvadesete“ raspisuju konkurs za šestomesečnu, plaćenu praksu za studente, a u okviru koje imaju priliku da kreiraju sadržaj za svoje vršnjake i pokrenu teme za koje misle da su njihovoj

generaciji relevantne. Praksa je osmišljena tako da od samog procesa prijavljivanja na praksu do njenog završetka, mladi imaju priliku da iskažu svoju kreativnost – od izbora tema, do načina na koji će ih predstaviti. Svake godine vlada veliko interesovanje, a selekcija kandidata predstavlja izuzetno izazovan zadatak. Osim toga, kandidati dobijaju priliku da rade sa Z20 timom, vide kako izgleda proces kreiranja sadržaja, ali i kako Galenika funkcioniše kao sistem. Pored toga, za njih su obezbeđene stručne edukacije – poslovna koju prolaze u kompaniji Galenika, kao i PR edukacija i edukacija iz oblasti digitalnog marketinga, kako bi bili opremljeni neophodnim znanjima za rad na projektu.

Zdravo dvadesete jesu pokrenute kao projekat za mlade, egzistiraju na platformama na kojima se nalaze mladi – Instagram, TikTok, YouTube i komuniciraju na način koji je njima blizak – kroz mimove, sleng, video-sadržaj. Ipak, Z20 je i mesto za roditelje i profesore, jer daje uvid u sve ono što okupira mlade i omogućava im da ih bolje upoznaju. Prve tri godine postojanja projekta obeležio je uzbudljiv put stvaranja zajednice mladih koji brinu o svom zdravlju i žele da pomognu sebi. Nove generacije dvadesetogodišnjaka dolaze, a „Zdravo dvadesete“ ostaju tu da im putovanje kroz ovo uzbudljivo životno poglavlje olakšaju.

PLATFORMA „ZDRAVO DVADESETE“ JE PROJEKAT KOMPANIJE GALENIKA, NAMENJEN STUDENTIMA I PUBLICI OD 18 DO 29 GODINA SA CILJEM PRUŽANJA RELEVANTNIH INFORMACIJA O OBLASTI MENTALNOG I FIZIČKOG ZDRAVLJA. KAKO SU FIZIČKO I MENTALNO ZDRAVLJE OSNOVA LIČNE DOBROBITI, PREVENCIJA NIJE SAMO LIČNO I PRIVATNO PITANJE - DUGOROČNO GLEDANO, TO JE LANČANA REAKCIJA I VEĆE DRUŠTVENO PITANJE, OSNOVA ZA ZDRAVLJE I DOBROBIT DRUŠTVA.

IDEJA PROJEKTA „ZDRAVO DVADESETE“ JE DA MOTIVIŠE MLADE DA USVOJE ZDRAVE NAVIKE I PREPOZNAJU KADA JE PRAVI TRENUTAK DA SE OBRATE STRUČNJAKU. OVIM PROJEKTOM KOMPANIJA GALENIKA JE ŽELELA DA POMOGNE DVADESETOGODIŠNJACIMA I UVERI IH DA RAZUME IZAZOVE SA KOJIMA SE SUOČAVAJU, TE DA IM PRUŽI PODRŠKU U SADAŠNJOSTI, KAKO BI SE PRIPREMILI ZA ZDRAVIJU BUDUĆNOST.

SADRŽAJ PLATFORME „ZDRAVO DVADESETE“ DOSTUPAN JE NA SAJTU WWW.DVADESETE.RS, KAO I NA GALA.DVADESETE.RS I NA DRUŠTVENIM MREŽAMA @ZDRAVDVADESTE.

GALENIKA ČETVRTU GODINU ZAREDOM POMAŽE BORBU PROTIV RAKA DOJKE

Tokom oktobra 2023. godine, Galenika je četvrtu godinu zaredom realizovala društveno odgovornu kampanju posvećenu podizanju svesti o važnosti prevencije, rane dijagnostike i redovnih samopregleda, istovremeno izdvajajući sredstva od prodaje Pantenol proizvoda.

Kompanija Galenika donirala je Institutu za onkologiju Vojvodine (IOV) sredstva u iznosu od 10.000 (deset hiljada) evra u dinarskoj protivvrednosti. Cilj donacije je podrška naporima ove važne institucije u borbi protiv karcinoma dojke kroz donaciju za unapređenje uslova lečenja pacijenata u okviru Klinike za internističku onkologiju IOV-a. Galenikina kampanja „Pantenol priča o grudima“ je, pored same donacije, ukazala i na važnost prevencije, rane dijagnostike i redovnih samopregleda. Prethodnih godina donacije su bile usmerene Institutu za onkologiju i radiologiju Srbije, kao i Ženskom centru „Milica“ za potrebe Nacionalnog centra za pružanje iskustvene podrške ženama obolelim od raka dojke i raka grlića materice. Na ovaj način, Galenika aktivno podržava borbu protiv karcinoma dojke jer ovo je tema koja zahteva informisanje i zajedništvo.

„Podrška zdravstvenim ustanovama predstavlja jedan od prioriteta u Galenikinoj posvećenosti ljudima i brizi o

zdravlju. Ponosni smo što smo i ovog oktobra posvetili posebnu pažnju borbi protiv raka dojke. Galenika već četiri godine, kroz sveobuhvatnu kampanju na nacionalnom nivou, stavlja fokus na važnost ove teme. Zahvalni smo svim građanima 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 Marques, generalni direktor kompanije Galenika. Brojke govore u prilog važnosti Instituta za onkologiju Vojvodine (IOV) i posvećenosti zaposlenih pacijentima. Naime, lekari IOV godišnje obave više od 60.000 pregleda. Od ukupno 2.500 operativnih zahvata prošle godine, 800 čine operacije dojki.



„Svaki dan je dan borbe protiv raka dojke i važno je da žene budu odgovorne prema svom zdravlju. Samopregled dojki, lekarski pregledi i druge preventivne mere imaju veliki značaj u borbi protiv raka dojke. Zbog toga, kontinuirani naponi koje kompanija Galenika ulaže, podizanjem svesti o ovoj temi, imaju veliki značaj. Ispred Instituta za onkologiju Vojvodine, želim da se zahvalim kompaniji na donaciji. Društveno odgovornim ponašanjem Galenika nam je omogućila nabavku potrebne opreme koja će doprineti još boljem i kvalitetnijem lečenju naših pacijenata“, izjavio je prof. dr Zoran Radovanović, direktor Instituta za onkologiju Vojvodine. Podaci potvrđuju da samopregled dojki, lekarski pregledi i druge preventivne mere imaju veliki značaj u borbi protiv raka dojke, stoga je važno odvojiti - 10 minuta mesečno za redovni samopregled dojke, 10 minuta godišnje za ultrazvučni pregled dojke i 10 minuta u dve godine za mamografski pregled dojke.

GRADIMO ODRŽIVU BUDUĆNOST

Rešenja u oblasti osiguranja, po svojoj prirodi, imaju veliku društvenu i ekološku vrednost, jer konkretno odgovaraju na rastuće zahteve društva, čime doprinose da ono postane otpornije na promene i nedaće

Kompanija Generali Osiguranje Srbija, kao deo Generali Grupe, postavila je **održivost** kao temelj svoje poslovne strategije. To pokazuje koliki je njen značaj za naše poslovanje i ukazuje na to da sve odluke moramo donositi u skladu sa principima održivosti. Cilj nam je da ostvarimo uticaj na društvo i životnu sredinu, i zato smo sebi odredili četiri odgovorne uloge – **odgovornog osiguravača, investitora, poslodavca i korporativnog građanina**. Ove uloge pokazuju kako održivost činimo sastavnim delom svega što radimo, kako bismo stvorili pravednije i otpornije društvo za sve.

ODGOVORAN OSIGURAVAČ

Rešenja u oblasti osiguranja, po svojoj prirodi, imaju veliku društvenu i ekološku vrednost, jer konkretno odgovaraju na rastuće zahteve društva, čime doprinose da ono postane otpornije na promene i nedaće. Međutim, poseban fokus bismo stavili na proizvode koji imaju za cilj da ponude podršku u slučaju teških oboljenja ili invaliditeta, gubitka posla, štedne polise za školovanje dece, kao i proizvode koji podstiču zdrav život. Kada su klimatske promene u pitanju, spomenuli bismo osiguranja za slučaj prirodnih katastrofa. Cilj nam je da u budućnosti nastavimo da u još većoj meri razvijamo proizvode sa ESG komponentama. Takođe, kao odgovorni osiguravač smanjujemo učešće u osiguravanju velikih kompanija koje svojim poslovanjem doprinose emisiji štetnih gasova u atmosferu.

ODGOVORAN INVESTITOR

Kada je pitanju segment investiranja, prilikom donošenja investicionih odluka naša kompanija koristi pristup koji uključuje analizu ekoloških, društvenih i upravljačkih faktora. U skladu sa izvršenom analizom, hartije od vrednosti koje emituju kompanije sa nepovoljnim efektima na društvo i životnu sredinu neće biti predmet razmatranja, dok će se favorizovati investicije sa pozitivnim uticajem na održivost.



ODGOVORAN POSLODAVAC

Kada je reč o ulozi odgovornog poslodavca, cilj nam je da nećujemo i promovišemo različitost, jednakost i inkluziju u našem radnom okruženju, tako što kontinuirano radimo na

usavršavanju naših ljudi, nećujemo talente u svim njihovim oblicima i primenjujemo fleksibilnije i održivije načine rada. S tim u vezi, spomenuli bismo aktivnosti poput događaja Be Bold for Inclusion ili Nedelje različitosti, saradnju sa organizacijom Forum mladih sa invaliditetom, kao i brojne pogodnosti koje nudimo kolegama sa invaliditetom, pogodnosti za roditelje sa decom, itd. Pored toga, obavezuemo se na merenje, smanjenje i izveštavanje o ugljeničnom otisku koji je rezultat našeg direktnog poslovanja. S tim u vezi sprovodimo brojne aktivnosti poput podizanja svesti o reciklaži i smanjenju upotrebe električne energije, kontrolišemo korišćenje službenih automobila i značajno smo smanjili upotrebu papira. Ključno je spomenuti i brojne procese koje smo digitalizovali, a koji upravo doprinose smanjenju štampanja materijala, kao i smanjenju korišćenja vozila i emisije štetnih gasova.



ODGOVORAN GRAĐANIN

Kao odgovornom građaninu, cilj nam je da radimo na oslobađanju potencijala ljudi koji žive u teškim okolnostima kroz globalnu inicijativu The Human Safety Net. Kompanija Generali Osiguranje Srbija se priključila ovom globalnom pokretu 2017. godine, i od tada sprovodimo **program za porodice**, koji realizujemo u saradnji sa našim partnerom Fondacijom Novak Đoković kroz program „**Podrška, ne perfekcija**“. Program podrazumeva organizovanje radionica za roditelje dece uzrasta do šest godina, kako bi im se pružila podrška u odgajanju dece, a istovremeno deci pružila šansa za perspektivniju i bolju budućnost.



Pomenuti uzrast je odabran jer su studije pokazale da je taj period ključan za razvoj deteta i njegovog potencijala. Kako bismo još više razvili program i povećali kvalitet radionica i okupljanja roditelja na jednom mestu, tokom 2021. i 2022. godine, otvorili smo **14 centara za roditelje** u 14 gradova u Srbiji. Centri su otvoreni u: Baču, Novom Sadu, Sremskoj Mitrovici, Beogradu, Užicu, Vladimircima, Kovačici, Pančevu, Šapcu, Jagodini, Irigu, Petrovcu na Mlavi, Sjenici i Paraćinu. Do sada je više od 3.000 roditelja pohađalo radionice, te smo tako uticali na preko 4.500 dece. Osim programa za porodice, u okviru THSN inicijative, naša kompanija sprovodi i različite volonterske aktivnosti, u kojima učestvuju i naše kolege. U junu 2023. godine učestvovali smo u trećem Globalnom izazovu, humanitarnoj inicijativi koja se održava u 24 zemlje. Naše kolegice i kolege šetale su i vozile bicikl kako bismo sakupili sredstva za ovogodišnji projekat izazova, za koji smo odredili slanje pedeset roditelja i dece na Zlatibor u Školu životnih veština. Ovog puta, imali smo rekordan broj učesnika u izazovu: čak 750 kolegica i kolega. Već tri godine zaredom organizujemo i THSN Novogodišnji bazar za prikupljanje sredstava, kada kolege prodaju raznovrsne ručno rađene predmete i slatkiše, a sva prikupljena sredstva doniramo Fondaciji Novak Đoković. Cilj nam je da nastavimo širenje uticaja naše inicijative i obuhvatimo još veći broj porodica kojima je potrebna podrška. Pored podrške porodicama, vodimo računa i o drugim članovima zajednice u kojoj posluujemo. Spomenuli bismo podršku koju smo pružili ženama u preduzetništvu kroz aktivnosti Privredne komore Srbije, donirali smo finansijska sredstva Savetovalištu protiv nasilja u porodici i podržali smo žene obolele od raka. Pored toga, učestvovali smo u humanitarnom basket turniru UNICEF-a i podržali tradicionalni BELhospice dobrotvorni bal.

ZAJEDNO STVARAMO BOLJI SVET

Od prvog zrna ječma do pune poslužene čaše našeg piva, preko 150 godina, strastveno smo posvećeni ostvarivanju pozitivnog uticaja na svet oko nas. Znamo da možemo da napredujemo samo ako i naši ljudi, planeta i zajednice oko nas napreduju. Uvek činimo korak više u svojoj ambiciji da unapredimo svoje delovanje u domenu očuvanja životne sredine, društvene održivosti i odgovorne konzumacije, na putu ka poslovanju bez štetnih uticaja na životnu sredinu i u pravednijem i zdravijem svetu

Naš program održivog poslovanja nosi naziv „Stvarajmo bolji svet“ i čini sastavni deo naše poslovne strategije „EverGreen“. Započeli smo ga sada već daleke 2009. godine i obuhvata set ambicioznih planova i obaveza sa ciljem da ostvarimo pozitivan uticaj na životnu sredinu, u domenu društvene održivosti, ali i promocije odgovorne konzumacije alkohola.

NA PUTU BEZ ŠTETNIH UTICAJA NA ŽIVOTNU SREDINU (ENVIRONMENT)

Nulta emisija ugljen-dioksida

Usredsređeni smo na konkretne akcije za smanjenje svog ugljeničnog otiska u bliskoj saradnji sa kupcima, potrošačima i dobavljačima. Obavezali smo se da u potpunosti neutrališemo emisiju ugljen-dioksida u proizvodnji do 2030. godine, a u celokupnom lancu vrednosti do 2040. godine, kroz maksimalno iskorišćenje izvora obnovljive energije i veću energetska efikasnost.

Bez otpada (Zero Waste)

U domenu cirkularne ekonomije, uz velika infrastrukturna ulaganja, eliminisali smo odlaganje otpada na deponije u obe naše pivare - u Zaječaru i u Novom Sadu. Naglašavamo upotrebu povratne ambalaže i nastavljamo razvoj inovativne ambalaže smanjujući količinu upotrebe plastike iz godine u godinu.

Pozitivan uticaj na vodene resurse

Voda je od suštinskog značaja za život i, sa više od 95 odsto udela, osnovna je sirovina u procesu proizvodnje



Heineken pivara Novi Sad

piva, te je briga o ovom resursu ujedno i briga o kvalitetu napitka koji proizvodimo i nudimo našim potrošačima. Zalažanja i ciljevi u oblasti zaštite vodenih resursa dodatno su definisana posebnom globalnom strategijom „Towards healthy watersheds“, koju sprovodimo i u Srbiji. Ovaj program izgrađen je na tri principa očuvanja vode: efikasna upotreba vode (konstantno unapređenje procesa i smanjenje upotrebe), princip cirkularne ekonomije u korišćenju vode (prečišćavanje i ponovna upotreba vode), i odgovorno upravljanje vodom (održavanje vodnih slivova i ulaganje u infrastrukturne projekte kako bi apsorbivali više atmosferske vode).

Tokom poslednje decenije smanjili smo potrošnju vode u okviru svojih proizvodnih procesa za 75 odsto i nastojimo da ovaj trend održimo. Sa druge strane, voda koju

koristimo za celokupni proces proizvodnje piva na kraju se oslobađa u prirodu, ali na jedan strogo kontrolisan način. Naše pivare u Novom Sadu i Zaječaru poseduju posebna postrojenja za industrijsko prečišćavanje vode čija je funkcija da prečisti vodu i učini je bezbednom po okolinu, a pre krajnjeg puštanja u prirodu.

Uoči dana obeležavanja pivara u Novom Sadu i Zaječaru prethodnih godina, zaposleni kompanije posadili su više od 500 sadnica drveća u okviru akcije „Posadi svoj hlad“, a prve godine, za svaku od 500 sadnica, donirali smo po jednu dodatnu sadnicu za građane Srbije. Zahvaljujući time što smo zasadili 1.000 stabala, omogućili smo uštedu više od 24 tona ugljen-dioksida na godišnjem nivou, odnosno

720 tona ugljen-dioksida za period od 30 godina. Uz pozitivan uticaj koje drveće ima u prečišćavanju vazduha i smanjenju emisije CO₂, ono procesom transpiracije prirodi vraća i značajnu količinu vode.

Naše volonterske aktivnosti i ove godine nastavili smo u istom duhu i očistili smo priobalne oblasti Dunava i Crnog Timoka, reka koje su simbol grada Zaječara i Novog Sada. Kao potpisnik Globalnog dogovora Ujedinjenih nacija, shvatamo svoju ulogu i odgovornost u promociji odgovornog korišćenja vode ali i podstičemo sve svoje partnere i dobavljače da čine isto. U okviru svih svojih investicija u vezi sa vodom, prvenstveno razmatramo i sagledavamo benefite za širu zajednicu, a ne samo za svoje pivare.

NACIONALNA KAMPANJA „REZERVOAR“ - OČUVANJE I OPORAVAK PRIRODNIH VODNIH RESURSA SRBIJE I POBOLJŠANJE PRISTUPA ČISTOJ PIJAČOJ VODI ZA GRAĐANE

Ove godine u septembru, predstavili smo novu nacionalnu kampanju „Rezervoar“, koja će, uz podizanje svesti o ovoj temi, doprineti očuvanju i oporavku prirodnih vodnih resursa Srbije i njihovom kvalitetnijem korišćenju ali i poboljšanje pristupa čistoj pijaćoj vodi za građane.

U saradnji sa našim dugoročnim partnerom, organizacijom NALED, kampanju „Rezervoar“ ćemo kontinuirano sprovoditi obnovom javnih česama i arteških bunara sa fokusom na Novi Sad i Zaječar, prečišćavanjem otpadnih voda (WWTPs), edukacijom

i studentskim posetama pivarama kompanije, kao i sprovođenjem brojnih volonterskih akcija za zaposlene. Zaječar je jedinstven grad po bogatstvu zdravom pijaćom vodom i u njemu se nalazi najstarija i prva česma sa koje je potekla voda iz arteškog bunara. U saradnji sa gradom Zaječarom i Udruženjem „ZA česme“, sa ponosom smo investirali u revitalizaciju tradicije i obnovili četiri arteške česme, od kojih su pojedine stare i više od 100 godina. Kao jednu od prvih pojedinačnih inicijativa u okviru kampanje „Rezervoar“, nastavljamo ovu uspešnu saradnju i obnovićemo još tri česme do kraja godine, ulažući u dalji rast i razvoj zajednica u kojima poslujemo.



Potpisivanje protokola za kampanju „Rezervoar“





NA PUTU KA INKLUZIVNOJ, FER I PRAVIČNOJ KOMPANIJI I SVETU (SOCIAL)

Prihvatanje inkluzije i različitosti

Kao deo naše EverGreen strategije, prihvatanje jednakosti je vrlo bitno na našem putu da budemo fer i inkluzivna kompanija.

Na svom putu ka rodnoj ravnopravnosti, prvi put, HEINEKEN se javno obavezao na globalno povećanje procenta i osnaživanje žena na 30% liderskih pozicija u višem menadžmentu do 2025. godine, a na 40% do 2030. godine. U Srbiji smo na nivou liderskog tima već dostigli 40% žena na rukovodećim pozicijama dok je na nivou senior menadžmenta taj procenat idealnih 50%!

Sa ciljem da se svih preko 80.000 zaposlenih širom sveta oseti prihvaćeno, HEINEKEN je inicirao tim od preko 100 ambasadora za prihvatanje inkluzije i različitosti a koji pomažu u izradi akcionih planova za rešavanje lokalno relevantnih izazova, kako bi se obezbedio kontinuirani napredak u temama poput kulture, rase, pola i šire.

Fer i bezbedno radno mesto

Obavezali smo se na jednaka primanja za jednak rad za kolege oba pola i snažno smo posvećeni temama bezbednosti, ljudskih prava i poslovnog ponašanja. Pored zaposlenih koji su direktno zaposleni u HEINEKEN-u, obezbeđujemo fer i jednaka primanja ali i standarde rada i za indirektno zaposlene, kao i za promotore naših brendova.

Uticaj na zajednice

Uspostavljamo inicijative za unapređenje društvenog uticaja podržavajući Ciljeve održivog razvoja Ujedinjenih nacija (UN SDGs) koji su uskladjeni i sa misijom naše kompanije. Aktivno smo uključeni u pružanje doprinosa stvaranju optimalne poslovne klime i okruženja, kroz zajednički dijalog, gde nam je od posebnog značaja preduzimanje inicijativa na temu upravljanja ambalažnim otpadom.

Više od 85% sirovina koje koristimo za proizvodnju piva u našim pivarama u Zaječaru i Novom Sadu, nabavljamo u Srbiji a svih 100% dobavljača sa kojima saradujemo potpisalo je Heineken kodeks poslovnog ponašanja, čime potvrđuju da posluju u skladu sa najvišim standardima, poštujući ljudska prava i okolinu.



NA PUTU KA ODGOVORNOJ KONZUMACIJI I BEZ ŠTETNE UPOTREBE ALKOHOLA (RESPONSIBILITY)

Uvek pružamo izbor

Ulažemo u inovacije u svom portfoliju bezalkoholnih proizvoda i kroz naš brend Heineken 0.0 omogućavamo svim našim potrošačima da uvek imaju mogućnost da konzumiraju naše brendove u zavisnosti od svoje želje i trenutne prilike.

Sprečavanje štetne upotrebe alkohola

Za HEINEKEN, „Stvarajmo bolji svet“ znači i osnaživanje

potrošača pružanjem izbora, transparentne komunikacije i uz nultu toleranciju za štetnu upotrebu alkohola. Odgovorna konzumacija je fundamentalno važna za čitavu našu industriju i podržavamo i promovisemo je u svakoj svojoj aktivnosti.

Kao proizvođač piva koji je prisutan u najvećem broju zemalja, naša je odgovornost i ambicija da zajedno stvaramo bolji svet, uz partnerski rad, pozitivan doprinos i ograničenje negativnih uticaja. Istovremeno, verujemo da smo na pravom putu kao podrška i partner lokalne zajednice u kojoj poslujemo, stavljajući održivost i odgovornost u središte našeg poslovanja dok pišemo sledeće poglavlje o rastu.

ODGOVORNOST NA PRVOM MESTU „KAD IDE TURA, NE IDE GAS“

Sa ciljem podizanja svesti o važnosti odgovorne konzumacije, udružili smo snage sa Auto-moto savezom Srbije u kampanji pod nazivom „Kad ide tura, ne ide gas“. Ovo je prvo partnerstvo u Srbiji između lidera pивske industrije i nacionalnog saveza vozača i predstavlja inovativan iskorak na temu odgovornosti. Kroz različite kanale komunikacije i ekskluzivne vide-sadržaje, ali i inovativne aktivacije u auto-školama širom Srbije kao i poslovnicama AMSS i „AMS Osiguranje“ a.d.o., poruke naše kampanje do sada su stigle do više od dva miliona vozača u Srbiji. Trofejni srpski automobilista i najmlađi šampion Evrope na brdskim stazama, Nikola Miljković, pridružio se kampanji kako bi svojim primerom odgovornog ponašanja, ali i kredibilitetom iskusnog automobiliste,



Potpisivanje protokola za kampanju „Kad ide tura, ne ide gas“

dotadno doprineo snazi i vidljivosti naših poruka. Budući da je u poslovanju, baš kao i u životu, neophodan pouzdan partner, jedinstvena saradnja kompanije HEINEKEN Srbija sa AMSS-om, kao i kampanja „KAD IDE TURA, NE IDE GAS“, predstavlja korak napred u edukaciji vozača o odgovornoj upotrebi alkohola i savesnom ponašanju u saobraćaju a kako bismo ostvarili ambiciju da dopremo do svakog od preko tri miliona vozača u Srbiji.



U MISIJI ZA BOLJU I ODRŽIVU BUDUĆNOST

STADA EXPO je kreiran kako bismo ljudima pružili osećaj, celokupan doživljaj, o tome šta je održivi razvoj, šta znači kada jedna farmaceutska kompanija brine o boljoj budućnosti svih nas

Hemofarm uspeh ne vrednuje samo poslovnim rezultatima nego i pozitivnim uticajem na društvo. Uspešan biznis uz unapređenje poslovanja podrazumeva i razvoj i brigu o zaposlenima, zajednici i prirodnom okruženju. U modernom svetu, najveći broj uspešnih kompanija u svoju poslovnu strategiju integriše i odgovorno poslovanje. I tokom 2023. godine Hemofarm je nastavio sa brojnim projektima koji za cilj imaju borbu za održivu budućnost. U nastavku možete pročitati neke od najvažnijih primera dobre prakse koje smo sprovedi tokom ove godine.

STADA EXPO

STADA EXPO je multimedijalna postavka STADA grupe i Hemofarma, koja kroz interaktivnu i održivu prizmu prikazuje proizvodne procese u farmaceutskoj industriji, i na edukativan i inovativan način spaja nauku, tehnologiju i, pre svega, ljude koji stoje iza celog procesa. Svoju evropsku turneju, STADA EXPO započeo je 2023. godine iz Vršca, a nakon toga krenuo put ostalih evropskih zemalja. STADA EXPO je kreiran kako bismo ljudima pružili osećaj, celokupan doživljaj, o tome šta je održivi razvoj, šta znači kada jedna farmaceutska kompanija brine o boljoj budućnosti svih nas. U pitanju su lični doživljaj i iskustvo. Ideja je da putovanjem kroz STADA EXPO ponudimo drugačije čulno i emocionalno iskustvo koje nas upoznaje sa osnovnim elementima održivosti, šta za nas znači održivi razvoj i koliko je važan doprinos i svest svakog pojedinca na tom putu. Inovativnost,

PRVI PUT U NAŠEM REGIONU, POJEDINAC MOŽE DA DOŽIVI ODRŽIVU BUDUĆNOST I DA NAUČI ZAŠTO ONA POČINJE OD POJEDINCA I ZAVISI OD SVIH NAS ZAJEDNO

digitalne tehnologije, virtualna realnost, prikaz holograma ljudskog tela, kao i interaktivni pristup, daju snagu ovom iskustvu, omogućavajući da se povežete sa pojedincima koji su svesni značaja održivosti, ali i da se jednostavno podsetite/naučite zašto je bitno



Ronald Zeliđer i Sanda Savić obilaze STADA EXPO



STADA EXPO multimedijalna izložba u Vršcu

voditi računa o racionalnoj upotrebi prirodnih resursa poput vode i električne energije tokom svakodnevnih aktivnosti. Prvi put u našem regionu, pojedinac može da doživi održivu budućnost i da nauči zašto ona počinje od pojedinca i zavisí od svih nas zajedno. STADA EXPO nas uči kako promenom svog odnosa prema jednostavnim svakodnevnim aktivnostima, možemo da utičemo na to da svet bude bolje mesto za buduće generacije. Prema rečima Ronalda Zeliđera, generalnog direktora Hemofarm grupe, ova kompanija već više od jedne decenije promovise temu održivog razvoja. „Ono što nas čini ponosnim je činjenica da su i naši dobavljači, ugledajući se na nas, takođe počeli da se bave ovom temom. To se posebno odnosi na lokalnu zajednicu u Vršcu, budući da su mnogi naši dobavljači i lokalni partneri upravo iz Vršca. Ali, ne stajemo tu. Hemofarm je deo STADA grupe koja pokriva globalno 38 tržišta, i ovo je naš način da motivišemo i inspirišemo i druge kompanije, vlade, pojedince da nam se pridruže u menjanju stvari nabolje“, poručuje Zeliđer i poziva druge kompanije i pojedince da daju svoj doprinos. Želimo da svako ko izađe kroz vrata EXPO-a sa sobom ponese osećaj da i on želi biti deo održive budućnosti!

NAJVAŽNIJI POZIV U ŽIVOTU

Ove godine su Hemofarm grupa i njena fondacija u partnerstvu sa Ministarstvom zdravlja Srbije, Republičkim fondom za zdravstveno osiguranje, udruženjem pacijenata „Zajedno za novi život“, ponovo pokrenule kampanju za povećanje broja donora i transplantacija „Najvažniji poziv u životu“. Kampanja ima zadatak da podstakne kulturu donorstva sa ciljem izgradnje humanijeg i solidarnijeg društva. „Kampanjom 'Najvažniji poziv u životu' želimo da probudimo humanost i pružimo šansu za skoro 2.000 naših sugrađana koji svakodnevno čekaju taj poziv. Mnogo je rečeno i urađeno u poslednjih sedam godina, ali pacijenti u Srbiji i dalje čekaju najvažniji poziv. Nažalost, Srbija je i dalje na dnu liste kada je u pitanju posthumno doniranje organa. Ne bi smelo da bude tako. Doniranjem organa pomažemo drugima da nastave da žive i zato je to najveći čin humanosti. Pozivam vas da nam se pridružite i podržite donorstvo, jer je ponekad potreban samo jedan poziv da se promeni nečiji život nabolje“, poručio je na početku kampanje Ronald Zeliđer, generalni direktor Hemofarma. U Srbiji trenutno oko 2.000 ljudi čeka na donora i



transplantaciju organa. Nosioi kampanje „Najvažniji poziv u životu“ su pacijenti i lekari koji građanima ukazuju na veličinu ovog problema i značaj zaveštanja organa, kako bi se broj donora povećao i spasili životi ljudi koji čekaju transplantaciju organa. Prethodna kampanja, realizovana 2016. godine, povećala je broj donora sa dva na šest na milion stanovnika, a Srbija je dobila Nacionalni dan donora, 6. jun. Usledila je pandemija COVID-19, koja je skoro u potpunosti zaustavila program donorstva i transplantacije, zbog čega je ponovo neophodno angažovanje celog društva kako bi se promenila statistika koja Srbiju dovodi na začelje Evrope. Danas svako može biti heroj, ako postane donator. Za ovu kampanju, Hemofarm fondacija osvojila je brojne nagrade.

HEMOFARM – NAJBOLJI POSLODAVAC

Hemofarm je u 2023, drugu godinu zaredom, dobitnik priznanja „Najbolji poslodavac“ (Top Employer), koje dodeljuje Institut Top Employers, za uslove koje pruža zaposlenima u Srbiji, Bosni i Hercegovini i Crnoj Gori. U isto vreme, STADA grupa je proglašena za Najboljeg poslodavca u Evropi. Sertifikacija Top Employer za najboljeg poslodavca ukazuje na posvećenost Hemofarma boljim uslovima rada, jer realizuje odlične politike i prakse ljudskih resursa, kao i brojne pogodnosti koje pruža za razvoj svojih zaposlenih. Hemofarm je, potvrđivanjem ovog sertifikata, dokazao da je deo poslovne zajednice koja je

HEMOFARM JE U 2023, DRUGU GODINU ZAREDOM, DOBITNIK PRIZNANJA „NAJBOLJI POSLODAVAC“ (TOP EMPLOYER)

prepoznata kao lider po kreiranju dobrih uslova za svoje zaposlene.

„Sprovodeći u praksi najviše svetske standarde u poslovanju, Hemofarm je, zahvaljujući kontinuiranim ulaganjem u zaposlene, kroz učenje, razvoj, jedinstvenost i društveno odgovorne inicijative, po drugi put dobio prestižno međunarodno priznanje 'Top Employer'. Ovo predstavlja zajednički trud i uspeh, a zahvalna sam svim kolegama koji su dali svoj doprinos da zasluženno dobijemo ovo priznanje u Srbiji, BiH i Crnoj Gori. 'Top Employer' je naše veliko dostignuće koje dokazuje pravac razvoja naše organizacije i kulture rasta. Uverena sam da ćemo na isti način nastaviti i u godinama koje dolaze“, izjavila je prilikom dobijanja nagrade Irina Skitjajeva, senior direktorka Ljudskih resursa u Hemofarm grupi.

Hemofarm je jedna od osam kompanija koje su dobile ovo priznanje u Srbiji, jedna od dve u Bosni i Hercegovini, i jedina u Crnoj Gori.



ZDRAVSTVENI IZVEŠTAJ STADA GRUPE

I ove godine Srbija je učestvovala u velikom zdravstvenom istraživanju koje sprovodi STADA grupa. Izveštaj, koji je obuhvatio 16 evropskih zemalja, među kojima je i naša zemlja, pruža odgovore Evropljana na više od 30 pitanja o aktuelnim zdravstvenim temama, a pre svega kako u kriznim vremenima brinu o svom zdravlju. Petu godinu zaredom, STADA organizuje online ispitivanje javnog mnjenja po pitanju zdravstvenih navika i potreba. Ovogodišnje istraživanje obuhvatilo je više od 32.000 ispitanika, starosti od 18 do 99 godina.



Zdravlje te zove, pregledaj se

ALARMANTAN JE PODATAK DA U PROSEKU 44% EVROPLJANA NISU OBAVILI NIJEDAN OD DOSTUPNIH PREVENTIVNIH PREGLEDA, A SAMO 13% IDE NA SVE PREGLEDE KOJI SU IM RELEVANTNI. TO ZNAČI DA 87% EVROPLJANA NE DOBIJA ADEKVATNU PREVENTIVNU ZAŠTITU

Alarmantan je podatak da u proseku 44% Evropljana nisu obavili nijedan od dostupnih preventivnih pregleda, a samo 13% ide na sve preglede koji su im relevantni. To znači da 87% Evropljana ne dobija adekvatnu preventivnu zaštitu. To ukazuje na nizak nivo zdravstvene prosvetljenosti, ali i na različite prepreke u zdravstvenim sistemima, koje bi trebalo otkloniti.

„Skorašnja dešavanja su nas podsetila na presudnu važnost dobrog zdravlja. Da bi se to ostvarilo i sistemi poboljšali, potrebna je zajednička akcija širokog spektra zainteresovanih strana zasnovana na pouzdanim i proverljivim informacijama i podacima. Zdravstveni izveštaj kompanije STADA je vredan doprinos ovom cilju i direktno doprinosi ostvarenju naše svrhe da brinemo o zdravlju ljudi kao pouzdan partner“, kaže Peter Goldschmidt, generalni direktor STADA grupe.

U odnosu na 2022. godinu, kvalitet mentalnog zdravlja je

poboljšan za čak 10% širom Evrope. Danas 67% Evropljana svoje mentalno zdravlje ocenjuje kao „veoma dobro“, a samo 10% kao „loše“. Rumunija sa 86% i Srbija 80% su predvodnici dobrog mentalnog zdravlja, a Srbija beleži skok od čak 22% u odnosu na 2022.

HEMOFARMOVE „BRKE“

Pokret Movember i ove godine su podržali zaposleni Hemofarma u BiH i Srbiji, a neki od njih već tradicionalno puštaju brkove u znak podrške. Hemofarmove „brke“ zajedno poručuju da je poseta lekaru potpuno normalan proces u kom nema stida i srama, ali da se pregledi ne rade samo u novembru, već svakog meseca u godini. Račun koji muškarci mogu da plate zbog neredovnih lekarskih pregleda može biti veoma visok, a naplata životna. Ovo se posebno odnosi na muškarce u 40-im i 50-im godinama. Koji pregledi su prioritetni za muškarce zavisi od godina starosti i faktora rizika, poput genetskih faktora, štetnih navika, kao i drugih, već prisutnih bolesti.

„Pregledaj se - jedina je poruka i apel koji mogu da uputim. Ne čekajte novembar da vas neko podseti na važnost zdravlja. Put je jednostavan: porodični lekar, lekar specijalista, razgovor i imate miran san“, poručuje Vojislav Lalić, senior globalni IT direktor STADA GIS za Istočnu Evropu i jedan od „brka“ iz Hemofarma.

KOMPANIJA HENKEL KONTINUIRANO POSVEĆENA ODRŽIVOSTI

Održivost je centralni element naše vizije budućnosti

Korporativna društvena odgovornost predstavlja sastavni deo poslovanja velikog broja kompanija. Kompanija Henkel je kao jedan od lidera u održivosti ujedno i pionir novih rešenja za održiv razvoj i nastavlja da oblikuje svoje poslovanje na odgovoran način. Henkel je još davne 1992. godine bio jedna od prvih kompanija koje su počele da izveštavaju o održivosti svojih procesa, što je kasnije preraslo u godišnji Izveštaj o održivom poslovanju. Prva Strategija održivosti objavljena je 2010. godine, sa ambicioznim i merljivim kratkoročnim i dugoročnim ciljevima. Globalna Strategija održivosti primenjuje se u svim državama u kojima Henkel posluje i to kroz ceo lanac vrednosti, obuhvatajući aktivnosti kompanije koje doprinose društvenom napretku, očuvanju životne okoline uz aktivno učešće naših zaposlenih.

Prošle godine objavljen je „**Okvir ambicija održivosti 2030+**“, koji se odnosi na sve tri dimenzije ESG-a i definiše ključne oblasti održivog delovanja kompanije kao: Regenerativna planeta, Uspešne zajednice i Partner od poverenja.

REGENERATIVNA PLANETA

Dimenzija „**Regenerativna planeta**“ podrazumeva ostvarivanje cilja cirkularne ekonomije, klimatski neutralne budućnosti uz težnju ka regeneraciji prirode. Klimatske promene su jedan od najvećih izazova današnjeg vremena, s obzirom na hitnu potrebu za smanjenjem emisije CO2.



Ambicija kompanije Henkel je da do 2030. postane klimatski neutralna u proizvodnji, sa ciljem da se do 2025. godine ukupan ugljenični otisak smanji za 65%. U Srbiji je kompanija Henkel prisutna već duže od 20 godina, i upravo se u Kruševcu nalazi jedna od najboljih fabrika u Henkelovom sistemu, koja igra važnu ulogu u sprovođenju globalne strategije održivosti. Pomenuta fabrika je 2012. među prvima u Srbiji dobila ISO 50001 sertifikat za energetske efikasnost, a 2016. godine je postala prva proizvodna lokacija u Srbiji koja je dobila međunarodni Gold LEED sertifikat za liderstvo u oblasti zelene gradnje. Neki od primera održivog poslovanja u okviru proizvodnog kompleksa u Kruševcu ogledaju se u fokusu na energiju

TRENUTNO SE U KRUŠEVVCU IMPLEMENTIRA JEDNA OD NAJVEĆIH SOLARNIH ELEKTRANA U HENKEL SISTEMU, ČIJI POČETAK RADA SE OČEKUJE U 2024. GODINI, UZ PROIZVODNJU OD 6 MW ELEKTRIČNE ENERGIJE ZA SOPSTVENE POTREBE

iz obnovljivih izvora, eliminisanju CO2 otiska, ostvarenju cilja nultog otpada na deponiji, instaliranju toplotnih pumpi, korišćenju električne energije iz obnovljivih izvora i drugo. Kako bi se ostvario cilj „bez emisije CO2“, radi se na implementaciji projekta solarnih panela, biomase i opštoj optimizaciji procesa. Trenutno se u Kruševcu implementira jedna od najvećih solarnih elektrana u Henkel sistemu, čiji se početak rada očekuje u 2024. godini, uz proizvodnju od 6 MW električne energije za sopstvene potrebe.



