

2

L

D

0



**LIDERI
DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI**

2

2



L D O 2 0 2 2

**LIDERI
DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI**



SADRŽAJ

- 10 AIK BANKA**, PORODICA KAO OKOSNICA DRUŠTVENO ODGOVORNIH AKTIVNOSTI
- 14 APATINSKA PIVARA**, DAJEMO ODRŽIVU REČ I ZA GODINE KOJE DOLAZE
- 18 ASTRAZENECA**, GRADIMO ZDRAVIJE SUTRA ZA LJUDE, DRUŠTVENU ZAJEDNICU I PLANETU
- 22 BAMBI**, 55 GODINA BAMBIJA U ZNAKU INOVACIJA I ODRŽIVOSTI
- 26 COCA-COLA HBC**, BITI LIDER ZNAČI ŽIVETI ODRŽIVOST 24/7, 365 DANA U GODINI
- 30 DELEZ SRBIJA**, INOVACIJE KOJE POKREĆU TRŽIŠTE
- 34 ELIXIR GROUP**, ODRŽIVA REŠENJA ZA BUDUĆNOST
- 38 ERSTE BANKA SRBIJA**, ODGOVORNIM KORACIMA KA BOLJEM DRUŠTVU
- 42 EUROBANK DIREKTNA**, ODGOVORNO POSLOVANJE KAO POKRETAČKA SNAGA EUROBANK DIREKTNE
- 46 GALENIKA**, VODIČ ZA USPEŠNO BALANSIRANJE DVADESETIH
- 50 HENKEL SRBIJA**, HENKELOVA POSVEĆENOST ODRŽIVOSTI ZA SADAŠNJE GENERACIJE I ONE KOJE DOLAZE
- 54 IMLEK**, KOMPANIJA IMLEK – 70 GODINA STABILAN PARTNER ZAJEDNICI U KOJOJ POSLUJE
- 58 JYSK**, DANSKI ASORTIMAN SA VIZIJOM BUDUĆNOSTI
- 62 LIDL**, 65 PRODAVNICA, 37 GRADOVA, 3.000 ZAPOSLENIH
- 66 LUKOIL SRBIJA**, POSLOVNI USPEH ISKLJUČIVO UZ DOPRINOS DRUŠTVENOJ ZAJEDNICI
- 70 MASTERCARD**, AUTENTIČAN PUT DO DUGOROČNIH PROMENA
- 74 MCDONALD’S**, PODRŠKA LJUDIMA KADA I GDE IM JE NAJPOTREBNIJA
- 76 MERCATOR-S**, PODRŠKA JE ONO ŠTO JE VREDNO, A VREDNO JE ZAJEDNO!
- 80 MERIDIAN**, ZAJEDNO SA KORISNICIMA PROMOVIŠEMO DRUŠTVENO-EKOLOŠKU ODGOVORNOST
- 84 MK GROUP**, TRADICIJA U PRUŽANJU PODRŠKE PORODICI
- 88 MLEKARA ŠABAC**, CIRKULARNA EKONOMIJA NOVA PRILIKA ZA DRUŠTVENU ODGOVORNOST
- 92 MOZZART**, TRIJUMF HUMANOSTI UZ ASISTENCIJU MOZZARTA
- 96 NEOPLANTA**, NEOPLANTA GODINU ZAVRŠAVA SA ŠIROOOKIM OSMEHOM: ISPUNILI SMO SVE SA NAŠE „TO DO LISTE“
- 100 NAFTNA INDUSTRIJA SRBIJE (NIS)**, ULAGANJE U ZAJEDNICU JE OSNOVA ZA BUDUĆE GENERACIJE
- 104 OMV**, SNAGA KOMPANIJE JE U SNAZI SVAKOG POJEDINCA
- 108 OTP BANKA**, PREDVODNIK ZELENE TRANZICIJE
- 112 PEPSICO**, ODRŽIVI RAZVOJ JE PLUS U POSLOVANJU
- 116 PEŠTAN**, GRADIMO SVET JAČAJUĆI GA ZA BUDUĆA POKOLENJA
- 120 SEKOPAK**, ŠIRIMO PAMETNU RECIKLAŽU SRBIJOM!
- 124 STIHL SRBIJA**, STIHL - MISLIMO NA BUDUĆNOST
- 126 STRAUSS ADRIATIC**, DRUŠTVENO VREDNE – KOMPANIJE ZA BUDUĆNOST
- 130 WIENER STÄDTISCHE OSIGURANJE**, GODINA VELIKIH AKCIJA – OD SUBOTICE DO KOPAONIKA
- 134 YETTEL**, ZELENE INICIJATIVE ZA JAČU ZAJEDNICU I ZDRAVIJU PLANETU
- 138 GRAĐANI LIDERI DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI**
- 140 NAJVIŠE HUMANITARNIH AKCIJA U ZDRAVSTVU**
NATHAN KOESHALL, direktor i suosnivač fondacije Catalyst Balkans
- 144 KRIZA USPORAVA DONACIJE**
VERAN MATIĆ, izvršni direktor Srpskog filantropskog foruma
- 148 SMANJITI POREZE SOCIJALNIM PREDUZETNICIMA**
DINA RAKIN, direktorka Koalicije za razvoj solidarne ekonomije
- 150 ZA ČISTU UČIONICU, BESPLATAN IZLET NA DIVČIBARE**
SLAĐANA RANKOVIĆ, direktor Osnovne škole „Milan Rakić“ iz Mionice
- 152 MOĆNI RENDŽERI ZA DECU IZ SOCIJALNO UGROŽENIH PORODICA**
SANJA DEJANOVIĆ, Baka Mrazica, volontira u ACT Foundation
- 154 MLADI DA IMAJU RAZLOG DA OSTANU U SRBIJI**
MILOŠ PEŠIĆ, osnivač Fondacije „Jedan posto“
- 156 ZASADI VOĆE ZA GENERACIJE KOJE DOLAZE**
OLIVERA MIŠKIĆ, volonter i član Upravnog odbora ACT fondacije
- 158 NOVAC OD PRODAJE ODEĆE ZA NAPUŠTENE ŽIVOTINJE**
ALEKSANDAR SAVIĆ SAVARA, bubnjar benda Ritam nereda
- 160 CEO ZRENJANIN NOSI TORBALONE**
RADMILA I NIKOLA TREBOVAC, aktivisti, Cirkužanti, iz Zrenjanina
- 162 BROD HUMANOSTI NE SME DA OTPLOVI**
TIHOMIR STANIĆ, glumac

IMPRESUM

NAZIV IZDANJA

Lideri društvene odgovornosti 2022

UREDNIK

Ivana Pavlović

NOVINAR

Olivara Bojić

UREDNIK FOTOGRAFIJE

Dušan Đorđević

DIZAJN

Naslovna: Jovana Bogdanović

Prelom: Jovana Bogdanović

LEKTURA I KOREKTURA

Mirjana Radaković

MARKETING

Tanja Milanović, Miša Rašković

ŠTAMPA

Štamparija Caligraph

IZDAVAČ

Business Info Group

Strahinjica bana 31a, Beograd

www.novaekonomija.rs

Sva prava rezervisana

Tiraž

4.000

FILANTROPIJA U TEŠKIM VREMENIMA

Na pandemiju, koja nikako da prođe, „nakačila“ se još jedna katastrofalno teška situacija sa početkom rata u Ukrajini, koja je rasplamsala mnogobrojne egzistencijalne probleme. Nadu ulivaju mnoga humana dela, koja su osvetlila tešku 2022. godinu.

Kompanije koje posluju u Srbiji, fondacije, humanitarne organizacije i pojedinci i ove godine potvrdili su da brinu o svojim zaposlenima, zdravoj životnoj sredini, ugroženim grupama i obrazovanju mladih.

I u ovogodišnjem izdanju edicije „Lideri društvene odgovornosti“ predstavljamo kompanije koje su se istakle odgovornim poslovanjem prema svojim radnicima i zajednici, u očuvanju prirode ulaganjem u savremene tehnologije i smanjenju otpada od proizvodnje. Pored poslovnog sektora, izdvojili smo humanitarne individualne akcije koje su pokrenuli pojedinci i pokazali da i oni koji nemaju mnogo novca mogu na različite načine pomoći deci iz socijalno ugroženih porodica i drugim osetljivim grupama.

Najnoviji podaci fondacije Catalyst Balkans, pokazuju da je u 2021. godini zabeleženo 42,5 miliona evra donacija građana i kompanija. Posmatrano prema oblastima, najviše

je donirano za zdravstvo, na drugom mestu je podrška marginalizovanim grupama i na trećem obrazovanje. Na četvrtom mestu je smanjenje siromaštva, sa akcijama i kampanjama kao što je aktuelna „Spasimo hranu, spasimo humanost“.

Fondacije, međutim, svake godine ukazuju da ne postoje poreski podsticaji za donatore. I dalje država naplaćuje PDV kompanijama na doniranu hranu, što je kazna za dobročinstvo, kako kažu predstavnici fondacija, umesto da budu nagrađeni, odnosno oslobođeni tog državnog nameta.

Prema analizi filantropskih organizacija, donacije hrane u Srbiji mogle bi godišnje da se povećaju za oko 160 miliona dinara, ako bi se na njih ukinuo PDV.

Da bi društvo bilo bolje i humanije, potrebno je razvijati empatiju i solidarnost, jer svako može da doživi finansijsku propast, ostane bez primanja i krova nad glavom. U ovo vreme novogodišnjih praznika, organizacije i pojedinci koji vide malo dalje od svog dvorišta, ne zaboravljaju one kojima je pomoć najpotrebnija.

Olivera Bojić

PORODICA KAO OKOSNICA DRUŠTVENO ODGOVORNIH AKTIVNOSTI

Podrška zajednicama u kojima poslujemo i posvećenost poboljšanju uslova u kojima deca odrastaju imaju svoje uporište u vrednostima koje su utkane u poslovanje AIK Banke, a koje delimo sa našim zaposlenima, klijentima, poslovnim partnerima, kao i sa društvom čiji smo deo. Negovanje porodičnih vrednosti je centralna nit društveno odgovornih aktivnosti koje sprovodimo sa ciljem da svako dete ima stabilnu polaznu osnovu na kojoj će graditi svoj dalji razvoj

Sa tradicijom poslovanja dužom skoro pola veka, AIK Banka se zahvaljujući svojoj likvidnosti, solventnosti, rentabilnosti, kao i kapacitetu sopstvenog kapitala, pozicionirala kao jedna od najvažnijih na domaćem tržištu. Svoje poslovanje je, u skladu sa dugoročnom strategijom rasta, širila kroz nekoliko akvizicija, najpre u Srbiji, a potom i u regionu, čime je postala prva i jedina domaća banka koja je iskoračila na tržište Evropske unije.

Sa rastom i razvojem banke širio se i delokrug društveno odgovornih aktivnosti. Pored porodice koje je ostala u fokusu, građenje partnerstava i zajednički razvoj su važne vrednosne smernice u odnosu prema klijentima, zaposlenima i zajednici.

PODRŠKA PORODICI

Pre pet godina AIK Banka i MK Group su pokrenule program „Podrška porodici“ u okviru kog se dodeljuju novčane subvencije zaposlenima koji su postali roditelji u tekućoj

godini. Na ovaj način podržano je više od 700 porodica i preko 1.150 beba.

Sa jačanjem institucija rastao je i ovaj program koji je prethodne godine proširen u regionalnu inicijativu kroz finansijske donacije porodilištima u državama u kojima aktivno posluju AIK Banka i MK Group, a čija je ukupna vrednost veća od 700.000 evra. Novčana pomoć upućena je porodilištima u Srbiji, Sloveniji, Hrvatskoj, Crnoj Gori i Bosni i Hercegovini.

U čitavom regionu godišnje se rodi oko 140.000 beba, a cilj regionalnog projekta „Podrška porodici“ je da obezbedi bolje uslove za trudnice, porodilje i novorođenčad, ali i da dugoročno pruži podršku porodičnoj politici i merama za podsticaj nataliteta u zemljama Adrija regiona.

Donacija Bolnici za ginekologiju i akušerstvo KBC „Dr Dragiša Mišović“ u iznosu od 100.000 evra iskorišćena je za nabavku najsavremenijeg laparoskopskog stuba, koji će se koristiti u različitim ginekološkim zahvatima. Posebnu primenu imaće u lečenju steriliteta, kako bi žene koje iz cele Srbije dolaze u



Donacija KBC „Dr Dragiša Mišović“, Beograd

KBC „Dr Dragiša Mišović“ mogle da se ostvare u ulozi majke. Za tri porodilišta u Bosni i Hercegovini izdvojeno je ukupno 200.000 evra. Porodilištu Opšte bolnice „Prim. dr Abdulah

Nakaš“ u Sarajevu doniran je laparoskopski stub, dok su donaciju u Republici Srpskoj podelila porodilišta bolnice „Dr Mladen Stojanović“ u Prijedoru i bolnice Gradiška, za nabavku preko potrebne medicinske opreme.