USPEŠNE ZAJEDNICE

Druga dimenzija „**Uspešne zajednice**“ podrazumeva bolji život kroz kolektivnu snagu privrede i brendova, podržavajući jednakost, obrazovanje i društvenu dobrobit, uz želju da se doprinese lokalnoj zajednici i poboljša kvalitet života. Jedan od primera dobre prakse u oblasti Uspešne zajednice predstavlja MIT inicijativa (Make an Impact on Tomorrow – Utiči na sutrašnjicu), u okviru koje kompanija pruža sredstva zaposlenima za sprovođenje projekata koji doprinose napretku u oblasti obrazovanja, nauke, kulture, sporta, zaštite životne sredine i zdravlja.

Ova inicijativa zaposlenima pruža priliku da prijave projekat za koji smatraju da može biti od pomoći lokalnoj zajednici, ali i da kroz volonterski rad zajedno sa kolegama uzmu učešće u realizaciji. Kompanija Henkel je ove godine obeležila 25 godina od pokretanja MIT inicijative, zahvaljujući kojoj je realizovano više od 17.300 projekata širom sveta, vrednosti više od 38 miliona evra. Kada je reč o Srbiji, u okviru MIT inicijative je u proteklih šesnaest godina realizovano više od 225 projekata širom zemlje, ukupne vrednosti oko 715.000 evra. Više od 100 kolega učestvovalo je u opremanju vrtića i škola, zdravstvenih ustanova i staračkih domova. Pored toga, pružena je podrška kulturnim ustanovama, sportskim klubovima i kulturno-umetničkim društvima koji čuvaju našu tradiciju.

U SRBIJI JE, U OKVIRU MIT INICIJATIVE, U PROTEKLIM ŠESNAEST GODINA REALIZOVANO VIŠE OD 225 PROJEKATA ŠIROM ZEMLJE, UKUPNE VREDNOSTI OKO 715.000 EVRA



PARTNER OD POVERENJA

Treća dimenzija je „**Partner od poverenja**“ i podrazumeva da kroz ceo lanac vrednosti zajedno sa partnerima integrišemo održivost u svoj portfolio kao i u poslovne procese. Henkel je 2011. godine, zajedno sa još pet drugih kompanija, predstavio inicijativu „Together for



Sustainability - Chemical Supply Chains for a Better World, TfS". Cilj inicijative je usklađivanje procesa upravljanja lancem snabdevanja u pogledu održivosti, optimizovanje dijaloga među poslovnim partnerima širom sveta i efikasnije korišćenje resursa. Danas, TfS inicijativa broji 40 članova sa ukupnim prihodima većim od 400 milijardi evra, što pokazuje posvećenost održivom poslovanju na globalnom nivou.

Kompanija Henkel pokazuje svoju društvenu odgovornost i kroz projekte pojedinačnih brendova u različitim oblastima. U Srbiji se već četiri godine uspešno sprovodi projekat „Volim reku, a ti?“, u saradnji sa Savezom organizacija podvodnih aktivnosti Republike Srbije (SOPAS), koji za cilj ima čišćenje i očuvanje vodenih površina naše zemlje. U proteklom periodu su organizovane 23 akcije čišćenja i uspešno je uklonjeno više od 8,5 tona otpada. U okviru



projekta „Volim reku, a ti?“ je ove godine prikupljeno više od 2,5 tona otpada iz Zavojskog jezera kod Pirota, jezera Vrutci kod Užica, jezera Perućac, jezera Čelije kod Kruševca, Gradskog jezera u Beloj Crkvi i Ade Ciganlije u Beogradu. Ovakvi projekti dosledno odražavaju posvećenost Henkelovoj Strategiji održivosti, s posebnim fokusom na šumama, zemljištu i vodi.

ODRŽIVA MODA

Pored pomenutog, brend Perwoll tradicionalno podržava Beogradsku nedelju mode. Sa željom da posebno istakne i podrži rad mladih dizajnera, diplomaca, studenata mode iz Srbije i ex-YU regiona, otvoren je konkurs pod nazivom „Fashion Incubator by Perwoll“. Najbolji studenti su imali priliku da predstavljaju svoje radove na reviji održanoj u novembru. Ovogodišnji konkurs ima globalno aktuelnu temu „Rethink Fashion“, što pruža priliku da se istraže nove ideje i koncepti u svetu mode. Spajajući etiku i estetiku, Henkel

kroz pomenuti projekat želi da skrene pažnju na značaj održive mode i njenu ulogu u zaštiti životne sredine.

PODRŠKA MEJKERS LABOVIMA

Sa svojim brendom Ceresit, kompanija Henkel podržava obrazovanje mladih kao ključno za napredak i kvalitetniji život zajednice. Podržavajući rad NORDEUS fondacije i u saradnji sa Grupom za obrazovanje, koja okuplja četiri organizacije posvećene unapređenju obrazovanja u Srbiji, ove godine je brend Ceresit u statusu nacionalnog partnera učestvovao u otvaranju 11 mejkers labova širom zemlje. Mejkers labovi se otvaraju u srednjim školama širom zemlje, i predstavljaju inovativne, multidisciplinarnе prostore u kojima učenici i nastavnici zajedno istražuju, stvaraju i povezuju se sa lokalnom i širom zajednicom. Na ovaj način Henkel podržava mlade i podstiče njihovu želju za učenjem, sticanjem znanja i praktičnih veština iz različitih sfera interesovanja.

PIONIR DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI I ODRŽIVOG POSLOVANJA

U poslednjim decenijama kompanija Imlek sprovela je više stotina društveno odgovornih akcija, sa namerom da poboljša uslove života u zajednici u okviru koje posluje

Kompanija Imlek, istaknuta na domaćem i regionalnom tržištu kroz decenije postojanja, izgradila je reputaciju kompanije koja je sinonim za integritet, podršku lokalnoj zajednici i inovacije. U skladu sa svojom poslovnom strategijom, kompanija Imlek kontinuirano unapređuje društveno odgovorne inicijative, čime dokazuje da je stabilan oslonac zajednici u okviru koje posluje i čime opravdava dugogodišnje poverenje svojih potrošača. Društvena odgovornost je jedan od osnovnih postulata poslovanja Imleka. U poslednjim decenijama ova kompanija sprovela je više stotina društveno odgovornih akcija, sa namerom da poboljša uslove života u zajednici u okviru koje posluje. Jedna od Imlekovih ključnih aktivnosti jesu one koje imaju za cilj da najmlađima obezbede zdravlje i srećnije odrastanje, i tim povodom kompanija je samo ove godine donirala više od 100 tona mleka ustanovama za decu bez roditeljskog staranja.

MOJA KRAVICA – SIMBOL DETINJSTVA

Brend Moja Kravica, koji simbolizuje sigurnost i detinjstvo, postao je zaštitnik porodičnih vrednosti i tradicije. Svetski dan mleka bio je povod da se obraduju najmlađi potrošači, pa je u skladu sa tim realizovana tradicionalna donacija

SAMO OVE GODINE KOMPANIJA JE DONIRALA VIŠE OD 100 TONA MLEKA USTANOVAMA ZA DECU BEZ RODITELJSKOG STARANJA



Imlek uskršnja donacija



Karolina Milaš, koordinator ustanove Zvečanska i Marija Malović, kompanija Imlek

10 tona mleka Domu za decu bez roditeljskog staranja „Kolevka“ Subotica, Domu za decu bez roditeljskog staranja „Spomenak“ Pančevo, Domu za decu i omladinu „Jefimija“, Kruševac, Prihvatalištu za decu Beograda, SOS Dečijem selu Kraljevo, Svratištu za decu i mlade Novi Sad, Svratištu za decu ulice Beograd, udruženju „Anđeli Severa“ u Bačkoj Topoli i udruženju „Vitezovi osmeha“. Pored toga, u skladu sa vrednostima koje neгуje, kompanija je podržala organizacije poput Banke hrane Vojvodina, Banke hrane Niš i Federacije Banka hrane Srbija, koje se bave sakupljanjem i distribucijom hrane onima kojima je podrška najpotrebnija i donirala im 100 tona mleka. Ovaj značajni gest bio je još jedan u nizu kompanije koja kontinuirano pruža podršku humanitarnim projektima širom zemlje. Povodom uskršnjih praznika, Imlek je šticeenicima iz SOS



Volonterska akcija u Nacionalnom parku Fruška gora



Imlekova donacija povodom početka školske godine

Dečijeg sela u Sremskoj Kamenici donirao mleko i mlečne proizvode i uz tradicionalno kucanje jajima, specijalno oslikanim Moja Kravica motivima, ulepšao deci uskršnje praznike. Prve dane đачког doba, prvaci su proveli u druženju sa predstavnicima kompanije, koji su im poželeli srećan polazak u školu, mnogo lepih uspomena iz školskih klupa, kojih će se sećati čitavog života. Pored Moja Kravica pribora za školu i bojica, mališani iz brojnih ustanova za decu bez roditeljskog staranja su uživali u omiljenom

mlečnom napitku, Moja Kravica čokoladnom mleku. Početkom godine razorni zemljotresi potresli su Siriju i Tursku, te su na poseban ispit stavljeni veliki tržišni igrači, čiji je zadatak bio da u najtežim trenucima pokažu solidarnost i pruže podršku najugroženijima. Kompanija Imlek je tim povodom poslala donaciju od 20 tona mleka Siriji, što jasno ukazuje na globalnu dimenziju društvene odgovornosti koju podržava.

ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE

Kompanija Imlek ističe značaj poslovanja u skladu sa etičkim i ekološkim standardima, a zaposleni se redovno uključuju u akcije čišćenja i sadnje drveća povodom Svetskog dana zaštite životne sredine, dok je Moja Kravica postala prvi domaći brend mleka u Tetra Pak ambalaži koja je 86 odsto biljnog porekla, čime doprinosi očuvanju životne sredine. U skladu sa svojom društveno odgovornom ulogom koju kompanija neгуje, Imlekovi

MOJA KRAVICA POSTALA JE PRVI DOMAĆI BREND MLEKA U TETRA PAK AMBALAŽI KOJA JE 86 Odsto BILJNOG POREKLA, ČIME DOPRINOSI OČUVANJU ŽIVOTNE SREDINE

OVE GODINE, IMLEK JE BIO PONOSNI SPONZOR KATEGORIJE „STOČARSTVO“ U OKVIRU KONKURSA „NAJDOMAĆIN 2023“, NAGRADE KOJA ĆE SE DODELJIVATI NAJBOLJIM POLJOPRIVREDNICIMA U SRBIJI U PET RAZLIČITIH KATEGORIJA

zaposleni su ove godine doprineli ulepšavanju priobalnog dela jezera Palić u zaštitnom pojasu, kao i ulepšavanju okoline fabrike u Padinskoj skeli.

ZAPOSLENI SU SRCE KOMPANIJE

Kompanija Imlek, kao apsolutni šampion kvaliteta, ne samo da zadovoljava visoke standarde, već i aktivno doprinosi ekonomskom razvoju. Sa sedam decenija iskustva, Imlek se ponosi svojim zaposlenima, smatrajući ih srcem kompanije. Kroz kontinuirano ulaganje u njihov profesionalni i lični razvoj, Imlek stvara okruženje koje podstiče rast i razvoj. Solidarni fond, osnovan za podršku zaposlenima i njihovim porodicama u neугodama, dodatno naglašava posvećenost kompanije ljudima koji čine njen temelj.

NAJDOMAĆIN 2023.

Kao aktivni član zajednice, partner u društvenom razvoju i lider u održivom poslovanju, doprinos kompanije Imlek ogleda se i u autentičnoj želji da ostvari pozitivne promene i podrži dobrobit svih članova zajednice u okviru koje posluje. Ove godine, Imlek je bio ponosni sponzor kategorije „stočarstvo“ u okviru konkursa „NajDomaćin 2023“, nagrade koja će se dodeljivati najboljim poljoprivrednicima u Srbiji u pet različitih kategorija. Ova podrška predstavlja iskrenu zahvalnost kompanije poljoprivrednicima, ali i način da se istaknu farmeri koji su od suštinskog značaja za očuvanje tradicije i kvaliteta srpskih proizvoda.

70 GODINA SA VAMA

Sa sedam decenija iskustva, Imlek ima impresivnu retrospektivu postignuća. Kompanija danas uživa reputaciju koja je sinonim za vrhunski kvalitet, neprikosnoveno poverenje potrošača i čuvar porodičnih vrednosti. Ova dugogodišnja tradicija samo je jedan



SA SEDAM DECENIJA ISKUSTVA, IMLEK IMA IMPRESIVNU RETROSPEKTIVU POSTIGNUĆA. KOMPANIJA DANAS UŽIVA REPUTACIJU KOJA JE SINONIM ZA VRHUNSKI KVALITET, NEPRIKOSNOVENO POVERENJE POTROŠAČA I ČUVAR PORODIČNIH VREDNOSTI

segment bogate istorije i nasleđa koje Imlek pažljivo čuva i neгуje, ističući se kao predvodnik u oblasti proizvodnje mlečnih proizvoda i doprinoseći kvalitetu života svojih potrošača. Obećanje kompanije Imlek za budućnost leži u nastavku ove tradicije izvrsnosti, gde će neprestano ispunjavati očekivanja potrošača, uvodeći nove proizvode i tehnologije. Njihova predanost transparentnosti, kvalitetu i društvenoj odgovornosti obećava da će Imlek ostati ne samo najbolji izbor, već i partner koji se neprestano razvija kako bi zadovoljio potrebe savremenog društva.



Društveno odgovorno poslovanje je važan deo korporativne filozofije kompanije Lidl Srbija koja nastoji da bude **odgovorna prema planeti i ljudima**, uzimajući u obzir uticaj na ljude i životnu sredinu u sadašnjosti i budućnosti, uključujući ceo lanac snabdevanja.

OD 2018. >65
GODINE: PRODAVNICA

>35
gradova širom Srbije

>2.600
pažljivo odabranih proizvoda

>3.300
zaposlenih u Srbiji

>600
proizvoda domaćih dobavljača

Dobro za planetu

Održiva trgovina prehrambenim proizvodima i robom zasniva se na očuvanju okoline kroz štedljivo korišćenje resursa, sprovođenje mera zaštite klime duž celog lanca vrednosti i aktivno doprinošenje zaštiti ekoloških sistema kroz svoje poslovne aktivnosti.

ZA BOLJE SUTRA

POŠTOVANJE BIODIVERZITETA

Poslovanje usklađeno sa ciljem da se obezbede snabdevanja i u budućnosti – da se umanje negativni uticaji po ekološke sisteme i osigura njihovo očuvanje.

95,3% dobavljača/proizvođača voća i povrća poseduje sertifikat Global G.A.P.

95,3%



ZAŠTITA KLIME

Prateći klimatske ciljeve, primenjuju se trendovi zelenog poslovanja sa tendencijom ograničenja globalnog zagrevanja.



OČUVANJE RESURSA

Racionalno korišćenje ograničenih resursa planete je uslov održivog poslovanja, zato biramo cirkularnu ekonomiju i upotrebu sirovina sertifikovanog porekla.



60% kritičnih sirovina (kakao, palmino ulje, čaj, kafa itd.) u Lidlovom asortimanu sertifikovano je sertifikatima **Fairtrade, Bio, MSC, ASC, RFA, RSPO ili FSC.**



Smanjena je potrošnja papira za katalog ponude za 16% (245 t) u 2022.

-16%

Kroz projekat „Čisto iz ljubavi“ **uklonjene su 22 tone otpada iz prirode** u periodu od 2021. do 2022. godine.



-29%

Emisije gasova za hlađenje su smanjene za 29%, a emisije struje za 97% u 2022. u poređenju s 2021. godinom.

-97%



Lapovo

Logistički centar u Lapovu, otvoren 2022, odlikovan je **LEED platinium sertifikatom**, a u istoj godini 53 prodavnice (80% prodavnica) dobile su **EDGE sertifikate.**

80%



Od maja 2021. **svi objekti** u vlasništvu Lidl Srbija koriste **obnovljivu, „zelenu“ energiju**, uključujući prodavnice u zakupu.

Organski otpad smanjen za 47,6 t u periodu od 2021. do 2022. godine. U 2022. **96,2% otpada ponovno iskorišćeno** (87,6% biogas, 8% hrana za kućne ljubimce, 0,06% sagorevanje za energiju).



U septembru 2022. godine pokrenut ekološko-humanitarni projekat „**Dobro se reciklažom vraća**“ koji je usmeren na primenu povrata ambalaže za bolje stope reciklaže.





Dobro za ljude

ZA BOLJE SUTRA

Lidl Srbija oblikuje svakodnevnicu mnogih ljudi, a zahvaljujući predanosti zaposlenih potrošačima se nudi kvalitet na koji mogu da se oslone.



FER POSLOVANJE

Kroz poslovanje duž lanca snabdevanja vrši se uticaj na živote mnogih ljudi, zato je fer odnos jedna od osnova u ovim relacijama.



U 2022, Lidl Srbija je povećao broj dobavljača voća i povrća sa Global G.A.P. GRASP sertifikatom sa 11% na 64%.

64%



Pokrenut je projekat „Hoćeš da menjamo mesta? Pomeri se s mesta“ sa obeleženim parking-mestima za osobe sa invaliditetom ispred 35 prodavnica, uz viralne video-sadržaje o nepropisnom parkiranju i komunikaciji s osobama sa invaliditetom.

PROMOCIJA ZDRAVLJA

Zdravlje je u fokusu ne samo kada su zaposleni u pitanju, već osnažujemo i potrošače da svakodnevno donose osvešćene odluke kad je ishrana u pitanju.



Broj povreda na radu prouzrokovanih korišćenjem električnog paletara je smanjen u 2022. u odnosu na 2021. za 73%, uprkos povećanom broju zaposlenih koji se njime služe.



Lidl zaposleni su pozvani da učestvuju u dijalogu o važnosti fizičkog i mentalnog zdravlja.



UČEŠĆE U DIJALOGU

Povratne informacije dobijene od dobavljača, potrošača i zaposlenih su dragocene kako bi se bolje razumele potrebe različitih interesnih grupa u lancu snabdevanja.



Dobro za tebe

U 2021. Lidl Srbija je saradivao sa 245 lokalnih dobavljača, dok je u 2022. godini taj broj porastao na 262.



Lidl Srbija doprinosi osvešćenim izborima svojih potrošača i promoviše zdravlje i očuvanje okoline kroz ponudu proizvoda sa manje šećera, više organskih i visokokvalitetnih proizvoda.

Optimalne rute od dobavljača do Lidla doprinose manjoj emisiji štetnih gasova.



20 GODINA USPEŠNOG POSLOVANJA

Poštovanje zakona, pružanje adekvatnih i dostojnih uslova za rad, saradnja sa sindikalnom organizacijom i razvijanje dobrih odnosa sa zaposlenima je postulat na kome se zatim gradi i dobrovoljni aspekt korporativne odgovornosti i ulaganja profita kompanije za opšte dobro

Kompanija LUKOIL SRBIJA, ćerka firma PAO LUKOIL, već 20 godina konstantno investira u modernizaciju i izgradnju svojih benzinskih kompleksa, stvarajući savremenu i efikasnu maloprodajnu mrežu koja broji 113 objekata i preporučujući sebe kao pouzdanog snabdevača naftnim derivatima na tržištu Republike Srbije.

Kroz korporativnu društvenu odgovornost, koja je jedan od ključnih koncepata u poslovnoj praksi, LUKOIL SRBIJA nastoji da ostvari doprinos rešenju važnih društvenih pitanja i istovremeno problema društvene zajednice u kojoj posluje.



Od momenta dolaska na srpsko tržište PAO LUKOIL je odredio cilj da dugoročno ostane na tržištu, uz održivo i društveno odgovorno poslovanje, a ne da juri za kratkoročnom dobiti. U održivom poslovanju, svi članovi društva moraju biti partneri. Stoga se socijalnim

kodeksom kompanija LUKOIL SRBIJA obavezala na odgovornost prema svim stranama, koje na bilo koji način učestvuju u njenom privređivanju - zaposlenima, partnerima, državi i društvu u celini. Poštovanje zakona, pružanje adekvatnih i dostojnih uslova za rad, saradnja

LUKOIL SRBIJA JE DRUGA KOMPANIJA PO OBIMU INVESTICIJA U ENERGETSKI KOMPLEKS REPUBLIKE SRBIJE I OBEZBEĐUJE U ZEMLJI OKO 1.000 RADNIH MESTA, UKLJUČUJUĆI I BENZINSKE STANICE KOJIMA UPRAVLJAJU PARTNERI. UKUPNO SU ULAGANJA LUKOILA U SRBIJI U PERIODU 2003-2023. IZNELA 352,3 MILIONA DOLARA. OSIM REALIZACIJE NAFTNIH DERIVATA U MALOPRODAJI KROZ MREŽU OD 113 BENZINSKIH KOMPLEKSA NA KOJIMA PRUŽA RAZNOVRSNU PONUDU KVALITETNIH NAFTNIH DERIVATA I ROBE ŠIROKE POTROŠNJE, KAO I USLUGU ADEKVATNU POTREBAMA I ZAHTEVIMA SAVREMENIH VOZAČA, KOMPANIJA SE TAKOĐE BAVI VELEPRODAJOM NAFTNIH DERIVATA I MOTORNH ULJA BRENDA LUKOIL. KOMPANIJA OSTVARUJE SVOJU DELATNOST NA TERITORIJI REPUBLIKE SRBIJE POČEVŠI OD SEPTEMBRA 2003. GODINE, A SVOJU POSLOVNU STRATEGIJU PROJEKTUJE U SKLADU SA AKTUELNIM TENDENCIJAMA ENERGETSKE TRANZICIJE U ŽELJI DA OBEZBEDI POUZDANOST I ENERGETSKU STABILNOST ZA CELOKUPNU ZAJEDNICU U KOJOJ POSLUJE.





JEDAN OD PRVIH KRUPNIJIH PROJEKATA BILA JE PODRŠKA REKONSTRUKCIJI AVALSKOG TORNJA NAKON NATO BOMBARDOVANJA, GDE JE LUKOIL DOBIO POSEBNO PRIZNANJE KAO NAJVEĆI POJEDINAČNI DONATOR U OVOM PROJEKTU

sa sindikalnom organizacijom i razvijanje dobrih odnosa sa zaposlenima je postulat na kome se zatim gradi i dobrovoljni aspekt korporativne odgovornosti i ulaganja profita kompanije za opšte dobro. Održiva društvena odgovornost je ideja koju je kompanija implementirala kao skup konkretnih projekata. Svakom projektu se pristupa ciljano radi pružanja podrške konkretnim korisnicima u veri da činimo pravu stvar u podršci lokalnoj zajednici. Naravno, sve ovo kompanija ne može da radi sama. Može da investira, promovise i da bude snažno angažovana, ali sve ove inicijative moraju da funkcionišu kao partnerski odnos. Stoga LUKOIL SRBIJA tesno saraduje sa lokalnim zajednicama, vlastima, partnerima koji upravljaju mrežom njenih benzinskih stanica i kupcima. Jedan od prvih krupnijih projekata bila podrška rekonstrukciji Avalskog tornja nakon NATO bombardovanja, gde je LUKOIL dobio posebno priznanje kao najveći pojedinačni donator u ovom projektu. Pored dužogodišnjeg promovisanja kulture i umetnosti u Beogradu kroz festivale Fest, Martovski festival, Džez

festival, Dani Beograda i Dani slobode, počev od 2021. godine se sprovodi program usmeren na ustanove različitih nivoa koje se brinu o razvoju dece i mladih. Tako je tokom dve decenije na srpskom tržištu realizovano preko 30 humanitarnih projekata ove vrste. Dvadesetogodišnji jubilej je bio pravi povod za realizaciju

SEDIŠTE DRUŠTVA U BEOGRADU JE ISTOVREMENO I CENTAR BALKANSKE REGIONALNE ORGANIZACIJE LUKOIL, KOJA OBUHVATA: SRBIJU, CRNU GORU, SEVERNU MAKEDONIJU I HRVATSKU



POSEBNU PAŽNJU LUKOIL JE OBRATIO AKCIJAMA MASOVNE SADNJE DRVEĆA U VIŠE SRPSKIH GRADOVA, U KOJIMA SU UČESTVOVALI I ZAPOSLENI LUKOIL SRBIJA

projekta kompletne obnove parka u Bloku 21 u opštini Novi Beograd u vrednosti od 20 miliona dinara, koji u svom sklopu ima košarkaški teren, ograđeno dečje igralište i kutak za miran odmor. Na ovaj način korisnici različitih generacija još mnogo godina mogu da pronadu radost, spokoj i duhovnu ravnotežu u oazi zelenila u gradskom jezgru. Posebnu pažnju LUKOIL je obratio akcijama masovne sadnje drveća u više srpskih gradova, u kojima su učestvovali i zaposleni LUKOIL SRBIJA. Zatim, projektima podrške zdravstvenom sistemu i zdravstvenim ustanovama Republike Srbije, počev od nabavke inkubatora, preko opremanja operacionih sala neophodnim instrumentima i materijalima, do finansiranja različitih istraživanja o efektima vakcinisanja protiv virusa kovid-19.



Tokom 20 godina upućena je značajna pomoć Srpskoj pravoslavnoj crkvi, kao i ustanovama za stara lica, penzionerskim udruženjima i udruženjima invalida, organizacijama za palijativnu negu i poboljšanje uslova života roditelja dece obolele od raka širom Srbije.

ODRŽIVO POSLOVANJE I ZAJEDNICA NA PRVOM MESTU

Bilo da je reč o ličnom rastu naših zaposlenih ili stvaranju zdravog i uspešnog okruženja za naše klijente, oživljavanju zanemarenih i napuštenih lokacija ili podršci ljudima kojima smo potrebni, naš pristup je strateški, okrenut budućnosti, sa dubokim osećajem empatije

Za Marera Properties, kompaniju za investiranje, akviziciju, razvoj i iznajmljivanje poslovnih, maloprodajnih i industrijskih objekata, koja ima portfolio od 200.000 metara kvadratnih čija vrednost u Srbiji iznosi gotovo 180 miliona evra, odgovornost predstavlja suštinu poslovanja. Ogleda se u odnosu prema okruženju koje naseljavamo i unapređujemo, u pristupu na koji razvijamo odnose sa ključnim partnerima, interesnim stranama, klijentima i lokalnim zajednicama, konačno, u načinu na koji upravljamo i podižemo kapacitete ljudskog kapitala i imovine. Kao kompanija sa najznačajnijim projektima rekonstrukcije poslovnih objekata, Marera Properties, ne samo da postavlja standarde u obnovi i razvoju nekretnina, već

i aktivno prepoznaje svoju ulogu u razvijanju budućih generacija, trudeći se da bude partner u pozitivnim promenama i izvor inspiracije za sve one koji žele da aktivno doprinose održivosti u celini. Odgovornost, koja sa jedne strane odražava našu posvećenost etičkim poslovnim praksama, u isto vreme predstavlja i strateški imperativ koji vodi ka pozitivnim ishodima i za našu kompaniju i za društvo u celini. Naš odnos prema okruženju definiše strateški pravac smanjenja ugljeničnog otiska. Razvijajući naša znanja, koristeći zelenu tehnologiju i implementirajući odgovarajuće procese na svim organizacionim nivoima, ostvarujemo našu misiju smanjenja negativnog uticaja na naše okruženje u cilju



dostizanja neutralnog otiska. Samo u 2023. godini, primenom programa za smanjenje otpada, štednju vode, smanjenje potrošnje električne energije i ozelenjavanja krovnih površina, ostvarili smo značajno umanjeno CO2 emisije po zaposlenom - čak 19% u odnosu na prethodnu godinu, dok smo ukupnu potrošnju vode smanjili za čitavih 39%. Bilo da je reč o ličnom rastu naših zaposlenih ili stvaranju zdravog i uspešnog okruženja za naše klijente, oživljavanju zanemarenih i napuštenih lokacija ili podršci ljudima kojima smo potrebni, naš pristup je strateški, okrenut budućnosti, sa dubokim osećajem empatije.

ODRŽIVI RAZVOJ INVESTICIONOG PORTOFOLIJA

Svesni činjenice da nekretnine imaju ogroman uticaj na prirodu i okruženje, da kumulativno troše oko 40% energije proizvedene na globalnom nivou i doprinose sa 30% u ukupnoj emisiji CO2, svi naši dosadašnji investicioni projekti realizovani su sa izraženim naglaskom na održivost. U svom portfoliju imamo 16 objekata: poslovne zgrade, retail objekte i industrijski park, čijim smo rekonstrukcijama unapredili neposredno okruženje vodeći računa o značaju i jedinstvenosti svake lokacije, naročito onih pod zaštitom države. Pravi primeri ovakvog pristupa su upravo najznačajniji realizovani investicioni projekti, od velike arhitektonske vrednosti, koji uključuju i revitalizaciju lokacija, ukupne površine 90.000 m2, na kojima se nalaze objekti od izuzetnog značaja za istoriju i kulturu Beograda: Palata Beograd (Beograđanka, 1974), Kalemegdan Business centar (nekadašnja fabrika BEKO, 1931), BIGZ (nekadašnja štamparija, 1937). Njihovom daljom nadgradnjom postigli smo unapređenje energetske performansi i ublažili negativni uticaj na okruženje primenom modernih tehnologija, ozelenjavanjem više od 1.500 m2 krovova, postavljanjem pčelinjaka i kultivisanjem više od 84.000 m2 zelenih površina.

MILION DOBRIH RAZLOGA ZA STRATEŠKO PARTNERSTVO SA CRVENIM KRSTOM

Od kada smo akvizirali Industrijski park Pobeda na Petrovaradinu, u avgustu 2020. godine, uložili smo više od dva miliona evra u rekonstrukciju postojećih kapaciteta i infrastrukturna unapređenja unutar parka i oko njega. Industrijski objekat nekada prepušten propadanju, zahvaljujući našem ulaganju, za poslednje tri godine uspeo je da podrži veliki broj lokalnih proizvođača i lokalnu



ekonomiju – sa 15 narastao je na 47 lokalnih proizvođača, koji su svoju proizvodnju preneli u 100.000 m2 proizvodnih kapaciteta Parka. Time smo suštinski doprineli unapređenju i razvoju lokalne ekonomije u Novom Sadu u segmentu malih i srednjih preduzeća. Na ceremoniji održanoj u Industrijskom parku Pobeda 10. maja 2023. godine, u Petrovaradinu, Crvenom krstu Novog Sada uručili smo obnovljenu halu površine 1.600 m2, na inicijalni period korišćenja od deset godina, što je donacija kompanije vredna milion evra. Ovim strateškim potezom, Crveni krst Novog Sada dobio je novi značajan resurs – humanitarno skladište iz koga će do kraja ove godine biti distribuirano 220.000 kg humanitarne pomoći za više od 15.000 pojedinačnih korisnika. Kao proširenje strateške saradnje sa Crvenim krstom i u saradnji sa Institutom za transfuziju krvi Srbije, pokrenuli smo program promocije dobrovoljnog davanja krvi u okviru svojih poslovnih lokacija. Cilj programa „Vrediš za troje, kada daš krv“ podrška je obezbeđivanju stabilnih zaliha krvi za zdravstveni sistem Srbije.

NAŠI OBJEKTI UNAPREĐUJU ŽIVOTE NAŠIH ZAJEDNICA

Naše dugoročno opredeljenje i odgovornost za postizanje CO2 neutralnog statusa je misija na kojoj radimo svakog dana i koju ostvarujemo kroz svaki naš projekat. Podrška zajednici, a naročito onima koji su u položaju da zavise od pomoći društva, oličena je kroz strateško partnerstvo sa Crvenim krstom. Istrajni smo u tome da omogućimo da pomoć koja znači život stigne do svih onih kojima je potrebna, angažujući i ljudske i sve druge resurse kojima raspolažemo. Sve što preduzimamo u cilju fizičkog i tehnološkog unapređenja objekata, lokacija i segmenata u kojima poslujemo, kao krajnji cilj ima podizanje vrednosti svakodnevice ljudi sa kojima živimo. Za njih gradimo, za njih stvaramo i oni će uvek biti na prvom mestu.

ODGOVORNOST KAO OSNOVA BIZNISA

Naša vizija je svet u kome je ekonomski rast inkluzivan i održiv, a digitalna ekonomija radi za sve

Za nas, poslovati dobro čineći dobro znači osnaživati ljude da ostvare svoj puni potencijal. U isto vreme, to je obaveza da konstantno doprinosimo dostizanju pravičnog prosperiteta širom sveta i da koristimo inovativna rešenja za zaštitu životne sredine. Ciljevi su ambiciozni i tiču se svakoga od nas, a uргentnost problema sa kojima se suočavamo na ekološkom i socijalnom planu ukazuje da vremena za odlaganje akcije nema.

Na primeru finansijske i digitalne inkluzije, koje su najrodnije onome što Mastercard kao tehnološka kompanija radi, to znači da postoji mnogo načina kako da se što više ljudi uključi u formalne finansijske tokove. Od pristupa bankarskim računima, osiguranju, kapitalu za poslovanje, do mogućnosti da se novac šalje porodici u inostranstvu – sve su to načini na koji se podstiče inkluzivna ekonomija u kojoj i od koje korist može imati svako, ne samo oni koji se nalaze na vrhu piramide. Inkluzivni rast je kompletan rast svih segmenata jednog tržišta, a za to je potrebna široka edukacija. Važno je da se od školskog uzrasta pa nadalje govori o budžetiranju, o tome kako i zašto se štedi, kako se pokreće svoj biznis,

PODSTIČEMO INKLUZIVNU EKONOMIJU U KOJOJ I OD KOJE KORIST MOŽE IMATI SVAKO

pa i šire – koje su to savremene tehnologije, na koji način čine stvari jednostavnijim i sigurnijim i kako ih praktično primeniti. To su teme koje savremene tehnologije i treba da pokriju: da li rešavaju konkretan problem? Da li su inkluzivne? Da li su pouzdane? Ako tehnologija nije inkluzivna, njen prihvatanje se neće proširiti. Ako se prihvatanje proširi, tehnologija nije bitna.

PLATNE TEHNOLOGIJE SU OLAKŠALE PLAĆANJA

Dobri primeri za to su platne tehnologije – npr. onlajn plaćanja, koja su značajno unapredila praktičnost i doseg plaćanja. Čak i ako ne govorimo o tome koliko su onlajn plaćanja u toku korone olakšala neke svakodnevne nabavke, njihov uticaj je sve vidljiviji i veći: od plaćanja računa starijim roditeljima, slanja novca iz inostranstva,



mogućnosti da se pronađu novi klijenti u inostranstvu, do opcije da se sve to završimo onda kada nam odgovara, sa uređaja sa koга nam odgovara. Servisi kao što su eUprava, digitalni potpisi, platne aplikacije različitih izdavalaca komunalnih računa i slične usluge pomažu da se univerzalne potrebe građana zadovolje na tehnološki savremen način, koji smanjuje utrošak vremena i generalno nose niže troškove – stalni rast korišćenja usluga kao što je na primer onlajn plaćanje poreza ili registracije vozila govori tome u prilog. Mi razvijamo i implementiramo sigurne tehnologije koje omogućavaju skaliranje ovih procesa do svakog građanina i građanke, jer u tome i jeste suština – da svi imaju iste prilike. Naša vizija je svet u kome je ekonomski rast inkluzivan i održiv, a digitalna ekonomija radi za sve. Da bismo ispunili svoj deo odgovornosti za građenje takvog sveta, mi sprovodimo akcije s namerom i u odgovarajućem tempu. Radi se o postavljanju standarda i principa, a zatim i odgovornosti prema njima. Mi prepoznavamo svoju odgovornost da se osigura da tehnologije pomažu, a ne

MI PREPOZNAJEMO SVOJU ODGOVORNOST DA SE OSIGURA DA TEHNOLOGIJE POMAŽU, A NE DA ŠTETE ŠIREM RAZVOJU, I NA KRAJU SVEGA – DA SE VERUJE INOVACIJAMA

da štete širem razvoju, i na kraju svega – da se veruje inovacijama. Radimo na tome da ljudima pružimo resurse koji ih podržavaju u održivoj potrošnji. Radimo na tome da rešavamo stvarne probleme i isporučujemo prave vrednosti.

To nije samo filantropija – to je dobar biznis. To je takođe i ispravna stvar koju treba uraditi. To je posao koji radimo svaki dan. To su obaveze koje smo preuzeli i akcije koje preduzimamo – da budemo snažan korporativni građanin i snažan, održivi biznis.

PONOSNI SMO ŠTO PODRŽAVAMO LOKALNU ZAJEDNICU

U Srbiji poslujemo 35 godina i siguran smo oslonac ne samo privredi, jer konstantno ulažemo u otvaranje novih restorana i zapošljavamo nove ljude, već i zajednici kroz donacije naših obroka, knjiga, novčanih sredstava

Mi iz McDonald's kao društveno odgovorne kompanije svakodnevno pokazujemo našu posvećenost da pomognemo i podržimo društvo u kome poslujemo. Kroz učešće i podršku sportskim događajima, lokalnim dobrotvornim organizacijama, obrazovnim i zdravstvenim institucijama, kulturnim dešavanjima, pokazujemo našu svrhu, a to je da obezbedimo kvalitetnu hranu i pomažemo zajednicu. Uvek gledamo u budućnost i sve naše aktivnosti su usmerene da generacijama koje dolaze obezbedimo bolje uslove za rad i život.

U Srbiji poslujemo 35 godina i siguran smo oslonac ne samo privredi, jer konstantno ulažemo u otvaranje novih restorana i zapošljavamo nove ljude, već i zajednici kroz donacije naših obroka, knjiga, novčanih sredstava, a posebno smo ponosni jer smo ove godine, nakon godina prisustva kovid-19 virusa, ponovo pokrenuli program inkluzije osoba sa intelektualnim teškoćama u našim restoranima. Skoro dve decenije uspešno saradjujemo na projektu „Integracija osoba sa intelektualnim teškoćama u



socijalnu sredinu“ sa Kreativno-edukativnim centrom. Ovaj program omogućava da osobe sa intelektualnim teškoćama ostvare svoje ljudsko pravo na rad i aktivan život u zajednici.