U Hrvatskoj, iznos od 100.000 evra doniran je porodilištu Kliničko-bolničkog centra „Sestre milosrdnice“ u Zagrebu, u kome svake godine na svet dođe oko 3.000 beba. Donacija je iskorišćena za nabavku najsavremenijeg ultrazvučnog aparata kojim će se pregledati trudnice i porodilje. U porodilištu Ljubljana u Sloveniji renovirane su postporodajne sobe prema najvišim standardima zdravstvene nege, tako da pozicioniraju UKC Ljubljana kao jednu od najmodernijih bolnica u Evropi.

Ukupno sedam porodilišta u kojima se svake godine rodi oko 16.000 beba je poboljšalo uslove rada kroz donacije, dok je sistemski pristup ovoj temi omogućio realizaciju brojnih društveno odgovornih aktivnosti koje su usmerene na decu, mlade i podršku roditeljima.



Donacija porodilištu u Sloveniji, Ljubljana



Donacija Institutu za onkologiju i radiologiju Srbije

ZDRAVLJE KAO NAJVEĆI PRIORITET

Kroz prizmu porodice AIK Banka godinama aktivno podržava i zdravstveni sistem. U izazovnim trenucima krize izazvane pandemijom korona virusa, donirano je više od 28 miliona dinara za Republički fond za zdravstveno osiguranje, zahvaljujući čemu je kupljeno 10 respiratora. Na ovaj način kapaciteti zdravstvenog sistema su ojačani, pružajući mogućnost brže reakcije za lečenje pacijenata sa težom kliničkom slikom. Podrška unapređenju zdravstvenog sistema, kao i pomoć deci, odraslima i porodicama koje se suočavaju sa najvećim zdravstvenim i životnim izazovima nastavljena je i u ovoj godini, kroz donaciju Institutu za onkologiju i radiologiju za nabavku lekova koji su neophodni za lečenje pacijenata na Institutu u ukupnom iznosu od pet miliona dinara.

KONTINUIRANA PODRŠKA UNAPREĐENJU KVALITETA ŽIVOTA

Uviđajući važnost pružanja pomoći socijalno ugroženom stanovništvu i osnaživanju porodica u riziku od izmeštanja dece, AIK Banka i MK Grupa već deset godina podržavaju organizaciju SOS Dečija sela Srbija, a zadnje tri godine pomažu i rad njihovog posebnog programa – Centra za podršku porodici u Nišu, kome su donirale ukupno 96.000 evra. Aktivnosti centra usmerene su na pružanje pomoći socijalno ugroženim porodicama, koje su se usled nepovoljnih životnih okolnosti našle u riziku od odvajanja dece. Saradnici Centra rade i sa porodicama koje se pripremaju za povratak deteta nakon perioda razdvojenosti, kao i sa hraniteljima koji deci obezbeđuju alternativno zbrinjavanje. Naslonjena na korporativnu misiju koja ističe važnost dugoročnih partnerstava, AIK Banka je samostalno, kao i kroz

partnerstvo sa kompanijom Mastercard nastavila da pruža podršku udruženju NURDOR (Nacionalno udruženje roditelja dece obolele od raka), omogućavajući rad Superhero platforme za onlajn donacije, ujedno se odričući profita za usluge obrade transakcija izvršenih preko ovog digitalnog kanala. Podršku udruženju nesebično su pružili i zaposleni AIK Banke ličnim doprinosom, kroz onlajn donacije, pokazavši na taj način posebnu brigu za najmlađe i jedinstvo u želji da budu deo strateškog partnerstva sa važnom porukom i promoteri kulture doniranja.

OBRAZOVANJE KAO KLJUČ NAPRETKA

Pored humanitarnih aktivnosti, AIK Banka značajnu pažnju posvećuje edukaciji dece i mladih, kao i negovanju talenata.

Stručna predavanja, mentorski rad, finansijska podrška samo su deo aktivnosti kojima su podržane inicijative srednjoškolskih i studentskih udruženja. Tokom 2022. godine AIK Banka je podržala razvoj preduzetničkih ideja srednjoškolaca iz cele Srbije prateći ih od same zamisli do kreiranja biznis plana, uz mentorski rad. Na kraju samog procesa koji je trajao dva meseca, najbolji tim je osvojio novčanu nagradu, sa ciljem osnaživanja proaktivnog pristupa mladima. Podržano je i takmičenje srednjoškolaca u organizaciji Društva matematičara Srbije, Matematičkog fakulteta u Beogradu i Studentske unije matematičara SUMA, na kom je učestvovalo 25 timova iz srednjih škola širom Srbije. Pored provere znanja iz informatike i matematike, cilj je bio i razvijanje timskog duha učesnika, kao i upoznavanje srednjoškolaca sa Matematičkim fakultetom.



Zaposleni AIK Banke u NURDOR Superhero majicama

DAJEMO ODRŽIVU REČ I ZA GODINE KOJE DOLAZE

Kao odgovorna kompanija, Apatinska pivara već decenijama daje „održivu reč“, ali je krajem ove godine prvi put javnosti predstavila Izveštaj o održivom razvoju za proteklu godinu, pod nazivom „Dali smo održivu reč“

Bolje upravljanje vodnim resursima u pivskoj industriji, smanjenje karbonskih emisija, izgradnja održivijeg poslovnog modela su samo neki od prioriteta kompanije. Usled sve izraženijih klimatskih promena, Apatinska pivara nastoji da smanjenjem i reciklažom ambalažnog otpada, cirkularnom ekonomijom i tradicionalnom sadnjom drveća da svojevrsan doprinos i osnaži akcije za očuvanje zdravlja ljudi i zdravlja planete. Najstarija kampanja za odgovorno konzumiranje alkohola i ove godine je jasno ponovila poruku „Kad pijem ne vozim“. Na lokalnom i regionalnom nivou pokrenuta je Diversity & Inclusion inicijativa „Snađa je u različitosti“ koja podstiče inkluzivnu kulturu koja podržava sve zaposlene da budu ono što zaista jesu.

„Ponosan sam što decenijama unazad održivost čini neizostavni deo našeg poslovanja i što smo ostali kompanija sa veoma važnim strateškim opredeljenjem – da odgovornim i održivim poslovanjem pokrećemo, ali i dugi niz godina održavamo, inicijative koje imaju za cilj da zajednicu u kojoj poslujemo učine boljom. Ovde se nećemo zaustaviti - postavili smo ambiciozne planove, koje želimo da ostvarimo, a na tom putu ćemo se truditi da budemo najbolji partner za održivo poslovanje. Naša kompanija nastaviće da daje održivu reč i u godinama koje dolaze“, rekao je generalni direktor Igor Vukašinić.

KAD PIJEM NE VOZIM - AKO SI POČEO DA OTVARAŠ DUŠU KONOBARU, OTVORI SE I ZA TAKSI

Jedan od najdužih i najvažnijih projekata društvene odgovornosti kojem je Apatinska pivara posvećena već 16 godina jeste kampanja „Kad pijem ne vozim“. U partnerstvu sa Ministarstvom unutrašnjih poslova i Agencijom za bezbednost saobraćaja održane su interesantne akcije i edukacije koje su na zabavan način podsetile 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 svog programa sprečavanja prekomerne konzumacije alkohola Apatinska pivara uložila je preko 150.000 evra u nabavku 155 alkometara i 50.000 usnika za alkometre. Bezbednost i zdravlje potrošača su primarni ciljevi kompanije i zato je ove godine doniran alkometar Specijalnoj bolnici za bolesti zavisnosti u Dražzerovoj. „Zahvalni smo na lepoj i dugogodišnjoj saradnji koju imamo sa Apatinskom pivarom u cilju, kako prevencije, tako i lečenja i rehabilitacije osoba koje imaju probleme sa zloupotrebom i zavisnošću od alkohola“, izjavila je dr Diana Raketić, direktorka Specijalne bolnice za bolesti zavisnosti.



ODGOVORNO I NA JELEN LOVEFEST & BEER FESTU

Na ovogodišnjim festivalima Jelen Lovefest i Beer fest više stotina ljudi je imalo priliku da umesto kroz „ružičaste“ gleda kroz „pijane naočare“ i uveri se kako jednostavni zadaci poput praćenje bele linije, otključavanja brave automobila, simulacije vožnje i parkiranja postaju neverovatno izazovni kada alkohol „zamući“ oči i um. Sve ovo isprobao je i naš najbolji automobilista Dušan Borković. „Sa ovim ne može da se hoda, a kamoli da se vozi. Kao sportista i neko ko se već 30 godina bavi automobilizmom, nisam vozio pod dejstvom alkohola i naučio sam da poštujem automobil jer je to opasna sprava ako se njom ne upravlja na pravi način. Zato apelujem na sve vozače da ne sedaju za volan pod dejstvom alkohola. Ali, apelujem



i na okolinu vozača da budu savesni građani, da reaguju i spreče ga da upravlja motornim vozilom“, rekao je Borković.





JELEN EKO-PATROLA POSLALA NA RECIKLAŽU VIŠE OD 300 KILOGRAMA AMBALAŽNOG OTPADA

Kontinuirana praksa Apatinske pivare, na koju su izuzetno ponosni, jeste da, nakon svake manifestacija koju organizuju ili podržavaju, okruženje i prirodu ostave čistom. Drinska regata, po 28. put je okupila više desetina hiljada posetilaca i opravdala epitet jedinstvenog karnevala na vodi. Posetioci su imali prilike da uživaju u spustu na prelepoj reci Drini. Sa



obale i iz vode, Jelen eko-patrola zajedno sa SEKOPAK-om uz slogan „Recikliraj, Drinu od otpada sačuvaj“ podsećala je učesnike da pravilno odlažu otpad, što je rezultiralo time da je više od 300 kg ambalažnog otpada poslato na reciklažu. Ova godina je bila posebno izazovna jer je manifestacija imala nezapamćenu posetu. U Jelen timu su ponosni što je Jelen eko-patrola skrenula pažnju svim učesnicima da moramo odgovorno postupati prema životnoj sredini i da za sobom ostavimo netaknutu prirodu, onakvu kakva je bila i pre početka spusta. Takođe, na Ribarskim večerima u Apatinu sakupljeno je više od 50 kg ambalažnog otpada dok je po završetku Highlander avanture sakupljeno oko 2.000 komada limenki Nikšićkog piva i PET ambalaže koji su dalje poslani na reciklažu.

„Uvek je zadovoljstvo raditi sa partnerima koji zaista vide značaj reciklaže i sa kojima delimo iste vrednosti kada je zaštita životne sredine u pitanju. Količine prikupljenog ambalažnog otpada su iz godine u godinu sve veće, što nam govori da građani usvajaju znanje koje već godina pokušavamo da im prenesemo. Prirodu moramo da čuvamo i zabava ne sme da nam bude izgovor za nebrigu“, navode u SEKOPAK-u.

OSAM GODINA PODRŽAVAMO KAMPANJU „ČEP ZA HENDIKEP“

Ove godine sakupljeno je i donirano skoro dve tone čepova Udruženju „Čep za hendikep“, čime su obezbeđena dodatna sredstva za kupovinu ortopedskih pomagala. Upravo se sakupljaju i čepovi iz nagradne igre. Svojim aktivnim učešćem u ovoj poznatoj kampanji, Jelen pivo i Apatinska pivara već osam godina pružaju podršku osobama sa invaliditetom. „Izuzetno sam ponosan što, i u ovom vremenu globalne pandemije, uz pomoć brojnih partnera imamo mogućnost da život učinimo lepšim i lakšim svima kojima je to potrebno. Srećni smo što partnerstvo sa Apatinskom pivarom traje gotovo jednu deceniju, i verujem da ćemo i u predstojećem periodu obarati rekorde kada je reč o sakupljanju čepova“, kažu u Udruženju.

KANADSKI JAVOR PROCVETAĆE NA UŠĆU

Na Svetski dan zaštite životne sredine, zaposleni u Apatinskoj pivari, simbolično su se dovezli biciklima do muzeja Savremene umetnosti na Ušću, gde su posadili



raskošna stabla kanadskog javora koji će, svojom prepoznatljivom bakarnocrvenom bojom, oplešati šetalište kod Ušća. Apatinska pivara je uz Privrednu komoru Srbije, podršku organizacije „Posadi svoj hlad“ i drugih odgovornih kompanija upotpunila poruku koju prenosimo u cilju održavanja zdrave životne sredine i smanjenja emisija CO2.

ZAPOSLENI UVEK AKTIVNI NA BELHOSPICE HUMANITARNIM TURNIRIMA

Kroz sportske aktivnosti i učešće zaposlenih, pivara je tradicionalno podržala BELhospice humanitarne aktivnosti učešćem na 35. Beogradskom maratonu, BELhospice turniru u basketu i fudbalu, tradicionalnom humanitarnom turniru u tenisu BELhospice OPEN 2022, kao i osmomartovskom turniru u kuglanju. Zajedno sa ostalim kompanijama, ukupno je prikupljeno oko 60.000 evra za palijativno zbrinjavanje najteže obolelih pacijenata od raka i pomoć njihovim porodicama u daljem lečenju i to u okviru samo ovih manifestacija. Zaposleni se uvek rado odazivaju ovakvim manifestacijama, koje ih dodatno zbliže u humanoj misiji.



GRADIMO ZDRAVIJE SUTRA ZA LJUDE, DRUŠTVENU ZAJEDNICU I PLANETU

Tri osnovna principa oko kojih je AstraZeneca izgradila svoju strategiju održivosti, a koji stavljaju zdravlje u središte njihovog rada, jesu: pristup zdravstvenoj zaštiti, zaštita životne sredine, kao i etika i transparentnost

Održivi razvoj sastavni je deo „Hrabre ambicije za 2030“ i strateških prioriteta kompanije AstraZeneca. Upravo iz tog razloga kompanija teži da konstantno unapređuje svoj način razmišljanja i principe rada, a sve u cilju kako bi se prilagodila vremenu i okruženju. Upravo sa svakodnevnim angažovanjem da inovativne lekove učine dostupnim što većem broju ljudi širom sveta, nastoji da i na druge načine pomogne zajednici u kojoj posluju. Tri osnovna principa oko kojih je AstraZeneca izgradila svoju strategiju održivosti, a koji stavljaju zdravlje u središte njihovog rada, jesu: pristup zdravstvenoj zaštiti, zaštita životne sredine, kao i etika i transparentnost.

Ključni program Ambition Zero Carbon, koji se sprovodi globalno, ima za cilj da smanji karbonski otisak kompanije. Iz dosadašnjih rezultata može se reći da je kompanija na uspešnom putu da do 2026. godine u proizvodnji smanji emisiju gasova koji proizvode efekat staklene bašte za 98 odsto, kao i da do 2030. prepolovi otisak lanca vrednosti, odnosno da ga smanji za 90 odsto do 2045. godine, kako bi dostigli neto nulu zasnovanu na nauci. Predstavništvo kompanije u Srbiji i njeni zaposleni daju svoj doprinos tome kroz brojne inicijative.

ASTRAZENECA I URBANO PČELARSTVO

Kao društveno odgovorna kompanija, AstraZeneca se uključila u 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.

Osim meda, propolisa i drugih bitnih proizvoda koje dobijamo od pčela, one su zaslužne i za oprašivanje velikog broja voća i povrća, te indirektno omogućavaju prehranu čitavog čovečanstva. Međutim, njihova brojnost je počela da opada usled različitih faktora, od kojih su najizraženije klimatske promene, i čime se u rizik dovode količina i raznovrsnost hrane za ceo svet.

Upravo iz tog razloga, a kako bi dala svoj doprinos održavanju pčela, AstraZeneca počela je sa podrškom projektu urbanog pčelarstva usvajanjem tri košnice sa pčelinjim društvima u Beogradu u blizini pristaništa. Neuređena površina u okolini pristaništa je raščišćena i zasađeno je medonosno bilje, te na taj način napravljen mini-ekosistem za pčele. Pored saradnje sa pčelarima i njihove stručne podrške, i zaposleni kompanije AstraZeneca



su takođe dobili priliku da se oprobaju u različitim aktivnostima u vezi sa pčelarstvom, a nakon nepunih šest meseci počelo je i sakupljanje meda. Oko 150.000 pčela sakupilo je 35 kg meda i oprašilo skoro pola miliona cvetova u centru Beograda. Sve ove aktivnosti je volonterski podržalo oko 20 zaposlenih u AZ Srbija. Glavni moto AZ Srbija je #BEEsustainable koji se sa velikim trudom prikazuje kako unutar firme, tako i eksterno, pri čemu se stalno podiže svest o značaju pčela za održivi razvoj. Plan je da se ove aktivnosti nastave, ali i dodatno prošire u narednim godinama.

**ASTRAZENECA POČELA JE SA
PODRŠKOM PROJEKTU URBANOG
PČELARSTVA USVAJANJEM
TRI KOŠNICE SA PČELINJIM
DRUŠTVIMA U BEOGRADU U
BLIZINI PRISTANIŠTA**

SADNJA I ZAŠTITA DRVEĆA

Pored pomenutih aktivnosti, AstraZeneca ima globalnu inicijativu za sadnju i održavanje drveća. Naime, kompanija se obavezala da do 2025. godine širom sveta zasadi 50 miliona stabala u cilju ublažavanja negativnih uticaja klimatskih promena na ljude i planetu.

Kada je reč konkretno o našoj zemlji, AstraZeneca sada već tradicionalno, svake godine sadi drveće, a sadnja je realizovana čak i u otežanim uslovima uzrokovanim





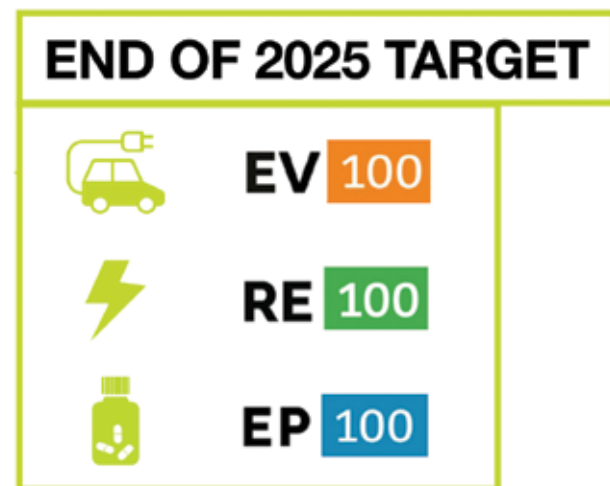
pandemijom tokom prethodne dve godine. Kako svake godine ulaže napore da unapredi pomenuti projekat, čiji je cilj investiranje u prirodu, kompanija će ove godine u saradnji sa Šumarskim fakultetom, beogradskim opštinama i organizacijom „Čuvamo naše“ postaviti novi standard u društvenoj odgovornosti i posaditi 2.500 sadnica na teritoriji grada Beograda. Na lokacijama pošumljavanja, koje će kroz nekoliko godina postati prave šumske oaze, planirano je i odvijanje praktične nastave za studente Šumarskog fakulteta, čime će kompanija dati svoj doprinos i akademskoj zajednici. Pored pomenutog, AstraZeneca želi da na odgovoran, ispravan i preduzimljiv način doprinese podizanju svesti društva o značaju očuvanja životne sredine i da primer drugima. Za pošumljavanje su planirane teritorije koje su mapirane kao područja sa nedostatkom vegetacije u Beogradu. Potencijal i značaj ovog projekta prepoznati su i od strane Šumarskog fakulteta, opštine Surčin i grada Beograda, koji pružaju pomoć u planiranju i realizaciji pošumljavanja. Predviđeno je da se šuma prostire na površini od jednog hektara, što je dovoljno da se nasele i određene vrste životinja. Na taj način napraviće se prava šuma, odnosno zelena oaza ne samo za ljude već i za životinje.

KOMPANIJA ĆE OVE GODINE U SARADNJI SA ŠUMARSKIM FAKULTETOM, BEOGRADSKIM OPŠTINAMA I ORGANIZACIJOM „ČUVAMO NAŠE“ POSTAVITI NOVI STANDARD U DRUŠTVENOJ ODGOVORNOSTI I POSADITI 2.500 SADNICA NA TERITORIJU GRADA BEOGRADA

ELEKTRIČNA VOZILA

Jedan od programa kompanije AstraZeneca je smanjenje emisija iz kompanijskog voznog parka i prelazak na potpuno električni vozni park (EV100). Naime, svakodnevne gužve sa kojima se susrećemo ukazuju nam na uticaj saobraćaja kao jednog od bitnih uzroka zagađenja vazduha u urbanim sredinama. Veliki broj vozila i kreni-stani način vožnje proizvodi daleko veću količinu izduvnih gasova u odnosu na vožnju na otvorenom putu. Jedan od značajnijih pomaka auto-industrije u rešavanju ovog problema je bila pojava hibridnih vozila, koja gase motor sa unutrašnjim sagorevanjem kada njegov rad nije potreban. Posledično je potrošnja u gradskoj vožnji manja, a samim tim i zagađenje. Sledeći korak su vozila koja se u potpunosti kreću na struju i nemaju motor sa unutrašnjim sagorevanjem. U oba ova koraka u Srbiji kompanija je već postavila nove standarde u industriji. Trenutno skoro dve trećine voznog parka predstavništva u našoj zemlji čine hibridna vozila (dva puta više u odnosu na 2020. godinu) a u okviru voznog parka, više od godinu dana postoji jedno potpuno električno vozilo. Takođe, do kraja 2022. godine planirana je nabavka još tri električna vozila. Cilj kompanije na globalnom nivou, kao i u Srbiji, jeste da do 2025. godine sva vozila budu „zelená“.

TREKUTNO SKORO DVE TREĆINE VOZNOG PARKA PREDSTAVNIŠTVA U NAŠOJ ZEMLJI ČINE HIBRIDNA VOZILA



SERBIA BUSINESS RUN

Serbia Business Run predstavlja događaj koji spaja zaposlene iz različitih kompanija, kroz poslovne trke (na 5 km), na teritoriji Srbije. Cilj ovog „team building“ događaja je promocija zdravih navika i vrednosti, jačanje timskog duha, a ove godine sredstva prikupljena iz fonda trke biće usmerena na sadnju drveća kao aspekt trke gde je kompanija AstraZeneca prepoznala dodatne zajedničke vrednosti. Kompanija već nekoliko godina učestvuje na ovoj manifestaciji, a ove godine tim je brojao 12 zaposlenih.

YOUNG HEALTH PROGRAMME

Young Health programme još jedna je inicijativa koja se sprovodi tradicionalno na teritoriji Srbije u cilju promocije zdravih navika među najmlađima. Fokus inicijative prethodne tri godine bio je pravljenje pametnih i zdravih izbora, nasuprot lošim navikama koje mogu biti štetne po zdravlje, kao što je upotreba duvana. U narednom periodu fokus projekta biće na zdravoj ishrani.



Kao odgovorna kompanija, AstraZeneca će nastaviti i u godinama pred nama da ulaže u očuvanje naše planete – jedinog doma koji imamo, kako bi dala svoj doprinos u kreiranju boljeg sutra za sve.

55 GODINA BAMBIJA U ZNAKU INOVACIJA I ODRŽIVOSTI

U godini kada slavi 55 godina postojanja, Bambi je još jednom kroz donacije, volonterske akcije, podršku mladima i brojnim humanim projektima, poslao poruku da veruje u bolju i humaniju budućnost

Više od pola veka Bambi zahvaljujući snažnoj podršci zaposlenih, društveno odgovornim poslovanjem i konstantnim inovacijama gradi jake i kvalitetne brendove. Otkako se 2019. godine pridružila Coca-Cola HBC porodici, ova vodeća konditorska kompanija u regionu dobila je novu priliku za rast i razvoj kako kroz deljenje ekspertize, iskustva i kreiranjem zajedničkih aktivnosti na mestu prodaje, tako i kroz osvajanje novih tržišta za Bambi. U više od 20 zemalja širom sveta, na čak četiri kontinenta, potrošači uživaju u Bambi proizvodima koji su sinonim detinjstva, radosti i bezbričnosti, i zaslužno važe za najkvalitetnije i najvoljenije.

BRIGA O ZAJEDNICI - PRIVILEGIJA, A NE OBAVEZA

Decenijama je partnerski odnos prema zajednici jedna od najvažnijih misija Bambija, a društveno odgovorno poslovanje sastavni deo identiteta i kulture kompanije.



U godini kada slavi 55 godina postojanja, Bambi je još jednom kroz donacije, volonterske akcije, podršku mladima i brojnim humanim projektima, poslao poruku da veruje u bolju i humaniju budućnost.

Već drugu godinu zaredom, kompanija Bambi podržava kampanju „Spasimo hranu, spasimo humanost“ koju sprovodi Koalicija za dobročinstvo, a predvodi Fondacija Ane i Vlade Divac. Tokom 2022. godine kompanija je donirala više od 10 tona svojih proizvoda najugroženijim građanima u nerazvijenim delovima naše zemlje i zajedno sa partnerima kampanje podigla svest javnosti o značaju unapređenja propisa i regulativa koji idu u korist povećanju donacija hrane. Kampanja je pokrenula brojne diskusije na temu donacije hrane, ali i uticala na sve glasniju inicijativu za ukidanje poreza na dodatnu vrednost na donacije.