AKCIJE U GODINI JUBILEJA

Godinu jubileja smo počeli saradnjom sa produkcijskom kućom koja je snimila nastavak kulturnog filma „Munje 2“ i na taj način želeli smo da pokažemo našu posvećenost

**POSEBNO SMO PONOSNI JER SMO OVE
GODINE, NAKON GODINA PRISUSTVA
KOVID-19 VIRUSA, PONOVO POKRENULI
PROGRAM INKLUZIJE OSOBA SA
INTELEKTUALNIM TEŠKOĆAMA U NAŠIM
RESTORANIMA**



relevantnom sadržaju u kom uživaju mlađe generacije, ali i generacije koje su odrasle uz „Munje“ i gde se citati iz tog filma koriste u kolokvijalnim razgovorima decenijama. Poznata je naša dugogodišnja posvećenost dečjoj književnosti i želji da deca nastave da uživaju u čitanju knjiga, pa smo tako tokom jubilarne godine poklonili više od 500 knjiga bibliotekama osnovnih škola i gradskim bibliotekama u svim gradovima u kojima imamo restorane, a to su Beograd, Novi Sad, Pančevo, Stara Pazova, Niš, Velika Plana, Kragujevac i Subotica. Donaciju knjiga su dobile i biblioteke osnovnih škola „Pavle Popović“ u Vraniću i „Dositej Obradović“ u Smederevu. Donirali smo preko 2.000 obroka različitim udruženjima, organizacijama, institucijama, kao što su Lice ulice, Svratište, KEC MNRO, Crveni krst... u svim gradovima u kojima poslujemo.

Kroz „humanitarne kasice“ koje se nalaze u svim našim restoranima širom Srbije, naši gosti prikupljaju novčana sredstva koja prosledujemo udruženjima koja se bave brigom o deci, kao što su: Nacionalna organizacija za retke bolesti (NORBS), Udruženje za pomoć deci koja se leče na dečjem odeljenju onkološkog instituta Srbije „Uvek sa decom“, Udruženje „Zvončica“ roditelja dece obolele od malignih i drugih retkih bolesti, Fondacija „Fond



B92“ za projekat „Bitka za bebe“, Udruženje samohranih roditelja i porodica dece sa invaliditetom „Plava školjka“ i Humanitarna fondacija „Budi human - Aleksandar Šapić“. Tradicionalno svake godine povodom Svetskog dana deteta, doniramo 10 dinara od svakog prodatog Happy Meal-a tokom novembra nekoj od humanitarnih organizacija.

U saradnji sa Fondacijom „Ana i Vlade Divac“ i ove godine smo obezbedili stipendije za četiri učenika ili studenta čije su porodice u teškom materijalnom stanju.

UŠTEDA ENERGIJE

McDonald's pomaže u pokretanju klimatskih akcija, zaštiti prirodnih resursa, smanjenju otpada i prelasku na održiviju ambalažu i igračke. Svakodnevno recikliramo karton i papir, staklo i plastiku.

Takođe smo aktivni u oblasti Energy savings. Restorani imaju plan uključivanja opreme. Cilj je da se oprema uključuje postepeno i u terminima kada je potrebna. Na taj način smanjuje se potrošnja električne energije. Takođe, kroz plan održavanja opreme utiče se na potrošnju energije - čišćenjem kondenzatora na rashladnim uređajima.

Restoranski klima-sistemi imaju rekuperatore energije. Koristimo izvlačenje vazduha iz restorana za dogrevanje ili rashlađivanje ulaznog vazduha u zavisnosti od doba godine i spoljašnje temperature. Na taj način štedimo energiju. Akcije koje preduzimamo – zajedno sa našim partnerima i dobavljačima širom sveta – omogućile su da nastavimo da podržavamo lokalne zajednice, uprkos nepredviđenim globalnim izazovima. Samo zajedno, kroz podršku, možemo učiniti da svet u kome živimo bude bolje mesto i nama i generacijama koje dolaze.

ODRŽIVO ZA NAŠU PLANETU

Podrška i odgovornost nemaju cenu

Prepoznavanje odgovornosti prema društvu i okolini, pored ispunjavanja osnovnih poslovnih ciljeva, ključna je odlika uspješnih kompanija u modernim vremenima. Jedno bez drugog ne ide, što pokazuje i pozitivan trend povećanja angažovanja kompanija na ovom polju. Potreba i istinska želja da daju svoj doprinos u izazovnim vremenima, velike odgovorne kompanije svrstava u važne pokretače društvenih promena, koje ujedno postavljaju visoke standarde i doprinose realnoj promeni.

Kompanija Mercator-S iz godine u godinu potvrđuje epitet koji je verno prati, epitet društveno odgovornog lidera i to kroz različite kampanje – one koje u kontinuitetu sprovodi godinama i vremenom ih nadograđuje osluškajući potrebe društva i okoline i one nove, sasvim inovativne, koje dodatno proširuju spektar delovanja i pružanja doprinosa. U svoje strateške ciljeve kompanija Mercator-S uključuje i moralnu i etičku obavezu kako prema svim svojim zaposlenima, tako i prema zajednici, klijentima, ali i okolini.



Nema cenu, foto Stefan Simonović

Samo na taj način rezultati mogu da se prate i samo na taj način promena je sasvim vidljiva i osetna. Istrajnost i realno osluškivanje planete, doprineli su da nastanu projekti o kojima se godinama priča i u kojima, na naše veliko zadovoljstvo, pored spoljnih saradnika učestvuju i svi naši zaposleni sasvim dobrovoljno i sa velikim entuzijazmom. Ostvarili smo ono o čemu maštaju sve velike kompanije, a to je da su naši najbolji ambasadori upravo naši zaposleni, sa kojima zajedničkim snagama doprinosimo stvaranju jednog lepšeg sveta za sve nas.



U NAŠEM SVETU ZDRAVLJE NEMA CENU – PRIKUPILI SMO MILION DINARA ZA BORBU PROTIV RAKA DOJKE

Blizu 70% zaposlenih u Mercator-S timu i preko 70% kupaca u Idea, Roda i Mercator prodavnicama čine žene. Poštovanje prema svim tim ženama iskazujemo na različite načine, međutim, ovog puta Mercator-S je otišao korak dalje, verno prateći svoj strateški pravac i afirmišući se kao caregiver. U oktobru, mesecu borbe protiv raka dojke, javnosti smo predstavili projekat NEMA CENU. U najprometnijim prodavnicama kupcima smo ponudili kupovinu dve jabuke, koje nemaju cenu, ali mnogo vrede. Vrednosni iznos od tri ponuđene opcije birali su sami kupci. O uspešnosti ove kampanje govore podaci da je za samo dve nedelje prikupljen iznos od gotovo milion dinara, koji će biti preusmeren Društvu za borbu protiv raka. Važnost ove kampanje prepoznalo je i Ministarstvo zdravlja, te je prve jabuke kupila upravo ministarka dr Danica Grujičić. Ovom akcijom poručujemo svim ženama koje se bore sa najopasnijim bolestima da nisu same i da se pridružujemo njihovoj borbi u želji da svi zajedno izađemo iz nje kao pobednici.



Novogodišnji Mercator-S karavan

IDEA NOVOGODIŠNJI KARAVAN SVAKE GODINE PODELI PREKO 5.000 PAKETIĆA

Već osam dugih godina kroz Novogodišnji karavan donosimo čaroliju onima kojima je najviše potrebna. Tokom decembra budimo novogodišnji duh, kroz najlepši karavan koji prolazi Srbijom. Ukrašeni kamioni, prepuni paketića sa proizvodima iz naših prodavnica, kreću put mališana koji, nažalost, praznike ne provode u svojim domovima. Tokom decembra naš karavan i Deda Mraz posete čak 50 dečijih bolnica, domova za nezbrinutu decu i drugih dečijih institucija i podele više od 5.000 paketića. Kada pomnožimo to sa osam godina, dobijemo rezultat od milion osmeha, poneku suzu radosnicu i pregršt zadovoljstva što svi zajedno učestvujemo u akcijama koje vraćaju nadu. Odgovornost kompanije Mercator-S je da u skladu sa svojim mogućnostima maksimalno doprinese i to se i te kako prepoznaje, imajući u vidu da je IDEA Novogodišnji karavan prošle godine osvojio priznanje „Kampanja sa svrhom“.

HUMANOST NA DELU – FONDACIJA SOLIDARNOSTI DOSTIGLA REKORDAN IZNOS DONACIJA

Da sve što radimo ima neku višu svrhu, dokaz je i funkcionisanje naše Fondacije solidarnosti, koja postoji još od 2012. godine. Već više od 11 godina prikupljamo sredstva i pružamo materijalnu pomoć zaposlenima i članovima njihove uže porodice, koji se nalaze u nepredviđenim i teškim životnim situacijama. Izuzetno smo ponosni na činjenicu da je prošlog decembra naša Fondacija dostigla rekordan iznos donacija zaposlenih od gotovo milion dinara. A celu lavinu dobrih dela pokrenuo je naš kolega Jovan Milošev, koji je četiri meseca, sasvim u tajnosti crtao više od 350 portreta zaposlenih. Na jedan dan hodnici naše kompanije



Čuvamo životnu sredinu, foto Stefan Simonović

pretvoreni su u divnu galeriju humanosti i kreativnosti, i svi portreti otkupljeni su dobrovoljnim donacijama zaposlenih u istom danu. Iako projekat internih komunikacija, ovo dobro

delo odjeknulo je u skoro svim medijima i javnosti. Magazin BizLife proglasio je Jovana za najkolegu u prethodnoj godini, a na konferenciji KAKTUS, Jovanovi portreti osvojili su veliko priznanje – nagradu za najbolji projekat internih komunikacija u Srbiji. Upravo zbog svih naših kolega sa velikim srcem, tokom prethodnih 10 godina isplatili smo preko 66 miliona dinara pomoći zaposlenima, koji su se našli u nekim teškim životnim situacijama.

ČUVAMO ŽIVOTNU SREDINU TRANSFORMISANJEM OTPADA U DRAGOCENI RESURS

Kako bismo maksimalno doprineli zaštiti i očuvanju životne sredine pre nešto više od godinu dana pokrenuli smo revolucionarni projekat kompostiranja. Glavni cilj je bio transformacija voća i povrća isteklog roka u kompost. Pilot-projekat je započet u 16 odabranih prodavnica, a



Jovan Milošev - Fondacija solidarnosti

OVE GODINE NA KONKURS „UKUSI O KOJIMA ĆE SE PRIČATI“ PRIJAVILA SU SE ČAK 63 MALA PROIZVOĐAČA IZ SRBIJE, SA NOVIH 96 PROIZVODA

tokom samo godinu dana kompostirali smo više od 35 tona organskog otpada i dobili šest tona komposta. Godišnjicu ovog korisnog projekta obeležili smo u jednoj osnovnoj školi u Beogradu, gde je kompanija Mercator-S zajedno sa saradnicima održala eko-predavanje svim odeljenjima četvrtoeg razreda i donirala tri kompostera. Sa željom da i kod drugih probudimo svest o tome da svi jednako možemo da doprinosimo očuvanju životne sredine, kompanija Mercator-S će nastaviti da se bavi ovom temom i da bude primer dobre prakse.

OD PRVE PAMETNE PRESE DO 40.000 RECIKLIRANIH LIMENKI

Sa željom da nijedan segment ne bude zapostavljen, kompanija Mercator-S je od 2021. godine postavila pametne prese za reciklažu limenki u 10 odabranih IDEA i Roda prodavnica, u Beogradu i Zrenjaninu. Kako bismo motivisali građane da se u velikom broju uključe u ovu akciju, naša kompanija pripremila je odlične popuste kao nagradu svima onima koji recikliraju. Od prve postavljene prese do danas, kada ih ima 10 u našim prodavnicama, reciklirali smo više od 44.000 limenki. Ova pametna presa smanjuje zapreminu otpada za 90% u odnosu na početno stanje, te je naš udeo u zaštiti životne sredine kada uzmemo u obzir koliko je limenki reciklirano – i te kako primetan.

RECIKLOPEDIJA – EDUKACIJOM DO SREĆNIJE PLANETE

U borbi za očuvanje naše planete nismo sami i svesni smo činjenice da svi zajedno moramo da delujemo kako bismo napravili promenu. Zato je Mercator-S pokrenuo portal pod nazivom Reciklopedija, idealno mesto gde možemo pročitati mnogo korisnih i praktičnih saveta u vezi sa očuvanjem planete. Na ovom virtuelno-edukativnom mestu okupili smo zajednicu od preko 50.000 posetilaca. Raduje nas angažovanost ljudi i njihova želja da doprinesu, a to pokazuju i egzaktni podaci, odnosno činjenice da je Reciklopedija priručnik skinulo više od 2.000 ljudi, a na društvenim mrežama dopreli smo do 950.000 ljudi.

Više od milion pregleda imali su videi sa influencersima, koji su promovisali ovu platformu. Sa ponosom možemo da kažemo da je kompanija Mercator-S postala partner projekta „Empowering the Central and Eastern European Countries to Develop Bioeconomy Strategies and Action Plans (CEE2ACT)“.

JAČAMO PARTNERSTVA SA DOMAĆIM PROIZVOĐAČIMA

U srži našeg strateškog delovanja jeste i podrška domaćim proizvođačima, sa kojima iz godine u godinu jačamo partnerstvo kroz projekat „Ukusi moća kraja“. Ove godine na konkurs „Ukusi o kojima će se pričati“ prijavila su se čak 63 mala proizvođača iz Srbije, sa novih 96 proizvoda. Brend UMK, na koji smo veoma ponosni, čini nekoliko stotina najkvalitetnijih tradicionalnih srpskih proizvoda sa 100% sirovinama iz Srbije, a ove godine brend je zabeležio rast od preko 20%. Obeležje „Čuvarkuća“ dokazuje autentičnost proizvoda, a veliko interesovanje kupaca za ovaj brend direktno utiče na razvoj domaće privrede.

PODRŽAVAMO DOBRA DELA, KORISNE IDEJE I DRUŠTVENO ODGOVORNE KAMPANJE

Kompanija Mercator-S podržava sve korisne ideje i dobra dela, razvoj talenata i inspirativne ideje. Tako su IDEA i Novosadska biciklistička inicijativa ove godine obeležile Svetski dan bicikala zajedničkom vožnjom kroz Novi Sad i edukativnim i zabavnim radionicama u vezi sa bezbednošću dece u saobraćaju. Kontinuirano brinemo o našim najmlađima, tako da je IDEA i ove godine tradicionalno bila donator Zmajevih dečijih igara, najstarijeg dečijeg festivala na Balkanu. IDEA je podržala i NEO festival, muzički program koji afirmiše novosadske rok talente i promovise pozitivne modele u zajednici. Još jedna u nizu saradnji na koju smo ponosni je kampanja pod nazivom „Beograd se voli drvećem“, koji su pokrenuli kompanija Mercator i Essity, kako bi prikupili sredstva za obnovu dela Botaničke bašte Jevremovac. Na ovaj način Mercator će direktno doprineti pošumljavanju jedne od najzaagađenijih ulica u Beogradu, a ideja je da se zasadi preko 400 autohtonih vrsta.

Nastavićemo i dalje da organizujemo, podržavamo i unapređujemo sve naše aktuelne projekte sa ciljem da pomognemo društvu i okolini i održimo savršenu ravnotežu između poslovnih ciljeva i doprinosa planeti.

LJUDI, INTEGRITET, UČINAK I INOVATIVNOST

Verujemo da građani u nama prepoznaju partnera koji je spreman da u svoje ciljeve uključi i interese i potrebe zajednice u kojoj posluje

Moravacem je deo vodeće globalne grupe CRH – jednog od najvećih proizvođača građevinskih materijala u svetu. CRH zapošljava 75.800 ljudi na oko 3.160 lokacija širom sveta, a posluje u 29 zemalja. CRH je najveći proizvođač građevinskog materijala u Severnoj Americi, regionalni lider u Evropi i zauzima stratešku poziciju u Aziji

Cementara **Moravacem** smeštena je u centralnoj Srbiji, u selu Popovac, blizu Paraćina, 170 km južno od Beograda. Godišnji kapacitet cementare iznosi 1.350.000 tona cementa i veziva. U tri fabrike betona pored Beograda, u Krnjači, Dobanovcima i Zemunu, proizvodimo i prodajemo različite vrste visokokvalitetnog betona sa različitim klasama čvrstoće. Poseban sektor u Moravacemu, organizovan u okviru ćerke firme Sapphire, ima dugogodišnje iskustvo u tretmanu i proizvodnji alternativnih goriva iz sortiranog komunalnog otpada.

STRATEGIJA ODRŽIVOSTI

Kompanija Moravacem postavila je održivost u središte svoje strategije i poslovnog modela i posvećena je odgovornom i etičkom upravljanju svim aspektima poslovanja koji se odnose na sve zainteresovane strane. Obavezali smo se da radimo sa svim našim strateškim partnerima na izgradnji i održavanju odnosa međusobnog poštovanja i poverenja. Naš cilj je da doprinesemo poboljšanju kvaliteta života naših zaposlenih, njihovih porodica i zajednica u blizini naših postrojenja.



CILJEVI I PRIORITETI

Naša svrha kao kompanije je ono zbog čega postojimo, što nas inspiriše i motiviše da isporučujemo vrednosti i stvaramo održiva rešenja za našu planetu i ljude. Da bismo to ostvarili rukovodimo se principima i vrednostima koji su nama najvažniji: ljudi, integritet, učinak i inovativnost. Strategija društveno odgovornog poslovanja predstavlja krovni dokument koji obuhvata sve aspekte poslovanja, povezuje svrhu i vrednosti kompanije sa prioritarnim oblastima angažovanja, definiše teritorijalni fokus, kao i zainteresovane strane. Strategijom su definisane glavne oblasti delovanja i sprovođenja društveno odgovornih inicijativa u cilju održivog poslovanja:

- Edukacija i razvoj;
- Zdravlje i bezbednost;
- Životna sredina i održivost;
- Rešenja (podrška rešenjima za građevinu);
- Inkluzija i različitost

Kako je strategija usmerena pre svega na ciljeve i mehanizme angažovanja u lokalnoj zajednici u Popovcu i Paraćinu, verujemo da građani u nama već prepoznaju partnera koji je spreman da u svoje ciljeve uključi i interese i potrebe zajednice u kojoj posluje.

DRUŠTVENA ODGOVORNOST

Kompanija Moravacem sprovodi brojne projekte i akcije u cilju održavanja aktivnog dijaloga sa svim interesnim grupama kao partner od poverenja. Na redovnim godišnjim sastancima (Community Advisory Panel - CAP), koji se organizuju dva puta u toku godine, sa predstavnicima lokalne zajednice, menadžment kompanije dobija najznačajnije povratne informacije, kao i predloge inicijativa od strane lokalne zajednice za unapređenje kvaliteta života meštana, koji se dalje razmatraju i sprovode, ukoliko su usklađeni sa kompanijskim strateškim planovima i ciljevima. Cementara u Popovcu je tri puta bila dobitnik prestižne nacionalne nagrade „Virtus“ za doprinos razvoju lokalne zajednice, za 2018, 2011. i 2007. godinu. Ova nagrada predstavlja priznanje koje se dodeljuje kompanijama koje ulažu u opšte dobro i koje daju značajan doprinos razvoju filantropije u svojim lokalnim zajednicama.

CEMENTARA U POPOVCU JE TRI PUTA BILA DOBITNIK PRESTIŽNE NACIONALNE NAGRADE „VIRTUS“ ZA DOPRINOS RAZVOJU LOKALNE ZAJEDNICE, ZA 2018, 2011. I 2007. GODINU



Partnerstvo za budućnost

Već četrnaest godina zaredom Moravacem organizuje konkurs „Partnerstvo za budućnost“ sa ciljem da podrži različite inicijative u funkciji razvoja iz oblasti koje kompanija strateški podržava, a to su: edukacija dece i mladih; inicijative vezane za unapređenje životne sredine i rešenja koja doprinose poboljšanju nivoa kvaliteta života meštana iz lokalne zajednice Popovac i neposredne okoline. Konkursom se nagrađuju nevladine organizacije, udruženja građana i institucije registrovane na teritoriji opštine Paraćin.



125 godina cementare u Popovcu

Ove godine obeležili smo „Dan kompanije“, tj. 125 godina postojanja cementare u Popovcu i tom prilikom pozvali sve naše zaposlene, njihove porodice, poslovne partnere, predstavnike lokalne i mesne zajednice, da svi zajedno, u jednoj neformalnoj atmosferi, provedemo dan u fabrici. Tom prilikom potpisan je Memorandum o saradnji sa predsednikom opštine Paraćin i zvanično su predati sportski tereni koji se nalaze u blizini fabrike - mesnoj zajednici Popovac, na korišćenje.

Eko-dan

Svake godine u fabrici organizujemo „Eko-dan“ – dan kada zovemo u posetu naše najmlađe komšije i sprovodimo različite eko-aktivnosti i radionice vezana za oblast životne sredine. Ove godine „Eko-dan“ je uključivao sadnju 150 stabala unutar fabričkog kruga. Pozvali smo čak i iz osnovnih škola „Branko Radičević“ u Popovcu i „Radoje Domanović“ u Paraćinu, da zajedno sa našim zaposlenima i predstavnicima lokalne zajednice posadimo stabla. Svako



OVE GODINE „EKO-DAN“ JE UKLJUČIVAO SADNJU 150 STABALA UNUTAR FABRIČKOG KRUGA

drvo obeležili smo pločicama sa imenom i prezimenom osobe koja ga je posadila, i na taj način omogućili da svako ko je učestvovao u ovoj akciji „ima svoje drvo“, koje će nastaviti da raste i pruža zdravlje, lepotu i hlad budućim generacijama.

PODRŠKA INOVACIONOM STARTAP CENTRU

Značajnu saradnju uspostavili smo sa Regionalnim inovacionim startap centrom (RISC) u Paraćinu, čiji je cilj da na lokalu kreira povoljno poslovno okruženje za pokretanje inovacionih biznisa. Podržavajući inovacioni startap centar, naša kompanija daje vetar u leđa i podršku mladima na lokalu koji žele da se dodatno edukuju, realizuju nove poslovne ideje i inicijative, učestvuju u konferencijama i predavanjima na razne teme iz oblasti ekologije, biznisa, nauke, IT-ja i sl. Prošle godine naša kompanija je u



RISC-u organizovala konferenciju sa temom „Upotreba alternativnih goriva u cementnoj industriji“. Cilj ovog edukativnog panela, na kome su učestvovali eminentni stručnjaci iz svojih oblasti, bio je da ukaže na činjenicu da cementna industrija može puno da pomogne u upravljanju otpadom, kako lokalnim samoupravama, tako i industriji u Srbiji. Želeli smo da se ovim događajem dodatno unapredi komunikacija između svih učesnika i zainteresovanih strana, pokaže transparentnost i otvorenost u poslovanju, a samim tim i odgovornost prema lokalnoj zajednici i društvu.

FONDACIJA MOZZART HUMANOST ŠIRI SRCEM

Pomoć je i ove godine stigla do brojnih pojedinaca, zdravstvenih i kulturnih ustanova, humanitarnih organizacija, sportskih kolektiva, ekoloških udruženja...

Tradicija društveno odgovornog rada i humanosti, po čemu je kompanija Mozzart poznata duže od dve decenije, početkom godine nastavljena je kroz Fondaciju Mozzart. Uz asistenciju ove fondacije pomoć je i ove godine stigla do brojnih pojedinaca, zdravstvenih i kulturnih ustanova, humanitarnih organizacija, sportskih kolektiva, ekoloških udruženja...

Započet je let kroz Srbiju sa humanitarnim muzičkim karavanom „Sa Mozartom na krilima muzike“, otvorene su prve Mozzart EKO teretane, ali i nastavljeno sa stalnim akcijama po kojima je kompanija Mozzart prepoznatljiva godinama.

ZDRAVSTVO

Pomoć zdravstvu započeta je početkom godine potpisivanjem protokola o saradnji Fondacije Mozzart i Ministarstva zdravlja. Od tada su realizovane brojne

POMOĆ ZDRAVSTVU ZAPOČETA JE POČETKOM GODINE POTPISIVANJEM PROTOKOLA O SARADNJI FONDACIJE MOZZART I MINISTARSTVA ZDRAVLJA. OD TADA SU REALIZOVANE BROJNE DONACIJE ZDRAVSTVENIM USTANOVAMA

donacije zdravstvenim ustanovama širom Srbije. Računarska oprema stigla je u Univerzitetski klinički centra u Krajujvcu, Odeljenje za neonatologiju Opšte bolnice u Subotici dobilo je medicinsku opremu koja im je olakšala rad i brigu o novim životima, studentska poliklinika u Beogradu EKG uređaj, a na adrese porodilišta Opšte bolnice u Paraćinu i Prokuplju stigli su novi inkubatori. Klinika za dečju hirurgiju Instituta za zdravstvenu zaštitu majke i deteta Srbije „Dr Vukan Čupić“ dobila je revolucionarni sistem za transplantaciju kože koji značajno olakšava lečenje dece sa teškim opekotinama, dok novo sanitetsko vozilo sada na vreme stiže do svakog od 86 sela u opštini Knjaževac. Stolica za biopsiju stigla je u KC Niš, a ginekološka u Onkološki dispanzer u Čačku. Dom zdravlja Savski venac dobio je ultrazvučni aparat za pregled kukova kod beba.



EKOLOGIJA

Jedinstvene EKO teretane napravljene od drveta izvučenog iz reka otvorene su na Zlatiboru i u Sokobanji uz podršku Fondacije Mozzart. Inovativni ekološki projekat započet je u aprilu kada su iz Save izvađena stabla koja su potom sušena, polumašinski obrađena i iskorišćena za izradu potpuno ekološke zone za rekreaciju na svežem vazduhu. Spajajući ljubav prema sporta i ekologiji, Fondacija Mozzart podržala je Invictus Challenge OCR trke. U saradnji sa prijateljima iz humanitarno-ekološke organizacije „Čepom do osmeha“, Mozzartov tim „Nepobedivi“ na Petrovaradinu napravio je jedinstveni mozaik od čepova, na Štrandu su sakupljali majice za reciklažu, a zajedničkim snagama reciklirali su pet ambalažu i limenke u Vrdniku za još zeleniju Frušku goru. Nije zaboravljeno ni Potpečko jezero, gde je Fondacija Mozzart učestvovala u akcijama čišćenja u januaru i martu, zatim je sve to ponovljeno na Limskoj regati koja je ove godine održana pod nazivom Mozzart EKO regata, prvi put sa imenom neke kompanije u svom zvaničnom nazivu.

SPORT

Čuvena akcija kompanije Mozzart „Sto terena za jednu igru“ polako se približava velikoj završnici, a u ovoj godini obnovljena igrališta u Beogradu otvorena su u čast Marka Kešelja i legendarnog Aleksandra Saše Đorđevića, dok je teren u Čačku posvećen omiljenom nastavniku fizičkog Agatonu Čakajcu. Podržana je i humanitarna utakmica „Fondacija Mozzart Koš za sreću“ koja je i ove godine okupila veliki broj poznatih ličnosti i publike, a svi su igrali za isti cilj – novi dom porodice Rajković. U

Krajujvcu je organizovan još jedan Mozzart dijabetes kup koji je okupio veliki broj takmičara i posetilaca koji su obavili besplatne zdravstvene preglede. Nagrađivani su igrači kola i meseca Mozzart Bet Superlige koji su potom novac donirali u humanitarne svrhe. Ni ove godine nisu zaboravljeni najmlađi, koji su uz podršku Fondacije Mozzart besplatno trenirali košarku i tenis na Zlatiboru. Od Subotice do Vlasotinca organizovani su brojni letnji turniri uz gromoglasnu podršku Fondacije Mozzart.



STRUJU ŠTEDI DA HUMANOST VIŠE VREDI

U saradnji sa Ministarstvom rudarstva i energetike Fondacija Mozzart organizovala je jedinstveno nagradno takmičenje „Struju štedi da humanost više vredi“. Najviše sreće u borbi za glavnu nagradu Fiat 500 hibrid imala je Jela Čabrilo iz Vajske, kojoj je ključeve automobila uručila ministarka Dubravka Đedović. Posebnu vrednost ovoj akciji dao je humanitarni karakter, jer je prikupljeno oko tri miliona dinara za izgradnju solarne elektrane u osnovnoj školi u Valjevu.





SVAKI POEN VREDI VIŠE

Tokom Mundobasketa u Manili Fondacija Mozzart bodrila je naše momke i navijala za svaki njihov poen koji je nagrađivala kroz akciju „Svaki poen vredi više“. Brojke kažu da su „orlovi“ u Manili postigli 761 poen i ubacili 80 trojki, a Fondacija Mozzart je za razvoj školskog sporta izdvojila 1.913.000 dinara. Deo opreme stigao je i u osnovne škole naših reprezentativaca, a mališane u Čačku, Zrenjaninu i Bratuncu posebno je obradovala činjenica da su na uručenjima bili lokalni heroji – Aleksa Avramović, Dejan Davidovac i Boriša Simanić.



KULTURA

Humanitarni muzički karavan „Sa Mozartom na krilima muzike“ svoj let kroz Srbiju započeo je iz Beograda, a pijanista Stefan Đoković izmamio je ovacije i u Loznici, Nišu, Valjevu, Kragujevcu, Požarevcu, Čačku, Priboju, Vrnjačkoj Banji, Subotici i Zaječaru. Sav prihod od kupovine karata bio je namenjen ustanovama kulture u kojima

su se koncerti održavali. Fondacija Mozzart podržala je ovogodišnji FEST, manifestacije Jazz in the garden i Nisville Jazz Festival. Nastavljena je i saradnja sa Beogradskim dramskim pozorištem, sa kojim je ranije potpisan protokol o saradnji. Na inicijativu Fondacije Mozzart snimljen je dokumentarni film „Kako smo zavoleli basket“, koji je osvojio simpatije ljubitelja košarke, ali i nagradu za najbolji srednjemetražni film u konkurenciji sedam ostvarenja na Međunarodnom festivalu sportsko-dokumentarnog filma na Zlatiboru.



RUKAVICA ZA SLEPE

Revolucionarna rukavica za slepe, multifunkcionalno pomagalo jedinstveno na celom svetu, stigla je do svojih prvih korisnika zahvaljujući Fondaciji Mozzart koja je, u saradnji sa Savezom slepih Srbije, ovaj uređaj učinila dostupnim za 50 slepih i slabovidih osoba u našoj zemlji. Rukavica koju su osmislili mladi inovatori iz „Anoris tehnolođži“ prepoznaje boje, novčanice i predmete na određenoj udaljenosti, a pruža i mogućnost osobi koja je nosi da pošalje lokaciju u slučaju da zaluta. Minimalističkog je dizajna, napravljena od kvalitetnog materijala, ima baterije, integrisan zvučnik i može da se puni.

PODRŠKA UDRUŽENJIMA

Humanost nije izostala ni na sportskim događajima, pa je Fondacija Mozzart na utakmicama KK Partizan Mozzart Bet u okviru Evrolige, kroz humanitarno takmičenje u šutiranju trojki, donirala gotovo 30.000 evra za lečenje dece, pomoć udruženjima i opremanje zdravstvenih ustanova. Mališanima iz Doma za porodični smeštaj i usvojenje u Miloševcu donirani su uskršnji paketići u saradnji sa Ministarstvom za brigu o porodici i demografiju. Pomoć

je stigla i na adresu Banke hrane Vojvodine, fondacije Budi human i udruženju Budimo zajedno. Nastavljena je i saradnja sa kafićem Zvuci srca, koji su svakog poslednjeg petka u mesecu bili domaćini u Mozzartovoj centrali.



RODNA RAVNOPRavnOST

Početak godine nastavljena je akcija ekonomskog osnaživanja žena žrtava nasilja u okviru koje su štitenicama Sigurnih kuća u Beogradu, Pančevu, Zrenjaninu, Novom Sadu, Sremskoj Mitrovici, Nišu i Vranju poklonjeni onlajn umetnički kursevi. Fondacija Mozzart žrtve nasilja nije zaboravila ni na Međunarodni dan žena kada su na adrese Sigurnih kuća u Beogradu, Pančevu, Vranju, Sremskoj Mitrovici i Zrenjaninu stigli vredni pokloni – nameštaj, bela tehnika, mali kućni aparati, šerpe, escajg, tanjiri i kozmetički paketi.



OBRAZOVANJE I TALENTI

Fondacija Mozzart je nastavila sa programom podrške mladim talentima. Pomoć je stigla za trinaestogodišnjeg

tekvondistu Nikolu Kiša, koji je ukazano poverenje opravdao kada je njegov tim nedavno osvojio titulu najboljeg muškog kadetskog tima u Srbiji, kao i za teniserku Petru Drezgić. Započet je još jedan ciklus projekta Univerzum, u okviru kojeg su mladi startapi dobili priliku da usavrše svoje ideje, a najbolju je kompanija Mozzart nagradila sa 20.000 evra.

MOZZART U SVETU

Iako na tržištu Kenije posluje tek nešto duže od pet godina, društveno odgovornim radom i snažnom podrškom zdravstvenom sistemu kompanija Mozzart već je ostavila dubok trag u ovoj afričkoj zemlji. Inkubatori, sterilizatori, kreveti, ekrani za praćenje stanja pacijenata, boce za kiseonik samo su deo opreme koju je Mozzart donirao bolnicama u Najrobiju i okolini. Osim vrednih donacija bolnicama, kompanija Mozzart svoj trag širom Kenije ispisuje akcijom „Sto bunara za naše zajednice“ u okviru koje je do sada pijaču vodu dobilo 13 okruga.



NAGRADE I PRIZNANJA

U okviru tradicionalne akcije „Najplemenitiji podvig“, koju Večernje novosti organizuju već 60 godina uzastopno, prvi put su za humanost nagrađene i izabrane kompanije, a ne samo pojedinci. Kompanija Mozzart dobila je plaketu za dugogodišnji humanitarni rad. Priznanje je stiglo i od Diplomacy&Commerce za doprinos razvoju civilnog društva kroz akciju „Sto bunara za naše zajednice“ u Keniji. Poslednje u nizu priznanja za kompaniju Mozzart stiglo je od Vojske Srbije u vidu plakete za dugogodišnju podršku vojnom sportu.

PIONIRI ZELENE GRADNJE U SKLADU SA SVETSKIM TRENDOVIMA

Kompanija MPC Properties je razvila sveobuhvatnu društveno odgovornu strategiju u skladu sa ESG ciljevima koji su implementirani u kompanijske procedure, polise i kompanijsku kulturu

MPC Properties je lider na tržištu komercijalnih nekretnina u regionu južnoistočne Evrope. Naš pionirski pristup na tržištu se ogleda u anticipiranju rizika i kreiranju mogućnosti, uz praćenje i integrisanje svetskih trendova i dobrih praksi u poslovanje kompanije. Kompanija trenutno u svom portfoliju poseduje šest poslovnih objekata i šest šoping centara, koji su smešteni na centralnim gradskim lokacijama. U okviru office portfolija kompanije nalaze se UŠĆE Tower One, UŠĆE Tower Two, Navigator Business Centri 1 i 2, TLD Beigrade i Plaza Prima poslovni centri, dok retail mrežu kompanije čine UŠĆE, BEO, Delta City i Mercator šoping centri, kao i Immo Outlet Centar i Kanem maloprodajni objekat u centralnoj pešačkoj zoni u Beogradu.

Kompanija MPC Properties je razvila sveobuhvatnu društveno odgovornu strategiju u skladu sa ESG ciljevima (Environmental, Social, Governance), koji su implementirani u kompanijske procedure, polise i kompanijsku kulturu.

PROJEKTI U SKLADU SA DEKLARACIJOM ZELENE AGENDE

Zeleni projekti predstavljaju primer implementacije inovativnih rešenja skaliranog procesa cirkularne ekonomije na mikronivou jedne zgrade i zatvorenih održivih rešenja na nivou objekta. Cilj takvog pristupa je sprovođenje projekata koji su u skladu sa Deklaracijom Zelene agende, a koji doprinose smanjenju emisije gasova sa efektom staklene bašte, očuvanju životne sredine i promovisanju novih, održivih rešenja i projekata.

MPC Properties se ne bavi samo izgradnjom objekata već i njihovim održavanjem i upravljanjem. S tim u vezi, MPC

Properties je značajno doprineo promociji i popularizaciji zelene gradnje tokom poslednjih 10 godina. UŠĆE Shopping Center je jedan od prvih i najvećih sertifikovanih šoping centara u regionu i Evropi, dok je Navigator Business kompleks projektovan i izgrađen u skladu sa prestižnim LEED Gold sertifikatom, a poslovni objekat UŠĆE Tower Two projektovan je i izgrađen u skladu sa BREEAM standardom. Postavljajući dobrobit svojih zaposlenih, zakupaca i posetilaca u prvi plan, MPC Properties je takođe prva kompanija u Srbiji koja je sertifikovana najprestižnijim „WELL Health-Safety“ sertifikatom za portfolio od osam poslovnih i maloprodajnih objekata, koji dodeljuje Međunarodni institut za ocenu kvaliteta boravka u zgradama (the International WELL Building Institute (IWBI)). U fokusu našeg poslovanja su zdravlje i bezbednost zaposlenih, korisnika i posetilaca naših objekata. Zbog toga nam je izuzetno važno da kvalitet naših zgrada i bezbednost boravka u njima, kao i komfor koji one pružaju budu na najvišem mogućem nivou. Nedavno je naša kompanija, prva u Srbiji i regionu, dobila GRESB sertifikat koji investitori koriste za razumevanje i merenje učinka sredstava i imovine u okviru RE industrije (peer comparison) u odnosu na najvažnije ESG metrike.

MPC ZELENI PROJEKTI

Na krovu UŠĆE Shopping Center-a trenutno je postavljena **solarna elektrana** snage 50kW na površini od 400 m². Proizvedena energija se koristi za punjače električnih vozila postavljenih u garaži centra, a planirana je montaža dodatnih solarnih panela i na krovu UŠĆE SC, kao i na krovovima svih drugih šoping centara koje kompanija ima u portfoliju.



BEO Shopping Center

Ukupna površina krovova na kojima se planiraju postavka solarnih elektrana iznosi 10.000 m², dok bi njihova godišnja proizvodnja električne energije iznosila oko 3.900 MWh. Inicijative kompanije MPC Properties za očuvanje biodiverziteta se ogledaju u primeni autohtonih bašta, u projektu urbanog pčelarstva, kao i kroz stimulisanje i promociju alternativnih vidova prevoza i primenu kompostiranja kao jedne od strategija upravljanja otpadom. Korišćenje autohtonih biljnih vrsta u skladu da prirodnim okruženjem i vegetacijom može značajno doprineti očuvanju staništa. Prilikom projektovanja zelenih površina na UŠĆE komercijalnom kompleksu, na površini od oko 20.000 m² je zasađeno više od 50 različitih vrsta zelenila, zatim drvoredne sadnice, veliko i nisko lišćarsko drveće, livadske biljne vrste, ukrasne trave, jednogodišnje i višegodišnje cvetne vrste, lukovice, puzavice i dr. Na ovaj način formirana su i staništa za različite životinjske vrste, a putem implemenetacije sistema navodnjavanja „kap po kap“ i primene senzora za kišu ostvareno je kontrolisano korišćenje vode.

MPC Properties promoviše i **alternativne vidove transporta**, pa tako podržava promociju i korišćenje eko-vozila. Kroz svoju poslovnu mrežu kompanija obezbeđuje vozačima električnih automobila, bicikala i trotineta adekvatne parking stanice sa punjačima, koje im omogućavaju udobnost i svu potrebnu infrastrukturu.





U MPC Properties portfoliju poslovnih objekata i šoping centara postoji ukupno 400 parking-mesta za bicikle, koji promovišu alternativne načine transporta i njihov doprinos čistijem vazduhu i zdravom načinu života. Takođe, MPC objekti broje 46 punjačkih mesta za električne automobile, a UŠĆE Shopping Center je prvi šoping centar na Balkanu sa BIKEEP parking stanicom sa punjačima za električne bicikle i trotinete. Ovakve stanice će do kraja 2023. godine biti pozicionirane i na svim drugim šoping centrima i poslovnim objektima u okviru MPC Properties portfolija. Veliku pažnju kompanija posvećuje **reciklaži i upravljanju otpadom**. Oko 312 t kartona i 12 t stakla se reciklira svake godine. Takođe, oko 480 m³ organske materije se pretvara u vredno đubrivo koje se dalje koristi na portfoliju. MPC strateško usmerenje na zelene inicijative koje imaju uticaj na dobrobit celokupne zajednice, potvrđuje i činjenica je ova kompanija prva na tržištu komercijalnih nekretnina uvela kompostiranje nabavkom kompost mašine koja se nalazi u sklopu UŠĆE kompleksa. Zahvaljujući njoj organski otpad generisan u



UŠĆE Shopping Center-u kao i na poslovnim zgradama UŠĆE Towers se pretvara u vredan kompost. Korišćenje komposta unapređuje plodnost zemljišta, pomaže da se zadrži njegova vlažnost, čime se pospešuju rast i razvoj biljaka. Primenom komposta smanjuje se i potreba za korišćenjem hemijskog đubriva, utiče se na smanjenje emisije gasova sa efektom staklene bašte i produžava se vek korišćenja deponija. Kompostiranje donosi inovaciju koja se ogleda u novom poslovnom modelu, a koji podrazumeva tretman otpada na mestu gde se i generiše. Važno je istaći da se ovaj proces na UŠĆE kompleksu odvija bez emisije metana, zapremina otpada se smanjuje za oko 85%, kao i emisija štetnih gasova prouzrokovana transportom i logistikom. Implementacijom održivih **zelenih krovnih bašta** MPC doprinosi čistijem vazduhu i zdravijem ekosistemu. Trenutno MPC poseduje zeleni krov na poslovnom centru Navigator Business Center 1, dok je na krovu UŠĆE SC planirana postavka zelenog krova površine oko 800 m² sa urbanim povrtnjakom koji će se navodnjavati kišnicom. Ugradnja ekstenzivnog zelenog krova sa integrisanim sistemom prikupljanja kišnice za potrebe zalivanja radi umanjenja efekta „toplotnog ostrva“ i emisije CO₂, i doprinosi unapređenju performansi objekta i produžava životni vek ravnog krova. Ova inovacija omogućava površinsko skladištenje kišnice koja bi zamenila rezervoare za kišnicu i doprinela umanjenju potrošnje vode. Paralelno sa postavkom zelenih krovova MPC je uveo i

OKO 312 T KARTONA I 12 T STAKLA SE RECIKLIRA SVAKE GODINE



urbano pčelarstvo postavkom 12 košnica koje se nalaze na krovovima UŠĆE Shopping Center-a i poslovnog centra Navigator Business Center 2, kao i u bašti ispred UŠĆE Towers poslovnog kompleksa. Pčele su jedan od najvitalnijih članova našeg ekosistema, odgovorne za oprašivanje biljaka koje čine značajan deo zaliha hrane i pomažu u kontroli erozije, obezbeđuju stanište životinja i povećavaju kiseonik uz istovremeno ublažavanje ugljen-dioksida. Projekat urbanog pčelarstva MPC Properties realizuje u saradnji sa Udruženjem MAD MED i Beogradskim udruženjem pčelara.

Kompanija je učestvovala na dva UNDP javna poziva za dekarbonizaciju privrede i smanjenje zagađenja životne sredine u okviru projekta „EU za Zelenu agendu Srbije“, i to sa solarnim elektranama na krovovima MPC šoping centara, gde je cilj da se proizvedena energija koristi za sopstvenu potrošnju i napajanje punjača za e-vozila, dok se drugi projekat odnosio na nabavku kompost mašine na UŠĆE komercijalnom kompleksu sa ciljem smanjenja korišćenja hemijskog, neorganskog đubriva, a čiju je subvenciju kompanija i ostvarila.

MPC DRUŠTVENA ODGOVORNOST I PROGRAM LOJALNOSTI

Pored posvećenosti zelenim projektima, MPC Properties je fokusiran i na stvaranje destinacija koje pružaju jedinstveno iskustvo svojim korisnicima. MPC upravo

veliku pažnju posvećuje **izgradnji snažne zajednice okupljene oko šoping centara i poslovnih zgrada kompanije**, kroz različite društveno odgovorne inicijative i marketinške aktivnosti, koje promovišu inkluziju, negovanje različitosti, promociju programa lojalnosti i brigu prema zajednici. Značajno mesto čine programi edukacije zajednice i opšte javnosti sa ciljem da se pokrenu važne debate i ljudi edukuju o zelenim temama, važnim društvenim pitanjima, ali i inspirišu na koji način mogu da unaprede svoje živote. Organizujemo eko-radionice za zaposlene koji rade u našim objektima i njihovu decu, gde imaju priliku da se edukuju o održivim principima, reciklaži, kompostiranju i urbanom pčelarstvu.

U septembru smo realizovali prvi UŠĆE EKO FEST 23 prilagođen svim generacijama. Obuhvatio je organizaciju različitih zelenih i interaktivnih radionica za decu, mlade i odrasle, počev od radionica reciklaže, urbanog pčelarstva do učenja o retkim biljkama, zatim organizaciju eko-vrtića, poseban kutak za relaksaciju uz jogu i meditaciju, ali i predavanja eminentnih stručnjaka iz domena ženskog zelenog preduzetništva, zdrave ishrane i klimatskih promena. Jedna od inovacija koju je kompanija sprovela je i lansiranje platforme lojalnosti - **mobilne aplikacije Tvoj Centar** koja je umrežila četiri šoping centra u vlasništvu kompanije: UŠĆE SC, BEO SC, Delta City i Mercator Centar. Cilj ove inovacije, koja prati dinamiku društvenih promena i tehnološke revolucije, jeste da donese autentično iskustvo posetiocima centara, a istovremeno poveća lojalnost kupaca.

U SRCU NAŠE POSLOVNE FILOZOFIJE JE PREDANOST ZAJEDNICI U KOJOJ RADIMO

Naša misija ide dalje od poslovnih uspeha – težimo stvaranju pozitivnih promena

U srcu poslovne filozofije kompanije Neoplanta leži duboko ukorenjena predanost zajednici u kojoj radimo i živimo. Kao lideri društvene odgovornosti, posvećeni smo unapređenju kvaliteta života u Novom Sadu kroz niz inicijativa koje pozitivno utiču na naše sugrađane, jer verujemo da uspešno poslovanje ide ruku pod ruku sa brigom o zajednici. I ove godine nastavili smo sa tradicionalnim angažovanjem kroz akcije i projekte kojima smo podržavali obrazovanje, kulturu, ekologiju. Sve ovo činimo sa ciljem da doprinesemo razvoju lokalne zajednice i unapređenju uslova života svima koji u Novom Sadu žive i da ga učinimo lepšim za sve goste našeg grada, čije ime ponosno nosimo.

Da bi naš doprinos zajednici bio potpun, kompanija Neoplanta konstantno radi i na unapređenju svojih procesa kako bi minimizovala uticaj na okolinu. Održivost je jedna od ključnih vrednosti koje nas inspirišu da kontinuirano radimo na smanjenju emisija i upotrebi obnovljivih izvora energije. „Naša posvećenost održivosti predstavlja jednu od osnovnih vrednosti koje nam daju vetar u leđa da konstantno napredujemo. Uvereni smo da je smanjenje emisija i prelazak na obnovljive izvore energije ključan korak ka očuvanju okoline za buduće generacije. Neumornim radom na unapređenju procesa, nastojimo da postignemo balans između naših poslovnih ciljeva i brige za životnu sredinu. Verujemo da je to put ka održivoj budućnosti i obavezujemo se da ćemo nastaviti da preduzimamo korake ka ostvarenju tog cilja“, kaže Aco Tomašević, direktor Neoplante.



Aco Tomašević, direktor Neoplante



Naša misija ide dalje od poslovnih uspeha – težimo stvaranju pozitivnih promena. Mi u Neoplanti ne samo da proizvodimo kao za svoju decu, mi nastojimo da i sve drugo što radimo - radimo baš kao za svoju decu. Partnerstva sa različitim organizacijama omogućavaju nam da zajedno

oblikujemo bolju budućnost za sve, jer verujemo u snagu zajedništva i zajedničkog delovanja. Kroz naše napore u društveno odgovornim akcijama, nastavljamo da budemo stub podrške, kako za Novi Sad, tako i za celu zajednicu, ističući se kao primer predane kompanije koja brižno gradi bolju budućnost za sve.

TRADICIONALNO OZELENJAVANJE GRADA

Ne samo da smo posvećeni poslovnim uspesima, već se posvećujemo i održivosti zajednice kroz konkretna delovanja. U 2023. godinu ušli smo bogatiji za 20 novih sadnica drveća, kao i za više od 30 sadnica ukrasnih biljaka, koje smo posadili na Štrandu, uz podršku JKP Zelenilo. Akciju ozelenjavanja kod Mosta slobode sproveli smo u cilju da meštanima i turistima pružimo hladovinu i u najtoplijim danima, istovremeno unapređujući estetiku i kvalitet životne sredine u našem gradu.



Volonterska akcija u Nacionalnom parku Fruška gora

Sadnja platana nastavak je prethodnih akcija kompanije Neoplanta, koja se i ranijih godina posvećivala ozelenjavanju i ulepšavanju grada.

NEO EKO AKCIJA – „FRUŠKA GORA ČISTA, DA ŠIROOKO BLISTA“

Pod sloganom „Fruška gora čista, da širooko blista“, u septembru smo organizovali veliku ekološku akciju čišćenja Fruške gore, kako bismo se pridružili globalnoj akciji „Očistimo svet“. Inicijativa je okupila zaposlene kompanije Neoplanta – sa kojima smo oformili klub NEO volontera, kao i predstavnike medija, koji su zajedno radili na uklanjanju otpada i smeća sa staza i prostora Nacionalnog parka podržavajući na taj način važnost zaštite prirode. Tokom akcije prikupljeno je 60 džakova smeća.

Ekološku akciju organizovali smo u cilju podrške i očuvanja Nacionalnog parka Fruška gora, čiji se čuvari svakodnevno susreću sa velikim izazovima zbog neodgovornog ponašanja prolaznika i izletnika, koji za sobom ostavljaju velike količine otpada.

„Fruška gora je posebno mesto za nas, Novosađane, i zbog toga smo ponosni što smo na ovaj način doprineli njenoj čistoći. Posebno smo ponosni na naše zaposlene, koji su sa svojim porodicama odvojili vreme za korisno i dobro delo. Inicijativa 'Fruška gora čista, da širooko blista' je deo naše šire misije kao odgovornih građana da ostavimo pozitivan uticaj na društvo i okolinu“, kaže Tomašević.

POSEBNA AKCIJA ZA MAJKE I BEBE

Uvereni smo da naš grad Novi Sad, kao i celokupan svet, zavisi od najmlađih generacija. Zbog toga, Neoplanta s predanošću posvećuje svoje vreme i resurse podmlatku,

„FRUŠKA GORA ČISTA, DA ŠIROOKO BLISTA“, U SEPTEMBRU SMO ORGANIZOVALI VELIKU EKOLOŠKU AKCIJU ČIŠĆENJA FRUŠKE GORE. INICIJATIVA JE OKUPILA ZAPOSLENE KOMPANIJE NEOPLANTA – SA KOJIMA SMO OFORMILI KLUB NEO VOLONTERA, KAO I PREDSTAVNIKE MEDIJA, KOJI SU ZAJEDNO RADILI NA UKLANJANJU OTPADA I SMEĆA

verujući u njihovu važnu ulogu u oblikovanju bolje budućnosti. Motivisani ovim osećajem, otpočeli smo godinu akcijom koja nas posebno čini ponosnima. Povodom rođendana Grada Novog Sada, u partnerstvu sa Fabrikom dečje hrane, članicom Nelt grupe, pripremili smo vredne poklone za sve majke i bebe rođene 1. februara u Betaniji. Ova inicijativa simbolizuje našu želju da podržimo roditelje i da pružimo podršku najmlađima od samog početka njihovog puta. Verujemo da ovakvi gestovi pokazuju roditeljima i deci da mogu računati na nas kao iskrenog prijatelja.

NAGRAĐUJEMO VREDNE ĐAKE

U skladu sa našom predanošću društvenoj odgovornosti, već treću godinu zaredom, Neoplanta je potvrdila svoju podršku najboljim učenicima osnovnih i srednjih škola Novog Sada. Verujemo da se trud, angažovanje i postignuća isplate i da ih treba nagradivati, stoga smo se odlučili za nagrade koje inspirišu održive načine života i prevoza i podstiču ekološku svest kod mladih. Najvrednijima smo uručili širooko bicikle, uz podršku kompanije Capriolo, kao nagradu za njihov izuzetan uspeh.

„Naš cilj je da motivišemo nove generacije da budu odgovorne prema okolini, te da razvijaju svest o ekologiji i održivosti već od najranijih godina. Kroz ovakve akcije, Neoplanta ističe važnost podrške obrazovanju i promovisanja zdravih životnih stilova, što je ključni korak ka izgradnji društva koje brine o budućnosti planete. Inicijativa je simbol naše predanosti ulaganju u obrazovanje mladih ljudi i istovremeno promoviše vrednosti ekološke svesti, čineći ih ključnim faktorom u oblikovanju budućnosti naše zajednice“, objašnjava direktor Neoplante.



UPOTREBA ZELENIH IZVORA ENERGIJE

U 2022. godini, kompaniji je dodeljena integrisana dozvola za prevenciju i kontrolu zagađenja životne sredine (IPPC), koja predstavlja najviši evropski standard u ovoj oblasti. Tome je prethodila izgradnja fabrike za prečišćavanje otpadnih voda u koju je investirano više od 2,5 miliona €, što je omogućilo da Neoplanta sad već godinama u kanal Dunav-Tisa-Dunav ispušta kristalno čistu vodu, značajno čistiju od one koja se u kanalu nalazi. Na ovaj način utičemo pozitivno na očuvanje biodiverziteta u kanalu, kao i na smanjenje emisije CO2.

Kao nastavak ulaganja u upotrebu zelenih izvora energije, ovu godinu posvetili smo ulaganju u solarnu elektranu vodeći se našim vrednostima koje su posvećene stalnom razvoju: „Uvek se pitaj šta i kako možeš uraditi bolje“ i „Ne čekaj promenu, pokreni je“. Zato mi konstantno pokrećemo pozitivne promene, a jedna od njih su i solarni paneli koji bi trebalo da obezbeđuju 30% godišnjih potreba Neoplante za električnom energijom. Investicija vredna blizu dva miliona evra biće veliki korak u upotrebi „zelenih energija“ čime će čitav proces proizvodnje u značajnoj meri biti oslonjen na ekološki prihvatljiv način rada.

ZDRAVSTVENO OSIGURANJE ZA ZAPOSLENE

Uz istinsku posvećenost brizi o zajednici, Neoplanta jednaku pažnju posvećuje i dobrobiti svojih zaposlenih. Ove godine smo za sve naše kolege obezbedili dodatno privatno zdravstveno osiguranje, čime smo im omogućili pristup širokom spektru privatnih klinika, domova zdravlja i laboratorija širom zemlje.

Osiguranje omogućava našim zaposlenima 24/7 pristup zdravstvenim uslugama, bržu i efikasniju zdravstvenu zaštitu kad god im je potrebna. Pružanjem ove vrste podrške, želimo da im obezbedimo osećaj sigurnosti i brige stvarajući okruženje u kojem se svaki pojedinac oseća podržano i važno, čineći ga ključnim delom našeg uspeha i poslovne zajednice.

OTVORENA VRATA HR ZA DECU ZAPOSLENIH

Kroz različite benefite i projekte okrenute zaposlenima i njihovim porodicama, kompanija nastoji da podigne kvalitet radnih uslova zaposlenih, ali i kvalitet njihovog života uopšte, sa posebnim akcentom na deci naših kolega. Pored toga što godinama podržavamo đake prvake, ali i brucose



na početku njihovog akademskog života, svesni izazova sa kojima se roditelji danas susreću i izazova koje imaju mladi, u 2023. godini smo rešili i da deci zaposlenih koja stupaju na tržište rada pružimo i dodatnu podršku.

Kao poslodavac koji je prošlu godinu završio sa priznanjem za najbolji proces selekcije prema istraživanju Infostuda, a u kom su učestvovali kandidati koji su prošli proces selekcije, pokrenuli smo projekat u okviru kog deca naših kolega mogu da iskuse kako izgleda poslovni intervju kroz simulaciju istog, kako mogu da unaprede svoj CV i dobiju praktične savete od strane HR profesionalaca. Cilj projekta je da deci zaposlenih pomognemo da se što bolje pripreme za tržište rada i da povećaju svoju uspešnost u procesu pronalazjenja posla.

„U svetlu svih inicijativa kompanije Neoplanta kao lidera društvene odgovornosti, jasno je da naša predanost prevazilazi granice poslovnog uspeha. Ugrađujući društvenu odgovornost u svaki segment našeg delovanja - od brige o zajednici, podrške obrazovanju mladih, pažnje prema okolini, do brige o zaposlenima - Neoplanta ne samo što gradi bolji Novi Sad i čitavu zajednicu u kojoj posluje, već i oblikuje put ka održivijoj i humanijoj budućnosti. Naše akcije nisu samo reči na papiru ili samo poslovni potezi, već su manifestacija naše vere u promene koje se dešavaju kada zajedno radimo na poboljšanju sveta oko nas. Ovo je samo početak - naša posvećenost društvenoj odgovornosti nastaviće da raste i razvija se, jer verujemo da je stvaranje pozitivnih promena u zajednici naša zajednička odgovornost“, kaže Tomašević.

I na kraju, kada se vreme i resursi posvete dobrobiti zajednice, rezultat nije samo u jačanju veza između ljudi, već i u stvaranju nečeg neizbrisivog - spomenika odlučnosti da budemo lideri društvene odgovornosti, šireći optimizam i inspiraciju gde god da krenemo.

ČVRSTO PARTNERSTVO SA ZAJEDNICOM JE OSNOVA ZA ODRŽIVU BUDUĆNOST

Kompanija NIS jedan je od vodećih socijalnih investitora u našoj zemlji, imajući u vidu da je od 2009. godine kroz različite društveno odgovorne programe u zajednicu uložila gotovo pet milijardi dinara. Ove godine, kompanija obeležava značajan jubilej – 15 godina postojanja svog najznačajnijeg društveno odgovornog programa „Zajednici zajedno“, koji predstavlja sjajan primer prakse u kojoj deceniju i po kompanija neгуje blisko partnerstvo sa lokalnim zajednicama u kojima posluje

Sprovođenjem društveno odgovornih projekata, kompanija NIS pokazuje da je vredan i odgovoran član zajednice u kojoj posluje i sa kojom već duги niz godina gradi i neгуje blisko partnerstvo.

Pod okriljem programa „Zajednici zajedno“ dugoročno doprinosi razvoju 13 partnerskih gradova i opština, u koje kontinuirano ulaže značajna sredstva u unapređenje ključnih oblasti za razvoj društva: obrazovanje i nauku, javno zdravlje i socijalnu zaštitu, ekologiju i zaštitu životne sredine, kulturu i sport. Program „Zajednici zajedno“ od svog osnivanja 2009. godine osluškuje potrebe građana i vođena time, za prethodnih deceniju i po sprovođenja Programa, kompanija NIS uložila je preko 1,7 milijardi dinara u realizaciju više od 1.000 projekata od značaja za razvoj društva u celini.

U 13 partnerskih gradova i opština, od Kanjiže do Niša, zahvaljujući ovom programu, između ostalog, unapređeni su uslovi za rad više od 180 obrazovnih ustanova, opremljeno su 45 bolnica i domova zdravlja, adaptirano preko 40 ustanova kulture, uređeno gotovo 150 dečjih igrališta, parkova, sportskih terena i objekata. Posebnost ovog programa ogleda se i u njegovom krajnjem cilju, a to je stvaranje boljeg i prosperitetnijeg okruženja za decu i mlade u našoj zemlji, što je i u skladu sa sloganom NIS-a, „Budućnost na delu“.



Ginekološko-akušerska klinika Narodni front, Beograd

RASTEMO I NAPREDUJEMO ZAJEDNO

U godini jubileja, „Zajednici zajedno“ partnerskim gradovima i opštinama donosi i rekordni godišnji iznos za podršku projektima u oblasti nauke i obrazovanja. Tako će kompanija NIS u novom ciklusu, koji realizuje u saradnji sa Ministarstvom prosvete i Ministarstvom nauke, tehnološkog razvoja i inovacija Republike Srbije, u razvoj nauke i obrazovanja u našoj zemlji uložiti čak 144,5 miliona



Predškolska ustanova „Moje detinjstvo“, vrtić „Kolibri“ u Čačku

dinara, sa namerom da sa jedne strane pruži doprinos unapređenju uslova za obrazovanje mladih u skladu sa savremenim modelima učenja, a da sa druge strane doprinese unapređenju uslova za rad naučnih ustanova, kako bi naučnici i naučnice u boljim uslovima razvijali svoje naučne potencijale.

Na nedavnom završenom konkursu programa „Zajednici zajedno“ izabrana su 54 projekta osnovnih i srednjih škola, kao i naučnoistraživačkih organizacija i naučno-tehnoloških parkova, koji će biti realizovani u Beogradu, Novom Sadu, Nišu, Čačku, Kikindi, Pančevu, Zrenjaninu, Požarevcu, Kanjiži, Srbobranu, Novom Bečeju, Žitištu i Velikom Gradištu.

ODRŽIVI RAZVOJ KAO IMPERATIV

Kompanija NIS je pionir kada je reč o izveštavanju o održivom razvoju, budući da je ove godine pod simboličnim sloganom „Naša održiva zajednica“ objavila 13. uzastopni, verifikovani Izveštaj o održivom razvoju, koji je pripremljen u skladu sa standardima vodeće organizacije u svetu u oblasti održivog poslovanja – Global Reporting Initiative

(GRI) i verifikovan od strane nezavisne revizorske kuće. Tradicionalnim objavljivanjem ovog izveštaja, kompanija na sveobuhvatan i transparentan način sve zainteresovane strane, između ostalog izveštava o aktivnostima kompanije na polju održivog razvoja, 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 izveštavanju prepoznaje 12 od 17 ovih ciljeva, čijem ostvarenju doprinosi svojim poslovanjem. „Održivi razvoj ne predstavlja samo strateško opredeljenje NIS-a, već i temeljnu praksu koju neprestano usavršavamo, kako bismo unapredili kvalitet života zajednice u kojoj poslujemo, a istovremeno razvili ljudske i očuvali prirodne resurse“, navode u kompaniji NIS.

HUMANOST NA DELU

Značajan i human segment društveno odgovornih aktivnosti, predstavljaju i volonterski projekti koje realizuje Klub volontera kompanije NIS. Kažu da dobar tim čini skup izvanrednih pojedinaca, a ukoliko u tu jednačinu dodamo



Volonterska akcija u Nacionalnom parku Fruška gora

kompaniju koja je spremna da podrži i motiviše pojedince koji se zarad dobrobiti drugih okupljaju oko iste ideje, dobijamo izuzetnu sinergiju u vidu snažnog i u kompaniji NIS veoma razvijenog korporativnog volonterizma. Klub volontera kompanije NIS osnovan je 2018. godine, i u godini u kojoj obeležava petogodišnjicu postojanja, broji gotovo 2.000 članova, što ga čini jedinstvenim i, sasvim moguće, najvećim korporativnim klubom volontera u našoj zemlji. Od svog osnivanja, Klub volontera realizovao je i podržao veliki broj humanitarnih aktivnosti i ekoloških inicijativa, koje su ostavile upečatljiv trag iza sebe. Vredni i solidarni članovi Kluba volontera kompanije NIS donirali su

više od 7.000 volonterskih sati za realizaciju čak 80 akcija širom naše Srbije. Svesni da su podrška, partnerstvo i solidarnost od izuzetnog značaja u svim sferama života, plemeniti članovi Kluba volontera, samo od početka 2023. godine, posvetili su zajednici više od 1.000 volonterskih sati, što je gotovo 42 dana.

Kao i prethodnih godina, volonterske aktivnosti bile su usmerene na ekološke inicijative, kao i brigu i podršku deci i mladima, naročito deci iz osetljivih kategorija, kroz unapređenje uslova za njihov boravak u okviru različitih ustanova i udruženja.

I ove godine, tradicionalno, po treći put je u kompaniji NIS realizovan interni volonterski konkurs, koji je sproveden pod nazivom „Mali koraci za velike osmehe“, putem kojeg zaposleni u kompaniji imaju priliku da nominuju svoje predloge za realizaciju projekata od značaja za lokalnu zajednicu u kojoj rade ili žive. U okviru ovogodišnjeg konkursa podržana su tri projekta, čijom realizacijom su vredni volonteri ulepšali svakodnevnicu mališana iz Bačkog Petrovca, Valjeva i Kuršumlje.

Da zaposleni u NIS-u misle o onima kojima je pomoć najpotrebnija, govori i podatak da je Klub dobrovoljnih



Volonterska akcija u Udruženju „Naši snovi“ u Valjevu

davalaca krvi kompanije uz podršku Kluba volontera, samo u toku ove godine, u pet gradova organizovao čak 14 akcija dobrovoljnog davanja krvi, tokom kojih je prikupljeno više od 450 jedinica krvi, čime su doprineli da se sačuva preko 450 života. Svesni da je u pojedinim kriznim situacijama transfuzija jedini i nezamenjivi lek u životnoj borbi, a da je jedini izvor ovakvog leka samo zdrav čovek, plemeniti zaposleni NIS-a kontinuirano i nesebično daju svoj doprinos stvaranju zaliha krvi, koja je od neprocenjivog značaja za ugrožene pacijente i rad transfuzioloških službi.

ZNANJE NAS POKREĆE

Više od 10 godina kompanija NIS putem programa „Energija znanja“ ostvaruje blisku saradnju sa obrazovnim institucijama u zemlji i inostranstvu, pružajući kontinuiran doprinos unapređenju obrazovnog sistema u Srbiji. Prepoznajući da su talentovani pojedinci energija koja kompaniju pokreće i vodi u nove uspehe, NIS je stipendirao više od 130 srpskih studenata u Srbiji i inostranstvu.

Podrška razvoju prirodnih nauka i učešće naših mladih talentovanih matematičara, fizičara i hemičara na domaćim i međunarodnim olimpijadama znanja je vrlo značajan segment, kako za kompaniju tako i za čitavo društvo. Uz podršku NIS-a naši najbolji matematičari, fizičari i hemičari sa međunarodnih olimpijada doneli su kući preko 100 medalja, ostvarivši veoma zapažene rezultate.

U okviru programa „Energija znanja“ NIS je uspostavio saradnju sa 11 univerziteta i više od 30 fakulteta u Srbiji i Ruskoj Federaciji, kao i četiri stručna naučna društva. Putem ovog programa opremljeno je više od 60 kabineta, laboratorija i učionica u školama i na fakultetima širom Srbije. Takođe program „Energija znanja“ svake godine

organizuje brojne studentske prakse, posete studenata i profesora kompaniji, ali se organizuju i gostujuća predavanja NIS-ovih stručnjaka.

Važno je napomenuti da je NIS prva kompanija nosilac najvišeg priznanja za doprinos obrazovanju u Srbiji, prestižne Svetosavske nagrade koju dodeljuje Ministarstvo prosvete Republike Srbije.



Dodela nagrada za „Najplemenitiji podvig godine“ u Skupštini grada Beograda

PRIZNANJE KAO DODATNA MOTIVACIJA

Da dugogodišnji humanitarni poduhvati i društveno odgovorne aktivnosti kompanije NIS, nisu ostali neopaženi, govori i činjenica da je kompanija NIS ove godine postala dobitnik specijalne plakete dnevnika „Večernje novosti“ pod nazivom „Najplemenitiji podvig godine“, a koja je namenjena udruženjima i kompanijama koje godinama pomažu i podstiču na humana dela.

Takođe, napore kompanije NIS prepoznao je i magazin „Diplomacy&Commerce“, koji joj je dodelio nagradu za najbolju društveno odgovornu kampanju „Da se nove nade rode“. Ova izuzetno značajna kampanja realizovana je sa ciljem očuvanja reproduktivnog zdravlja i povećanja nataliteta, kao teme od nacionalnog značaja. Kompaniji NIS je ove godine povodom 15 godina sprovođenja programa „Zajednici zajedno“ uručeno i priznanje „Lider društvene odgovornosti među privrednim društvima“, koju dodeljuje Međunarodni poljoprivredni sajam, kao i priznanje „Kapetan Miša Anastasijević“ u kategoriji „Lider društvene odgovornosti“, koje se dodeljuje u sklopu projekta „Put ka vrhu“. „Dodeljena priznanja nas ohrabruju, ali i obavezuju da nastavimo da budemo siguran partner zajednici sa kojom gradimo budućnost na delu“, zaključuju iz kompanije NIS.

**KOMPANIJA NIS ĆE U NOVOM
CIKLUSU, KOJI REALIZUJE U
SARADNJI SA MINISTARSTVOM
PROSVETE I MINISTARSTVOM
NAUKE, TEHNOLOŠKOG RAZVOJA I
INOVACIJA REPUBLIKE SRBIJE,
U RAZVOJ NAUKE I OBRAZOVANJA
U NAŠOJ ZEMLJI ULOŽITI ČAK
144,5 MILIONA DINARA**

POSLOVANJE NA ODGOVORAN I ODRŽIV NAČIN OD SUŠTINSKOG JE ZNAČAJA ZA STVARANJE VREDNOSTI NA DUŽI ROK

Od goriva koje sipate u svoj automobil, kafe koju popijete na našoj pumpi, punjača za električna vozila ili solarnih panela koje ugrađujemo na naše benzinske stanice, kao i brojnih akcija kojima pristupamo kako bismo pomogli pojedincima i društvu, sve je to odraz odgovornog i održivog pristupa poslovanju kompanije OMV u Srbiji

Pre više od 21 godinu, jedna od najvećih austrijskih industrijskih kompanija OMV otvorila je u Srbiji prvu od 63 OMV benzinske stanice, koliko ih je danas širom Srbije. Tada smo dali obećanje potrošačima da ćemo im pružiti i više od onoga što očekuju. Odgovorno smo se držali tog obećanja, jer odgovorno i poslujemo. Principe odgovornog i održivog poslovanja integrišemo u svakodnevno poslovanje, pratimo potrebe korisnika, investiramo u razvoj i transformišemo se u održivu kompaniju za gorivo, hemikalije i materijale sa jakim fokusom na rešenja cirkularne ekonomije. Odgovorni smo prema pojedincu i zajednici u kojoj poslujemo, iniciramo i podržavamo važne društvene akcije. Bitno nam je da stalno pokrećemo energiju za bolji život, da inspirišemo sebe i druge na dobra dela, ali i da budemo inspirisani, jer se samo širenjem dobre misije i pozitivne prakse postiže značajan efekat kome svi kao odgovorni pojedinci i kompanije težimo. Zato sa ponosom delimo neke od primera koji su nas inspirisali ili kojima smo, nadamo se, mi bili inspiracija.

POGLED U BUDUĆNOST

U srcu korporativne strategije kompanije OMV leži odgovorno i održivo poslovanje. OMV se obaveza da će podržati ciljeve Pariskog sporazuma i ključne klimatske ciljeve postavljene od strane Saveta EU za 2030. godinu. Konkretni ciljevi kompanije OMV u vezi sa klimom su: nulta emisija gasova sa efektom staklene bašte iz operacija do 2050. godine ili ranije, leaderska pozicija u cirkularnoj ekonomiji plastike (zahvaljujući inovativnim rešenjima kao što je ReOil®) i najmanje 60 odsto portfelja proizvoda sa niskim sadržajem ugljenika ili bez njega. Do ostvarenja ovih ciljeva kompanija će doći zahvaljujući povećanoj upotrebi sirove nafte za petrohemijske proizvode, većem udelu gasa u portfelju proizvoda, vodoničnim rešenjima za mobilnost i industriju, rešenjima za e-mobilnost i isporuci naprednih biogoriva.

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 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.

KADA VAS POKREĆE ŽELJA ZA KONSTANTNIM UNAPREĐENJEM I RAZVOJEM

Novi standardi i trendovi, konstantan rad na inovacijama u cilju unapređenja usluga i posvećenost održivom poslovanju vode nas uvek korak dalje.

Nove trendove na tržištu goriva u Srbiji, kompanija OMV postavila je tako što je prva u Srbiji uvezla i ponudila gorivo sa 100 oktana iz svoje rafinerije u Austriji. OMV MaxxMotion 100plus benzin danas ispunjava najviše zahteve kvaliteta Svetske povelje o gorivu (WWFC), kategorija 6, što omogućava maksimalnu efikasnost motora i minimalnu emisiju izduvnih gasova. Novi standardi emisije ugljenika Euro 6 stupili su na snagu 2014. godine, a standardi emisije azotnog oksida, ugljen-monoksida, ugljovodonika i čestica za kamione i autobuse postali su još stroži. Odgovor je bio u SCR (selektivnoj katalitičkoj redukciji) tehnologiji, što je proces kojim katalizator istovremeno smanjuje sve загаđivače. Zato smo u ponudu uveli aditiv AdBlue® neophodan za funkcionisanje ove metode kojom se azotni oksidi, koji su загаđivači, pretvaraju u azot i vodu, elemente bezopasne za životnu sredinu.

Porast broja korisnika električnih automobila, kompanija i pojedinaca koji nastoje da smanje karbonski otisak proizvodi novu potrebu i novi fokus u obezbeđivanju brzog i efikasnog ekosistema rešenja za punjenje ovih vozila. Kompanija OMV proširuje svoj asortiman proizvoda kako bi uključila inovativna rešenja za prelazak od tačke A do tačke B sa najmanjim mogućim karbonskim otiskom. Plan je da do 2030. godine omogući preko 2.000 punjača na OMV benzinskim stanicama širom Evrope. Zato je i OMV Srbija, sa partnerima, kompanijama „charge&GO“ i „EasyPark“ unapredila mrežu i dostupnost punjača za električna vozila sa planom za puštanje u rad još punjača širom Srbije.



OMV Srbija može da se pohvali implementacijom solarnih elektrana na za sada dve benzinske stanice, sa planom proširenja u narednom periodu. Zelenom energijom sada se snabdevaju OMV Ražanj i Krnjača. Primera radi, solarna elektrana na benzinskoj stanici Ražanj, ukupne instalisane snage 65 kWp, sastoji se od 158 monokristalnih 410W PV panela koji će svake godine proizvesti 72.000 kWh čiste električne energije i nadoknaditi 23% ukupne potrošnje objekta.



KADA SE RADI SA LJUBAVLJU I OD SRCA

I u ovu godinu ušli smo punog srca i nastavili u tom ritmu. Humanitarni izbor za najlepšu novogodišnju jelku koju organizuje hotel „Hyatt Regency“ u Beogradu obeležava kraj godine. Prošle godine je ukupan iznos participacije učesnika doniran BELhospice centru za palijativno zbrinjavanje, za pružanje besplatnih usluga zbrinjavanja dece sa životno ograničavajućim i ugrožavajućim bolestima u njihovim domovima, a ove godine donacija ide Nacionalnom udruženju roditelja dece obolele od raka, sa kojom smo povezani i „srcem“ i kafom koja se pije od srca.... Veliku pomoć da prenesemo ljubav i radost u ovoj akciji prethodne zime nam je pružila humanitarna organizacija „Dečje srce“.

Ova organizacija pruža podršku osobama sa smetnjama u razvoju i njihovim porodicama. Zato su ukrasi za našu jelku u obliku srca – simbola ljubavi, bili oslikani upravo crtežima članova ovog udruženja i njihovim inspirativnim porukama. Naravno, i ovog decembra učestvovaćemo u ovoj akciji i ponovo preneti poruku ljubavi – od srca. Pored humanitarnog karaktera događaja, potrudimo se da i ove godine zajedno delimo dobru energiju i optimizam.

Početkom oktobra, sada već tradicionalno, obeležili smo Međunarodni dan kafe, tako što smo zajedno sa našim potrošačima „popili kafu od srca“. Prvi oktobar je bio poseban dan za nas i sve naše potrošače, kojima smo zahvalni za poverenje koje nam ukazuju, jer smo zajedničkim snagama uticali na uspeh akcije. Sav prihod od prodaje VIVA kafe na OMV benzinskim stanicama širom Srbije doniran je Nacionalnom udruženju roditelja dece obolele od raka NURDOR i Fondaciji NORBS plus, koja nabavlja medicinsko-tehnička pomagala i podiže kvalitet života osoba obolelih od retkih bolesti.

Oktobar je i mesec borbe protiv raka dojke, i podizanje svesti o važnosti pregleda je značajan cilj u skladu sa kojim smo se pridružili i podržali karavan „Budi hrabra, pregledaj se“, koji je omogućio besplatne ultrazvučne preglede u 16 gradova širom Srbije u organizaciji udruženja „Žena za ženu“.

Kafa u našim VIVA kafeima na benzinskim stanicama ne samo da je opravdala poverenje kod potrošača kada je reč o kvalitetu i aromi, već svaka ima lepu priču o odgovornom poslovanju i brizi za druge.

Nedavno je na OMV pumpe iz dalekog Salvadora stigao novi brend premium kafe. Svako zrno kafe „El Salvador“ beru i prže žene Salvadora i samo zahvaljujući njihovom



umeću i posvećenosti u šoljice kafe na OMV stanice stiže jedinstvena kombinacija ukusa i aroma. Pored posebnog iskustva koje donose kafe sa Fairtrade sertifikatom, OMV je sa novom „El Salvador“ kafom uveo koncept direktne trgovine, odnosno kupovinu zrna kafe direktno sa farmi, bez posrednika. Direktna trgovina (Direct Trade) znači da farmeri kafe, u ovom slučaju žene iz Salvadora, dobijaju bolju ponudu, a potrošači bolji pristup nekim od najkvalitetnijih kafa na svetu. Osnivanjem Međunarodne alijanse za žene beračice kafe, pronađen je način da se ove žene promovišu i podrže u svim aspektima industrije kafe - od obrade polja do izgradnje sopstvenog biznisa - uvek sa ciljem da im se obezbedi bolja budućnost i više nezavisnosti.