BAMBI VOLONTERI – GENERATORI DOBRIH DELA

Volonterske aktivnosti naših kolega svake godine čine nas izuzetno ponosnim. Naročitu energiju i odjek ove godine imalo je čišćenje okoline Neresnice, kraj Kučeva. Udruženim snagama, zaposleni kompanije Bambi i Coca-Cola HBC Srbija pružili su podršku lokalnoj zajednici kroz čišćenje priobalja reke Pek, postavljanjem kućica za ptice, kao i hotela za solitarne pčele. Kako bi ovu volontersku akciju dodatno ulepšali, posađeno je bilje u dvorištu punionice gazirane vode Rosa sa Homolja, a uređena je i ofarbana ograda obližnje osnovne škole. Doprinosi ostvarenju ekoloških ciljeva, ali i podizanju svesti o važnosti zaštite životne sredine, kompanija Bambi nastavlja da bude pouzdan i postojan partner zajednice



u kojoj posluje. Na ovom putu, kompanija uživa podršku svojih volontera, jer su upravo oni njeno ogledalo i najbolje ambasadori.

NAGRADE SU NAŠA LIČNA KARTA

Preko pet decenija, prepoznaju nas po Plazmi. Naš noseći brend neprikosnoven je asocijacija na detinjstvo. Kroz dosadašnje inicijative i projekte, Plazma je bila pokretač brojnih pozitivnih promena, što potvrđuje i nagrada za najomiljeniji domaći proizvod po mišljenju potrošača, priznanje „Moj izbor“ koji dodeljuje Udruženje Moja Srbija. Ovo priznanje već 12. godinu zaredom daje dodatni motiv kompaniji Bambi i Plazma brendu da nastave da rastu i razvijaju se uz buduće generacije, a broj priznanja i poverenje potrošača obavezuju da u narednim godinama budemo još bolji.



I BAMBI JE „ČUVARKUĆA“ JER VOLI SVOJU ZEMLJU

Privredna komora Srbije dodelila je našim najpoznatijim brendovima – Plazma i Zlatni Pek žig „Čuvarkuća“ u okviru projekta „Stvarano u Srbiji“. Kao nosilac prestižnog žiga, kompanija Bambi je još jednom pokazala da brine o domaćoj privredi i kroz upotrebu domaćih sirovina u proizvodnji, doprinosi da dodatna vrednost ostane u našoj zemlji. Ulaganjem u domaće znanje i resurse čvrsto verujemo da svi zajedno doprinosimo tome da „Čuvarkuća“ postane svojevrsan simbol vrhunskih srpskih proizvoda koji mogu biti ozbiljna konkurencija inostranim brendovima.



PLAZMA I BAMBI VERUJU U JEDNAKOST I ZDRAVE VREDNOSTI

Kampanja „Jednakost dolazi iz kuće“ koju je kompanija Bambi zajedno sa brendom Plazma pokrenula prošle 2021. godine sa ciljem podizanja svesti javnosti o neravnomernom položaju žena, i ove godine ukazuje na socio-ekonomsku neravnomernost polova. Čvrsto verujući da svi zajedno možemo da utičemo na položaj žena u našem društvu polazeći od sopstvenih domova, kampanjom je skrenuta

pažnja na neravnopravan položaj žena na ključnim vodećim pozicijama u Srbiji. Kao sinonim porodičnih vrednosti, brend Plazma ukazuje da je važno da nam porodica ukoreni ispravne stavove, način razmišljanja, ali i svest o ravnopravnosti. Ovom snažnom inicijativom i ove godine poslata je snažna poruka - da svi zajedno možemo da utičemo na položaj žena u našem društvu polazeći od sopstvenih domova, jer jednakost dolazi iz kuće i vodi ka ravnopravnosti.



PRIJATELJ U DETINJSTVU – PODRŠKA U KARIJERI

Kao kompanija koja je strateški usmerena na mlade ljude i uvek spremna da ih podrži i osnaži, Bambi podržava brojne projekte fokusirane na mlade i uspešno razvija mrežu saradnje sa brojnim organizacijama.

Podržavajući nove generacije u profesionalnom razvoju, kompanija je i ove godine kroz program prakse „Bambi for YOUng” otvorila vrata trećoj generaciji polaznika. Proglašen za najbolji program praksi od strane prvog employer branding festivala Emmple u Srbiji, „Bambi for YOUng” program otvara prostor mladima da kroz šestomesečni program steknu konkretna znanja i veštine u različitim oblastima i sektorima u vodećoj konditorskoj kompaniji u regionu.

Čvrsto verujući da nove generacije donose pozitivne promene i pomeraju ustaljen način razmišljanja, kompanija je strateški podržala projekat „Svetionik znanja”, Asocijacije za afirmaciju kulture, koji predstavlja takmičenje srednjoškolaca iz 15 gradova sa ciljem osmišljavanja projekta za unapređenje zajednica u kojima žive. Kao strateški partner projekta, kompanija je omogućila šestoj generaciji polaznika da unaprede svoja znanja i razviju veštine u pisanju projekata na temu društvenog aktivizma.

Podrška mladima kroz predavanja, radionice, panel-diskusije, ali i simulacije na razne teme u okviru kojih zaposleni kompanije Bambi u ulozi predavača sa velikim zadovoljstvom prenose svoja znanja, veštine, ali i pružaju savete mladim talentima, samo su jedan od načina na koji kompanija podržava i osnažuje mlade ljude da započnu svoj profesionalni razvoj na pravi način.

KREATIVNOST I INOVATIVNOST - PREDUSLOV ZA OPSTANAK NA TRŽIŠTU

Godinu za nama obeležile su nove ideje, kreativnost i rad na jednom od najznačajnijih projekata kompanije – Bambi centar za istraživanje i razvoj, multifunkcionalan prostor kao podrška profitabilnom i održivom dugoročnom razvoju kompanije. Ova svojevrsna laboratorija znanja na preko 1.400 kvadrata biće mesto za razmenu iskustava i kreativnih rešenja, i okupiće eksperte u svojim oblastima, kao i nove i talentovane ljude sa ciljem stvaranja novih prilika za razvoj. Kao multifunkcionalni prostor, Bambi centar za istraživanje i razvoj činiće i moderno opremljena test kuhinja, ali i proizvodna mini-linija sa fokusom na unapređenje i razvijanja održivih pakovanja, receptura bez dodatog šećera, ali i vegan proizvoda. Proizvodna mini-linija će omogućiti veću fleksibilnost bez remećenja procesa proizvodnje, ali i uz znatnu uštedu vremena i sirovina. Ovaj inovativni „hub“ javnosti će biti predstavljen na proleće 2023. godine.

ZAPOSLENI – NAJVEĆA SNAGA KOMPANIJE

Verujemo da je jedan od pokazatelja uspešnosti svake kompanije posvećenost i zadovoljstvo zaposlenih. Prepoznatljivi smo prema kvalitetu proizvoda, ali znamo da iza takve reputacije stoje generacije i timovi naših zaposlenih koji su verovali u Bambi. Upravo zato, kompanija nastoji da dobrobit zaposlenih i njihov lični i profesionalni razvoj budu imperativ poslovanja.

Vodeći se željom da obezbedi da kompanija bude omiljeno mesto za rad kako sadašnjim, tako i budućim kolegama, Bambi kroz programe edukacija i razvoja, sistemima nagrađivanja i pružanjem bezbedne radne sredine, radi na jačanju posvećenosti svakog zaposlenog i stvaranju zdravog i podsticajnog radnog okruženja.

Društvenom odgovornošću, kao sastavnim delom identiteta i poslovne kulture, kompanija Bambi pokazuje da svoj poslovni bilans posmatra i kroz doprinos zajednici i ulaganje u održivu budućnost. Biti iskren i pouzdan partner zajednici je pokretačka snaga kompanije Bambi, jer se naklonost gradi kako kroz kvalitet, tako i kroz saradnju i poverenje.



KADA JE BUDUĆNOST PLANETE U PITANJU, SVI SMO NA ISTOJ STRANI

Održivost je za kompaniju Bambi postala jedna od prioritetnih tema. Kako bismo joj pristupili strateški, Bambi je kreirao dokument pod nazivom Misija održivosti do 2030. godine, čime smo definisali konkretne ciljeve u ovoj oblasti. Tim povodom formiran je i međusektorski tim sa primarnim zadatkom da podrži implementaciju zelenih rešenja kako bi i u narednim godinama kompanija nastavila da radi na odgovornom odnosu prema prirodi i njenim resursima. U okviru inicijative Svet bez otpada, kompanija Bambi pokrenula je set aktivnosti ka dostizanju nula otpada do 2025. godine, kako kroz infrastrukturna ulaganja, tako i kroz stalnu edukaciju zaposlenih o upravljanju otpadom. Kao jedan od koraka ka dostizanju ovog cilja, tokom 2022. godine realizovan je projekat izgradnje reciklažnog dvorišta površine 500 m2, koji omogućava privremeno pakovanje svih vrsta otpada koji se generiše na lokaciji fabrike u Požarevcu. Na ovaj način omogućena je bolja kontrola upravljanja komunalnim otpadom u vidu dalje reciklaže ili tretmanom koji kao rezultat ima dobijanje energije. Zajedno sa vodećim operaterom u upravljanju ambalažnog otpada, Sekopak, kompanija Bambi već 12 godina radi na

ispunjenju nacionalnog cilja za reciklažu. Kroz zajedničke edukacije o pravilnom recikliranju i sakupljanju ambalaže, kompanija nastavlja da podiže svest građana o značaju reciklaže na događajima koje podržava. I ove godine, zajedno sa našim strateškim partnerom Sekopakom, sprovedi smo sakupljanje ambalaže i edukaciju o reciklaži na najvećoj manifestaciji grada Požarevca, Ljubičevske konjičke igre. Čitav niz aktivnosti planiran zajedno sa Sekopakom za 2023. godinu, doprineće unapređenju primarne selekcije otpada, edukaciji o značaju pravilnog odlaganja otpada i reciklaži kao najpoželjnijem načinu da se otpad pretvori u novo dobro. Kompanija Bambi nastavlja da svojim primerom bude inspiracija i sugrađanima, naročito onim najmlađima, da u svoje svakodnevne navike unesu još više odgovornosti prema planeti i sebi samima.

Bambi centar za istraživanje i razvoj biće predstavljen javnosti na proleće 2023. godine

BITI LIDER ZNAČI ŽIVETI ODRŽIVOST 24/7, 365 DANA U GODINI

Zagledani u narednih 25 godina – želimo da imamo još prosperitetnije zajednice, zdraviju životnu sredinu i što više biznisa sa svrhom, biznisa koji će zaslužiti svoje mesto među liderima društvene odgovornosti. U tom smeru i nastavljamo da radimo, posvećeno i istrajno

Ove godine naša kompanija obeležava jedan važan jubilej - 25 godina poslovanja Coca-Cola HBC u Srbiji. Prvih četvrt veka obeleženo je nama svojstvenom strasti prema poslu, inovacijama i posvećenosti kupcima i potrošačima širom Srbije.

Verujemo da je uspeh kompanije neodvojiv od prosperiteta zajednice i zato dve i po decenije podižemo lestvicu društveno odgovornog i održivog poslovanja. Uradili smo mnogo, ali je i mnogo toga tek pred nama. Kad planiramo budućnost, društvena odgovornost,

održivo poslovanje, poslovanje u skladu sa ESG principima... naši su znakovi pored puta. Zato nas u svemu što radimo pokreću vrednosti. Našu odgovornost merimo akcijama, a ne rečima, kao i ostvarenim uticajem na željenu promenu. I kad kažemo 20 olimpijskih bazena vode, prvi AWS sertifikat, 80 odsto ušteda energije samo kroz zamenu rashladne opreme, 100 odsto energija iz obnovljivih izvora, reciklabilnost svih pakovanja, više od 9.000 mladih spremnijih za tržište rada... govorimo našim delima.



BUDUĆNOST JE ZAJEDNIČKA ODGOVORNOST!

**Svetoslav Atanasov, generalni direktor
Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora**

„Biti lider društvene odgovornosti je ekvivalent tome da budemo inicijator održivih rešenja za zajedničku borbu za opstanak planete.

Ovo je ujedno i poziv na akciju, koji nosi poruku koju smo poslali i kroz naš poslednji Izveštaj o održivom poslovanju - **BUDUĆNOST JE ZAJEDNIČKA ODGOVORNOST!**

Svako od nas, počevši od institucija sistema, preko kompanija do pojedinaca, nosi odgovornost. Zajedno i partnerski, možemo do održive budućnosti.“



NAŠA TRI PRIORITETA

Nataša Najdanović, direktorka lanca snabdevanja
„Pametno biramo naše partnere. Ako sebe percipiramo kao kompaniju kojoj je poslovni postulat održivost u svakom segmentu, svi u našem lancu snabdevanja treba da imaju iste vrednosti.