I ove godine nastavili smo saradnju sa socio-humanitarnom organizacijom Caritas Srbija na projektu integracije tinejdžera iz socijalno ugroženih porodica „Pripremi se za budućnost“, koji zajedno realizujemo od 2016. godine. Cilj ovog projekta je da se mladim ljudima pomogne u savladavanju izazova samostalnog života i privređivanja, a da pri tome ne ugroze svoje školovanje. Potpisani su i novi ugovori sa dvoje tinejdžera koji su dobili priliku da tokom 10 meseci, paralelno sa školovanjem, rade skraćeno radno vreme (20 sati nedeljno) na benzinskim stanicama. Projekat je osmišljen u skladu sa politikom društveno odgovornog poslovanja OMV Srbija i korporativnom kulturom kompanije kojom se podstiče jednakost.

KADA JE TIM UJEDINJEN, NIJEDAN CILJ NIJE DALEKO

I ove godine zaposleni OMV Srbija su ujedinjeni kao tim organizovali više akcija i učestvovali u različitim projektima od značaja za zdravlje, bezbednost, brigu o drugima...

Inspirisati i biti inspirisan je nešto što delimo i širimo u svom mikrookruženju, koristeći svaku priliku da učestvujemo u akcijama koje mogu da doprinesu podizanju svesti o tome koliko je važno pomagati drugima i misliti na one kojima je pomoć potrebna.

Zajedno smo učestvovali u „Race for cure“, najvećoj trci i šetnji u Evropi, koja je održana na Adi Ciganki, a u cilju doprinosa borbi protiv raka dojke.

Sportski duh i brigu o drugima i o svom zdravlju podelili smo i brojnim pretrčanim kilometrima i timskim aktivnostima. Kada tim saraduje, bilo da pružamo podršku jedni drugima, ili u okviru zajednice u kojoj živimo i radimo, svaki cilj je dostižan.

Poslovanje na odgovoran i održiv način od suštinskog je značaja za stvaranje vrednosti na duži rok, a naša posvećenost na tom putu, uz sinergiju sa našim potrošačima, sigurno će doneti još mnogo novih inspirativnih projekata i razloga da budemo ponosni na uspehe koje zajedno ostvarujemo.

Verujemo da su ove aktivnosti doprinele poboljšanju opšte slike odgovornog i održivog poslovanja u Srbiji, kao što verujemo da iz godine u godinu i mi sami možemo još više.

ODRŽIVOST I BRIGA O ZAJEDNICI GLAVNE VODILJE U ODGOVORNOM POSLOVANJU OTP BANKE

Svesna da su svetu danas, više nego ikad, potrebne ekološka osvešćenost i društvena povezanost, kao i da dela govore glasnije od reči, OTP banka je postala pravi primer snage i pozitivnog uticaja odgovornog bankarstva

OTP banka, kao jedan od lidera u domenu korporativne odgovornosti na srpskom tržištu, kroz svoje poslovanje pokazuje da rast nije potpun ukoliko ne podrazumeva odgovoran odnos prema zajednici. Zato, u skladu sa svojim dugoročnim i strateškim opredeljenjem, kontinuirano implementira i inicira nove projekte, unapređujući istovremeno i one postojeće. Podjednako je posvećena „zelenoj tranziciji“, ulaganju u sport, kulturu, svoje zaposlene, korisnike, inovacije, kao i socijalno i održivo preduzetništvo. Svesna da su svetu danas, više nego ikad, potrebne ekološka osvešćenost i društvena povezanost, kao i da dela govore glasnije od reči, OTP banka je postala pravi primer snage i pozitivnog uticaja odgovornog bankarstva.

Milena Mićanović, direktorka za komunikacije i odnose sa javnošću OTP banke, ističe da sveobuhvatna briga o zajednici, koja je u srcu poslovanja ove banke, podrazumeva osluškivanje potreba građana, ali i zaposlenih, kao i pružanje podrške pojedincima, inicijativama i projektima koji su u interesu čitavog društva. „Ponosni smo na činjenicu da, kao najveći kreditor privrede i stanovništva, uspešno uspostavljamo ravnotežu između ekonomskih, socijalnih i ekoloških uticaja i ciljeva. U saradnji sa biznis i civilnim sektorom, kao i državnim institucijama i OTP Grupom kojoj pripadamo, dajemo svoj doprinos kroz promocije, korporativni volonterizam, mentorsku podršku, donacije i niz inicijativa koje implementiramo. Ostaćemo nepokolebljivi u odanosti

ovim principima poslovanja budući da savršeno ilustruju i realizuju našu misiju kreiranja bolje i inkluzivnije budućnosti za sve“, izjavila je Mićanović.

U OVOJ GODINI

Prateći praksu matične OTP Grupe, Banka se u 2023. godini pridružila principima za odgovorno bankarstvo UN-a kao jedinstvenom okviru za održivo poslovanje u ovom sektoru, razvijenom kroz partnerstvo banaka širom sveta i Finansijske inicijative Programa Ujedinjenih nacija za životnu sredinu.

MOTORI ODRŽIVE I INKLUZIVNE BUDUĆNOSTI

OTP banka je posebno ponosna na svoju zelenu platformu **Generator LAB** kroz koju implementira različite pojedinačne projekte sa jednom zajedničkom niti, a to je održivost. Banka svaki od projekata unutar platforme dugoročno razvija, neguje i prati, a sve sa ciljem doprinošenja opštem ekosistemu.

Jedan od njih je **Generator ZERO** čiji je poslednji od ukupno šest ciklusa bio posvećen smanjenju karbonskog otiska (po drugi put) i predstavlja jedinstveni konkurs te vrste. O njegovom značaju svedoči veliki broj prijava



svake godine iako se teme konkursa menjaju kako bi bili obuhvaćeni inovatori i preduzetnici sa najrazličitijim rešenjima, kao i pet nagrada koje je do sada osvojio. Finalistima sleduje medijska promocija i savetodavna uloga tokom procesa selekcije, a pobednicima ovog konkursa Banka obezbeđuje novčanu nagradu u iznosu od dva miliona dinara i podršku u daljem razvoju i promociji, posebno kada je reč o tradicionalnim medijima. Važnu ulogu svake godine imaju i partneri na projektu jer nagrađuju prema svom izboru finaliste i pobednika, i dele sa njima svoje znanje i ekspertizu tokom celog ovog inovativnog putovanja.

S ciljem osnaživanja malih biznisa i preduzetnika koji se istovremeno bore na dva fronta, doprinoseći zelenim promenama u društvu i jačanju socijalnog preduzetništva, OTP banka je 2019. godine pokrenula inicijativu **Generator dobrih dela**. Reč je o projektu gde mali, domaći proizvođači i brendovi izlažu i prodaju svoje proizvode, dok istovremeno edukuju posetioce ovog sajma o temama za koje se zalažu i tako svoje herojske priče šire i pozivaju na inkluziju i empatiju, posebno kada je reč o preduzećima i organizacijama koje su posvećene žrtvama porodičnog nasilja, osobama sa smetnjama u razvoju, socijalno ugroženoj deci ili ženama izbeglicama. Za zaposlene koji žele da učestvuju u ekološkim akcijama kako bi doprineli čistijoj životnoj sredini, Banka je pokrenula inicijativu **Klub volontera** kroz koju će sprovesti aktivnosti u najširem smislu volonterizma širom Srbije, poput čišćenja javnih površina, sadnje biljaka i drveća, ulepšavanja parkova ili javnih institucija... Volontiranje pruža jedinstveno iskustvo za zaposlene Banke jer, na taj način, učestvuju u širenju volonterskog duha, dok istovremeno podstiču razvoj društvene solidarnosti. Pored projekata koje Banka implementira već tradicionalno u okviru platforme Generator LAB, važno mesto zauzima i projekat **OTP Village**, pokrenut ove godine u saradnji

sa Udruženjem „Supernatural“. Naime, kako bi ukazala na značaj pčela za očuvanje naše planete, na samo nekoliko kilometara od centra Beograda, u Surčinu, Banka je napravila urbani pčelinjak i rasadnik sa 12 vrsta medonosnog bilja. U ovaj projekat direktno su uključeni zaposleni OTP banke, a od njihovog angažovanja će zavisiti dalji rast pčelinjaka i proizvodi koji će nastati kao plod ovog vrta, poput čajeva i meda.



DECA ZAPOSLENIH KAO MALI EKO-HEROJI

Izreka „Na mladima svet ostaje“ za OTP banku je živa filozofija koja se odlikava, između ostalog, u njenom nastojanju podizanja svesti mališana o značaju očuvanja planete. Zato je organizovala **likovni konkurs pod nazivom „Kako čuvam svoju planetu“**, namenjen deci zaposlenih. Cilj je bio da, na sebi svojstven i kreativan način, pokažu svoju strast prema ekologiji i istaknu važnost zajedničkog očuvanja darova prirode. Ova aktivnost pokazuje posvećenost Banke ne samo u zaštiti okoline, već i u angažovanju zaposlenih i njihove dece, kao i promociju ekološke svesti kod novih naraštaja. Banka nije birala pobednike konkursa, vodeći se stavom da u ovoj temi svi pobeđujemo, i zato je nagradila sve one koji su učestvovali, kako bi im opet pružila vrednu lekciju koja ukazuje da svako dobro delo ostavlja dobar trag.

PROMOTER FINANSIJSKE PISMENOSTI MEĐU MLADIMA

Kada je reč o mladima, finansijska edukacija i inkluzija predstavljaju za OTP banku posebno značajne i velike teme u segmentu korporativne odgovornosti, kao naročito



značajnoj društvenoj grupi. Upravo zato Banka podržava projekat **Finansijska pismenost** kroz koji se, zajedno sa svojim partnerima, zalaže za unapređenje opštih i specifičnih finansijskih znanja.

U ovom projektu učestvuje čak 500 učenika iz 13 srednjih škola u 12 gradova u Srbiji, koji imaju prilike da nauče kako da donose pametne finansijske odluke, kao i zašto je važno da razumeju sve pojmove iz sveta bankarstva, telekomunikacija i osiguranja. Sa đacima će raditi brojni edukovani poslovni mentori iz kompanija koje će podržavati ovu inicijativu, uključujući i zaposlene u OTP banci.

KULTURA KAO JEDAN OD VAŽNIH STUBOVA DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

OTP banka posvećeno pruža podršku i projektima iz oblasti umetnosti i kulture. Već dugi niz godina saraduje sa Galerijom Matice srpske s ciljem očuvanja nacionalnog kulturnog nasleđa. Tako je, na primer, 2022. godine učestvovala u organizovanju velikog, 175. jubileja ove najstarije kulturne institucije u Srbiji. Ljubitelji umetnosti mogli su da uživaju u monografskoj

izložbi posvećenoj stvaralaštvu Uroša Predića, jednog od najvećih srpskih slikara. Donacija Banke omogućila je izgradnju monografskih publikacija, kao i nastavak rada na digitalizaciji umetničkih dela.

Pored dugogodišnjeg partnerstva sa Galerijom Matice srpske, Banka oblasti kulture doprinosi i kroz delovanja u književnosti. Naime, uz snažnu podršku OTP banke, izdavačka kuća Booka je prošle godine raspisala svoj prvi nagradni **Konkurs za najbolji, originalni i neobjavljeni roman na srpskom jeziku**. Ove godine, nakon ogromnom uspeha prvog konkursa, koji je privukao čak 575 rukopisa, pokrenut je novi ciklus čiji će pobednik biti poznat do kraja novembra 2023. Pored objavljivanja romana, pobedniku sleduje i mogućnost distribucije knjige u regionu uz promociju, kao i novčana nagrada.

PIONIR U AFIRMACIJI SPORTA I NAJDUŽA PROMOCIJA OLIMPIJSKIH VREDNOSTI

O tome koliko su ulaganje u sport i promocija olimpijskih vrednosti važni za OTP banku svedoči činjenica da je više



od dve decenije sponzor Olimpijskog komiteta Srbije. Reč je o ubedljivo najdužem sponzorstvu u srpskom sportu i predstavlja primer uspešne saradnje između biznis sektora i institucija sporta. Zahvaljujući ovoj saradnji i donaciji Banke, na primer, Adriana Vilagoš, najuspešnija bacačica koplja u Srbiji, sada može da trenira u svom rodnom mestu, Malom Idošu – obezbeđena su sredstva za izgradnju najsavremenije trenažne sale u kojoj su ispunjeni svi uslovi za pripreme srpskih sportista. Ova donacija najbolje odražava zajedničku želju Banke i njenih partnera iz Olimpijskog komiteta Srbije da sport približe svima, kao i da omoguće da se i u malim sredinama stvore atmosfera i uslovi koji će iznedriti još šampiona. Takođe, u ovoj godini nastavljen je ciklus koji traje preko 10 godina – **Olimpijski trening sa OTP bankom**, namenjen osnovcima širom Srbije. Poslednji je organizovan u Vršcu, gde su se u različitim olimpijskim disciplinama takmičili đaci iz pet osnovnih škola, a najbolja je osvojila sportsku opremu i rekvizite. Na ovaj način Banka doprinosi promociji sporta kod mladih i širenju timskog duha.

BRIGA O ZAJEDNICI 365 DANA U GODINI

Zaista, briga o zajednici je glavna vodilja u poslovanju OTP banke, a to potvrđuje i **novogodišnja donacija** kojom je zaokružila 2022. godinu kada je ujedno proglašena za Društveno odgovornu kompaniju od strane Srpske asocijacije menadžera. Ukupan iznos od tri miliona dinara uručen je udruženjima koja su pružila izuzetan doprinos i pokazala odgovoran odnos prema društvenoj zajednici. Nagrađena udruženja, Naša kuća i Svrtište za decu, dobila su i podršku stručnog tima, tople obroke, dok su pokriveni i troškovi funkcionisanja njihovih programa. U vremenima koja su pred nama, OTP banka će ostati posvećena svojim ključnim principima poslovanja – održivosti, društvenoj odgovornosti i unapređenju svakodnevice zajednice u kojoj posluje. Usmerena na sutrašnjicu, nastojaće da ostane lider u oblasti korporativne odgovornosti, pružajući inspiraciju i delujući kao primer da jedino udruženim snagama možemo da menjamo svet oko nas nabolje.

ODGOVORNI BREND OVI U FOKUSU

Kompanija je svojim kampanjama skrenula pažnju na to da samo zajedno možemo da napravimo pozitivne promene

Još od 2021. godine, kada je kompanija PepsiCo pokrenula pep+ stratešku transformaciju postavljajući održivost poslovanja u centar rasta kompanije, pokrenute su značajne inicijative koje za cilj imaju pozitivan uticaj na celokupni vrednosni lanac. Osim primene uspešnih globalnih praksi u domenu održivosti na lokalnim tržištima, neke od najuspešnijih ideja rezultat su rada lokalnih PepsiCo timova koji su prepoznali teme od značaja i pokrenuli kampanje koje su utabale put pozitivnim promenama u zajednici.

ODGOVORNOST PREMA OKRUŽENJU

Na lokalnom nivou, fokus kompanije PepsiCo ove godine bio je usmeren na podizanje svesti društva o nekoliko važnih tema. Usmerivši pažnju potrošača, ali i cele zajednice, kompanija je kroz kampanju „Plus za planetu – promena počinje od tebe“ angažovala zajednicu po pitanju adekvatnog odlaganja plastične ambalaže. Postavljanjem zelenih punktova na nekoliko prometnih lokacija u Beogradu, simbolično na Svetski dan ponovne upotrebe plastične ambalaže, PepsiCo je pozvao sugrađane da odlože plastičnu ambalažu i svoje iskorišćene plastične flaše donesu na označene zelene punktove. Prikupljene flaše su prosleđene reciklažnom operateru na dalju preradu i pripremu za njihovu narednu namenu – izgradnju najveće strukture od plastičnih flaša na svetu preko veštačkog jezera na Adi Cigaliji. Tom prilikom, kompanija PepsiCo se upisala u Ginisovu knjigu svetskih rekorda. Sve flaše korišćene u izgradnji strukture vraćene su reciklažnom operateru na dalju reciklažu, kako bi dobile priliku za ponovnu upotrebu i produžile svoj životni ciklus. Na ovaj način, osim što je Beograd postao ponosni nosilac Ginisovog priznanja, postignuta je jedna daleko



Plus za planetu - promena počinje od tebe, obaranje Ginisovog rekorda

važnija stvar – kompanija je skrenula pažnju na to da samo zajedno možemo da napravimo pozitivne promene. Angažovanje građana, edukacija o važnosti reciklaže i podsticaj svakim pojedinačnim doprinosom ovoj inicijativi, odražavaju još jedan važan cilj pep+ agende, a to je usmeravanje resursa u povećanje stope reciklaže, te pozitivnom otisku na prirodno okruženje. Važnost ove teme prepoznao je i veliki broj partnera koji su učestvovali u svim aktivnostima i tako omogućili da se glas ove kampanje proširi – Nacionalna geografija, JP Ada Cigalija, MPC Properties, Sekopak, Ada Mall, kompanija Delhaize Srbija, Ovation BBDO, Gorska služba spasavanja Srbije i Belgrade Office Park.

POKAŽI RISPEKT – REAGUJ NA HEJT!

Još jedna od važnih inicijativa koja je pokrenuta u drugoj polovini 2023. godine kompanije PepsiCo i njenog



Clipsy edukacije

brenda Clipsy je kampanja koja je u prvi plan stavila temu bezbednosti dece na internetu adresiranjem problema nasilja u digitalnom okruženju. Kao nastavak prošlogodišnje kampanje „Rispekt za sve što jesi“, a koja upućuje na prihvatanje različitosti kao osnove za izgradnju pozitivne budućnosti, kroz ovogodišnju „Pokaži respekt – reaguj na hejt!“ kampanju, Clipsy je prepoznao rastući problem digitalnog nasilja među mladima kao izazov sa kojim se prvenstveno tinejdžeri, ali i ostale starosne grupe, suočavaju gotovo svakodnevno i pozvao na izgradnju bezbednijeg digitalnog okruženja za sve njegove učesnike. Kampanja je realizovana uz podršku Ministarstva informisanja i telekomunikacija, Ministarstva prosvete, evropske organizacije Propulsion, kao i Nacionalnog kontakta centra za bezbednost dece na internetu „Pametno i bezbedno“, a početak kampanje obeležen je panel-diskusijom na kojoj su učesnici bili psiholog i voditelj Dragan Ilić i Emina Beković, edukatorka Nacionalnog kontakta centra za bezbednost dece na internetu, a koji su

govorili na temu prevencije, kao i edukacije i osnaživanja mladih i ulogi medija u kreiranju sigurnijeg digitalnog okruženja.

Fokus kampanje usmeren je na edukativne radionice za decu srednjih škola širom Srbije i Bosne i Hercegovine. U okviru ovih radionica koje su održane u 12 srednjih škola u Srbiji i još pet u Bosni i Hercegovini, a koje su okupile i učenike ostalih srednjih škola iz tih gradova, edukatori iz „Pametno i bezbedno“ govorili su o adekvatnim koracima koje pojedinci mogu da preduzmu u cilju osnaživanja i pravovremenog reagovanja u ovakvim situacijama. Tim povodom lansirana je i jedinstvena edukativna platforma clipsyprotivhejta.com na kojoj su dostupni specijalizovani vodiči za reagovanje i prevenciju digitalnog nasilja za mlade, nastavnike i roditelje.

Sagledanjem izazova iz perspektive kako mladih, tako i roditelja i nastavnika, ali i sveobuhvatnim pristupom, Clipsy je želeo da pošalje snažnu poruku celoj zajednici, kao i da pruži podršku kroz kreiranje različitih alata i edukativnih materijala u adresiranju ovog problema i na taj način da svoj doprinos u prevazilaženju izazova koje sa sobom nosi digitalno okruženje.

Ostajući posvećeni svojoj pep+ agendi, kompanija PepsiCo, zajedno sa svojim brendovima, nastaviće da podstiče diskusiju na teme od značaja, kao i da angažujući svoje potrošače, ali i širu zajednicu, pruža doprinos pozitivnim promenama u čitavom društvu.

KROZ OVOGODIŠNJU „POKAŽI RISPEKT – REAGUJ NA HEJT!“ KAMPANJU, CLIPSY JE PREPOZNAO RASTUĆI PROBLEM DIGITALNOG NASILJA MEĐU MLADIMA

ESG JE DEO NAŠEG POSLOVANJA

Aktivno radimo na povećanju udela obnovljive energije u svim operacijama, uključujući napajanje naše mrežne infrastrukture, data centara i kancelarija obnovljivom energijom

Jovana Lukić, direktorka SBB fondacije i CSR direktorka United Grupe

SBB fondacija godinama podržava mlade talente Srbije kroz program „Stipendija prof. Njegoš B. Šolak“. Nedavno ste izabrali i petu generaciju stipendista. Ko su ovogodišnji mladi talenti?

Ove godine nam se pridružilo šestoro fantastičnih mladih ljudi, čime je broj stipendista porastao na dvadeset četiri, uz još dvoje alumnijski koji su završili fakultete na Oksfordu u Engleskoj.

Sa jedne strane svi oni su različiti u svojim planovima i željama za nastavkom obrazovanja i karijere, a sa druge svi su nadareni i izuzetno ambiciozni u želji da osvoje svet znanjem i sposobnostima koje stiču tokom godina učenja i vežbe. Sa petom generacijom stiglo nam je četvoro zaljubljenika u matematiku i informatiku, violinista i farmaceut. Nastavljamo da podržavamo finansijski, mentorski, logistički i njih i ostale stipendiste, bez obzira na to kada su postali deo programa.

Naš program je koncipiran tako da se za svakog pojedinačno pravi plan podrške, stipendija nije unificirana. Zavisí od toga šta je njima potrebno za nastavak obrazovanja, što je naravno različito. Mesečna stipendija svima će mnogo da znači, ali nekom je potrebno i da ode na takmičenje koje njegova škola ne finansira, dodatna literatura, instrument, nekome da olakša sebi odlazak od kuće razgovorima sa psihoterapeutom, a svima koji studiraju u inostranstvu je potrebno da dođu kući tokom



raspusta ili praznika. Mi smo srećni što možemo to da im omogućimo i da budemo uz njih na zaista fantastičnim putevima uspeha. Pritom zauzvrat ne očekujemo ništa osim da se sete odakle potiču i da se nadamo da ćemo kroz naš primer da ih naučimo da jednom oni budu ti koji će pomoći nekome kao što sada mi njima pomažemo, gde god da budu živeli i radili. Ko želi da zajedno sa nama prati njihova dostignuća, može da pogleda sbbfondacija.rs veb stranicu ili da prati FB i Instagram profile SBB fondacije.



Ove godine ste završili jednu od najvećih akcija pošumljavanja u Srbiji. Koliko je drveća posađeno i kako ste zadovoljni rezultatima?

Sadnja 115.000 sadnica košaraste vrbe, uz još oko 1.300 sadnica javora, hrasta lužnjaka, graba, belog jasena, mleča i raznog voća u školama u Srbiji je bio zaista ogroman projekat, naročito imajući u vidu strah gradova i opština da sa nama bilo kakvu aktivnost sprovode zbog tretmana vlasti prema našoj kompaniji. Drago mi je da uvek postoje oni koji nađu način i žele da učestvuju, kao i oni kojima je dobrobit zemlje i građana na prvom mestu, tako da smo uz takve ljude uspeali sve da posadimo. Vrbe su stigle iz donacije BEFT-a, u saradnji sa GIZ-om, E3 International i CIFOR-ICRAF-om. U pitanju je brzorastuće drvo, pogodno za odbranu od erozije, značajno poboljšava kvalitet zemljišta gde raste, prečišćava loše materije, a odličan je i energent.

Svedoci smo da strategija zaštite životne sredine, društva i upravljanja (ESG) postaje neizostavni deo svakog poslovnog modela. Kako vi u SBB-u sprovodite ovu strategiju?

U United Grupi/SBB-u prepoznajemo rastući značaj ESG principa u današnjem poslovnom okruženju i zato smo integrisali sveobuhvatnu ESG strategiju u osnovni poslovni



UNITED GRUPA ULAŽE U VETROELEKTRANE I SOLARNE ELEKTRANE VELIKOG KAPACITETA, KROVNE INSTALACIJE SOLARNIH PANELOVA ZA KRAJNJE KUPCE I SISTEME UPRAVLJANJA POTROŠNJOM NAPAJANE VEŠTAČKOM INTELIGENCIJOM

model. Naša posvećenost odgovornosti za životnu sredinu, društvo i upravljanje odražava našu posvećenost održivoj poslovnoj praksi, etičkom ponašanju i pozitivnom doprinosu zajednicama kojima služimo.

Ključna strategija u smanjenju naših emisija gasova staklene bašte je prelazak na obnovljive izvore energije. Aktivno radimo na povećanju udela obnovljive energije u svim operacijama, uključujući napajanje naše mrežne infrastrukture, data centara i kancelarija obnovljivom energijom.

Kao deo strategije nulte emisije izdvojila bih to da United Grupa ulaže u vetroelektrane i solarne elektrane velikog kapaciteta, krovne instalacije solarnih panela za krajnje kupce i sisteme upravljanja potrošnjom napajane veštačkom inteligencijom. Ulažemo u četiri projekta obnovljive energije u Bugarskoj (jedan na vetar, tri solarna) sa ukupnom proizvodnjom od 115 MW sa dodatnih pet projekata u planu. Ova investicija od 110 miliona evra potvrđuje našu stratešku odluku da se trajno posvetimo obnovljivim izvorima energije za sve naše poslove u regionu. Prihvatanjem obnovljive energije, ne samo da smanjujemo ugljeni otisak, već i podržavamo rast čistih energetske sistema.

Ovo je vrlo široka tema za koju je potrebno mnogo prostora za odgovor, jer je u našim kompanijama ESG integralni deo procesa odlučivanja, od strateškog planiranja do svakodnevnih poslovnih aktivnosti. To uključuje i zahteva transparentno, odgovorno i etičko ponašanje na svim nivoima, poštujući regulatorne zahteve i proaktivno upravljanje rizikom.

Da li kompanije u Srbiji suštinski razumeju značaj ESG poslovanja i koliko je važno uključiti sve zaposlene u tu strategiju?

Velike kompanije su dobro upoznate sa obavezom postavljanja ESG strategije, posebno one koje posluju regionalno ili globalno. Izveštavanje je izuzetno kompleksno



i zalazi u rad skoro svih sektora u kompaniji, što je logično donelo i nove pozicije, ljude kojima je u opisu posla koordinacija svih strana koje učestvuju u postavljanju ciljeva i ispunjavanju kriterijuma odgovornog poslovanja prema ESG standardima. Zaposleni na prvom mestu moraju da budu upoznati šta je uopšte ESG, da ga razumeju, kako bi u praksi počeli da primenjuju standarde. Moraju da razumeju šta njima dobija kompanija, a šta društvo, kako bi proces tekao glatko, što je veoma važno, između ostalog i zbog rokova za ispunjenje ciljeva.

Naši zaposleni igraju ključnu ulogu u uspehu ESG inicijativa. Posvećeni smo povećanju svesti zaposlenih i programima obuke kako bismo osigurali da su naši ljudi usklađeni sa našim ESG vrednostima. Ovo uključuje pružanje mogućnosti za razvoj sopstvenih veština i negovanje kulture održivosti i odgovornosti.

Koji su sledeći koraci SBB-a i United Grupe u sprovođenju ESG strategije?

Posvećeni smo konstantnom unapređivanju svih performansi oblasti koje pokriva ESG. Planiramo

konsultacije sa svim stakeholderima (zainteresovanim stranama) da bismo osigurali da naša strategija bude u skladu sa njihovim potrebama i očekivanjima. Fokusirani smo na poboljšanje merenja i izveštavanja o našim ESG naporima. To uključuje dalji razvoj indikatora učinka i metrike za kvantitativnu procenu naših ekoloških, društvenih i upravljačkih inicijativa. Postavili smo vrlo ambiciozne ciljeve do 2030. godine, koji su u skladu sa zahtevima „Inicijative na naučno zasnovanim ciljevima (SBTi): da ćemo da smanjimo apsolutne emisije gasova staklene bašte (Scope 1 i 2) za 90% do 2030. i emisije gasova staklene bašte iz kupljenih dobara i usluga, kapitalnih dobara i energetske aktivnosti (Scope 3) za 40%. Pored toga, obavezali smo se i da ćemo do 2027. godine preći u potpunosti na izvore obnovljive električne energije.

ESG je dinamično polje koje se razvija. Redovno procenjujemo i prilagođavamo naše ESG strategije kao odgovor na promenljive okolnosti, nove trendove i povratne informacije zainteresovanih strana. Ovaj iterativni proces osigurava da naš pristup ostane relevantan i efikasan tokom vremena.

KA ODRŽIVOJ BUDUĆNOSTI KROZ ULAGANJE U MLADE

Verujući da budućnost može da se održi samo ako se kontinuirano ulaže u decu i omladinu, Schneider Electric je svoju pažnju usmerio na decu širom Srbije i to od najranijih pa sve do studentskih dana

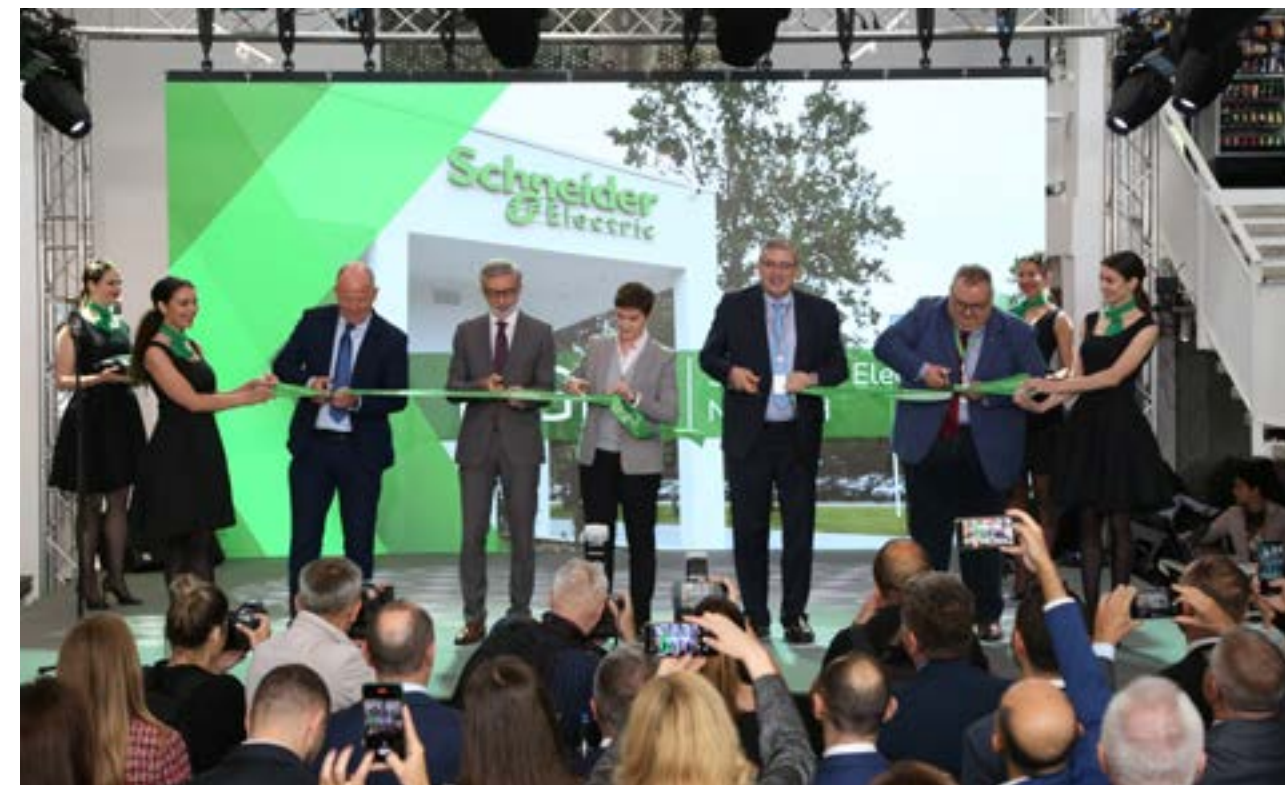
DA ZNANJE POSTANE ZVANJE

Schneider Electric, kao najodrživija kompanija na svetu, celokupan portfolio stavila je u službu održivih rešenja koja se odnose na proizvode i usluge, ali i na podršku koju kompanija pruža partnerima i zajednici u kojoj posluje. Održiva rešenja nisu samo u osnovi proizvoda i usluga kompanije, već su u osnovi i poslovnih procesa, odnosa prema zaposlenima, lokalnoj zajednici i životnoj sredini, uopšte. U Schneider Electric-u veruju da se svaka kompanija, bez obzira na veličinu, mora ponašati odgovorno prema ljudima koje zapošljava, nudeći im odgovarajuće uslove za razvoj i učenje, ali i da neгуje odgovornost prema zajednici u kojoj posluje.

Verujući da budućnost može da se održi samo ako se kontinuirano ulaže u decu i omladinu, Schneider Electric je svoju pažnju usmerio na decu širom Srbije i to od najranijih pa sve do studentskih dana.

FONDACIJA „CENTAR ZA MLADE TALENTE” PRUŽA MOGUĆNOST STICANJA ŠIROKOG ZNANJA I PREDSTAVLJA PRIPREMU ZA SVE BUDUĆE STUDENTE ELEKTROTEHNIKE, INFORMATIKE I MATEMATIKE ZA LAKŠE USVAJANJE GRADIVA NA FAKULTETIMA

U tu svrhu, **2012. godine, osnovana je Fondacija „Centar za mlade talente“**, neprofitabilna, nevladina organizacija koja ima za cilj da doprinese razvoju teorijskih i praktičnih znanja iz matematike i programiranja. Imajući u vidu da su zanimanja programera, inženjera i IT stručnjaka najtraženija zanimanja sadašnjosti i budućnosti, kako u svetu tako i kod nas, pokrenuta je Fondacija sa ciljem da se doprinese razvoju teorijskih i praktičnih znanja upravo iz pomenutih oblasti. Program je namenjen učenicima osnovnih i srednjih škola na teritoriji Srbije i Republike Srpske - deci uzrasta od petog razreda osnovne škole, pa sve do upisa na studije. Tokom godina, Schneider Electric je ostvario uspešnu saradnju sa univerzitetima, razvio program stipendiranja i stručne prakse i posvetio veliku



pažnju mladima sa željom da se prepoznaju i nagrađuju znanje, rad i obrazovanje. Fondacija pruža mogućnost sticanja širokog znanja i predstavlja pripremu za sve buduće studente elektrotehnike, informatike i matematike za brže i lakše usvajanje gradiva na fakultetima. Pohađanje kurseva u okviru Centra je u potpunosti besplatno. Kursevi iz programiranja upoznaju polaznike sa programskim jezicima (Python, C, C# i C++), kao i sa Web programiranjem, dok kursevi iz matematike proširuju znanja polaznika, ali ih i spremaju za polaganje prijemnih ispita za upis, kako u srednje škole, tako i na fakultete. Za punu deceniju postojanja, **kroz Centar za mlade talente, nastavu je pohađalo skoro 10.000 polaznika, a realizovano je skoro 6.000 sati nastave.**

ZA VIŠE DEVOJČICA U STEM

U duhu slogana - Da Znanje Postane Zvanje kompanija Schneider Electric svojim akcijama i inicijativama podržava i afirmaciju žena i devojčica u STEM. Jedan od ciljeva Fondacije je i taj da obuhvati što više polaznika širom Srbije, ali i da se više devojčica opredeli za ove kurseve, a kasnije i za tehničke

fakultete i karijeru u tech kompanijama. Schneider Electric HUB u Novom Sadu i Beogradu zapošljava više od 900 ljudi, mahom inženjera i programera. Od pomenutog broja, **deo zaposlenih čine osobe ženskog pola i to njih 322, što je više od 30 odsto i što ovu kompaniju stavlja u svetski standard IT industrije.**

Fondacija „Centar za mlade talente“, koja ove godine slavi 11 godina svog postojanja, predstavlja i svojevrsno vraćanje dobra društvu u kojem kompanija posluje. Zaposleni u kompaniji Schneider Electric nosioci su i tvorci nekih od najznačajnijih softvera na svetu, te je prenošenje znanja jedan od načina da se doprinese društvu. Njihov dugogodišnji predan rad i izuzetan uspeh koji su postigli na svetskom tržištu doveli su do toga da su oni prepoznati, od strane globalnog Schneider Electric-a, kao kadrovi sa izuzetnim potencijalom, a **Schneider Electric Hub kao razvojni centar za Evropu.**

Fondacija je deo Schneiderove šire društveno odgovorne platforme, koja predstavlja uverenje da bolja i sigurnija budućnost ne može da se oslanja samo na održiva rešenja, već i na ljude koji će istu moći da vode. U današnjem svetu, u kojem se tehnološki napredak odigrava neverovatnom

brzinom, obrazovanje postaje ključna karika u osiguranju bolje budućnosti za naciju i pojedinca, a znanje ključni kapital svake kompanije koja je zagledana u tu istu budućnost. Osnovna misija kompanije su ljudi, zaposleni u Schneider Electric-u i zbog toga se mnogo ulaže u znanje i veštine, kako zaposleni ne bi imali nijedan razlog da napuštaju svoju zemlju, već da odavde osvajaju svet, svojim znanjem i pameću. Upravo je Schneider Electric i pokazao da je to moguće s obzirom na to da su inženjeri ove kompanije kreirali najbolji softver na svetu iz oblasti upravljanja energetske sistemima. **Novouseljena InGrid zgrada** je takođe kreirana u saradnji sa zaposlenima. Oni su ti koji su rekli kako će da se zove, predložili kakav sadržaj u njoj da bude dostupan, na koji način treba da bude organizovana i slično.



JESENJI MARKET

Sa druge strane, kako je ambijent širi pojam od radnog okruženja, Schneider Electric teži da proširi zonu pozitivnog uticaja pa otuda čitav niz društveno odgovornih akcija kojima Schneider Electric učestvuje u izgradnji bolje lokalne zajednice. Često to čine kroz projekte koji su opet delo ili ideja potekla od zaposlenih. Oni su ti koji često pokreću, iniciraju neke akcije, jer oni znaju šta je to što žele u svom okruženju, svom gradu i za svoju decu. U skladu sa tim jedna od akcija je i **Schneider-**

SAMO OVE GODINE VIŠE OD 700 ZAPOSLENIH KOMPANIJE SCHNEIDER ELECTRIC UČESTVOVALO JE U TRCI SERBIA BUSINESS RUN

ov Jesenji market, koji se organizuje treću godinu zaredom. U okviru marketa zaposleni prikupljaju novac u humanitarne svrhe donacijom ili prodajom domaće radinosti. Kome će se donirati prikupljeni novac određuje se takođe inicijativom zaposlenih. Dosadašnja sredstva koristila su se za novogodišnje poklone namenjene najmlađima, deci iz svratišta i Dečijeg sela. Na taj način kompanija obeležava #GivingTuesday međunarodni dan kreiran sa jednostavnom idejom da podstakne ljude na dobra dela i značaj vraćanja zajednici.



PARTNER SERBIA BUSINESS RUN

Kompanija Schneider Electric ponosni je sponzor čuvenog maratona u Parizu već godinama. Takođe je i na našim prostorima **ova kompanija postala partner našeg najvećeg sportsko-poslovnog događaja Serbia Business Run**. Spajanje svetskog lidera u održivosti sa Serbia Business Run nastalo je sa ciljem da ova trka za pet godina postane prvi najveći sportski događaj u regionu koji je potpuno održiv, što je jedan od glavnih postulata Schneider Electric-a. Kompanija je uvek tu kada treba da se doprinese zelenijoj i održivijoj budućnost naše planete, kao što je i ovaj sportsko-poslovni događaj. Ovaj ambiciozni plan postiže se postepenim uvođenjem inovativnih tehnoloških rešenja poput solarnih panela, reciklažnog sistema na svakoj trci. U Serbia Business Run trci učestvuju zaposleni iz kompanija, udruženja, javnih preduzeća, škola i fakulteta i drugih organizacija, bez ograničenja pola i maksimalnog broja učesnika. Serbia Business Run tradicionalno podržavaju kompanije kojima je zdrav način života i aktivnost zaposlenih jedna



od suštinskih vrednosti, a Schneider Electric to svojim primerom najbolje pokazuje, jer je samo ove godine trčalo **preko 700 zaposlenih ove kompanije**. Opremljenje ka zdravoj i zelenoj budućnosti je i **biciklanje**, koje takođe organizuju tri godine. Donacije



prikupljene na ovaj način bile su usmerene na decu u Dečijem selu i na Fondaciju „Budi human“. Schneider Electric teži da bude inspirativan primer kompanije koja duboko razume važnost društvene odgovornosti. Predanost ovim temama ogleda se kroz inicijative usmerene ka oblastima kao što su obrazovanje, podrška zaposlenima, vrtići, bolnice, lokalna zajednica i šira okolina. Sve ove inicijative proizlaze iz spoznaje o tome da uspešno poslovanje i prosperitet zajednice idu ruku pod ruku, a da investiranje u znanje i obrazovanje predstavlja ključnu komponentu održivog razvoja. Kroz podršku školama, univerzitetima i raznim obrazovnim inicijativama, kompanija doprinosi izgradnji stručne radne snage i razvoju tehnoloških inovacija koje će oblikovati budućnost. Schneider Electric svojim društveno odgovornim poslovanjem nadilazi granice poslovnih interesa, a kroz ulaganje u oblasti obrazovanja, brige o zaposlenima i podršku lokalnoj zajednici, stvara bolju budućnost za sve nas.

TRI, ČETIRI - RECIKLIRAJ SADA!

Sekopak svakodnevno unapređuje sistem upravljanja ambalažnim otpadom u Srbiji

Sekopak obeležava 17 godina postojanja, a u vazduhu se zaista oseća promena - došlo je vreme kada je zaštita životne sredine imperativ kojim se vode kompanije, a reciklaža ambalažnog otpada redovna tema današnjih medija. Ekološka svest se probudila u društvu i ljudi prepoznaju značaj onoga što Sekopak već godinama

gradi - zajedno sa partnerima ova kompanija svakodnevno unapređuje sistem upravljanja ambalažnim otpadom i omogućava sve većem broju građana širom Srbije da odlože ambalažni otpad u kante, kontejnere i reciklomate! Reciklaža ambalažnog otpada postaje deo naše svakodnevice, zato sledeći put kada se nađete na nekom događaju, okrenite se oko sebe i proverite gde možete da odložite ambalažu za reciklažu!

Ovu godinu u Sekopaku obeležili su projekti koji će doprineti razvoju sistema upravljanja ambalažnim otpadom u Srbiji. Od zrenjaninskog pilot-projekta „Pametno recikliraj“, postavke reciklomata na Exit festivalu, akcija čišćenja, karavana, pa sve do edukacije zaposlenih o reciklaži - ekološka svest budi se uz pomoć Sekopaka!



Zahvaljujući Sekopaku posetioци Exit festivala imali su priliku da odlažu ambalažni otpad u reciklomate



SEKOPAK OSMU GODINU ZAREDOM ZADRŽAO LIDERSKU POZICIJU: POSLALI SMO NA RECIKLAŽU VIŠE OD 110.000 TONA AMBALAŽNOG OTPADA!

U 2022. godini kompanije su stavile na tržište Republike Srbije skoro 400.000 tona ambalaže, a od toga je uz pomoć operatera ambalažnog otpada ponovo iskorišćeno i reciklirano više od 256.000 tona ambalažnog otpada. Sekopak se i ove godine istakao kao lider u industriji sa najvećim količinama ponovo iskorišćenog i recikliranog ambalažnog otpada - više od 110.000 tona. Sekopak je do sada reciklirao više od 820.000 tona ambalažnog otpada, a ovom velikom uspehu doprinela je kontinuirana komunikacija sa građanima kroz projekte i akcije koje Sekopak realizuje sa partnerima.



Sekopak karavan

SEKOPAK KARAVAN OBIŠAO DEVET GRADOVA U SRBIJI!

Građani širom Srbije pokazali su veliko interesovanje za odlaganje staklenog ambalažnog otpada u reciklažne kontejnere. Ako ste primetili u svom kraju velika bela zvona, reč je o posebnim kontejnerima za staklene flaše i tegle, koje je postavio operater ambalažnog otpada Sekopak. Novi Sad, Pirot, Sombor, Nežotin, Kragujevac, Niš, Kruševac, Vršac i Valjevo mesta su koja je Sekopak obišao kako bi podsetio građane na važnost reciklaže, sa fokusom na staklenu ambalažu. U sklopu karavana organizovane su i kreativne radionice za decu, koje se sastoje iz više segmenata – takmičenje u razvrstavanju ambalažnog otpada, u slažanju edukativne slagalice i bojenje minijatura zvona. Sve to je praćeno pričom o važnosti reciklaže, interakcijom sa decom kako bi ispitali njihove navike u domaćinstvu.

Osim aktivnosti koje se tiču zvona, postavili smo po tri eko-ostrva u Kruševcu i Vršcu u koja građani pored staklene ambalaže mogu da odlože PET flaše, ALU limenke, papir i karton.



MALA ŠKOLA RECIKLAŽE: EDUKOVALI SMO VIŠE OD 2.000 OSNOVACA O RECIKLAŽI

Projekat „Reciklažom za čistiji Požarevac“ realizovale su kompanija Bambi i Sekopak u želji da približe temu reciklaže svim građanima Požarevca, ali pre svega najmlađima. U prvi deo projekta pod nazivom „Mala škola reciklaže“ uključile su se sve osnovne škole iz Požarevca i okolnih mesta, a decu od 1. do 4. razreda Boda Ninković i ekipa naučili su kako da vode računa o životnoj sredini kroz predstavu „Sakupljaj svoju ambalažu i nosi na reciklažu!“. Ovo je bio





prvi korak u njihovoj edukaciji jer su kao ulaznicu donosili upravo ambalažni otpad! U školama su postavljene kutije za odvajanje ambalažnog otpada, a deci je podeljen edukativni materijal kako bi im održao pažnju na ovoj važnoj temi. U sledećoj fazi projekta postavljano je reciklažno ostrvo na prometnoj lokaciji u gradu, a postavku je pratilo i predstavljanje rezultata inicijative „Mala škola reciklaže“, koja je bila samo uvod u veliku kampanju širenja ekološke svesti među građanima. Na ovaj način omogućeno je svim građanima Požarevca da odlažu ambalažni otpad, a nakon postavke eko-ostrva sprovedeno je niz akcije za sakupljanje ambalažnog otpada i edukaciju građana o reciklaži.



VLASINA, JOŠ ČISTIJA LJUBAV

Sa ciljem očuvanje životne sredine Vlasine i podizanje ekološke svesti, Sekopak i kompanija Coca-Cola HBC postavili su kontejnere za odvajanje PET flaša i ALU limenki, kao i kanti za ugostiteljske objekte. Projekat je započet edukacijom ugostitelja o reciklaži, kada su im dodeljene kante za ambalažni otpad. Kako bi turiste motivisali da odlažu ambalažni otpad u kontejnere koji su za to namenjeni, duž staze su postavljene edukativne table sa istaknutim lokacijama kontejnera. Netaknuta priroda je odlika Vlasine, te je ideja projekta da se kroz različite aktivnosti podigne ekološka svest meštana i turista i Vlasina učini još čistijom.



Edukativna tabla - Vlasina još čistija ljubav



Sekopak čaše za višekratnu upotrebu na Airfestu u Obrenovcu - važno je da izbacimo iz upotrebe jednokratnu plastiku i smanjimo otpad koji stvaramo



Drvo od staklenih flaša napravljeno sa ciljem da ukaže na važnost reciklaže ovog materijala

EDUKACIJA JE VAŽNA - RECILIRAJ!

Kompanije Sekopak i Delez Srbija, u želji da edukuju potrošače o tome zašto je važno da odlože ambalažu u namenske reciklažne kontejnere, tokom tri meseca sprovedile su akcije na osam lokacija u Beogradu - u Maxi supermarketima na Voždovcu, Zvezdari, Mirijeju, Čukarici, Vračaru, Zemunu, Starom gradu i Novom Beogradu. Zainteresovani potrošači širu sliku o otpadu stiču kroz edukativni video koji na jednostavan način približava ovu važnu temu građanima.



ZNAČAJ EKO PARTNERA

Ako ugostiteljski objekat na ulazu ima istaknutu nalepnicu Eko partner, to znači da se nalazi u Sekopakovom sistemu i da će ambalažni otpad generisan u tom lokalu biti poslat na reciklažu.

Za ove objekte obezbedili smo kante za staklo i druge vrste ambalažnog otpada u koje zaposleni redovno odvajaju ambalažni otpad i predaju ga Sekopaku.

Na ovaj način, ambalažni otpad ne završava u prirodi i na deponiji, već u reciklažnom centru gde se otpad pretvara u resurs.

BENEFITI EKO PARTNERA ZA UGOSTITELJE

- Ispunjavanje zakonske obaveze ugostitelja
- Efikasno zbrinjavanje ambalažnog otpada
- Društveno odgovorno poslovanje
- Isticanje znaka EKO PARTNER na ulazu u lokal
- Promocija ekološki svesnog ugostitelja



ZAŠTITA HRANE, LJUDI I PLANETE

Pored brige za bezbednost i zdravlje na radu svojih zaposlenih, o čemu kompanija Tetra Pak kontinuirano vodi računa u svim svojim postrojenjima širom sveta, briga o ljudima i lokalnim zajednicama prenosi se i na druge aspekte poslovanja ove kompanije, uključujući tu i brigu o zdravoj životnoj sredini, razvoju lokalnih zajednica i edukaciji

Kao globalna kompanija, osnovana pre više od 70 godina sa ciljem da „ambalaža štedi više nego što košta“, Tetra Pak, jedan od lidera u industriji prerade i pakovanja hrane, i dalje poštuje ovu filozofiju, danas u praksi sprovodeći svoj moto da „Štiti što je dobro“ kroz zaštitu hrane, ljudi i planete i fokusiranjem na pitanje održivosti u svakom segmentu poslovanja. Neke od oblasti u kojima kompanija Tetra Pak veruje da može ostvariti značajan doprinos upravo u kontekstu održivosti, uključuju korišćenje sirovina kojima se odgovorno upravlja, jesu smanjenje utroška resursa, energije i vode, reciklabilnost ambalaže i pomažanje reciklaže upotrebne ambalaže, sprečavanje otpada hrane, podrška svim drugim učesnicima u lancu vrednosti da unaprede sopstvenu održivost, ali i društvenu održivost, kroz koju se kompanija fokusira na ljudske zajednice širom sveta. Pored brige za bezbednost i zdravlje na radu svojih zaposlenih, o čemu kompanija Tetra Pak kontinuirano vodi računa u svim svojim postrojenjima širom sveta, briga o ljudima i lokalnim zajednicama prenosi se i na druge aspekte poslovanja ove kompanije, uključujući tu i brigu o zdravoj životnoj sredini, razvoju lokalnih zajednica i edukaciji.

PODRŠKA PROJEKTU „PAMETNO RECIKLIRAJ“ U ZRENJANINU

Prepoznajući značaj zaštite životne sredine i smanjenja dodatnog zagađenja na lokalnom nivou, kompanija Tetra Pak je nakon uspešne podrške projektu „Reciklažom do vožnje“, koji je pokrenut 2021. godine u Krađujevcu, u Srbiji podržala još jedan od projekata namenjen unapređenju upravljanja otpadom u lokalnim zajednicama. U pitanju je projekat „Pametno recikliraj“ u Zrenjaninu, kojim je Zrenjanin postao prvi grad u Srbiji koji je dobio sveobuhvatni pametni sistem za reciklažu ambalažnog otpada, u okviru kog građani Zrenjanina imaju priliku da svu upotrebnu ambalažu odlože u jednu od 12 postavljenih mašina širom grada. Iz kompanije Tetra Pak ističu da su građani izuzetno dobro reagovali na činjenicu da na jedno mesto mogu da odlože što više vrsta ambalažnog materijala i veličina pakovanja. Kompanija Tetra Pak se zalaže za uspostavljanje sveobuhvatnog depozitnog sistema za upotrebnu ambalažu



ambalažu u Srbiji, što bi u kratkom vremenskom roku dovelo do značajnog unapređenja stope reciklirane ambalaže u Srbiji, čime bi se dodatno doprinelo unapređenju reciklažne industrije, smanjenju dodatnog zagađenja i ostvarivanju ciljeva cirkularne ekonomije na lokalnom nivou.

POLYAL INCUBATOR – MLADI ENTUZIJASTI RADE NA INOVATIVNIM REŠENJIMA ZA RECIKLAŽU

U cilju pronalaska novih, korisnih načina za upotrebu polialuminijuma, materijala koji, pored papira, nastaje u procesu reciklaže višeslojne kartonske ambalaže, ali i podrške domaćim inovatorima, Tetra Pak je zajedno sa kompanijom Polyhedra sredinom godine pokrenuo projekat PolyAl Incubator, namenjen mladim entuzijastima koji su zainteresovani za pronalaženje inovativnih rešenja u oblasti kreiranja proizvoda od recikliranih materijala. Kroz mentorske radionice i praktični rad učesnici projekta imali su priliku da se upoznaju, ne samo sa višeslojnom kartonskom ambalažom i procesom njene reciklaže, već i sa osnovama idustrijskog dizajna, tehnika fabrikacije, i razvojem prototipa, a sve u cilju razvoja novih proizvoda od polialuminijuma koji bi našli upotrebnu vrednost na domaćem tržištu. Proglašenje najuspešnijih timova i proizvoda u okviru ovog projekta planirano je za početak 2024. godine.



TETRA PAK U GORNJEM MILANOVCU

Kao sastavni deo gornjomilanovačke zajednice već duže od 56 godina, kompanija Tetra Pak je angažovana i u aktivnostima na lokalnom nivou. U martu ove godine, uz podršku Ministarstva zaštite životne sredine i Kancelarije za zaštitu životne sredine opštine Gornji Milanovac, u Tetra Pak fabrici u Gornjem Milanovcu organizovana je radionica



o reciklaži višeslojne kartonske ambalaže za predškolce gornjomilanovačkog vrtića „Sunce“. Mališani su imali priliku da se kroz slikovnicu „Ekološka misija Joce Paketića - Kako postati Princ i Princeza od reciklaže“ i druge aktivnosti prilagođene njihovom uzrastu, upoznaju sa time šta se dešava sa upotrebjenim papirom, kartonom i ostalim delovima pakovanja nakon njihovog ispravnog razvrstavanja, kao i sa važnošću reciklaže upotrebne ambalaže, sa ciljem da se najmlađi sugrađani što pre upoznaju sa ponašanjem kojim se čuva prirodna sredina.

Takođe, u sklopu podrške koju kompanija Tetra Pak pruža brojnim kulturnim i društvenim programima na lokalnom nivou, i ove godine je sponzorisan Serbia World Music Festival, koji je održan krajem aprila u Gornjem Milanovcu. Nastavljajući da rade na novim pristupima i rešenjima, koji će omogućiti dostupnost kvalitetne i bezbedne hrane svima i svugde, ali i minimizovati negativan uticaj industrije na prirodno okruženje, iz kompanije Tetra Pak istovremeno poručuju: Biraj prirodno, biraj karton!

Hrana.
Ljudi.
Planeta.



ZAJEDNO STVARAMO LANAC DOBROTE

Više od 670 zaposlenih realizovalo je 28 akcija širom Srbije, u želji da doprinesu boljem radu ustanova i organizacija i pomognu pojedincima

Dve decenije, koliko Wiener Städtische osiguranje posluje u Srbiji, posvećeni smo izgradnji korporativne kulture koja u svojoj osnovi ima odgovoran odnos prema zajednici, zaposlenima, klijentima i partnerima. Internacionalno okruženje naše matične kompanije Vienna Insurance Group, svakodnevno nas uči da usvajamo najbolje prakse i vrednosti – različitost, posvećenost i odgovornost. Naša podrška značajnim i održivim projektima praćena je i ličnim angažovanjem zaposlenih kroz naš program korporativnog volontiranja – Lanac dobrote, koji sprovodimo dvanaest godina.

Cilj nam je da podstaknemo što veći broj zaposlenih da se angažuju u svojim sredinama, da prepoznaju potrebe i iniciraju rešenja koja bi unapredila neki segment života naših sugrađana ili ukazala na potrebu angažovanja oko tema značajnih za zajednicu. Nizom akcija koje smo sproveli u ovoj godini želeli smo da podignemo svest o važnim društvenim temama kao što su socijalna inkluzija, ekologija i održivi rast. Više od 670 zaposlenih realizovalo je 28 akcija širom Srbije, u želji da doprinesu boljem radu ustanova i organizacija i pomognu pojedincima.



Solidarno za Svrtište, Beograd

Istovremeno, kompanija je nastavila da doprinosi razvoju moderne umetničke produkcije kroz projekat Wiener Art – koji predstavlja jednu od najznačajnijih umetničkih kolekcija u Srbiji, ali i podrškom drugim projektima iz sfere umetnosti i kulture. S obzirom na našu delatnost, posvećeno smo radili na razvoju svesti o značaju usvajanja zdravih životnih navika i preventivnom ponašanju, pre svega, negujući kulturu preventivnih zdravstvenih pregleda.

DELJENJE DOBROTE

Potpuno svesni rizika siromaštva i socijalne isključenosti, u našem filantropskom radu razvili smo partnerstva sa ustanovama koje pružaju pomoć socijalno osetljivim grupama. U saradnji sa Centrom za integraciju mladih, tokom godine smo u više akcija iskusili radost davanja mladima iz beogradskog Svrtišta, dok su naše kolege iz Novog Sada uspostavile neraskidiva prijateljstva sa tamošnjom organizacijom za decu koja su izložena rizicima zbog siromaštva. Pakete pomoći u odeći, hrani, školskom priboru i sredstvima za higijenu, kontinuirano smo slali ovim ustanovama. Naši zaposleni organizovali su se, i donacijom u hrani pomogli narodnoj kuhinji pri manastiru Slanci. Podržavajući inicijativu udruženja „Čep za hendikep“, koja se sprovodi na nacionalnom nivou, naši zaposleni već duži niz godina prikupljaju čepove sa plastičnih flaša. Tokom ove godine isporučili su više od 10 džakova sa plastičnim čepovima, skupljenim u nekoliko gradova u Srbiji. Na taj način pomogli smo da se kupe nova ili polovna ortopedska pomagala za osobe sa invaliditetom. U Domu za decu i omladinu „Jefimija“ iz Kruševca naši volonteri su popravili stolariju na zgradi, uredili dvorište i donirali sredstva za higijenu, a u Udruženju paraplegičara u Kraljevu okrećili su prostorije i ofarbali terasu ovog objekta. Pored toga, u setu naših brojnih akcija čišćenja i obeležavanja pešačkih staza, krajem avgusta ove godine smo trasirali pešačku stazu u Ovčarsko-kablarskoj klisuri koja je namenjena za kretanje slepih i slabovidnih ljudi. Kragujevačkoj Osnovnoj školi „Jovan Popović“ poklonili smo učionicu na otvorenom, sa ciljem da đaci u novom ambijentu budu više motivisani za istraživanje novih tema iz različitih oblasti, za sticanje znanja i razvijanje kritičkog mišljenja i kreativnosti. Naši volonteri su učestvovali u završnim radovima na uređenju učionice i školskog dvorišta, u kojem je smeštena. Akcije uređivanja školskih prostorija i dvorišta s radošću smo sprovodili u školama u Valjevskoj Kamenici, Kragujevcu, Vranjskoj Banji i Nišu,



Ulepšali smo prostorije Udruženja paraplegičara u Kraljevu

kako bismo boravak dece u njima učinili prijatnijim i radno stimulativnijim.

Ove godine na 36. Beogradskom maratonu naši zaposleni trčali su za BELhospice tim, i tako pomogli da se podigne svest o značaju dostupnosti palijativne nege, kako bi se obezbedili dostojanstveno zbrinjavanje teško obolelih pacijenta i podrška njihovim porodicama. Takođe, na ovogodišnjem 5. Čačanskom polumaratonu, Wiener tim je trčao za dobrotvorno udruženje Kolo srpskih sestara „Nadežda Petrović“ u Čačku, čime je ukazao, pored brige



Trasirali smo pešačku stazu za slepe na Kablaru

o sopstvenom zdravlju, i na neophodnost brige o drugima, što je jedno od važnijih opredeljenja naše kompanije. Kao partner Republičkog fonda za penzijsko i invalidsko osiguranje, penzionerima koji poseduju penzionersku karticu omogućili smo popust od 10 odsto za polisnu putnog osiguranja i 15 odsto za polisnu osiguranja domaćinstva.



Čistije je lepše, Avala

POSVEĆENOST EKOLOGIJI

Svoju posvećenost zaštiti životne sredine zaposleni iz 43 organizacione jedinice širom Srbije demonstrirali su direktnim akcijama. Bili su angažovani u ekološkim akcijama u kojima su sprovedli akcije čišćenja delova šume na Rudniku, obale Graševačke reke u Brzeću i Avale, omiljenog izletišta Beograđana. Kako bismo sprečili nesavesno bacanje otpada u prirodi, donirali smo kontejner za kabasti otpad i postavili ga kod planinskog doma na Divčibarama, uz postavljanje obavешtenja o njegovoj lokaciji i važnosti bezbednog odlaganja otpada za očuvanje životne sredine. Uredili smo i trasirali planinarske staze na Vršaćkom bregu, Rajcu i Kablaru, demonstrirajući posvećenost prirodi, ali i ukazujući na važnost fizičke aktivnosti i boravka na otvorenom. Uredili smo bolnički park Opšte bolnice Čačak zasadivši sadnice tuje i evonimusa, i tako ga oplemenili na korist pacijenata i zaposlenih. U segmentu aktivnosti usmerenih na smanjenje zagađenja vazduha i životne sredine, naša kompanija se pridružila projektu „Ekoopština“ koji je pokrenula Ambasada Francuske. Wiener Städtische osiguranje je u okviru programske celine „održiva mobilnost“, gradovima Pirot i

Kruševac doniralo po jednu servisnu stanicu za bicikle, i tako nagradilo projekte koje su ovi gradovi kandidovali tokom konkursa „Ekoopština“. Servisne stanice za bicikle namenjene su za slobodno i besplatno korišćenje.



Zeleno je zdravo, Opšta bolnica Čačak

PODSTICANJE PREVENTIVNOG PONAŠANJA I USVAJANJA ZDRAVIH ŽIVOTNIH NAVIKA

Ubrzan način života i brojne obaveze često u drugi plan stavljaju brigu o zdravlju, pa se tako zanemaruju prolazne tegobe, dok bolest ne dođe do stadijuma lečenja. Kako smo jedno od vodećih osiguranja u segmentu dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja, nastojimo da kod naših korisnika razvijemo svest o važnosti preventivnih pregleda. Zato smo uspostavili praksu besplatnih preventivnih lekarskih pregleda za naše osiguranike dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja. Tokom godine sprovedli smo tri kampanje sa značajnim odzivom. Akciju besplatnih pregleda mamografom pokrenuli smo jer nam je važno da svaka žena, pored brojnih odgovornih obaveza koje obavlja, neizostavno brine o sopstvenom zdravlju. U kampanji „Slušaj svoje

USPOSTAVILI SMO PRAKSU BESPLATNIH PREVENTIVNIH LEKARSKIH PREGLEDA ZA NAŠE OSIGURANIKE DOBROVOLJNOG ZDRAVSTVENOG OSIGURANJA

srce“ posvećenoj prevenciji kardiovaskularnih oboljenja, učestvovalo je preko četiristo naših osiguranika. Akcijom „Movembar“, u okviru meseca borbe protiv raka prostate i testisa omogućili smo preventivne besplatne ultrazvučne preglede bešike i prostate sa analizom tumor markera. Pokroviteljstvo projekta „Moje najbolje godine“ pružilo nam je mogućnost da kroz radionice ostvarimo direktnu komunikaciju sa damama u srednjim godinama, ukažemo na važnost brige o zdravlju i osvestimo rizike iz ovog segmenta. Radionice održane u deset gradova namenjene su ženama srednjih godina, i tokom njih mogu da razgovaraju sa lekarima i nutricionistima i dobiju savete za prevazilaženje izazova sa kojima su suočene tokom menopauze. Fizička aktivnost je najbolja primarna prevencija mnogih bolesti. Činjenica je da za pokret, kretanje i vežbanje ne postoji zamena i tableta. Sa željom da podstaknemo zdrave životne navike, podržali smo održavanje Beogradskog maratona, Čačanskog polumaratona i Beogradske rolerijade.

AFIRMACIJA KULTURE I UMETNOSTI

Jedan od značajnijih projekata naše kompanije je Wiener Art kolekcija savremene srpske umetnosti, koja sadrži više od 600 umetničkih dela preko 100 umetnika. Ova dela naš poslovni prostor čine humanijim i radno stimulativnim, ali, svrha građenja ove impozantne kolekcije je podrška domaćoj savremenoj umetničkoj produkciji. S druge strane, neгуjući izložbenu aktivnost želimo da dela Nenada Bračića, Mire Brtke, Vladana Radovanovića, Ane Bešlić, Neše Paripovića, Zorana Popovića, Mrđana Bajića i drugih značajnih domaćih umetnika budu dostupna širokoj javnosti. Ove godine, blizu trideset dela iz naše kolekcije bilo je predstavljeno na izložbi „Na putevima srpske umetnosti 1923-2023: od Konjovića do Marine Abramović“, u prostoru Kreativnog distrikta u Novom Sadu. Publici je omogućen uvid u stvaralaštvo Vladana Radovanovića, Dei leći – Bore Vitorca i Dragana Pavlova, Ane Bešlić, Milice Tomić, Srđana Apostolovića, Neše



Dvbojna skulptura 38, 1973, autor Ana Bešlić

Paripovića, Zorana Popovića, Gere Urkoma, Raše Todosijevića, Ekipe A3 – Jugoslava Vlahovića i Milete Prodanovića – čija dela predstavljaju autentično svedočanstvo o umetničkom stvaralaštvu druge polovine dvadesetog veka.

Na retrospektivnoj izložbi umetnika Zorana Naskovskog „Javne tajne“ u Muzeju savremene umetnosti u Beogradu prikazana su dva dela ovog umetnika iz naše kolekcije – „Smrt u Dalasu“ (video-instalacija, 2000-2001) i rad „★“ (video-rad o Majklu Džordanu, 1999; „★“ je naslov bez reči), kao i delo Voiding the Void - VR instalacija autorke Ane Knežević koje je deo Wiener Art kolekcije. Zbirka Wiener Art se svake godine uvećava i tako promoviše i podstiče popularizaciju stvaralaca značajnih za razvoj savremene umetničke scene u Srbiji. Zahvaljujući novim akvizicijama, u 2023. godini naša kolekcija je proširena sa delima četiri umetnika: Zorana Naskovskog, Aleksandra Dimitrijevića, Nenada Rackovića i Gorana Drağaša. Takođe, početkom godine podržali smo organizaciju izložbe arhitekta Borisa Podreke „Arhikultura“ koja je bila predstavljena u Muzeju primenjene umetnosti u Beogradu. Podreka je svojim projektima oblikovao javne prostore i urbani pejzaž u osam evropskih zemalja i ostavio je autorski pečat u sedištu Vienna Insurance Group u Beču, čuvenoj zgradi RINGTUM. Kao partner projekta „Na krilima muzike“ podržali smo organizaciju koncerata pijaniste Stefana Đokovića u deset gradova širom Srbije. U okviru ovog projekta promovisali smo i nagradili jednog talentovanog učenika muzičke škole u svakom gradu, kroz program Wiener talenti. Stipendirajući ove mlade talente podstičemo njihovo usavršavanje i razvoj u buduće virtuozne.

ODGOVORNOST PREMA PRIRODI, KORISNICIMA I ZAJEDNICI

Iako relativno mlad brend, Yettel je pokrenuo brojne ekološke inicijative i zajedno sa korisnicima značajno doprineo očuvanju životne sredine

Ukoliko uskoro nešto ne promenimo u odnosu prema životnoj sredini, sve oko nas će se promeniti. U Yettelu smo o tome počeli da razmišljamo pre gotovo dve godine: šta još možemo da uradimo da smanjimo negativan uticaj na životnu sredinu, i kako da uključimo naše zaposlene i gotovo tri miliona korisnika? Zato je Yettel mreža 100% zelena i koristi isključivo energiju iz obnovljivih izvora za napajanje mreže. Osim baznih stanica, zelena energija napaja i 31 Yettel prodavnicu. Priroda i njene lepote glavni su pokretač naših ekoloških inicijativa. Takav dar prirode je i fenomen cvetanja Tise, koji je Yettel uvrstio u svoju reklamu. Tiski cvet je insekt stariji od dinosaurusu, on kao larva živi tri godine u mulju reke. Jednog dana u junu izlazi na površinu kako bi produžio svoju vrstu. Živi samo u čistim vodama, a kada zbog zagađenja ili drugih faktora nestane sa reke, više se nikad ne vraća. Tisa je jedina reka u Evropi gde ovaj jedinstveni prirodni fenomen i dalje postoji i važno je da se on sačuva i da se o njemu više zna. Zato je Yettel podržao i manifestaciju „Kad Tisa cveta“, koja se održava svake godine u junu. Ljubitelji prirode mogli su da isprate fenomen cvetanja na Yettel Youtube kanalu, u prenosu uživo putem Yettel mreže.

YETTEL MREŽA - ZELENA, SIGURNA I SA NAJBOLJOM POKRIVENOŠĆU MOBILNIM INTERNETOM

Godinu dana otkad je 100% zelena, Yettel mreža je sinonim za brzu, sigurnu i kvalitetnu mrežu. Petu godinu zaredom, Yettel nosi priznanje za najbolji kvalitet mreže „Best in test“, koji dodeljuje internacionalna tehnološka kompanija UMLAUT. Ova kompanija koristi „crowdsourcing“



Saša Leković, izvršni direktor tehnike kompanije Yettel

metodologiju, koja pokazuje realno korisničko iskustvo: u ovom, poslednjem merenju, tokom šest meseci, UMLAUT je prikupio 73,8 miliona uzoraka od 31.000 korisnika i obuhvatio 97 odsto populacije.

„Danas nije dovoljno da vam mreža bude samo brza. Isto tako važno je da imate besprekornu i kontinuiranu pokrivenost. Zato smo izuzetno ponosni na činjenicu da petu godinu zaredom dobijamo priznanje „Best in Test“ na uporednom merenju kvaliteta mreža. Poslednje merenje UMLAUT-a kaže da imamo najbolju pokrivenost internetom, kako u domovima naših korisnika, tako i geografski, u celoj zemlji. Hoćemo da naša mreža bude održiva, zelena, ali i sigurna, da pokrijemo sve aspekte koji jednu mrežu čine sjajnom za korisnike“, kaže Saša Leković, izvršni direktor tehnike u Yettelu.

PARTNERSTVO YETTELA I GORSKE SLUŽBE SPASAVANJA ZA BEZBEDNOST U „ONLAJN“ I „OFLAJN“ SVETU

Sigurna mreža sa dobrom pokrivenošću može biti od ključnog značaja u trenucima životne opasnosti, kao što su situacije sa kojima se suočava Gorska služba spasavanja



Yettel Zelene staze, Rajska Prerast, foto Nebojša Atanacković

Srbije. Zato GSS i Yettel zajedno rade na tome da građanima predoče koliko je važna sigurnost i u digitalnom i u stvarnom svetu. Dok Yettel vodi računa o bezbednosti korisnika dok surfuju internetom, GSS ih čuva dok borave u prirodi. Kako bi korisnicima obezbedio adekvatnu zaštitu od različitih sajber pretnji, Yettel je kreirao rešenje za



Yettel i Gorska služba spasavanja Srbije

bezbedno korišćenje interneta - „Safe Net“. Dok korisnici pretražuju internet u Yettel mreži, „Safe Net“ identifikuje i blokira zlonamerne veb lokacije i štiti ih od internet prevara koje služe za krađu ličnih ili finansijskih podataka. „Safe Net“ daje i opciju kontrole pristupa sadržajima u određenim kategorijama, kao što su društvene mreže, igre i rizični sajtovi, što je posebno važno roditeljima koji žele da zaštite decu od nepoželjnog sadržaja.

A kada požele da se diskonektuju i odmire u prirodi, brigu o korisnicima preuzimaju naši partneri iz Gorske službe. „Zajedno sa GSS-om mapirali smo i obeležili šetačke i biciklističke staze širom Srbije, čime zapravo digitalizujemo i činimo lako dostupnim nešto što svakom građaninu može biti veoma korisno. One sada čine deo Yettel aplikacije i nalaze se u sekciji pod nazivom „Yettel zelene staze“. Staze su podeljene na lake, srednje teške i teške, i za svaku postoji informacija koliko je dugačka, koliko je vremena potrebno da se prođe, kao i na kojoj je nadmorskoj visini. Svaka mapa sadrži fotografije, zanimljivosti o lokalitetu, tip podloge za šetnju i atrakcije koje se mogu naći na stazi“, kaže Saša Filipović, izvršni komercijalni direktor u Yettelu.

U „Yettel zelene staze“ inkorporirana je i aplikacija Google mape, i na taj način omogućena navigacija, kako do lokaliteta za planinarenje i biciklizam, tako i po samoj stazi. U slučaju nezgode ili skretanja sa staze, korisnici mogu kroz aplikaciju na brz i jednostavan način da pozovu dežurnu službu ili najbližu lokalnu stanicu Gorske službe spasavanja.



Saša Filipović, izvršni komercijalni direktor kompanije Yettel



Program reciklaže uređaja

EKOLOŠKE AKTIVNOSTI KAO STUB ODRŽIVOG POSLOVANJA

Iako relativno mlad brend, Yettel je pokrenuo brojne ekološke inicijative i zajedno sa korisnicima značajno doprineo očuvanju životne sredine. Pre godinu dana, kompanija je lansirala digitalnu uslugu Eco Bonus, čijom aktivacijom korisnici biraju da se u njihovo ime reciklira 4,6 kg plastičnog i 2,2 kg papirnog/kartonskog otpada na mesečnom nivou. Kroz ovu uslugu, Yettel je zajedno sa korisnicima do sada reciklirao više od 243 tona plastike i preko 112 tona papira. Osim što korisnicima pruža jednostavan način za reciklažu papira, Yettel im omogućava i da smanje njegovu potrošnju kroz uslugu e-računa, za koji se opredelilo više od 64% individualnih korisnika. Papir i plastika nisu jedini materijali koje recikliramo. Yettel je jedini operator na tržištu kod kog je moguće reciklirati i elektronske uređaje. „Odgovor korisnika na program reciklaže uređaja premašio je sva naša očekivanja. Tokom dve godine, korisnici su nam doneli blizu 580.000 uređaja, što je više od 52 tone elektronskog otpada koji smo zajedno reciklirali. Na ovaj način, osim plastike, metala i stakla, omogućili smo da se 13 kg zlata, 187 kg srebra, 7 kg paladijuma i preko 8 tona bakra adekvatno odloži i vrati u ponovnu upotrebu. Veliki

TOKOM DVE GODINE, KORISNICI SU NAM DONELI BLIZU 580.000 UREĐAJA, ŠTO JE VIŠE OD 52 TONE ELEKTRONSKOG OTPADA KOJI SMO ZAJEDNO RECIKLIRALI

odziv korisnika nam pokazuje da svest o životnoj sredini raste među ljudima i da žele da učestvuju u očuvanju životne sredine kada im se ponudi jednostavno rešenje. Zbog toga smo odlučili i da nagradimo korisnike koji su reciklirali najviše uređaja, kao i onog koji je reciklirao polamilioniti uređaj. Program reciklaže smo proširili, tako da sada sve što može da se kupi u Yettelu, može i da se reciklira. Takođe, produžili smo garanciju našim *handset* uređajima na tri godine, u želji da motivišemo korisnike da ih koriste duže“, rekla je Milica Begešić, ESG menadžerka u Yettelu.