Naša tri prioriteta u oblasti zaštite životne sredine su: zaštita vodnih resursa i ušteda vode, smanjenje emisija CO2 i potrošnje energenata i ambalažni otpad i reciklaža. Coca-Cola HBC Srbija je nedavno, među 29 zemalja, osvojila nagradu Coca-Cola HBC Grupe za održivost i primenu održivih politika u praksi. I to je pravi dokaz da je naša posvećenost domaćem tržištu, zajedno sa svim našim partnerima, zaista i prepoznata i izvan granica naše zemlje.“



LJUDI NA PRVOM MESTU

Jovana Ivanović, direktorka sektora ljudi i kultura

„Kad pričamo o društvenoj odgovornosti, ne smemo da zaboravimo da je uvek na prvom mestu odgovornost prema ljudima.

Od radnog okruženja sve kreće. Spremnost da izađemo u susret hibridnom načinu rada, da pružimo podršku, da zajedno učimo, delujemo i nastupamo kao jedna velika porodica koja se međusobno podržava i deli iste stavove i uverenja ono je što nas godinama unazad po brojnim istraživanjima svrstava u najpoželjnijeg poslodavca.“



ESG JE NAŠ KOMPAS

Nina Elezović, direktorka sektora za korporativne poslove i održivost

„Spremnost da preispitujemo naše odluke iz dana u dan i da o njima transparentno govorimo je odlika svakog lidera. Ta težnja ka konstantnim promenama nabolje dovela nas je do toga da ESG postane naš etički kompas u održivom poslovanju. To znači da smo zaštitu životne sredine, brigu o ljudima i zajednici i način na koje vodimo naše biznise ujedinili i sada vrlo jasno možemo da izmerimo naše napore da se društvu, prirodi, pa i civilizaciji odužimo na pravi način. A to činimo bez skrivanja, jasno i otvoreno, u potpunosti spremni da saslušamo svaku stranu. Održivost nije stvar izbora, održivost nas treba.“

25 godina smo deo Coca-Cola HBC porodice

 **3 punionice**
u okviru Coca-Cola HBC Srbija

 Deo naše porodice od 2019. godine je i **Bambi**

 **1024** stalno zaposlenih
u Coca-Cola HBC Srbija

 **67,7%** žena
u top menadžmentu

 **VRH poslodavac**
po izboru mladih (TalentX istraživanje)

 **Lideri održivosti** – objavili smo 9 godišnjih Izveštaja o održivom poslovanju, po globalnim standardima za izveštavanje o održivosti nezavisne organizacije Global Reporting Initiative

 **Prvi ESG**
Savetodavni odbor u Srbiji,
novi pristup održivim politikama

Kako mi vidimo održivost?

VODA

PRVA smo kompanija u Srbiji nosilac prestižnog AWS sertifikata Alijanse za upravljanje vodnim resursima, koji potvrđuje najviši nivo brige i posvećenosti u očuvanju voda

Brinemo o svakoj kapi - potrošnja vode po litru proizvedenog pića od 2007. smanjena je **53,45%**

Godišnje **uštedimo oko 20 olimpijskih bazena vode...** i idemo ka većim uštedama!

CO2

Ambiciozan cilj: da **do 2040.** godine, postanemo **ugljenično neutralni**

Za 80% smo uštedeli energiju upotrebom naših frižidera i rashladnih uređaja koji koriste nove, ekološki podobne freone

Do svojih kupaca stižemo **„zelenom flotom“** automobila koji koriste tečni naftni gas

Inovacije na pakovanjima – manja težina ambalaže i **reciklabilnost**

ENERGIJA

Za 56% smo smanjili potrošnju energije po litru proizvedenog pića od 2007. godine

Skroz zeleni – sva električna energija koju koristimo u punionicama dolazi iz obnovljivih izvora

Energetska efikasnost uvek ima prednost - kako u proizvodnji, tako i na tržištu


AMBALAŽA I UPRAVLJANJE OTPADOM

Naš cilj: da do 2030. godine recikliramo onoliko limenki i boca koliko plasiramo na tržište 

Aktivno učestvujemo u dijalogu na temu najboljeg rešenja za upravljanje otpadom 

KeelClip inovacijom **štedimo 144 tone plastike za 5 godina**  

82% biljnog materijala ima ambalaža Next 1.5 l sokova 

Zajedno sa partnerima, promovisemo reciklažu i **širimo ekološku svest kroz:** „Hoćemo novu šansu – recikliraj“ u Kučevu „Reciklažom do vožnje“ u Kragujevcu „Pametno recikliraj“ u Zrenjaninu 

LEPŠE LICE ZAJEDNICE

47 km planinarskih staza biće uređeno u okviru nastavka projekta „Vlasina - čista ljubav“

10 godina realizujemo program letnjih praksi Coke Summership

>9000 mladih spremniji su za tržište rada zahvaljujući Coca-Cola podrška mladima programu, koji realizujemo već 6 godina

70 Summership polaznika je nakon prakse i postalo deo našeg tima

92 miliona dinara za lokalne zajednice u 2021. godini

Donirali smo preko pola miliona litara naših proizvoda, vrednosti oko **185.000 evra** u 2021. godini

Redovno **VOLONTIRAMO** jer znamo da udruženi - možemo više

Uvek spremni za pošumljavanje: **800 novih stabala** zasadili smo sa Bambijem samo u prošloj godini 

INOVACIJE KOJE POKREĆU TRŽIŠTE

Potpuno smo svesni odgovornosti koju imamo kao trgovinski lanac i iz tog razloga neprestano ulažemo napore da na tržištu budemo lideri dobre prakse i da u ponudi uvek imamo zdravije voće i povrće visokog kvaliteta

Delez Srbija svakodnevno nastoji da kroz poslovanje ostvaruje pozitivan uticaj na lokalnu zajednicu. Kompanija je tako i u ovoj godini, u skladu sa strategijom poslovanja, nastavila da odgovorno raspolaže viškovima hrane, kao i energetske resursima, da razvija inovativne zdravije proizvode, podstiče kvalitetno radno okruženje za sve zaposlene, a u filantropskom radu neprestano nastoji da utiče i na podizanje svesti o solidarnosti među kupcima koje redovno uključuje u društveno odgovorne akcije.

SPOJ NAUKE I PRIVREDE

Milica Popović, menadžerka korporativnih komunikacija i javnih poslova kompanije Delez Srbija, upoznala nas je sa najznačajnijim aktivnostima i projektima iz kojih, kako kaže, sa ponosom stoji ceo kolektiv:

„U godini na čijem smo izmaku pokrenute su brojne inovacije, pa je kroz zajedničke dugogodišnje projekte Deleza sa Univerzitetom u Beogradu napravljen spoj nauke i privrede. Saradnja je ostvarena sa dva fakulteta - Veterinarske medicine i Poljoprivrednim - a sve u cilju unapređenja kvaliteta proizvoda i zdravije ishrane. Primenom inovativnih tehnologija u procesu proizvodnje, kao i postavljanjem standarda u kontroli pesticida, nastavljamo sa kontinuiranim unapređenjem asortimana po merilima modernog kupca, u zdravijem okruženju.“

Sa Fakultetom veterinarske medicine Univerziteta u Beogradu kompanija je razvila poseban koncept ishrane živine zahvaljujući kom je eliminisana upotreba antibiotika u uzgoju i tovu pilića i na taj način obezbedila kupcima

još zdravije pileće meso. Nov, unapređen koncept ishrane rezultat je višegodišnje saradnje sa Katedrom za ishranu i botaniku Fakulteta veterinarske medicine Univerziteta u Beogradu i podrazumeva korišćenje potpuno prirodnih dodataka hrani kako bi se pospešilo njihovo zdravlje. Na taj način, isključena je upotreba antibiotika u uzgoju pilića, poboljšan je zdravstveni status životinja i eliminisano je prisustvo antibiotika i mikotoksina u pilećem mesu.

Piletina uzgajana bez upotrebe antibiotika.



Osim u proizvodnji mesa, inovativne tehnologije primenjene su i u proizvodnji voća i povrća bez ostataka pesticida. Specijalne sorte lubenica i dinja u Maxi supermarketima širom zemlje prvi su artikli u Srbiji sa zvaničnim sertifikatom i žigom garancije „Bez ostataka pesticida“. Ova inovacija na



tržištu rezultat je dugogodišnje saradnje kompanije Delez Srbija i Poljoprivrednog fakulteta Univerziteta u Beogradu. „Kao lider na tržištu trudimo se da kontinuirano idemo iznad očekivanja naših potrošača koji su navikli da u okviru Maxi pijace uvek mogu da pronađu provereni i kvalitetan svež asortiman. Potpuno smo svesni odgovornosti koju imamo kao trgovinski lanac i iz tog razloga neprestano

ulažemo napore da na tržištu budemo lideri dobre prakse i da u ponudi uvek imamo zdravije voće i povrće visokog kvaliteta. Koncept „Bez ostataka pesticida“ se prirodno naslonio na takvu strategiju. I izuzetno nam je zadovoljstvo što je nastala odlična, veoma korisna i očigledno uspešna saradnja između privrede, fakulteta i poljoprivrednih proizvođača“, rekla je Milica Popović.

PODRŠKA LOKALNIM ZAJEDNICAMA

Kompanija Delez Srbija je i tokom 2022. nastavila sa svojim aktivnostima kojima promoviše humanost i solidarnost. Zato je i ovog oktobra, u susret Svetskom danu hrane, Delez u saradnji sa Bankom hrane Beograd organizovao već tradicionalnu humanitarnu akciju u više od deset gradova širom zemlje. U više od 70 prodavnica ovog trgovinskog lanca građani su širom zemlje imali priliku da se uključe i u svojim komšijskim Maxi i Mega Maxi prodavnicama doniraju osnovne životne namirnice za socijalno ugrožene sugrađane. Ovom prilikom prikupljeno je više od 13 tona hrane, koja je potom u vidu paketa podeljena korisnicima 33 humanitarne organizacije. Banci hrane Beograd je kompanija u februaru donirala i 7,9 miliona dinara. Zahvaljujući ovim sredstvima, nabavljeno je i drugo transportno vozilo kojim ova humanitarna organizacija može dodatno da distribuira donacije do krajnjih korisnika.

„Zahvaljujući novoj i veoma značajnoj donaciji kompanije Delez Srbija transportni sistem Banke hrane Beograd je bogatiji za još jedno vozilo. Ovo su zaista veliki doprinosi za filantropiju kao i za našu stratešku saradnju jer nabavkom novog vozila obezbeđujemo dopremanje obroka još većem broju korisnika drugih humanitarnih organizacija, tj. naših partnera, svima onima koji nemaju sopstveni prevoz“, izjavila je Katarina Žigić Blagojević, predsednica Banke hrane Beograd.

Kompanija je i ovogodišnji nosilac priznanja za izuzetan doprinos kampanji „Spasimo hranu, spasimo humanost“, a povodom Svetskog dana hrane donirala je 1.250 kg namirnica za korisnike pet MNRO udruženja iz Beograda. Kako bi podigla svest o važnosti filantropije, ali i zbog činjenice da je pomoć u donacijama potrebna tokom cele godine, kompanija je u svojih pet velikih Maxi, Mega Maxi i Tempo hipermarketa postavila kutije za trajno prikupljanje namirnica za korisnike MNRO udruženja.



pregled dostupnih namirnica, i to ne samo proizvoda nego i količina i tačnih adresa prodavnica u kojima je moguće preuzeti donaciju.

Kompanija je i ove, šeste godine zaredom, kao deo jesenje kampanje „Povratak u školu“, organizovala humanitarnu akciju „Dobro delo za SOS Dečije selo“ u okviru koje su se od kupovine školskog pribora odvajala sredstva za pomoć SOS Dečijem selu. Zajedno sa dobavljačima - Gatarić, Novo Beogradsko Knjižarsko, Ilijanum, Eurocom, Univerzal, Optimum, Pan Graf i Marina Company i kupcima, koji su se pri odabiru školskog pribora vodili humanitarnim aspektom, kompanija je ovoj fondaciji uručila milion dinara, koji će biti iskorišćen za poboljšanje uslova života dece i mladih.

A podrškom lokalnim humanitarnim projektima i organizacijama, Delez je obeležavao i širenje svoje maloprodajne mreže. Tako su tokom 2022. godine u pet gradova prilikom otvaranja Maxi supermarketa izdvajane i donacije od po 500.000 dinara, kao podrška lokalnim udruženjima, organizacijama i zajednici. Tako su u Prijepolju sredstva uručena Crvenom krstu Prijepolje, u Zrenjaninu Opštoj bolnici „Đorđe Joanović“ kao podrška službi Pedijatrije. Pola miliona dinara je uručeno i Domu za decu ometenu u razvoju „Kolevka“ u Subotici, a isti iznos dat je i lokalnoj Fondaciji Niš, za podršku projektu Trag fondacije „Fondacija našeg kraja“ u ovom gradu.