ODGOVORNI ZAPOSLENI

Pored toga što omogućava korisnicima da doprinose očuvanju životne sredine, Yettel motiviše i svoje zaposlene. Kako bi podigao svest o značaju pravilnog odlaganja opasnog otpada, Yettel je organizovao Dan reciklaže elektronskog otpada za zaposlene. Tom prilikom, oni su doneli stari električni i elektronski otpad, poput televizora, računara i računarske opreme i malih kućnih aparata, a sakupljeno je i predato na reciklažu 178 kg e-otpada. Sredinom 2022. godine, Yettel je ukinuo upotrebu plastičnih čaša u upravnoj zgradi i regionalnim centrima, čime su zaposleni doprineli smanjenju količine plastičnog otpada za oko 22.000 čaša. Povodom Svetskog dana zaštite životne sredine, koji se obeležava 5. juna, zaposleni u Yettelu organizovali su Nedelju reciklaže plastičnog otpada, i prikupili su 26,6 kg plastičnih čepova i nekoliko džakova PET ambalaže. Zaposleni takođe učestvuju u kreiranju kompanijske kulture predlaganjem inicijativa koje pozitivno utiču na njih, ali i korisnike. Jedna od inicijativa je uvođenje električnih trotineta i bicikala kao prevoznih sredstava za zaposlene. Tokom prolećnih i letnjih meseci, zaposleni u Beogradu mogli su da iznajme električni trotinet ili bicikl na dve nedelje, dok su u regionalnim centrima u Subotici, Novom Sadu, Kragujevcu i Nišu, zaposlenima na raspolaganju bili bicikli. Zaposleni u Yettelu učestvuju i u humanitarnim aktivnostima. U saradnji sa Centrom za smeštaj i dnevni boravak dece i omladine ometene u razvoju, održana je humanitarna uskršnja izložba Yettel fondacije, gde su zaposleni Yettela, ali i drugih kompanija koje posluju u okviru PPF Grupe, CETIN-a i Mobi Banke, imali priliku da kupe rukotvorine štice Centra, kao što su dekorativne činije, šolje, poslužavnici i uskršnji ukrasi. Predmeti su napravljeni na kreativnim radionicama koje Centar organizuje i koje su ujedno deo njihove radno-okupacione

terapije. Na izložbi je sakupljeno blizu 130.000 dinara, a novac je upotrebljen za kupovinu materijala za radionice. Tokom leta, zaposleni u Yettelu organizovali su humanitarnu šetnju Zelenom stazom zdravlja, na Fruškoj gori. U šetnji je učestvovalo 40 zaposlenih, koji su za dva sata napravili 5.216 koraka i prepešačili 3 km. Za svaki pređeni kilometar, Yettel fondacija donirala je 50.000 dinara Gradskoj organizaciji gluvih Beograda, što ukupno iznosi 150.000 dinara.

Zaposleni Yettela svake godine učestvuju na tradicionalnom UNICEF turniru u basketu. Ove godine, takmičilo se 20 timova iz korporativnog sektora, prikupljeno je više od 2,4 miliona dinara, a sredstva su bila usmerena za obezbeđivanje nameštaja, opreme i didaktičkog materijala za vrtiće u Srbiji.



Dodela nagrada Digital Awards

PRIZNANJA ZA DRUŠTVENU ODGOVORNOST

„Održivost je u osnovi svake naše poslovne odluke i planiramo da nastavimo u tom pravcu. Ponosni smo na činjenicu da naše napore prepoznaju i korisnici, ali i poslovna zajednica. U okviru desete Regionalne konferencije o trendovima u telekomunikacijama i medijima – Digital 2023, prvi put dodeljene su nagrade Digital Awards, a Yettel je osvojio nagradu u kategoriji Lider društvene odgovornosti u ICT sektoru. Takođe, prema istraživanju kompanije Kantar, korisnici nas percipiraju kao ekološki najodgovorniju kompaniju među kompanijama svih industrija u Srbiji. Želimo da budemo primer i inspirišemo i druge kompanije i pojedince da zajedno stvaramo održivu budućnost“, zaključuje Milica Begešić.

3
2
0
2

**GRAĐANI LIDERI
DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI**

SRBIJA POSLEDNJA U EVROPI BEZ OLAKŠICA ZA DONACIJE

MILOŠ JANKOVIĆ, fondacija Catalyst Balkans

Srbija je poslednja evropska država koja nema nikakve poreske podsticaje za građane koji doniraju i jedna od retkih evropskih država koje naplaćuju PDV na doniranu hranu, čime država, praktično, kažnjava dobročinstvo, upozorava Miloš Janković, direktor za partnerstva u fondaciji Catalyst Balkans

Kada su u pitanju društveno odgovorne inicijative, gde je Srbija u odnosu na zemlje regiona, a gde u odnosu na Evropu?

Kultura davanja je u svakoj zemlji različita, i zavisi od ekonomskog stanja, državnog uređenja i vizije šta država treba da radi, kao i tradicije, tako da nije zahvalno upoređivati zemlje međusobno. Takođe, prema globalnim istraživanjima, 2022. godina je bila najlošija za filantropiju u prethodnoj deceniji.

Prema svetskom indeksu davanja Srbija je imala veliki skok 2022. godine i dostigla je 27. mesto na svetu, da bi u 2023. drastično pala i bila na 119. mestu. Međutim, ovaj indeks pre ocenjuje kako građani vide dobročinstvo, nego stvarno stanje. Sigurno je da naši građani nisu mogli pozitivno da ocene dobrotvorne i društveno odgovorne inicijative u atmosferi nasilja i masovnih ubistava. To, ipak, ne govori o svim važnim i pozitivnim stvarima koje su naši građani i kompanije omogućili donirajući za opšte dobro.

Ako pogledamo dobročinstvo i donacije u pojedinim evropskim zemljama, u Belgiji su brojevi sto puta veći nego u Srbiji, a španske fondacije učestvuju sa 1,6 odsto u španskom BDP-u. U slučajevima ovih zemalja vidimo koliko tradicija, ali i pravni okvir igraju značajnu ulogu za razvoj dobročinstva.

Koje su specifičnosti Srbije u odnosu na druge zemlje?

U Srbiji i dalje dominiraju humanitarne akcije usmerene na lečenje dece i sugrađana i postoji malo prostora za inicijative koje imaju sistemski uticaj. Takođe, Srbija je poslednja evropska država koja nema nikakve poreske podsticaje za građane koji doniraju, pa i to dodatno usporava dobročinstvo. Konačno, Srbija je jedna od retkih evropskih država koje naplaćuju PDV na doniranu hranu, čime država, praktično, kažnjava dobročinstvo. Ipak, uprkos ovom padu, moramo da budem svesni i svih pozitivnih promena koje je dobročinstvo u Srbiji omogućilo – tradicija zadužbinarstva koja se obnavlja ulaganjem Miodraga Kostića u Palatu nauke, lečenje dece i sugrađana preko Fondacije Budi human, izgradnja čitave bolnice u Nišu što je omogućio NURDOR, pomoć korporativnog sektora borbi protiv pandemije, kao i sve lokalne inicijative pokrenute na Donacije.rs.

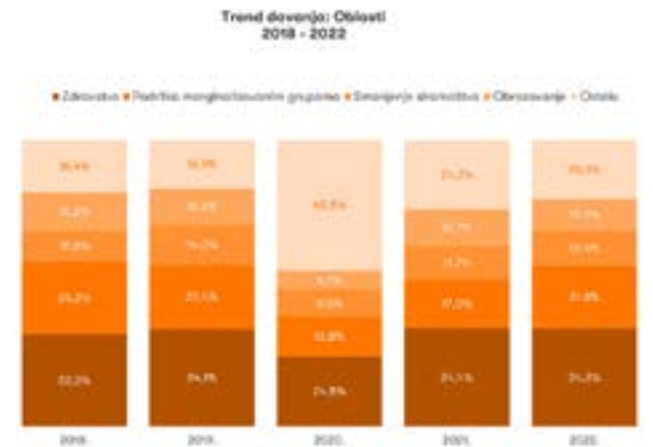
Ko je zastupljeniji i u kom obimu, pojedinci ili kompanije?

U Srbiji, kao i celom regionu, videli smo neverovatnu solidarnost i rast dobročinstva pri izbijanju pandemije



2020. godine. Našim istraživanjem „Srbija daruje“, koje Catalyst Balkans sprovodi već čitavu deceniju, zabeležili smo ukupnu vrednost donacija od 51 milion evra, a posebno je poslovni sektor pokazao kakvu veliku promenu može da napravi svojim doprinosom.

Međutim, nakon toga, donacije počinju da opadaju i u 2022. godini smo zabeležili ukupno 33,3 miliona evra donacija građana, kompanija i neprofitnih organizacija u Srbiji. Najveći pad je zabeležen upravo kod poslovnog sektora. Građani su učestvovali u 36,5 odsto dobrotvornih akcija i donirali su 68,5 odsto zabeležene sume, mahom kroz SMS donacije za lečenje dece. Sa druge strane, kompanije su učestvovala 25,6 odsto akcija i donirale su 22,8 odsto sume. Nažalost, u 2022. godini nismo videli mnogo novih društveno odgovornih akcija poslovnog sektora, niti je njihov uticaj bio značajan. Primera radi, u 2021. godini je NORDEUS osnovao fondaciju sa tri miliona dolara, a MasterCard je za NURDOR pokrenuo platformu Superhero. U 2022. nije bilo novih akcija tog tipa.

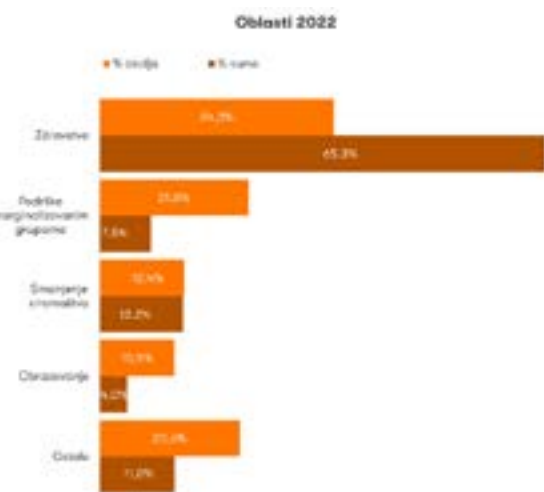
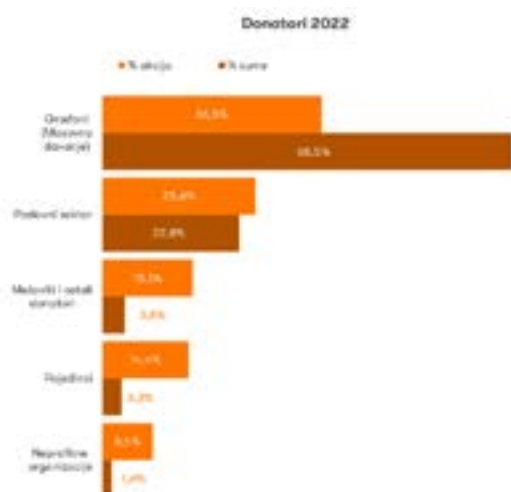


Zašto je došlo do te stagnacije?

Postoje dva razloga zašto korporativna filantropija stagnira – očigledno, na prvom mestu je ekonomski pad. Posebno su IT kompanije otpustile veliki broj ljudi i u takvoj situaciji ne možemo očekivati da doniraju za društvene inicijative. Pored toga, u Srbiji su stupile na snagu i odredbe o nefinansijskom izveštavanju koje po ugledu na EU regulative uvode ESG principe u poslovanje. Zbog toga smo u prethodnom periodu imali veliku seobu CSR/ESG menadžera u korporativnom sektoru i trenutno su svi programi društveno odgovornog poslovanja u fazi introspekcije. Kompanije postavljaju sada temelje poslovanja u skladu sa ESG principima i tek ćemo videti kakvu će ulogu korporativna filantropija imati u novom kontekstu.

U medijima se stiče utisak da se u filantropskim akcijama uvek pojavljuje isti krug kompanija.

U medijima vidimo kompanije koje su spremne da javno govore i promovišu svoje društveno odgovorne akcije. Postoji mnogo toga pozitivnog što ne bude nigde objavljeno – naš je cilj da motivišemo i medije i kompanije da pričaju više o korporativnoj filantropiji. To ne treba da bude samopromocija, ali to jesu teme od interesa za javnost, i samo ako se javno i transparentno govori o njima, moći ćemo i kritički da ih sagledamo – da znamo koju je vrednost zajednica dobila od donacije. Kao što je već navedeno, 2022. godina nije bila dobra za korporativnu filantropiju u Srbiji, ali je i na globalnom nivou bila jako loša godina za dobročinstvo. Dok su u 2021. godini, kompanije u Srbiji donirale 33 odsto zabeležene vrednosti donacija, u 2022. je to bilo samo 22,8 odsto.



Koje su to oblasti, u kojima postoji prostor i potreba za ovakvim akcijama i inicijativama, a ne dobijaju dovoljnu pažnju?

Od početka našeg istraživanja pre 10 godina do danas su četiri oblasti u centru pažnje društveno odgovornih kompanija i građana: zdravstvo, podrška marginalizovanim grupama, obrazovanje i smanjenje siromaštva. Iz godine u godinu su menja pokoji procenat, ali ništa suštinski. Sa druge strane, vidimo da su dve najvažnije teme danas ravnopravnost polova, zaštita životne sredine i sprečavanje nasilja. Videli smo brojne proteste i ženskih i ekoloških grupa, ali nismo zabeležili mnogo donacija za ove oblasti. Postoje kompanije koje već dugi niz godina podržavaju ženski pokret u Srbiji, ali se taj krug kompanija sporo širi. Tek je podrška kroz korporativnu filantropiju za životnu sredinu vrlo površna i mahom se svodi na povremene akcije volonterskog čišćenja parkova i obala reka.

Interesantno je da su građani senzibilisani za ove teme, a pitanja ravnopravnosti polova i zaštite životne sredine su najpopularnije teme na našoj crowdfunding platformi Donacije.rs. U prethodnom periodu smo na Donacije.rs imali sjajne kampanje za izgradnju zadrugne solarne elektrane na Staroj planini, ili zaštitu ugroženih životinjskih vrsta poput orlova krstaša. Takođe, neprofitne organizacije često lansiraju crowdfunding kampanje za podršku devojkama i ženama.

Ovo su važne teme, javnost ih prati, ali moramo da pronađemo bolji način kako da to interesovanje pretvaramo u konkretnu podršku i konstruktivno rešavanje društvenih problema.

Pored toga, postoje teme koje nisu čak ni prepoznate u javnosti kao važne, pa je još teže obezbediti podršku za njih. Ovde bih na prvom mestu naveo brigu o starima, koji nikako ne dobijaju pažnju i podršku koja im je neophodna.

Filantropija bi trebalo svojim akcijama da dodatno osvetljava društvene probleme i skreće pažnju na njih. Da li je i koliko to moguće u Srbiji?

Filantropija, dobročinstvo, ili koji god treći termin koristili, nije samo pitanje urgentne pomoći ugroženima, već način na koji se suočavamo sa izazovima u 21. veku. Konstantno smo okruženi krizama – ratovima, pandemijom, nasiljem, klimatskim promenama, političkim populizmom. Te krize ne može nijedna država sama da reši – i ne treba. Zato je neophodna otvorena saradnja između javnog, neprofitnog i poslovnog sektora.

U delu javnosti često se javlja žal za prošlim vremenima kada je među istaknutim pojedincima postojala tradicija zadužbinarstva, koja je bar prema onome što sada percipiramo poprilično zamrla. Da li je to baš tako? Da li u Srbiji postoji moderno zadužbinarstvo, da li je ono moguće i na koji način?

Tradicija zadužbinarstva u Srbiji predstavlja važan i dobar temelj za dalji razvoj dobročinstva. Ali očekivati da će rešenja iz 19. veka dati odgovore na izazove 21. veka nije produktivno.



Videli smo pre nekoliko nedelja da je osnovana Zadužbina Miodraga Kostića, koja je uložila 25 miliona evra u Palatu nauke. Ovo jeste fantastičan primer i doprinos za koji se nadam da će i drugi slediti. Ali dobročinstvo u 21. veku treba da bude demokratizovano i decentralizovano, oslanjajući se prevashodno na veliki broj malih donacija građanki i građana. Moć organizovanih građanki i građana u zajednici je veća i uticajnija nego bilo koji program korporativne filantropije ili velike donacije pojedinca. Država treba da prepozna značaj donacija građana i uvede poreske podsticaje, a mi treba da razvijamo infrastrukturu za dobročinstvo – mogućnost da građani jednostavno doniraju onlajn, SMS-om i uživo, i mogućnost da neprofitne organizacije artikulišu potrebe zajednice i pokrenu akcije, kako bi došli do podrške.

Šta država treba da uradi da stvori bolju atmosferu i uslove za humanitarne akcije i filantropske inicijative?

Naši predlozi su isti već nekoliko godina. Potrebno je uskladiti definiciju javne koristi između Zakona o porezu

na dobit, Zakona o udruženjima i Zakona o fondacijama i zadužbinama, kako bi kompanije mogle da dobiju poreske olakšice kad doniraju neprofitnim organizacijama i za ciljeve izvan zdravstva, obrazovanja, nauke i humanitarne pomoći. Važno je uvesti kompenzacioni fond za PDV na donacije u hrani, kako bi prestalo kažnjavanje kompanija koje svojim donacijama pomažu najugroženijim sugrađanima i uvesti poreske podsticaje za građanke i građane koji doniraju u okviru širih poreskih reformi, kako bi lokalne neprofitne organizacije dobile veću podršku za svoj rad. Kompenzacioni fond i definicija javne koristi se mogu lako i brzo realizovati. Uvođenje poreskih podsticaja za građane koji doniraju zahteva šire reforme poreskog sistema Srbije, koje su svakako neophodne. Naš predlog je da se to uradi po ugledu na britanski gift aid model. Kada vi kao građanin donirate određenoj neprofitnoj organizaciji za dobrotvorne akcije, ta organizacija dobija pravo da tu količinu novca duplira iz vašeg poreza, do određenog iznosa. Na taj način građanin zna da će i njegov porez biti iskorišćen za ciljeve koje već podržava, a organizacije će moći da učine više pozitivnih promena u našim zajednicama.

OD KRATKOROČNIH AKCIJA DO STRATEGIJE DAVANJA

MARIJA MITROVIĆ, *Trag fondacija*

Naredna godina će biti prva godina nakon izbijanja pandemije u kojoj ćemo moći da sagledamo realno stanje korporativne filantropije u novom globalnom kontekstu – ističe Marija Mitrović, direktorka programa filantropije Trag fondacije. Ocenjuje da se angažovanje građana još uvek najviše traži u onim oblastima koje bi trebalo da finansira država i ukazuje na koji način bi akcije kratkoročnog delovanja trebalo da dobiju strateški karakter

Da li u Srbiji u humanitarnim i društveno odgovornim akcijama više učestvuju pojedinci ili kompanije?

U godinama nakon pandemije, davanja građana imaju primat. Prema podacima Fondacije Katalist, građani su u 2022. godini podržali svaku drugu zabeleženu akciju. Veći angažman građana veoma ohrabruje i ukazuje na to da su godine krize u njima osnažile empatiju, solidarnost, ali i veru u moć zajedničke akcije, u kojoj je svaki doprinos važan. Poslovni sektor je 2020.-2021. godine bio ključan za rešavanje važnih društvenih pitanja, čime su pokazali visoku svest o neophodnosti hitnog delovanja. Slično globalnim kretanjima, u 2022. godini se beleži pad davanja podstaknut nekolicinom važnih faktora, u prvom redu ekonomskom nestabilnošću i inflacijom. I pored toga, doprinos se daje u onim segmentima koji doprinose dugoročnom rešavanju važnih društvenih pitanja. Naredna godina će biti prva godina nakon izbijanja pandemije u kojoj ćemo moći da sagledamo realno stanje korporativne filantropije u novom globalnom kontekstu.



Koliko se situacija promenila prethodnih godina?

U poslednje dve godine, Srbija se izvrsno kotira na Svetskom indeksu davanja na kom je 2022. godine skočila sa 48. na zavidno 27. mesto od ukupno 119 zemalja obuhvaćenih istraživanjem. Ovim skokom se ujedno pozicionirala i kao lider u regionu. S obzirom na to da smo prethodnih godina bili na samom začelju ove liste, reklo bi se da je multisektorski pristup sistemskom zašvaranju i razvoju kulture davanja kod nas urodio plodom.

U medijima se najviše čuje za humanitarne akcije u oblasti zdravstva. Koje akcije su, prema vašoj proceni, najbrojnije i u kojim oblastima?

Godinama unazad, davanja u Srbiji su uglavnom usmerena na obrazovanje, zdravstvo, podršku marginalizovanim grupama i smanjenje siromaštva. Više od 50 odsto zabeležene sume upućeno je fondaciji „Budi human“ za lečenje odraslih i dece u inostranstvu. Ovo je, sa jedne strane, ohrabrujuće jer su građani podstaknuti na davanja i imaju viši stepen poverenja u delovanje neprofitnih organizacija, ali takođe ukazuje i na to da se angažovanje građana još uvek najviše traži u onim oblastima koje bi trebalo da finansira država, dok podrška za druge teme izostaje.

Koje oblasti su u tom smislu zapostavljene, a postoji i potreba i mogućnost za delovanje društveno odgovornih pojedinaca i kompanija?

Kroz godišnju VIRTUS nagradu za filantropiju Trag beleži davanja i za zaštitu životne sredine, infrastrukturu i javne prostore, kulturu i zapošljavanje. Trag podstiče i veća

OVE GODINE SE UKAZALA NEOPHODNOST BORBE PROTIV VRŠNJAČKOG NASILJA, KAO I BRIGE O MENTALNOM ZDRAVLJU, PRE SVEGA MLADIH, TE ĆE DEO NAŠEG ANGAŽOVANJA SVAKAKO IĆI I U OVOM PRAVCU, KROZ SARADNJU SA OBRAZOVNIM INSTITUCIJAMA I MEDIJIMA, ALI I DRUGIM RELEVANTNIM AKTERIMA U NAŠEM OKRUŽENJU

ulaganja u ženski pokret jer je položaj žena u društvu veoma ugrožen i potrebno je uložiti veći trud u borbu protiv rodno zasnovanog nasilja i za rodnu ravnopravnost, koja je od ključne važnosti za društveni razvoj kome težimo. Ove godine se ukazala neophodnost borbe protiv vršnjačkog nasilja, kao i brige o mentalnom zdravlju, pre svega mladih, te će deo našeg angažovanja svakako ići i u ovom pravcu, kroz saradnju sa obrazovnim institucijama i medijima, ali i drugim relevantnim akterima u našem okruženju.

Stiče se utisak da filantropske akcije često imaju kratkoročne i parcijalne efekte, recimo odlazak nekoga na lečenje ili kupovinu neke medicinske opreme.

Kad je reč o poslovnom sektoru, strateški pristup filantropiji je od ključnog značaja za stvaranje nove filantropske kulture kod nas. I pored povećanih očekivanja da se reaguje na niz jednokratnih inicijativa koje daju brze i vidljive rezultate, ali ne postižu trajniji efekat, važno je da se istraje u pružanju dugoročnih odgovora na različite društvene potrebe, što se postiže jasnom strategijom društveno odgovornog poslovanja i dobrim izborom partnera za njenu realizaciju. Važno je, takođe, nastaviti i sa doniranjem robe, usluga, znanja i vremena zaposlenih, jer to često postiže rezultate jednake novčanim davanjima, posebno ako su ovi elementi uvezani na komplementaran način.

Šta je potrebno uraditi da takvo delovanje bude dugoročnije i da ima šire efekte?

Pojedinci su još uvek duboko motivisani emocijama i željom da pomognu nekome ko je ugrožen. Iskorak u strateška davanja se može napraviti tako što će se izgraditi veće poverenje u rad organizacija civilnog društva. Građani nisu uvek u mogućnosti da organizuju filantropske kampanje, niti su u dovoljnoj meri informisani o potrebama zajednice i načinima doniranja, te bi pružanje pomoći posredstvom istaknutih neprofitnih organizacija predstavljalo najsigurniji način da se doprinese razvojnim potrebama društva. Važno je i da donosioci odluka stvore povoljno okruženje za davanja, posebno kroz ukidanje poreza na donacije hrane pred istekom roka trajanja i pružanje fiskalnih podsticaja za davanja fizičkih lica. S obzirom na to da državne institucije imaju najveći autoritet u zemlji, njihova uloga u promovisanju, iniciranju i posredovanju u društvenom dijalogu predstavlja predušlov za stvaranje pogodne klime za porast filantropskih davanja na svim nivoima.

PRIČE O VREDNOSTIMA RAZVIJAJU EMPATIJU

VERAN MATIĆ, *Srpski filantropski forum*

Za mene su ova ubistva događaji koji bi u društvu morali da imaju prelomni karakter, jer razotkrivaju mnoge slabosti, od vaspitanja, obrazovanja, upravljanja školstvom, podrške učenicima i nastavnicima, roditeljima – naglašava Veran Matić iz Srpskog filantropskog foruma povodom masovnih ubistva u maju u beogradskoj školi „Vladislav Ribnikar“ i u selima Dubona i Malo Orašje

Aktivni ste u pomoći porodicama poginulih. Koliko se to razlikuje od akcija koje ste ranije pokretali?

Zločini nas podsećaju na činjenicu da smo maksimalno militarizovali društvo, ne samo u količini oružja u privatnom vlasništvu, već i u kulturološkom smislu. Govor mržnje, nasilja, pretnji, povišenih tenzija, postao je uobičajen način komunikacije, sveprisutan u dnevnom životu, javnim komunikacijama i medijima. Ta kombinacija stvara eksplozivno, ali i sistemsko nasilje sveprisutnim. Ovo su situacije kada su neophodni tektonski zahvati kako bi se detektovali pogrešni putevi, odabrali najbolje alternative i krenulo u dubinske promene. Ništa se od toga, nažalost, nije dogodilo. Ostali su pojedinačni, usamljeni pokušaji da se bar nešto uradi. Tako gledam i na sopstveni angažman.

Koji je najbolji način da zajednica pomogne porodicama žrtava majskih masakra?

Zajednica, a u prvom redu nadležne institucije, mora da učini sve što bi porodicama činilo život snošljivijim. Slušanje, razgovori sa roditeljima, razgovori o deci, o porodici. Priče o žrtvama, njihovim životima, vrednostima, veoma su važne za razvoj empatije. To je i pomalo preuzimanje osećaja bola i tuđe. Samo tako se može razumeti na pravi način situacija u kojoj porodice i okruženje žrtava žive. Svako ime je važno, svaki ritual

sećanja kroz događaje u kojima učestvuje zajednica, nema samo svrhu solidarnosti, već je i stvaranje uslova za trajno sećanje na male velike ljude i svaki napor da njihovi životi ostanu deo naših života čini da se lakše podnese življenje u novim okolnostima.

Ukazali ste i na to da su ranjena deca skoro zaboravljena.

Veoma je važno da ranjena deca i mladi dobiju maksimalnu zdravstvenu i socijalnu podršku. Nažalost, o ranjenima i njihovim problemima se malo govori i još manje radi. Okolnosti u kojima se leče, materijalna situacija porodica, kao da nikoga ne zanimaju. U selima nije bilo ni stručne terapijske podrške. Nedopustivo je da se samohrana majka sa minimalnim prihodima, bez ikakve pomoći i podrške, snalazi sama za sve troškove koje ima u rehabilitaciji ćerke koja je teško ranjena. Nedopustivo je da ne postoje već stipendije koje bi omogućile i bezbedno školovanje, da nema redovne finansijske podrške za porodice kojima je to potrebno, ne samo u rehabilitaciji ranjene dece, već i u pokušajima da se nastavi život.

Koje korake društvo treba da prođe u suočavanju sa nasiljem?

Proteklih šest meseci najsnažniji osećaj koji imaju roditelji je osećaj nepravde. Od pravnog sistema, koji nema mehanizam



koji će biti jasna demonstracija pravde prema počiniocima zločina, saučesnicima, srođnicima... pa do odnosa društva prema ranjenima i porodicama. Osećaj nepravde je svakodnevno nadograđivan, nečinjenjem ili potezima koji su samo dodatno povređivali. Tabloidni mediji nametanjem narativa i isključivim fokusom na profile ubica, i zbivanja iz njihovih života, sa poluinformacijama i neproverenim vestima, stvarali su i kontekst u kojem svakodnevno sa svakog kioska i od dela televizija, dolazi povređivanje žrtava. Nije bilo nijedne aktivnosti nadležnih da se takva praksa prekine i zaštiti pozicija žrtava.

Kakvu ulogu u tom suočavanju društva sa uzrocima nasilja mogu da imaju porodice žrtava?

Kada je divljanje tabloida dostiglo vrhunac, odlučio sam, kroz komunikaciju sa roditeljima, da počnemo da objavljujemo priče o deci da pokušamo da napravimo

neku protivtežu dominantnom narativu. I tako su počela i obeležavanja rođendana, sađenja stabala u parku u kojem su boravili, druženja roditelja, nastavnika i drugara iz škole. Usledila je poseta roditelja iz Beograda roditeljima u Duboni i Malom Orašju. Saučestvovanje u bolu i tuzi, deljenje problema sa kojima se suočavaju, uspostavljanje direktne komunikacije, predstavljalo je neki oblik osnaživanja. Srpski filantropski forum posvetio je Nacionalni dan davanja deci i mladima, i pozvali smo škole da nam se pridruže u Godini dobrote, u širenju drugarstva, solidarnosti, empatije, kroz aktivnosti u školama. Samo priča o empatiji neće pomoći, ali ustanovljavanje stalnih praksi, akcija, može fokus sa nemilih događaja po školama da prebaci na dobra dela, a samim tim i širenje kulture dobročinstva. Roditeljima je važno da vide da ubistva njihove dece neće biti uzaludna, već da će se stvoriti neki pomoci u društvu i promene koje će pomoći da se smanji prisustvo kulture nasilja. Pored najvećeg straha da ubice neće stići zaslužena kazna i da će ponovo ubijati, roditelji strahuju i od toga da će njihova deca biti zaboravljena.

Veruje se da teški zločini kao ubistva u maju mogu da osveste pojedinca, ali i društvo i probude želju da se pomogne drugima. Da li se to u Srbiji desilo?

Normalna ljudska reakcija videla se u prvih nekoliko dana, veliki broj ljudi prisutnih na komemoracijama ispred škole. Ali sistemski, ništa nije urađeno. Država nije reagovala na način da rešava elementarne potrebe porodica, ranjenih, nije osmišljavala svoje delovanje tako da se resetuju sve oblasti života koje imaju veze sa širenjem nasilja. Anesteziranje je činjeno na različite načine. A najveći problem su već postojeće polarizacije, ali i one koje su namerno pravljene sa ciljem obesmišljanja svake aktivnosti koja bi bila usmerena na osveščivanje društva. Fokus na ubice, više je stvarao bes. Fokus na žrtve i porodice bi sigurno stvarao empatiju i solidarnost. Kada smo u Srpskom filantropskom forumu pozvali škole da nam pošalju primere aktivizma vezanog za humanitarni rad i solidarnost, dobili smo puno primera iz cele zemlje. Oni su nevidljivi jer medijima dominiraju narativi mnogo više vezani za one loše primere koji su mnogo ređi od onih dobrih. I to je ta negativna spirala u kojoj se nalazi društvo. Vlast i društvena elita odgovorni su za povlađivanje takvim narativima.

KAFA ZA RAZBIJANJE PREDRASUDA

GORAN ROJEVIĆ, direktor humanitarne organizacije Dečje srce

Kada bi država ovo što mi radimo doživela kao javno dobro, kao radne centre, osobe sa smetnjama u mentalnom razvoju bi postale korisni članovi zajednice, objašnjava Goran Rojević, direktor humanitarne organizacije Dečje srce, koja je pokrenula kafiće u kojima rade osobe sa smetnjama u mentalnom razvoju

Kada je i kako počeo da radi kafić „Zvuci srca“?

Kafić „Zvuci srca“ kao prvi radni prostor na Balkanu u kome rade osobe sa smetnjama u mentalnom razvoju funkcioniše već četvrtu godinu, a otvoren je na 18. rođendan humanitarne organizacije Dečje srce. Hteli smo da na taj 18. rođendan pokažemo da smo sazreli, da smo veliki i da možemo da se izborimo sa nečim, sa čim nije htela nijedna organizacija ni institucija da uđe ukoštac, a to je zapošljavanje grupe koja se najteže zapošljava - osoba sa smetnjama u mentalnom razvoju. Njima se obično oduzme poslovna sposobnost i celi život provedu u svojim porodicama, u nekoj vrsti kućnih azila ili u nekim dnevnim boravcima za decu sa smetnjama u razvoju.

Odakle ideja za taj program i šta su bili prvi izazovi?

Krenuli smo od toga šta je to što mogu mladi sa smetnjama u mentalnom razvoju da rade. Pokušali smo većinu njih kroz program „Škola života“ da naučimo da se samoposlužuju, da sebi donose vodu, da sami jedu, da brinu o sebi, da brinu o drugome. Na taj način smo shvatili da ako mogu da brinu o drugome, onda će moći i u kafiću nekoga da posluže. Ključni problem je što oni ne znaju da čitaju, pišu, računaju ili ako znaju to im ide jako teško i stvara im dodatnu nervozu. Zbog toga postajemo jedini kafić na svetu, jedini radni centar gde se ništa ne naplaćuje. Sve što dobijete, dobijete besplatno. Ako želite, vi možete da ostavite neki novac u kasicama, ali to je vaša donacija. „Zvuci srca“ nastali su iz potrebe da zaposlimo

osobe sa smetnjama u razvoju, iz potrebe tih osoba da rade i budu društveno korisne, i iz njihovih mogućnosti da brinu o sebi i o drugima. To nam je sve dalo prostora da ih osposobimo da budu konobari, šankeri ili da rade nešto drugo u kafiću ili u našoj radionici.

Kakvi su vam planovi za razvoj ovog programa?

Ovo je ideja koja se širi. Želimo da u svakom većem gradu postoji jedan ovakav radni centar i da u okviru njega pokažemo da smo kao društvo jedna jako otvorena zajednica, koja poštuje različitosti i da smo kao društvo sazreli za ovakve programe. Ovakav kafić odnosno radni centar postoji u Beogradu, otvorili smo prošle godine u Subotici, a planiramo da otvorimo i u Pančevu i u Nišu.

Kako je reagovala zajednica? Da li je bilo predrasuda?

Razmišljali smo stalno kako ćemo razbiti predrasude u zajednici jer uvek neko priča da zajednica ima predrasude. A onda smo shvatili da su ključne predrasude bile kod roditelja i rođaka naših zaposlenih. Prvo su počeli da dolaze bake i deke, koje ne mogu da veruju da neko uopšte hoće da zaposli dete ili osobu koja je u njihovoj porodici važila kao osoba sa smetnjama u mentalnom razvoju. Onda bi videli da je kafić kao svaki drugi, da se njegovom unučetu ili rođaku, koji radi u tom kafiću, javljaju razni ljudi. Raduju mu se, rado dolaze i s njim pričaju, onda su razbijene predrasude i kod porodice. Zajednica je počela naglo da se otvara na različite načine.



Foto: Paola Felix Meza

Ko su bili prvi gosti?

Ljudi koji su u kontaktu sa onim što se dešava u inostranstvu, gde su već čuli za slične inicijative i jedva čekali da takvo nešto zaživi i kod nas. Sada već dolaze različiti profili ljudi. Dolaze cele porodice, jer ljudi žele da pokažu svojoj deci kako treba drugačije da se živi. Često nam dolaze vrtiči i škole, prvo su počeli privatni vrtiči, pa posle i državni, kako sa Vračara, tako i iz ostalih opština... Okupljaju se i različita udruženja. Dolaze ljudi da proslave rođendan, firme organizuju svoja druženja. Različite firme nas na različit način uključuju u svoj život.

U okviru kafića postoji i radionica.

Kada je kafić zaživeo i kada smo naučili naše drugare sa smetnjama u razvoju kako da komuniciraju sa drugim ljudima i da se predstave u najboljem svetlu, onda se desila korona. Tada smo morali da ih učimo da drže distancu. Da se naši drugari ne bi osećali loše, morali smo da im nađemo zanimaciju da postanu vidljivi na neki drugi način. Pokrenuli smo radionicu, gde su mogli da štampaju svoje crteže na majicama, ceđerima, bedževima, da tako pokažu svoj talenat i umeće i to je naišlo da pozitivne reakcije i kod posetilaca našeg kafića.

Da li vam je i kako država pomogla? Šta bi još mogla da uradi da pomogne da se ovaj program razvije?

Grad nam je dao prostor, Ministarstvo za rad i socijalna pitanja je opremilo prostor, to je država uradila za nas i to je dobro. Međutim, ono što bi trebalo da uradi, jeste da taj i takav program više promovišu kao javno dobro. Onda bi i u drugim mestima to postalo model. U zakonu imamo radne centre, ali oni kao socijalne usluga ne postoje i čim ne postoje, oni se i ne finansiraju. Ne postoji način da, recimo, država finansira „Zvuce srca“, pa ih i ne finansira, mi se sami finansiramo. U tom smislu, kada bi država to doživela kao nešto što je dobro, kao radne centre, osobe sa smetnjama u mentalnom razvoju bi postale korisni članovi zajednice. Tada bi mnogo više njih moglo da se uključi u različite poslove, ne mora to uvek da bude kafić, već nešto što je toj zajednici potrebno. Ako je Leskovic poznat po ajvaru, mogli bi da prave ajvar ili Subotica po štrudlama, mogli bi da prave štrudle. Takva inicijativa bi dovela do toga da se mladi sa smetnjama u razvoju izvedu iz kuća, da se njihove porodice nekako ohrabre i da cela ova priča dobije jedan pozitivan pokret. Ovako mi se promovisemo, država kaže da je to jako dobro, ali nemamo inicijativu da se to planski razvije po celoj Srbiji.

NASLEĐE SE NE PREPUŠTA PROFITERIMA

VIKTORIJA ALADŽIĆ, dobitnica priznanja za očuvanje spomenika kulture

Graditeljsko nasleđe ne sme da se prepusti profiterima, već je neophodno uvesti mehanizme koji će pomoći njegovom očuvanju, poručuje prof. dr Viktorija Aladžić sa Građevinskog fakulteta u Subotici, dobitnica priznanja „Heroina nasleđa“ organizacije Europa Nostra Srbija za zalaganje da se očuva arhitektonsko nasleđe u našoj zemlji, posebno iz perioda secesije

Da li su građani svesni važnosti ovog nasleđa?

Nasleđe u stilu secesije, posebno graditeljsko, bilo je zanemarivano ne samo kod nas već i u Evropi. Dok je većina stručnjaka smatrala da je arhitektura secesije previše dekorativna i da skriva pravi smisao arhitekture, malobrojni su smatrali da je vredna i da predstavlja poslednji pravi arhitektonski stil. Interesovanje za arhitekturu secesije počelo je da raste krajem 20. veka, kada sam se i ja uključila u borbu da se ovo nasleđe sačuva, i to interesovanje sve više raste. Bilo je potrebno dosta vremena da se podigne svest o značaju ovog nasleđa i danas je situacija mnogo bolja nego što je bila pre dvadeset godina. Mnogo više građana je svesno značaja ovog nasleđa.

U medijima su većinom prisutni primeri devastacije nasleđa u Beogradu. Kakva je situacija u drugim delovima zemlje, konkretno u Vojvodini?

Devastacija nasleđa je svuda prisutna. Prvi oblik te devastacije jeste zanemarivanje objekata i prepuštanje propadanju. Veoma često objekti se namerno prepuštaju propadanju u nadi da to niko neće primetiti, kako bi im se smanjila upotrebna vrednost i da bi mogli da budu ponudeni na tržištu nekretnina sa motivacijom da se objekti poruše, uz opravdanje da su toliko propali da nema načina da se restauriraju i da parcela posluži za novogradnju. Sve češći je slučaj direktno zalaganje investitora da se istorijski objekat na atraktivnoj lokaciji



Foto: Natalija Jakovljević, novinarka Magločistača

sruši kako bi se na njegovom mestu izgradio neki drugi koji donosi veći profit. U tim slučajevima postoji direktna namera da se sa istorijskog objekta koji je pod zaštitom skine zaštita ili da se iskoriste zakonski okviri u slučajevima kad su objekti pod prethodnom zaštitom i čeka se da isteknu tri godine, što je zakonski rok da se objekat pod prethodnom zaštitom stavi pod zaštitu. Ako se to ne dogodi objekat više neće biti pod zaštitom i trenutak se koristi za njegovo rušenje. Istorijske građevine imaju za društvo nemerljive vrednosti, a njihov gubitak ili uništenje rezultira gubitkom opšteg blagostanja. Društvene vrednosti istorijskih objekata

proizlaze iz razolikih izvora: iz estetske vrednosti građevine ili kvarta, vrednosti njegove raznovrsnosti kako arhitektonske tako i raznovrsnosti okruženja, iz njihove vrednosti kao baštine, vrednosti kao elementa kolektivne kulturne memorije, vrednosti kao predmeta kolektivne identifikacije i sredstva kolektivne orijentacije u prostoru. Graditeljsko nasleđe ne sme da se prepusti profiterima, već je neophodno uvesti mehanizme koji će pomoći njihovom očuvanju.

Na inicijativu većeg broja stručnjaka i vaše zalaganje formirana je Fondacija SOS Sinagoga za očuvanje subotičke sinagoge i pokrenut je niz aplikacija da se taj spomenik uvrsti na liste najugroženijih u svetu. Kako su ovakvi mehanizmi primenljivi i za zaštitu drugih spomenika u našoj zemlji?

Međunarodne organizacije sa programima i mehanizmima mogu da pomognu očuvanje graditeljskog nasleđa i naročito su korisne za podizanje nivoa svesti o značaju nasleđa. Mi smo obično okrenuti nasleđu drugih država, kao što su Italija, Grčka, Francuska, ali smo ravnodušni prema primerima našeg arhitektonskog nasleđa. Uloga međunarodnih organizacija je u tome da se podigne nivo svesti o značaju našeg lokalnog nasleđa. Ljudi obično počinju da cene ono što imaju tek kad se neko sa strane zainteresuje za to. Subotička sinagoga je decenijama stajala zapuštena, a ljudi su nezainteresovano prolazili pored nje sve dok nije uvrštena na listu „100 najugroženijih spomenika kulture u svetu“ organizacije World Monuments Watch. Nakon toga postali su svesni da sinagoga nije značajna samo kao lokalno nasleđe, nego da spada u izuzetne vrednosti svetskog nasleđa.

Ko se u Srbiji brine o zaštiti kulturnog nasleđa i koliko je posao prepušten entuzijazmu i upornosti pojedinca?

Graditeljsko nasleđe prvo treba da se čuva sa urbanističkog aspekta, i to ne samo ono koje je zakonom zaštićeno. Svakom kvartu i svakoj zoni koja ima neki specifičan istorijski karakter treba prilikom urbanističkog planiranja pristupiti pažljivo. Potrebno je čuvati i poštovati postojeću urbanu matricu, logiku istorijskog razvoja određenog dela grada, jer je ona nastala pod mnoštvom uticaja, sa jedne strane pod uticajem klime i geografije, a sa druge iz društvenog konteksta i načina života. Svako radikalno usecanje novih kvartova, modernosti i

drugačije logike planiranja donosi nesklad između novog i postojećeg, stvara urbanistički kaos i poništava karakter nekog područja. Da bi stanovništvo imalo adekvatna saznanja o urbanoj sredini kako bi mogli da je poštuju i čuvaju trebalo bi da imaju i adekvatno obrazovanje. Ono podrazumeva edukaciju još u osnovnoj školi o istoriji grada u kojem deca žive, pa potom u srednjoj školi i na kraju edukovanje stručnog kadra na fakultetima, kao i edukovanje majstora specifičnih zanata potrebnih za restauraciju i konzervaciju istorijskih objekata. Iz Zakona o javnim nabavkama trebalo bi da su izuzeta nepokretna kulturna dobra, jer su radovi na ovim objektima specifični i ne mogu se tretirati kao radovi na novogradnjama ili na bilo kom drugom objektu koji nije spomenik kulture.

Kakav je odnos između graditeljskog nasleđa, politike i ekonomije?

Zgrade u jednom istorijskom kvartu su međuzavisne: kvalitet, stanje, održavanje i upravljanje objektima i neposrednim okruženjem ima direktni uticaj na vrednost svake pojedinačne građevine. Vrednost nekretnine dolazi od investicija koje su drugi stvorili: poreski obveznici, vlasnici susednih kuća, zaposleni, itd. Koja je vrednost bilo koje građevine ako izuzmemo trotoare, ulice, kanalizaciju, vodovode ili ljude u određenom delu grada? Uglavnom virtualna nula. Stvaranje ekonomske vrednosti u oblasti nekretnina je u velikoj meri izvan linije parcele i ulazi u domen politike, jer politika treba da štiti javni interes: javne površine, vodovod, kanalizaciju i druge mreže za snabdevanje. Ovo pojačava potrebu za sveobuhvatnijim pristupom revitalizaciji istorijskih delova grada, a ne pojedinačnih građevina.

A šta se kod nas radi?

Čitavi kvartovi se prepuštaju propadanju. Manje kuće su predviđene za rušenje, i kao posledica toga vlasnici ovih kuća ne mogu da se razvijaju na svojoj parceli. Uslovljeni su urbanističkim planovima da grade višespratne zgrade, za što većina nema sredstava. Na ovaj način smanjuje se vrednost nekretnina na parcelama, onemogućavaju njihovi vlasnici u razvoju, a omogućuje krupnijim investitorima da parcele kupuju po baštinskim cenama. Na kanalizaciju i vodovod na koji je do tada bilo priključeno jedno domaćinstvo, priključuju se desetine i stotine bez obzira na to da li te mreže mogu to da podnesu, pri čemu sam investitor ne snosi nikakve posledice preopterećenja javnih vodovodnih, kanalizacionih i saobraćajnih mreža.

„SOMBORSKE ŠNAJDERKE“ POMAŽU ŽENAMA DA SAME KROJE SVOJU SUDBINU

TAMARA RUDIĆ, osnivačica socijalnog preduzeća za pomoć žrtvama nasilja

Uverena sam da sve žene imaju potencijala da odluče kakav život žele za sebe i svoju decu i da ga potom izgrade i tu iskru samopouzdanja, hrabrosti i profesionalnog iskustva, nastojim da prenesem drugim ženama – priča dr Tamara Rudić, jedna od osnivačica udruženja „Somborske šnajderke“, koje pomaže ženama žrtvama nasilja

Odakle ideja za „Somborske šnajderke“?

Pošle smo od toga da je većina žena zbog ekonomske zavisnosti došla u položaj žrtve i zato je ekonomsko osnaživanje žrtava jedno od najvažnijih polja podrške. To je ujedno i servis koji nedostaje u okviru institucionalne socijalne podrške, koja se završava izlaskom iz sigurnih kuća. Sistem uspeva da privremeno zbrine i bezbednosno izoluje ženu od nasilnika, pruži joj psihosocijalnu i pravnu podršku, ali na kraju propušta priliku da je trajno ekonomski integriše u zajednicu. Izlazak iz institucionalne podrške za žrtve nasilja uglavnom znači neizvesnost, a skoro 30 odsto žena se vrati nasilniku. Često se radi o iznuđenoj odluci koju žena donosi nakon što se suoči sa nedostatkom sopstvenih prihoda i nerešenim stambenim pitanjem.

Kada je došlo do realizacije?

„Somborske šnajderke“ su udruženje građana, koje je nastalo za vreme vanrednog stanja usled kovid pandemije početkom 2020. godine. Tada smo kao neformalna grupa započele šivenje deficitarnih zaštitnih maski, koje smo besplatno distribuirale širom Srbije. Javnost nam je uzvratila pozitivnim reakcijama i podrškom, zbog čega smo bile ohrabrene da formiramo „Somborske šnajderke“ -

socijalno preduzeće koje pomaže ekonomsku integraciju žena i dece žrtava porodičnog nasilja.

Kako je okruženje reagovalo na vašu ideju? Da li ste odmah dobili podršku?

Podršku u osnivanju i opremi dali su nam Fond Nj. k. v. princeza Katarina, humanitarne organizacije Lifeline Chicago i 28. jun, Rotari klub Wien-Hofburg, kompanija S Leasing. Tadašnji partneri su i dalje sa nama. Poverenje i profesionalnost su ključni elementi na komercijalnom tržištu i među donatorima.

Ponosne smo na činjenicu da uspevamo da izađemo na kraj sa zahtevima komercijalnih kupaca u pogledu kvaliteta, količina, cena i načina isporuke naših proizvoda. Razvijamo menadžerska znanja i stičemo dragocenu praksu kroz poslovanje sa kupcima iz privrede. Ovo su vredne veštine za nas, jer smo svesne da svega dva do tri odsto kupaca reaguje na socijalnu priču iza proizvoda. Naši građani još uvek nemaju razvijenu svest o tome da kupovinom proizvoda i usluga socijalnih preduzeća troše novac u sopstvenoj zajednici i time rešavaju probleme ugroženih grupa.



Šta su bili vaši prvi projekti, kako su se razvijali i šta su sada glavni programi?

Definisale smo dva programa. Prvi je program mentorstva u osnovnom i naprednom nivou, koji realizuju dve obučene mentorke. Do sada je program savladalo 15 žena, koje su stekle osnovne i napredne veštine krojačkog zanata. Dvema ženama smo uspele da pomognemo da pokrenu sopstvenu krojačku radionicu, šest žena se nakon obuke zaposlilo u tri tekstilne fabrike u Somboru i okolini, a četiri žene su dobile pravnu podršku kako bi ostvarile svoja prava unutar sistema socijalne zaštite. Trenutno, pet novih šnajderki pohađa obuku. Ostvarile smo saradnju sa Školom za osnovno i srednje obrazovanje iz Beograda, kako bi naše članice završile započeto školovanje ili se prekvalifikovale u zanimanje krojač-modelar tekstilne odeće. Znanje i obrazovanje izuzetno su jako „oružje“ za izlazak iz nasilja. Drugi je program podrške samostalnom stanovanju kroz koji je prošlo 17 žena. Cilj je da se pruži materijalna i nematerijalna podrška ženama i deci nakon prestanka institucionalne podrške. Program nastoji da olakša uslove za samostalan život žena i dece van domaćaja nasilnika. Osmislile smo ga na osnovu konkretnih potreba i realizujemo ga kroz: adaptacije stambenog prostora (nabavka građevinskog materijala i radovi manjeg obima), opremanje stambenog prostora nabavkom bele tehnike,

plaćanje dela osnovnih komunalnih troškova; obrazovanje dece (nabavka udžbenika i školskog pribora), nabavku prehrambenih i sanitarnih potrepština i troškove lečenja. Program je sveobuhvatan pa smo preko njega finansirale i polaganje dva vozačka ispita. Finansiramo ga uglavnom od prodaje sopstvenih tekstilnih proizvoda, ali nam pomognu društveno odgovorne kompanije i pojedinci.

Koji su planovi za budućnost?

Planiramo da pokrenemo i program podrške samozapošljavanju. Grantovi i donacije su od izuzetnog značaja za pokretanje socijalnog biznisa, međutim, u kasnijoj fazi je mnogo važnije fokusirati se na realne tržišne uslove i komercijalne kupce. Mi smo uspele da dobijemo tržišnu potvrdu za naše proizvode u svega nekoliko godina. Gledano prema strukturi naših kupaca, sve je manje društveno odgovornih kompanija i fondacija, a sve više komercijalnih kupaca kao što su kompanija Lidl, SK Crvena zvezda, S Leasing i brojnih malih i srednjih preduzeća iz cele zemlje. Rad na komercijalnom tržištu povezan je sa visokim kvalitetom, niskim cenama, povoljnim uslovima isporuke i plaćanja. Za socijalna preduzeća kao što je naše, neophodna su povoljna kreditna sredstva za obrtni kapital i pretfinansiranje troškova proizvodnje sve do naplate od krajnjeg kupca. Razmišljamo i o novim mašinama i proizvodnim procesima zahvaljujući kojima bismo povećale broj žena kojima pomažemo.

Obično se veruje da sve inicijative lakše prorade u Beogradu nego u manjim lokalnim sredinama.

Možda je to i tačno, ali naša priča je drugačija. Daleko je odjeknula jer su u nju utkane realne sudbine žena koje su se odvažile da ustanu i uzmu sudbinu u svoje ruke, ali i da urade konkretne stvari da poboljšaju kvalitet svog života i života svoje dece. Svoje modele haljina predstavile smo na Belgrade Fashion Week. Zar to nije odličan primer kako mala organizacija sa severa zemlje osvaja kupce i publiku? Potom su usledile dve samostalne modne revije u Beogradu. To što naš primer slede druge ženske organizacije, govori o tome koliko je naša inicijativa vredna.

Kako bi još država i generalno zajednica mogle da pomognu u osnaživanju žena?

Ako ste u prilici da nekome pomognete, onda pomozite danas. Nemojte da propustate priliku ili da okrećete glavu. Sutra je možda već kasno.

KOMŠIJSKA SOLIDARNOST JE IZUZETNO VAŽNA

ĐORĐE TOMIĆ, mladi filantrop iz Veternika

Ljudi često nisu dovoljno svesni kolika moć leži u zajedničkom delovanju i podršci, kaže Đorđe Tomić, dobitnik VIRTUS nagrade za mlade filantropie. Ovaj dvadesetogodišnji izviđač iz Veternika i državni reprezentativac u bejzbolu priča kako je oduvek bio posvećen volontiranju i angažovanju u zajednici

Dobili ste nagradu TRAG fondacije. Šta to znači za vas?

Priznanje TRAG fondacije za mlade filantropie predstavlja za mene izuzetnu čast i potvrdu da su napori koje sam uložio u humanitarne aktivnosti prepoznati. To priznanje ne samo da me motiviše da nastavim s angažmanom, već i podstiče druge mlade ljude da se aktivno uključe u filantropske inicijative. Moja strast je rad u udruženjima, gde se trudim da doprinesem zajednici kroz različite aktivnosti. Osim toga, uvek sam spreman na dodatne izazove, bilo da se radi o poslovima poput moleraja ili nečeg drugog.

Kad ste počeli da se bavite humanitarnim radom i akcijama pomoći zajednici?

Moje uključivanje u humanitarni rad počelo je još od malih nogu, pod snažnim uticajem moje majke koja je takođe bila predana volonterka. Gledajući je kako nesebično pomaže drugima, razvijao sam svest o važnosti uzajamne podrške i odgovornosti prema zajednici. Sećam se jasno svoje prve akcije - bila je to pomoć u organizaciji prikupljanja hrane za osobe u potrebi. Iako smo imali ograničene resurse, osećaj zajedničkog doprinosa i pomoći drugima bio je izuzetno zadovoljavajući. To iskustvo me motivisalo da se još više angažujem u humanitarnom radu.



Koje akcije u kojima ste učestvovali smatrate ključnim, a koje su vam bile najveći izazov?

Smatram da su akcije koje su bile ključne u mom volonterskom iskustvu one koje su direktno doprinosile poboljšanju kvaliteta života ljudi. Organizacija akcija pomoći starijim sugrađanima, kao i kampova za decu, predstavlja suštinske napore jer direktno utiče na različite segmente društva. Najveći izazov često leži u prilagođavanju akcija specifičnim potrebama zajednice i obezbeđivanju resursa. Jedna od omiljenih akcija mi je snabdevanje hranom osoba s invaliditetom. Ona ima poseban značaj jer direktno utiče na poboljšanje života ljudi koji se suočavaju s izazovima. Pružanje osnovnih potreba, poput hrane, doprinosi njihovom fizičkom i emocionalnom blagostanju, čineći akciju duboko ispunjavajućom.

MOJE UKLJUČIVANJE U HUMANITARNI RAD POČELO JE JOŠ OD MALIH NOGU, POD SNAŽNIM UTICAJEM MOJE MAJKE KOJA JE TAKOĐE BILA PREDANA VOLONTERKA



Učestvovali ste u raznovrsnim akcijama, od pomoći starijim sugrađanima do organizovanja kampova za decu. Šta je, prema vašem iskustvu, najpotrebnije vašoj zajednici, a istovremeno se tome ne poklanja dovoljna pažnja?

Prema mom iskustvu, najpotrebnije zajednici često su teme koje se tiču edukacije, podrške starijima i osnaživanja mladih. Ove oblasti često ne dobijaju dovoljno pažnje uprkos njihovom značaju za dugoročni razvoj društva. Povećana podrška obrazovanju, posebno za decu



iz socijalno ugroženih porodica, i inicijative koje promovišu zdrav život za starije sugrađane mogu imati dubok i pozitivan uticaj.

Poznati ste kao omiljeni komšija u Veterniku. Da li su i u kojoj meri ljudi danas svesni kolika snaga leži u komšijskoj solidarnosti i pomoći?

Komšijska solidarnost i pomoć su izuzetno važne za zajednicu, a ja sam srećan što sam prepoznat kao omiljeni komšija u Veterniku. Ljudi često nisu dovoljno svesni kolika moć leži u zajedničkom delovanju i podršci. Komšijska solidarnost stvara osećaj povezanosti i bezbednosti u zajednici, i mislim da je važno podizati svest o tome kako mala dela ljubaznosti i podrške mogu imati značajan uticaj na kvalitet života svih nas. Primetio sam da me komšije prate i podržavaju u humanitarnim naporima. Njihova podrška dodatno ojačava osećaj zajedništva i podstiče me da nastavim s aktivnostima koje doprinose boljitku celokupne zajednice.

MNOGI MLADI LJUDI DANAS SU VRLO SVESNI DRUŠTVENIH IZAZOVA I ŽELJNI SU DOPRINOSA POZITIVNIM PROMENAMA

U javnosti se mogu čuti ocene da su mlađe generacije neosetljive.

Smatram da te tvrdnje o neosetljivosti mladih generacija nisu potpuno tačne. Mnogi mladi ljudi danas su vrlo svesni društvenih izazova i željni su doprinosa pozitivnim promenama. Aktivnosti poput volontiranja i filantropije pokazuju da mladi imaju empatiju i želju da utiču na svoje zajednice. Važno je prepoznati njihov potencijal i podržavati ih u razvoju njihovih filantropskih inicijativa.

LJUDI PREPOZNAJU PROBLEME SUGRAĐANA

SLOBODAN VASIĆ, radijski voditelj iz Požarevca

Ljudi u maloj zajednici, kakva je Požarevac, prepoznaju probleme svojih sugrađana i to je ključni momenat da se uključe u humanitarne akcije – ocenjuje Slobodan Vasić, radijski voditelj iz Požarevca, dobitnik VIRTUS nagrade za individualni doprinos lokalnoj zajednici

Vi ste jedan od organizatora akcije „Za novi početak pod starim krovom“. Koliko dugo ona već traje, na koža je usmerena i kako je počela?

„Za novi početak pod starim krovom“ je ime akcije i projekta sa kojim poslednje tri godine konkurisemo kod grada Požarevca, kao Udruženje Solidarnost online, za sredstva za pomoć sugrađanima. Akcija ovog tipa, gde pomažemo sugrađanima da renoviraju deo kuće ili čak i ceo krov pa i kuću, počela je pre sedam godina. Pokrenuta je na jednoj Facebook grupi gde su se ljudi okupili oko pomoći jednoj samohranj majci kojoj je krov prokišnjavao i urušio se, a završila se tako što smo maltene renovirali ne samo ceo krov, već i kuću. Opremili je pokućstvom, obezbedili novu kuhinju, nameštaj, građevinsku stolariju. Do sada, po mojoj evidenciji, renovirali smo za ovih sedam godina blizu 40 kuća i stanova, negde su to bila mala ulaganja do 150.000 dinara, a negde više nego ozbiljna i preko 6.000 evra. Prve četiri godine je to, da kažemo, bila „đerila“ humanitarna akcija, a pre tri godine smo napravili udruženje Solidarnost online. Mislim da nam je to bio dobar potez, sad smo mnogo vidljiviji, ne samo građanima, već i mnoge firme i kompanije lakše mogu da sarađuju sa nama i uključe se u naše akcije.

Organizovali ste i više humanitarnih sportskih turnira za pomoć svojim sugrađanima. Da li je mnogo slučajeva u vašoj sredini gde je neophodna pomoć u lečenju?

U Požarevcu i okolini jako je popularan futsal 4+1 i tokom leta maltene u svakom selu se organizuje turnir. Tokom

2022. godine organizovali smo tri turnira za Jasmina Milanovića Rusa, kome je za lečenje matičnim ćelijama i fizioterapiju bilo potrebno 31.500 evra. Turniri su organizovani u rodnom selu Bare i u Trstu gde inače Jasmin živi. Prva sredstva za njega prikupljena su na „Spasovdanskom turniru“ u julu 2022. godine, koji organizuje Udruženje Srba iz Trsta „Vuk Karadžić“. Prošli smo sa kutijama za dobrovoljni prilog među posetiocima i za dva dana sakupili oko 7.300 evra. Potom je organizovan humanitarni turnir u avgustu u Barama gde je sav prihod sa turnira - uplate ekipa, prodaja pića i hrane, sponzori - išao za Jasmina. Uz donacije sakupilo se 11.000 evra. I u oktobru smo potom u Trstu opet sa našim prijateljima „vukovcima“ organizovali isti takav turnir i tamo je prikupljeno oko 8.000. U međuvremenu smo pozvali ljude da na račun udruženja Solidarnost online Požarevac uplate pomoć za Jasminovo lečenje i stigli smo u roku od tri meseca do potrebne cifre. U međuvremenu, klinika Orto MD iz Novog Sada, Jasmina je uvrstila u eksperimentalnu grupu terapija matičnim ćelijama tako da smo sačuvali blizu 18. 000 evra i sada su one na raspolaganju Jasminu za fizioterapije, na koje on redovno ide sa malim prekidima već godinu i po dana. Ove godine nešto slično sa turnirima Bare – Trst uradili smo za Leu Jovanović za koju je prikupljeno oko 10.000 evra. Pre ovoga organizovali smo dve godine zaredom, 2020. i 2021, akcije „Milion melodija za život“ i „Srcem za decu“. Pozvali smo lokalne muzičare da budu ulični svirači 31. decembra i da sav „bakšiš“ daju za lečenje osmoro požarevačke dece. Prve godine sakupili smo 15. 000 evra, a 2021. oko 8.000. Novac je na ravne časti uplaćen na dečje račune kod fondacije „Budi human“.



Prema vašem iskustvu, koliko su ljudi spremni da se uključe u humanitarne akcije i koji tip akcija je najprijemčiviji za ljude i najbrže ih mobilize?

Solidarnost online je lokalno humanitarno udruženje, ljudi prepoznaju u maloj zajednici, kakva je Požarevac, probleme svojih sugrađana i voljni su da pomognu. Vidite i sami šta smo sve radili, od muzičara i svirke na trgu, preko turnira do poziva na klasične donacije. Istina je da kad pokažemo kreativnost, bolji je odziv. Imamo i jednu nama izuzetno dragu akciju koja traje koliko i naše udruženje i koja na svojstven način pokazuje tu kreativnost. Reč je o novogodišnjim paketićima za decu koju sistem ne vidi. Sakupimo novac od sugrađana i članova našeg udruženja, kupimo slatkiše, a pozovemo roditelje i decu našeg grada da svojim malim drugarima, kojima će ovo biti jedini paketić, poklone neku svoju lepo očuvanu igračku. Međutim, mislim da je presudan momenat to prepoznavanje nevolje nekog iz naše okoline.

Vi ste radijski voditelj u Požarevcu. Koliko vam i posao pomaže u aktiviranju ljudi da se priključe akcijama? U kojoj meri su mediji,

posebno lokalni, važni za mobilizaciju ljudi u humanitarnim akcijama?

Prepoznatljivost je bitna, godinama sam u etru Požarevca, 30 ravno. Radio sam vrlo slušane emisije, oni koji su kao tinejdžeri slušali „Vetrove grada – brod koji plovi za Mexico“ sada su kao i ja u poodmaklim godinama. Poverenje koje imate kod tih ljudi je dragoceno i puno pomaže. Mediji su mnogo pomogli na početku u svim našim akcijama, moram priznati. Danas su, čini mi se, oğuglali na nas i to što radimo. Postali smo „to se od vas podrazumeva“, „ništa novo“ itd... Mada svake godine imamo bar četiri velike akcije i priče koje bi im bile zanimljive. Ove godine, recimo, dvema porodicama je požar zahvatio kuće, pokrenuli smo priču i doveli te kuće u prvobitno stanje. Samo jedan medij je to ispratio.

Dobitnik ste VIRTUS nagrade. Šta vama znači to priznanje?

Svako priznanje je u neku ruku ocena svega onog što radiš, a dobio sam najvišu ocenu VIRTUS. I hvala ljudima koji su prepoznali rad i zalaganje, ne samo moje već svih ljudi okupljenih oko udruženja koje vodim. To nam daje podstrek i govori da radimo prave stvari.

MOJI ĐACI SU DOBILI NOVI DOM

BORKO PETROVIĆ, najbolji edukator Srbije

Promene su u prosveti toliko teške i spore, tako da ljudi provedu čitav radni vek u jednoj učionici, a da traža nisu ostavili u njoj, ali moramo da budemo svesni da ako sistem ne funkcioniše, onda smo krivi i mi, jer smo deo tog sistema, poručuje Borko Petrović, profesor engleskog jezika iz Paraćina, koji je prethodnih godina dobio više domaćih i međunarodnih priznanja za najboljeg predavača

Sredstva koja ste dobili kao nagradu za najboljeg edukatora Srbije iskoristili ste da potpuno preuredite i sredite kabinet u gimnaziji u Paraćinu gde predajete. Odakle ideja za takav potez?

Nije to bila neka genijalna ideja već, u tom trenutku, zaista velika nužnost. U prosveti nema novca, kako za plate, tako i za svakodnevne potrebe – od papira i tonera sve do većih stavki poput računara, projektora ili tabli. U tom se problem svi mi u prosveti jako brzo prepoznamo i jako dobro razumemo. Nema kolege koji ne izdvaja od svoje plate za potreban materijal ako želi da mu čas ili projekat bude uspešan, a đaci zadovoljni. Kako nas pokreće njihova sreća i zahvalnost, granice se pomeraju, pa od tonera i papira nekako stignete jednog užarenog letnjeg dana do kante sa farbom i četke u rukama, sa sve klecavim kolenima na klimavim merdevinama. U tom trenutku je jedina dilema da li ste vi tim činom sebe ponizili kao edukatora ili ste, upravo suprotno, postali edukator veći nego ikad, i to ne zbog merdevina. Verujem u ovo drugo i verujem da to đaci vide. Mislim da je ta životna lekcija o empatiji, volonterstvu i preduzetništvu bila vredna tih novaca dobijenih od ovih ili onih nagrada, ja zaista nisam u tim trenucima kalkulirao. Jedina opcija je bila da oba kabineta, u obe škole u kojima radim, dovedem na nivo koji će biti dostojan mojih đaka. Tada oni shvate koliko ih poštuju.

Umesto da sa grupom najboljih edukatora Balkana tokom jula odete na studijsko putovanje u Amsterdam, vi ste ostali u Srbiji da preuredite učionicu. Da li ste se imalo dvoumili zbog te odluke i činjenice da bi ta studijska poseta mogla više da doprinese vašem ličnom razvoju i napredovanju?

Ne, naprotiv. Onoga trenutka kada sam prelomio da je moja učionica mesto gde želim da provedem paklene letnje dane i najveći deo svog godišnjeg odmora, odluka je bila laka. Nakon tragedije koja nas je zadesila u maju, osećao sam da mi je potreban novi početak – nova nada i entuzijizam koji su nam otrgnuti tog 3. maja. Imao sam potrebu da uradim nešto lepo i veliko za sve nas u školi, da tim gestom kažem da ćemo biti bolji i da idemo dalje. Taj osećaj mi je bio daleko vredniji u tom trenutku od bilo kog putovanja i usavršavanja, a i potrebniji na ličnom nivou.

Šta je to što sve sada imaju vaši učenici u odnosu na ono što su imali pre sređivanja kabineta?

Logistički, imaju nove zidove, plafon i pod od laminata, stolice i klupe, rešene probleme kišnice oko prozora postavljanjem novih pločica i stare struje postavljanjem

novih električnih instalacija, utikača i prekidača. Nove table su tu, kao i ormarići i kutija za postere, ali i cveće koje obožava ambijent. Naravno, ništa bez novih tehnologija u nastavi – štampač, zvučni sistem, laptop i projektor se podrazumevaju. Međutim, suštinski, moji đaci su dobili svoj novi dom – mesto gde će živeti, raditi, učiti, stvarati i voleti. Mesto kome će se u mislima i snovima vraćati čak i kada ove sveže boje izblede, a mene zameni neko drugi.

Često se priča o lošem stanju u našoj prosveti, uz komentar da sistem ne funkcioniše. Da li i koliko jedan pojedinac može sam da menja sistem?

Ako sistem ne funkcioniše, onda smo sami krivi. Podrazumeva se da jedan ovakav sistem gde ne postoji kazna za nerad niti nagrada za trud predstavlja pogodno tle za inertnost, demotivisanost i demoralisanost. Tu onda nastaje hamletovska dilema: „Biti ili ne biti?“ Jer to je sistem, njegovo je da bude to što jeste – nesavršena kreacija ljudi. A ko smo onda mi? Njegove služe, potrošni materijal ili kreativci, stvaraoci? Tu odluku svaki kolega mora da donese sam. Nažalost, donose je uglavnom sa malo vere u sebe i velikim strahom od „svemoćnog“ sistema. Ja sam svoj izbor davno napravio i tako živim i radim kao da sve zavisi isključivo od mene. Moj savet kolegama je da se ne kriju i da svojim strahom ne hrane jedan običan mit jer mi smo superheroji današnjice, a našim đacima pripada budućnost koja će postojati samo ako u nju hrabro verujete i želite da budete njen deo. Samo tako ćete u to ubediti i vaše đake.

Šta i koliko može da učini svaki prosvetni radnik da bi poboljšao stanje u prosvetnom sistemu Srbije?

Zavisi od toga kolike su vam želje. Ja počinjem od obične saksije cveća. Promene su u prosveti toliko teške i spore da ljudi provedu čitav radni vek u jednoj učionici, a da traža nisu ostavili u njoj, makar u vidu jedne saksije cveća. Nekako smo u stanju letargije, ubeđeni da ništa ne zavisi od nas. Ja sam proteklih godina svojim kolegama pokazao kako se može ličnim delovanjem uticati na stanje u školi i kako jedan čovek može mnogo toga da promeni ako to dovoljno želi. Eto, to je sve što je potrebno – dovoljno želeći promene, a onda sami odlučite gde ćete se zaustaviti. Ja nisam baš dobar u tome.



Šta sve može da učini zajednica da pomogne prosvetnim radnicima da imaju bolji status u društvu i da im olakša da u boljim uslovima mogu da rade svoj posao?

Upravo tako, postoji. Ja ne bih ovog leta mogao da postignem sve ovo bez pomoći lokalne zajednice i ljudi koje lično poznajem, a koji su pomogli moju akciju uređenja kabineta. Sve se svodi na zajednicu i zajedništvo. Moramo da shvatimo da smo zajedno jači i da mi činimo taj jedan mikrokosmos u čijem uređenju zajedno učestvujemo i za koji podjednako snosimo odgovornost. To se nekako poslednjih decenija izgubilo jer je jačanje individualnosti na ceni danas u teferu zapadnih vrednosti, ali traženje pomoći od drugih nije slabost, naprotiv.

NISMO SAMI

MIRZA ALIČKOVIĆ, udruženje „Svetionik“ iz Novog Pazara

„Svetionik“ nakon skoro dve decenije rada nije samo organizacija, već pokret koji je duboko ukorenjen u lokalnu zajednicu, sa misijom da stvara bolju budućnost za sve nas, priča Mirza Aličković iz Novog Pazara, aktivista tamošnjeg udruženja

Kako je nastala ideja za ovakvu vrstu organizovanja?

Udruženje je osnovano pre 18 godina s ciljem da mladi ljudi aktivno doprinesu poboljšanju svoje zajednice i ulepšaju stanje u njoj. Imamo dva glavna pravca delovanja. Prvi je rad sa mladima, što obuhvata organizovanje različitih radionica, edukacija, omladinskih škola i sličnih aktivnosti koje pomažu u usavršavanju mladih. Cilj ovih programa je da mladi postanu svesniji i svestraniji građani, te da po završetku obrazovanja budu konkurentni na tržištu rada. Posebno se fokusiramo na razvoj mekih veština koje su

ključne za uspeh u današnjem svetu. Drugi pravac našeg delovanja je pomoć socijalno ugroženim licima.

Koliko je to teško bilo realizovati?

Naš pristup se razvijao od skromnih početaka sa malim brojem porodica do stvaranja celog sistema gde porodice i pojedinci mogu doći kod nas, ostaviti svoje podatke, a mi potom procenjujemo njihove potrebe i dostavljamo im neophodnu humanitarnu pomoć. Danas redovno podržavamo veliki broj porodica svakog meseca, dostavljajući pakete sa osnovnim životnim namirnicama i

higijenskim sredstvima. Bilo je izazova, ali velika predanost i entuzijazam naših članova, koji su većinom aktivni volonteri, olakšali su proces. Sa bazom od preko 400 aktivnih volontera, uglavnom mladih, naša organizacija se može pohvaliti ogromnim doprinosom ovih pojedinaca. Njihov rad obuhvata dostavu osnovnih životnih namirnica porodicama u potrebi, prikupljanje sredstava, često su prisutni na štandovima u centru grada i kreativno se angažuju u osmišljavanju akcija koje doprinose prikupljanju donacija.

Šta su trenutno vaše ključne inicijative i projekti?

Neki od zanimljivih projekata i aktivnosti koje su pokrenuli volonteri jeste projekat „Nismo sami“, gde oni, uz neki simboličan poklon ili kesu slatkiša, kafe ili banana, idu kod pojedinaca, naših korisnika koji žive sami, sa ciljem da se druže sa njima, popiju kafu i podele neke životne priče. Zanimljiv je i humanitarni butik koji smo osnovali pre nekoliko godina. Nalazi se u centru grada i u tom objektu ljudi mogu donositi polovnu ili novu garderobu. Dva puta nedeljno pozivamo naše korisnike da dođu i odaberu od garderobe šta im je potrebno. Prethodnih nekoliko meseci smo pozivali građane da doniraju za obezbeđivanje ogreva ljudima koji nisu u mogućnosti da ga sami obezbede. Pre nekoliko dana smo završili obilazak većine porodica koje su se prijavile za ovakvu vrstu pomoći i dostavili smo im drva, odnosno ogrev.

Program na koji smo najviše ponosni je „Tvoja stipendija“, u okviru koга težimo da pomognemo studentima i srednjoškolicima. Prve godine to je krenulo od nekih pet do šest stipendija, da bismo već sledeće godine imali negde oko 40, pa godinu posle toga se taj broj duplirao, pa se opet duplirao, sve do toga da u ovom trenutku imamo 450 stipendista. Ceo taj projekat finansira lokalna zajednica, tako što pojedinci i firme iz našeg okruženja doniraju, a veliki broj donacija dolazi iz dijaspore.

Šta je najveći izazov za udruženje kao što je vaše u jednoj specifičnoj sredini kao što je Novi Pazar?

Prvi i primarni izazov je očuvanje poverenja koje smo stekli od strane lokalne zajednice. Svesni smo da je izgradnja ovog poverenja bila teška i da se ono može lako izgubiti. Stoga nam je od izuzetne važnosti da to poverenje ne samo održimo, već i da ga, gde god je to moguće, proširimo i učvrstimo. Drugi izazov je vezan za brzi rast i ekspanziju udruženja. „Svetionik“ se razvija takvim

tempom da ponekad ni mi, koji radimo unutar organizacije, ne možemo u potpunosti kontrolisati njegov rast.

Da li je teško motivisati ljude da finansijski pomažu druge u vreme ekonomske krize i u sredini koja nikada nije bila naročito finansijski bogata?

Motivisanje ljudi da finansijski podrže naš rad, posebno u vreme ekonomske krize, nije jednostavan zadatak. Izazov nije samo u motivisanju ljudi da doniraju, već i da doniraju baš nama, s obzirom na veliki broj drugih pojedinaca i organizacija koji se bave sličnim aktivnostima. Ključno je da ljudi imaju poverenje u organizaciju i da vide konkretne rezultate. S druge strane, imamo prednost u zajednici kao što je Sandžak, gde je kultura davanja i doniranja duboko ukorenjena u tradiciju, kulturu i veru. Ljudi ovde su prirodno empatični i humani, spremni da pružaju podršku. Naš zadatak je da omogućimo gde i kako da doniraju i da istovremeno pokažemo efekte tih donacija. Iako je ovaj deo Srbije u ekonomskom smislu manje razvijen, sa visokom stopom nezaposlenosti, zajednica pokazuje izuzetnu spremnost za donacije. Naša dijaspora takođe igra veliku ulogu, pružajući značajnu finansijsku podršku zajednici iz koje potiče.

Šta su vam planovi za budućnost?

Postavili smo ambiciozne ciljeve za naredne tri-četiri godine, što uključuje širenje naše prisutnosti u Sandžaku kroz otvaranje predstavništava u najmanje četiri grada. Planiramo da proširimo našu ciljnu grupu, koja trenutno uključuje pretežno mlade, posebno studente. Želimo da se okrenemo i ka starijim građanima, pružajući im mogućnosti za učestvovanje u kulturnim i edukativnim aktivnostima. Jedan od naših ključnih planova je da dodatno proširimo i ojačamo naš rad sa srednjoškolicima, kroz institucionalnu saradnju sa srednjim školama. Cilj nam je da pružimo mladima šanse za neformalno obrazovanje, koje vidimo kao suštinski važno za njihov razvoj. Jedan od odvažnijih projekata koje smo sproveli u poslednjem periodu jesu dve omladinske škole. Prva je Bankarska omladinska škola, a druga je Škola multikulturalnosti. Cilj ovih škola je da kod mladih probudimo kritičko razmišljanje i ponudimo im platformu za diskusiju o savremenim temama i važnim problemima. Škola multikulturalnosti posebno se ističe jer spaja mlade različitih religija i nacionalnosti, sa ciljem zajedničkog rada i delovanja.



CIP - Каталогизација у публикацији

Народна библиотека Србије, Београд

005.35(497.11)"2023"

347.72.032(497.11)"2023"

061.23(497.11)"2023"

LIDERI društvene odgovornosti : 2023 / [urednik Ivana Pavlović]. - Beograd : Business Info Group, 2023 (Beograd : Caligraph). - 173 str. : ilustr. ; 26 cm

Tiraž 4.000.

ISBN 978-86-89139-24-2

1. Павловић, Ивана, 1980- [уредник]

а) Корпоративна друштвена одговорност -- Србија -- 2023 б) Привредна предузећа -- Србија -- 2023

COBISS.SR-ID 132491785

Zajedno ka budućnosti