I u okviru zajedničke akcije sa Crvenim krstom Beograd „Stalo nam je. Hvala što pomažete“, organizovane povodom Nedelje solidarnosti u septembru prikupljeno je gotovo 4.000 kilograma namirnica i pripremljeno 474 paketa hrane. Ova donacija je realizovana takođe uz podršku kupaca koji su u 28 odabranih Maxi supermarketa donirali osnovne životne namirnice.

Osim ovih akcija, kompanija nastoji da unapredi i sam sistem doniranja hrane i učini ga još transparentnijim i efikasnijim. Uz pomoć platforme „Tanjir po tanjir“ osmogodišnji projekat svakodnevnog doniranja voća i povrća je digitalizovan i pojednostavljen za 90 humanitarnih organizacija koje su njegov deo. Princip rada ove blokčejn tehnologije podrazumeva da Delez prodavnice na jednoj platformi svakodnevno ažuriraju informacije o dostupnim količinama voća i povrća, a humanitarne organizacije imaju jasan uvid i



UZ POMOĆ PLATFORME „TANJIR PO TANJIR“ OSMOGODIŠNJI PROJEKAT SVAKODNEVNOG DONIRANJA VOĆA I POVRĆA JE DIGITALIZOVAN I POJEDNOSTAVLJEN ZA 90 HUMANITARNIH ORGANIZACIJA KOJE SU NJEGOV DEO



PARTNER ZAPOSLENIH

Za poseban doprinos u upravljanju ljudskim resursima i programima pogodnosti koje su usmerene ka zaposlenima Delez Srbija je ovogodišnji nosilac priznanja „Poslodavac partner“. Konsultantska kuća SELECTIO, uz partnersku agenciju HR Xcel, ovo priznanje dodeljuje samo onima koji su postigli najviše u podsticanju kvalitetnog radnog okruženja za sve svoje zaposlene. Koliko je ovo priznanje prestižno pokazuje podatak da u ovom trenutku ima samo 100 nosilaca sertifikata na čak deset međunarodnih tržišta. Podrška razvoju zaposlenih je strateško opredeljenje kompanije i ona je omogućena kroz različite programe za napredak u karijeri i dodatnu edukaciju. Samo u 2022. obezbeđeno je 111.000 sati treninga za zaposlene, a u cilju dodatnog razvoja realizovana su i tri nova razvojna programa za lidere u operacijama kroz koje je prošlo oko 250 zaposlenih.

„Sertifikat našim kolegama je svakako potvrda da radimo u kompaniji koja neguje podsticajno radno okruženje, i to nam je dodatna inspiracija da uvek budemo u društvu najboljih na tržištu i da nastavimo da ulažemo u najbolje prakse i inicijative za zaposlene. Namera nam je da nastavimo da unapređujemo procese i pokažemo da smo pravi partner svih zaposlenih“, ocenila je Milica Popović.

DRUŠTVENA ODGOVORNOST I UŠTEDA ENERGIJE

Trgovinski lanac Delez Srbija u protekloj godini je nastavio, ali i dodatno pojačao, strategiju energetske efikasnosti i odgovorno ponašanje u potrošnji električne energije. Iz tog razloga su, u sklopu globalne politike racionalnog korišćenja ovog resursa, ugašene sve svetleće reklame u maloprodajnim objektima, kao i unutrašnja reklamna rasveta, kompanijski frižideri i vitrine za pića, optimizovana temperatura u svim prostorijama. Konkretnim merama štednje električne energije kompanija nastoji da pruži doprinos globalnom izazovu u snabdevanju energenata, ali i da inspiriše kupce i podigne svest o odgovornoj potrošnji. Niz mera započetih u prethodnim godinama, nastavlja se i u narednoj, budući da su deo strategije poslovanja unutar same kompanije, ali će se njihovo sprovođenje dodatno ubrzati. Tako će do kraja 2024. ceo maloprodajni sistem biti pokriven LED rasvetom, a do kraja novembra tekuće godine u Distributivnom centru će biti zamenjena postojeća fluo rasveta novom LED rasvetom, čime se očekuje smanjenje potrošnje električne energije na nivou kompanije za oko 700 MWh.



ODRŽIVA REŠENJA ZA BUDUĆNOST

Primenjujući najbolju praksu, razvijamo mapu puta za potpunu dekarbonizaciju svih proizvodnih i poslovnih procesa

Elixir Group, domaća porodična kompanija, sa 10 članica u svom poslovnom sistemu ima više od 1.800 zaposlenih. Kompanija beleži kontinuiran rast i razvoj, razvijajući svoju poslovnu aktivnost u oblasti hemijske industrije, svojim proizvodima predstavljajući istinskog ambasadora naše zemlje u više od 85 država u celom svetu.

Šireći svoju poslovnu aktivnost, kroz delatnosti svojih ogranaka u Šapcu i Prahovu, Elixir uvodi novine i postavlja visoke standarde i u oblasti cirkularne ekonomije.

Poslovni sistem je zasnovan na principima najbolje poslovne prakse, primeni savremenih tehnoloških rešenja, kontinuiranim investicijama i zapošljavanju stručnih i obrazovanih kadrova.

Društvena odgovornost Elixir Group podrazumeva poslovanje uz održivi razvoj, poštovanje ljudskih prava, etičnost u poslovanju, kao i zaštitu životne sredine.

Elixir Group je danas ime za kvalitet u celom svetu zahvaljujući znanju i stalnom usavršavanju u svakom segmentu našeg poslovanja. Zato su zaposleni jedan od stubova na kojima temeljimo uspeh Elixir Group.

Drugi važan stub je zajednica u kojoj stvaramo i njena dobrobit. Svoju privrženost zajednici potvrđujemo podrškom brojnim projektima koji doprinose održivom razvoju. Uveren sam da sinergija sa zajednicom, nastala iz razumevanja i saradnje, pruža mogućnost za zajednički rast i razvoj.

Stanko Popović, predsednik Poslovnog sistema Elixir Group



Stanko Popović, predsednik Elixir Group

ODRŽIVI RAZVOJ

Elixir Group daje pun doprinos ispunjenju opštih ciljeva održivog razvoja, a u skladu sa Agendom UN 2030 i krovnim nacionalnim i evropskim dokumentima, uključujući Evropski zeleni dogovor i Ciljeve za klimatsku neutralnost do 2050, izmene Bazelske konvencije prema kojima će svaka država morati da zbrinjava opasan otpad nastao na svojoj teritoriji. U skladu sa evropskim i nacionalnim regulativama Elixir Group usvojio je svoju Zelenu agendu, doprinoseći daljem razvoju celog okruženja, postizanjem značajnih kumulativnih efekata:

- zaštita životne sredine i racionalno korišćenje prirodnih resursa,
- ugljenična neutralnost i doprinos ciljevima klimatske neutralnosti
- efikasno upravljanje otpadom na način kojim se ne ugrožavaju zdravlje ljudi i životna sredina



Zaposleni - ambasadori poslovne vizije i vrednosti Elixira

SVE VEĆI DOPRINOS SMANJENJU EMISIJE CO2

Primenjujući najbolju praksu, razvijamo mapu puta za potpunu dekarbonizaciju svih proizvodnih i poslovnih procesa. U poslednjih nekoliko godina postigli smo značajna smanjenja emisije CO2 primenom cirkularne ekonomije. Kroz cirkularnu sinergiju sa drugim industrijama planiramo razvoj upotrebe alternativnih sirovina u procesu proizvodnje koje su zamena za prirodne resurse kao sirovine u hemijskoj industriji. Najznačajniji doprinos ugljeničnoj neutralnosti su investicije u savremena postrojenja koja će koristiti otpad kao energetski resurs i potpuno supstituisati upotrebu fosilnih goriva.

KUMULATIVNI EFEKTI PLANIRANIH PROJEKATA DOPRINEĆE SMANJENJU UGLJENIČNOG OTISKA ZA DVE TREĆINE DO 2025. GODINE I OMOGUĆITI POSTIZANJE UGLJENIČNE NEUTRALNOSTI DO 2030. GODINE

Ušteda energije

U našim fabrikama za proizvodnju đubriva u Elixir Zorka i Elixir Prahovo implementirano je više efikasnih rešenja iz oblasti energetskog menadžmenta, sa ciljem optimizacije i smanjenja potrošnje toplotne i električne energije.

Upravljanje otpadom

Kompanija Elixir Group na osnovu analize otpada koji generiše, kao i energenata koje koristi, napravila je dugoročni plan razvoja delatnosti Eco Energy divizije kroz nekoliko faza u upravljanju otpadom, a finalna faza je izgradnja postrojenja za insineraciju (termički tretman) sa energetskim iskorišćenjem nereciklibilnog otpada.

Upravljanje vodnim resursima

Recirkulacija vode i smanjenje korišćenja ovog prirodnog resursa primenjuju se u svim postrojenjima hemijske divizije Elixira, u skladu sa BAT i BREF dokumentima EU.

PRIMENA CIRKULARNE EKONOMIJE OMOGUĆILA JE SMANJENJE UPOTREBE SVEŽE VODE KAO RESURSA U PROIZVODNJI MINERALNIH ĐUBRIVA ZA 40.000 M3 TOKOM 2021. GODINE



Po najvišim standardima - Eco Lager, ogranak Elixir Zorka u Šapcu

Primena standarda

Proizvodne članice poslovnog sistema Elixir Zorka i Elixir Prahovo imaju implementiran integrisan menadžment sistem koji čine ISO 9001, ISO 14001 i ISO 45001, što predstavlja sistemsko i proceduralno razvijeno upravljanje menadžmentom kvaliteta, bezbednošću i zdravljem zaposlenih, radnom kao i životnom sredinom.

Elixir Zorka je dobitnik sertifikata o doprinosu u uštedi CO2 od kompanije SEKOPAK, ovlašćenog operatera za upravljanje ambalažnim otpadom.



Bezbedno-odgovorno-pouzdanost - Luka Prahovo

Bezbednost proizvoda

Pored kontinuiranog rada na razvoju portfolija proizvoda koji će ispuniti zahtev svakog tržišta i ponuditi najbolje rešenje kako za specifične biljne kulture tako i za sve tipove zemljišta, pažnja se posvećuje i bezbednosti proizvoda.

Parametri kvaliteta svih sirovina i gotovih proizvoda su u skladu sa najrigoroznijim zahtevima propisa za kvalitet i bezbednost u 85 zemlje širom sveta.

Kontrola kvaliteta i bezbednosti proizvoda se vrši u savremeno opremljenim internim laboratorijama u sklopu sektora Kontrole kvaliteta Elixir Zorka i Elixir Prahovo.

Odgovorni prema zaposlenima

Uz poštovanje osnovnih principa i prava na dostojanstven rad, Elixir Group setom različitih mera i aktivnosti pruža punu podršku porodicama svojih zaposlenih, koji imaju dopunsko zdravstveno osiguranje i podršku za dobrovoljno penzijsko osiguranje. Kroz poseban program Prijavi ideju podstiču se inovativnost i angažovanje zaposlenih.

Verujemo da niko ne poznaje Elixir Group bolje od zaposlenih i zato raduje podatak da se preko 100 „internih konsultanata“ odlučilo da svoje predloge za unapređenje poslovanja. U narednoj godini nastavljamo ovaj proces, nagradama za inovativnost i realizacijom najboljih inicijativa.

Strahinja Lazarević, menadžer strateškog planiranja

ELIXIR FONDACIJA

Solidarnost

Ranija podrška HO Majka devet Jugovića koja u okviru Eparhije raško-prizrenske organizuje rad narodnih kuhinja na Kosovu i Metohiji nastavljena je donacijom mineralnog

đubriva, čime smo omogućili nastavak radova na poljoprivrednim usevima na čijoj proizvodnji se zasniva rad šest narodnih kuhinja na Kosovu.

Pružili smo podršku unapređenju zdravstvene i socijalne zaštite, kroz pomoć u lečenju pojedincima, kao i saradnju sa HF „Humano srce Šapca“, koja svakodnevno pomaže materijalno ugroženim porodicama.

Podrška obrazovanju

U nastojanju da doprinese stvaranju boljih uslova u obrazovanju, Elixir Fondacija donirala je informatičku opremu Tehničkoj školi u Negotinu, sa kojom je na ovaj način nastavljena ranija dobra saradnja. Negotinska gimnazija je uz našu podršku opremila hemijsku laboratoriju, a najuspešnije mlade hemičare podržali smo i na republičkom takmičenju.



Projekat Vrtić u šumi

„Vrtić u šumi“ naziv je projekta PU „Naše dete“ Šabac, koji predviđa boravak dece u prirodi i odvijanje različitih edukativnih radionica u ovom ambijentu. Podržali smo nabavku mikroskopa, teleskopa, računara, kako bismo podstakli edukaciju dece u najboljem ambijentu.

Drugi književno-likovno konkurs „Daj mi reč da je naslikam“, u organizaciji OŠ „Sveti Sava“ za decu sa smetnjama u razvoju, okupio je preko 200 dece sa smetnjama u razvoju, među kojima su nagrađeni autori najboljih radova bili gosti Šapca.

PODRŠKA PROJEKTU „TUNELSKA PEČINA ZAMNA“

Projekat „Tunelska pećina Zamna“ promovise zaštitu životne sredine i spomenika prirode u kanjonu Zamne kao područja od izuzetnog nacionalnog i međunarodnog značaja. Podržali smo realizaciju filma posvećenog ovom fenomenu, a u okviru

projekta donirali i presu za limenke i plastične flaše, koja je postavljena u osnovnoj školi „Pavle Ilić Veljko“ u Prahovu.

Ovo nam je druga projekcija filma koju su pratili učenički radovi, među kojima i impozantan rad od reciklabilnog materijala posvećen moruni i migratornim vrstama jesetri, bogatstvu flore i faune Dunava.

Danilo Petrović, osnivač i predsednik EU „Badem“

Inicijative: Moj put do uspeha

Smatrajući da je obrazovanje ključno za lični profesionalni uspeh i za razvoj i napredak cele zajednice, u saradnji sa Ekološkim udruženjem „Badem“, Negotinskom gimnazijom i školom „Malac genijalac“, uz podršku NG portala, Elixir Fondacija pokrenula je ciklus radionica i predavanja uspešnih i ostvarenih profesionalaca „Moj put do uspeha“, sa željom da mlade ohrabri i podstakne pri izboru profesije i ličnog obrazovnog puta.

Prvi gosti bili su izvanredni mladi ljudi, rođeni Negotinci, vrsni profesionalci: dr Nenad Jovanović, doktor elektrotehničkih nauka, Katarina Mihajlović, student doktorskih studija iz bioinformatike i Miloš Pavlović, master inženjer elektrotehnike i računarstva, a predavanju je prisustvovalo više od stotinu učenika negotinskih srednjih škola.

Kultura – temelj identiteta

Uz podršku Mokranjčevim danima, eminentnoj manifestaciji muzičkog stvaralaštva od nacionalnog značaja i brojnim lokalnim udruženjima, ustanovama kulture za programe i aktivnosti koji doprinose daljoj afirmaciji stvaralaštva i očuvanja nasleđa, prepoznajući značaj kulturnog događaja od izuzetnog značaja, podržali smo Internal Comedy, holivudskog glumca Džona Malkovića na lokalitetu Felix Romuliana.



Podrška za kulturni događaj godine - Internal Comedy na Relix Romuliana



Stvaramo naslede

Očuvanje nasleđa

U cilju očuvanja izuzetnog kulturnog i verskog spomenika, pomogli smo rekonstrukciju Manastira Koroglaš, zadužbine kralja Milutina, koji važi za jedan od najznačajnijih srednjovekovnih građevina u Istočnoj Srbiji. „Obnovom manastira Koroglaš, Eparhija timočka postaje bogatija za još jedno duhovno svetište, koje će uz novoizgrađenu crkvu posvećenu Svetom Vasiliju Ostroškom u Miloševu, biti idealan rasadnik duhovne obnove i duhovnog uzrastanja pravoslavnih vernika iz ovoга kraja“, poručila je Eparhija timočka za „Novosti“.

Programi za mlade: Super Start

Sa ciljem da u lokalnim zajednicama pruži priliku mladima da steknu prva radna iskustva Elixir Group pokrenuo je Super Start, program plaćene prakse namenjen studentima završnih godina, diplomcima i studentima master studija, bez radnog iskustva. Želja nam je da pomognemo mladim ljudima da što pre pronađu inspiraciju za potpun razvoj svojih potencijala i da svoje vizije sprovedu u delo, jer Naša misija je da uspeš.

Nagrade i priznanja

Elixir Prahovo nagrađen je Plaketom Borskog upravnog okruga, za najveći doprinos ekonomskom razvoju istočnog dela Srbije i doprinos razvoju cele zemlje. Načelnik okruga Vladimir Stanković uručio je Plaketu za doprinos i unapređenje privrednog ambijenta Branku Markoviću, zameniku direktora za korporativne poslove Elixir Prahovo. U povodu petog Nacionalnog dana davanja, Elixir Group dobitnik je dva priznanja za razvoj dobročinstva i filantropije i to za „izuzetan doprinos kampanji Spasimo hranu, spasimo humanost i razvoj filantropije“ koje dodeljuje SFF i Koalicija za dobročinstvo i priznanja za „izuzetan doprinos akciji pomoći stanovništvu Ukrajine i razvoju filantropije“ od strane SFF, Fonda B92 i Privredne komore Srbije.

ODGOVORNIM KORACIMA KA BOLJEM DRUŠTVU

Sonja Konakov Svirčev, ekspertkinja za društveno odgovorno poslovanje, Erste Banka Srbija

Nova vizija Erste Grupe: „Gradimo finansijsko zdravlje!“ strateški je odgovor na sve promene koje se dešavaju oko nas. Transformacija svega što poznajemo je ne samo konstantna i brza, već vrlo često neočekivana i nepredvidiva. Upravo se zato još jednom pokazalo i dokazalo da samo oni koji posluju i stvaraju na odgovoran i održiv način, ali uz sposobnost da se menjaju, uče i prilagođavaju, mogu da opstanu i napreduju.

Upravo u jednom takvom trenutku, mi kao finansijska institucija vidimo svoju odgovornost, obavezu i iskrenu želju da pružimo podršku, podelimo znanje i iskustvo, damo savet i osnažimo najširu javnost na polju finansijske edukacije. Biti finansijski zdrav i stabilan znači uspostaviti ravnotežu između količine novca koji zarađujemo, štedimo i trošimo. Ključ je u dobroj finansijskoj informisanosti i donošenju odluka, balansirajući između realnih potreba, mogućnosti i želja. Nama je važno da se sve generacije našeg društva upoznaju sa svetom finansija na za njih jasan, zanimljiv i razumljiv način, posebno prilagođen njihovim godinama. Samo tako, donoseći finansijski dobre odluke, možemo da zajedno stvaramo finansijski zdravo društvo.

FINANSIJSKA PISMENOST

Sa ciljem da damo svoj doprinos kvalitetnom obrazovanju, jednom od ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih nacija, obavezali smo se da do 2030. godine znatno povećamo broj mladih i odraslih koji imaju relevantne veštine, između ostalog i tehničke i stručne, za zaposlenje, pristojne poslove i preduzetništvo. Finansijsku pismenost smo prepoznali, ne samo kao važnu temu, već i kao veliki izazov današnjeg društva. Oni koji nemaju pristup finansijskim instrumentima i edukaciji često su isključeni iz ekonomskog i društvenog života. Finansijska pismenost doprinosi smanjenju rizika od siromaštva i ekonomskom rastu, društvenoj inkluziji i stabilnosti.

Jasno je da finansijska edukacija i opismenjavanje zahtevaju ozbiljan prostor u svakodnevnom životu svih nas u smislu osveščivanja, pojašnjavanja i približavanja pojmova. Veliki je broj predrasuda vezanih za ovu oblast proistekao iz neinformisanosti, nedostupnosti informacija, kao i nerazumevanja istih. Upravo u želji da se na ovu temu skrene pažnja, otvori prostor za bavljenje njome na pravi način, ali i strateški pronade adekvatno mesto u elementarnom obrazovanju za najmlađe, kao i podizanje svesti i informisanosti opšte javnosti, Banka je pokrenula program ErsteZnali.

ErsteZnali programom, sadržajem koji se plasira kroz različite forme i kanale, želimo da unapredimo finansijsku pismenost i samim tim osnažimo građanstvo u pravcu donošenja boljih finansijskih odluka, koje direktno utiču na ekonomski i socijalni status svakog pojedinca. Važno je istaći da ErsteZnali, kao sveobuhvatan i besplatan program finansijske edukacije, ne sadrži promociju proizvoda i usluga Banke. Ove godine, međutim, posebno se izdvojio deo programa namenjen najmlađima, jer smo pokrenuli uvođenje finansijske pismenosti u osnovno obrazovanje u okviru projekta „Škola novca za osnovca“, u partnerstvu sa Ministarstvom prosvete. U okviru ovog projekta pripremljeni su plan i program nastave u osnovnim školama za tri starosna uzrasta iz oblasti finansijske pismenosti, organizovana obuka prve grupe nastavnika i učitelja koji realizuju program i sproveden pilot-projekat u 60 škola sa teritorije cele Srbije. Takođe, predstavili smo jednu manje formalnu edukativnu aktivnost, zabavnu mobilnu aplikaciju – igricu „Čuvari Zmajevog blaga“, koja je nastala na osnovu prethodno izdate knjige. Igrica, koja je dostupna svima putem mobilnog telefona i tableta, zabeležila je veliki uspeh sa više od 15.000 preuzimanja. Da „Čuvari Zmajevog blaga“ ne bi bili samo onlajn avantura, ove godine napravljena je i dečja predstava koja je imala 12 veoma zapaženih besplatnih izvođenja u Beogradu, Novom Sadu, Vrdniku, Nišu i Leskovcu.



PODRŠKA KLIJENTIMA – KORAK PO KORAK

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

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

Od početka programa do danas, u Srbiji je kreditnu podršku kroz ovaj program dobilo preko 420 klijenata, ukupne vrednosti od 4,5 miliona evra. Edukativnu platformu aktivno



koristi 6.500 korisnika, dok je mentorski tim pružio skoro 600 mentorskih sesija početnicima u poslovanju.

Kroz specijalni projekat „Naše selo“, koji se sprovodi u saradnji sa Delta Holdingom, dodatno je podržano 30 poljoprivrednih gazdinstava iz nerazvijenog dela Srbije, kroz razvojne kredite i prilagođenu nefinansijsku podršku.

RODNO SENZITIVNA KOMPANIJA

Od početka svog poslovanja u Srbiji, Erste Banka se obavezala da odgovorno, održivo, transparentno i sistematično donosi odluke i povlači poteze stavljajući u centar odluka ljude, jer kako naš slogan kaže: Banka – to su ljudi! Otvorena i dvosmerna komunikacija postavljena je kao preduslov za dalji razvoj. Slušamo i razumemo jedni druge, učimo i razmenjujemo iskustva, a stečeno znanje, kao i postojeće resurse angažujemo tamo gde procenimo da možemo da damo najznačajniji doprinos. Takođe, već 14 godina merimo rezultate naših postignuća u ovoj oblasti i javno ih komuniciramo kroz naš izveštaj o društveno odgovornom poslovanju: „Banka – to su ljudi!“.

Naša Banka pre svega veruje u svoje ljude i dobre ideje i na njih se oslanja. Ulaganje u tim koji će stečena znanja i veštine staviti u funkciju daljeg razvoja naše Banke budućnosti - za nas je prioritet. Ponosni smo na skoro 41.000 sati obuka za zaposlene samo tokom 2021. godine.

Erste Grupa sve intenzivnije sprovodi inicijative za podršku razvoju ženskog liderstva. Sa ponosom ističemo to što u Srbiji zapošljavamo preko 70 odsto žena koje zauzimaju skoro 52 odsto rukovodećih pozicija svih nivoa, a u junu 2022. godine naša Banka dobila je i prvu predsednicu Izvršnog odbora.



Na nivou Grupe formiran je i Erste Women’s HUB sa ciljem da žene – kolegice iz svih sedam zemalja u kojima posluje Grupa – spoji i poveže kroz deljenje znanja, razmenu iskustava, i na taj način dovede do međusobnog osnaživanja. Od prošle godine Erste Women’s HUB realizuje međunarodne edukativne konferencije sa akcentom na podršku ženama, uz jasnu poruku da nema diskriminacije ka muškim kolegama koji žele da uče i dele sa njima. Nakon postignutih rezultata unutar naše kuće, smatrali smo da deo svog iskustva i najbolje prakse u vezi sa različitostu i inkluzijom podelimo i eksterno. Pod svojim već dobro poznatim sloganom #verujusebe, pokrenuli smo kampanju „Našoj zemlji su potrebne žene koje veruju u sebe. I banka koja veruje u njih“. Ova kampanja je dala prostor da tri sjajne žene ispričaju svoje životne priče.

Mladaj naučnici sa novosadskog Tehnološkog fakulteta, doktorki Aleksandri Cvetanović, čiji je istraživački rad prepoznat širom sveta, Marini Gunjači – dreserki i koordinatorki konja u filmskoj i televizijskoj industriji, i Andrei Lukači Pap, jedinoj ženi koja se zvanično bavi kovačkim i bravarskim zanatom, zajedničko je to što su postale upravo ono o čemu su kao devojčice sanjale. Do danas su svojim talentima, predanim radom, a ponajviše upornošću, zaslužile posebno mesto u očima domaće, ali i svetske zajednice. Time što srcem i dušom rade posao koji su odabrale, nametnule su se kao najlogičniji nastavak priče na temu #verujusebe, jer smo želeli da inspirišemo žene da mogu da rade baš sve što požele kada su sigurne u sebe, svoje ideje i smelo koračaju ka postavljenom cilju.

Nakon kampanje, osetili smo potrebu da dodatno podržimo žensko preduzetništvo, koje sa sobom nosi velike izazove i zato je Banka pokrenula seriju edukativnih programa za početnice u biznisu sa partnerima i ekspertima, kao i za one koje su želele da steknu dodatna znanja i veštine, ili razmene iskustva iz oblasti: pisanja biznis plana, finansija u biznisu, istraživanja tržišta, korišćenja društvenih mreža za promociju i prodaju i sl. Do sada su održane četiri zanimljive i interaktivne radionice, a u najavi su i nove.

O tome da brinemo o svojim zaposlenima, posebno kolegicama, njihovim potrebama i podržavamo njihov razvoj istovremeno šaljući snažnu poruku ohrabrenja svim ženama u našoj zemlji, dokazuje i osvojeno drugo mesto za rodno najsenzitivniju kompaniju u Srbiji za 2022. godinu, koje nam je dodelilo Udruženje poslovnih žena u okviru tradicionalne nagrade „Cvet uspeha za ženu zmaja“.



PODRŠKA ZAJEDNICAMA U KOJIMA POSLUJEMO

U izazovnim vremenima ključni su pravi partneri, na koje možeš da se osloniš, od kojih možeš da učiš, sa kojima možeš da deliš i gradiš dalje. Upravo zato se Banka trudi da poštuje i ulaže u strateška partnerstva, ali i da pravi prostor za nova. U društveno odgovornom delovanju nema konkurencije, svi igramo za isti tim: za boljitak našeg društva!

Samo u 2022. godini Banka je uložila skoro 26,3 miliona dinara u različite programe iz oblasti kulture i umetnosti, finansijske edukacije i inkluzije, razvoj preduzetništva, projekata obnovljivih izvora energije i energetske efikasnosti, sporta.

Godina 2022. je posebno značajna za grad Novi Sad koji nosi titulu Evropske prestonice kulture. Erste Banka, kao kompanija koja ima svoje sedište u ovom gradu, i koja je prepoznata kao pravi partner kulture i umetnosti, nije oklevala da uđe u ovo partnerstvo. Saradnja je, osim na strateškom nivou, posebno razvijana kroz programske celine: Heroine – posvećene ženskom stvaralaštvu, postignućima i uspesima žena kroz našu istoriju u oblasti nauke i umetnosti, odnosno Kaleidoskop – u okviru kojeg su podržani mladi kreativni ljudi kroz Nedelju primenjene umetnosti.

Jedan od stubova društveno odgovornog poslovanja Erste Banke jeste i nastojanje da smanji negativan uticaj na životnu sredinu gde god je to moguće i inovativnim rešenjima doprinese ekološkoj održivosti. Nakon tri godine



pauze u 2022. je ponovo aktiviran ERSTE klub volontera koji su organizovali veliku volontersku akciju „Prijatelji Obedske bare“ kao doprinos očuvanju životne sredine, u partnerstvu sa Arhus centrom Novi Sad i JP Vojvodinašume. Volonteri su očistili deo plovne staze za ptice, donirali i postavili novu osmatračnicu za ptice veličine 50 m2, postavili nove info-table, a dok je deo Erste mališana vredno pomagao roditeljima, najmlađi su učili kako se priroda voli, poštuje i čuva.



ODGOVORNO POSLOVANJE KAO POKRETAČKA SNAGA EUROBANK DIREKTNE

Banka je od 2003. godine do danas investirala više od 4,8 miliona evra kroz pažljivo osmišljene programe i različite projekte za podršku zajednici

Društveno odgovorno poslovanje već gotovo dve decenije predstavlja integralni deo strategije Eurobank Direktne. Kroz snažnu podršku lokalnim zajednicama, u vidu samostalnih projekata i učešća u inicijativama partnera, Eurobank Direktna kontinuirano ulaže u oblasti poput zdravstva, edukacije, ekologije, kulture i jednakosti. U ove oblasti Banka je od 2003. godine do danas investirala više od 4,8 miliona evra kroz pažljivo osmišljene programe i različite projekte za podršku zajednici. Otkako posluje u Srbiji, Banka u fokusu ima projekte usmerene ka stejkholderima, klijentima, zaposlenima i partnerima, a posebnu pažnju posvećuje podršci najosetljivijim društvenim grupama. Kao potvrdu za zalaganje i doprinos ovom sektoru, Eurobank Direktna je dobila veliki broj renomiranih nagrada i priznanja, koji su potvrda o poslovanju u skladu sa najvišim svetskim standardima korporativne društvene odgovornosti.

„ŠKOLA KAO NACRTANA ZA VAS“

Eurobank Direktna je 2018. godine, uz podršku i pokroviteljstvo Ministarstva prosvete, pokrenula samostalni



projekat „Škola kao nacrtana za Vas“, sa ciljem poboljšanja uslova za rad i učenje u srednjim ekonomskim školama u Srbiji. U okviru programa raspisan je konkurs za učenike srednjih škola za dizajn humanitarne Mastercard kreditne kartice „Veliko srce“, a od svake transakcije koju klijenti izvrše tom karticom, odvaja se deo sredstava za renoviranje učionica, kabineta i kupovinu neophodne opreme, bez dodatnih troškova za korisnike kartice. Za proteklih skoro pet godina koliko se sprovodi ovaj projekat Eurobank Direktne, opremljeno je 12 računarskih kabineta, u deset gradova Srbije, a izdvojeno je više od 10 miliona dinara.

U OKVIRU PROJEKTA „ŠKOLA KAO NACRTANA ZA VAS“ DOSAD JE OPREMLJENO 12 RAČUNARSKIH KABINETA

Projekat je, uprkos pandemiji virusa korona, nastavio da živi i dodatno dobio na značaju s obzirom na to da je i obrazovanje tokom pandemije moralo da bude prilagođeno novonastaloj situaciji. Svakako, donacije su u tom periodu realizovane u skladu sa svim epidemiološkim preporukama i uz poštovanje mera bezbednosti. Pored velikog doprinosa koji ima u edukaciji mladih ljudi, kao i pored finansijske vrednosti, projekat „Škola kao nacrtana za Vas“ ima i veliki obrazovni i kulturni značaj. Od 2021. godine partner na projektu postala je izdavačka kuća „Lažuna“, kada su programi donacija obožavani gostovanjima i interaktivnim predavanjima domaćih književnika, a od 2022. godine projekat je podržao i muzej Dom Jevrema Grujića. Tim povodom organizuju se putujuće izložbe i predavanja kustosa, kao i virtualni obilazak muzeja, ali i radionice za učenike srednjih škola u kojima se realizuju donacije. Na ovaj način budući mladi ekonomisti dobili su priliku da se upoznaju sa istorijom i različitim periodima umetnosti i kulture naše zemlje.

ODGOVORNOST POČINJE „KOD KUĆE“

Želja zaposlenih da doprinesu napretku lokalne zajednice u kojoj žive i rade, najbolje je vidljiva upravo kroz projekat „Škola kao nacrtana za Vas“ putem kojeg Banka ulaže u razvoj mladih i stvara bolje uslove za njihovo profesionalno usavršavanje. U prethodnih godinu dana, Banka je obnovila i modernizovala kabinete u četiri ekonomske škole, a sve škole izabrane su na internom nagradnom konkursu. O zainteresovanosti zaposlenih za projekat „Škola kao nacrtana za Vas“ najbolje govori činjenica da je čak 80 odsto ekspozitura banke uzelo učešće u konkursu, želeći da svojim mladim sugrađanima pruži bolje uslove za uspešno školovanje. Korporativne vrednosti Banke na ovaj način dodatno su osnažene kroz praksu, a kako projekat obuhvata celu Srbiju, postignuta je i jača regionalna povezanost među kolegama.

SAT ZA NAŠU PLANETU

U okviru globalne akcije „Sat za našu planetu“, kada milioni ljudi širom sveta gase svetla na sat vremena kako bi raširili svest o značaju očuvanja prirode i uštede energije, Eurobank Direktna godinama isključuje svetla na sat vremena u svojim poslovnim zgradama. Zaštita životne sredine je jedna od ključnih oblasti korporativne društvene odgovornosti i održivog poslovanja Banke, koja sprovođenjem odgovornih praksi i mera teži ka smanjenju negativnog uticaja na životnu sredinu. Potvrda za to je i činjenica da je centrala ove banke u Beogradu jedna od retkih poslovnih zgrada koja nosi epitet „pametne zgrade“, jer je izgrađena po najsavremenijim ekološkim standardima.



SPASIMO HRANU, SPASIMO HUMANOST

U Srbiji se svakog dana baci više od dva miliona kilograma hrane, iako gotovo pola miliona naših sugrađana nije u mogućnosti da zadovolji osnovne životne potrebe. Želeći da doprinese rešavanju problema i podigne svest javnosti o značaju borbe protiv gladi, Eurobank Direktna se priključila inicijativi „Spasimo hranu, spasimo humanost“, koju je pokrenula Koalicija za dobročinstvo. Na početku kampanje, Banka je ustupila medijski prostor i promovisala inicijativu na svojim društvenim mrežama, a takođe je i oslobodila bankarskih provizija sve uplate upućene ka namenski otvorenom računu povodom „Nacionalnog dana davanja“ za sve donacije građana i kompanija koje su namenjene za kupovinu paketa osnovnih životnih namirnica za najugroženije građane u udaljenim i ugroženim područjima. Za poseban doprinos ovoj kampanji, Banka je nagrađena plaketom od strane Srpskog filantropskog foruma.

EKOLOŠKI PROJEKAT „ZELENA SRBIJA“

Eurobank Direktna je drugu godinu zaredom podržala projekat „Zelena Srbija“ koji realizuje kompanija Color Media Communications. Zaposleni su učestvovali u sadnji u parku „Ušće“, koji je ovom prilikom oplemenjen sadnicama lipe, japanske trešnje i kuglaste katalpe. Cilj projekta je zaštita životne sredine i podizanje svesti građana, lokalnih samouprava i kompanija o tome koliko je važno ozelenjavanje i pošumljavanje Srbije.

Eurobank Direktna će nastaviti sa snažnom podrškom lokalnoj zajednici u kojoj posluje, kroz veliki broj samostalnih projekata, ali i kroz učešće u inicijativama svojih partnera. Odgovornost prema zajednici i njen kontinuirani rast za koji se zalaže, ostaje deo strategije i u narednoj godini, kada Banka obeležava 20 godina uspešnog poslovanja.

VODIČ ZA USPEŠNO BALANSIRANJE DVADESETIH

„Zdravo dvadesete“ su nastale kako bi mladima pružile relevantne i kredibilne informacije kada je u pitanju očuvanje zdravlja i prevencija različitih oboljenja, ali i kako bi pričale o različitim društvenim aktuelnim temama koje su važne za mlade

Fakultetske obaveze, ispitni rokovi, izlasci, ljubavni problemi... Sve ovo zajedno unosi zbrku u život mladog čoveka i otežava mu da se dobro organizuje i povede računa o pravilnoj ishrani, redovnoj fizičkoj aktivnosti ili da zbog redovne kontrole poseti lekara. Mladi imaju brojne dileme, a ponekad sve deluje nerešivo i nedostižno. Ali kada postoji oslonac i podrška, onda sve može biti dosta lakše. Platforma „Zdravo dvadesete“, kompanije Galenika, tu je da uskoči u pomoć i da proverene odgovore na mnoga pitanja. „Zdravo dvadesete“ su nastale kako bi mladima pružile relevantne i kredibilne informacije kada je u pitanju očuvanje zdravlja i prevencija različitih oboljenja, ali i kako bi pričale o različitim društvenim i aktuelnim temama koje su važne za mlade. Kao prvi korak na tom putu, kreiran je e-vodič „Kako da pronađeš svoju ravnotežu i očuvaš zdravlje“, koji donosi savete iz sedam zdravstvenih oblasti - ishrana, fizička aktivnost, mentalno zdravlje, kontracepcija, zavisnosti, hormoni i alergije. Autori vodiča su lekari specijalisti, a kao dopuna e-vodiču nastala je i rubrika „Pitajte doktora“ na „Zdravo dvadesete“ Youtube kanalu, u kojoj su lekari odgovarali na najčešća pitanja i dileme mladih, a koje se tiču zdravlja.

GOSTI UREDNICI I SARADNICI NA PROJEKTU

Tokom dve godine sprovođenja projekta, „Zdravo dvadesete“ su evoluirale u format njuz portala za mlade koji se bavi prevashodno zdravstvenim temama, ali i drugim lifestyle i društvenim temama koje se mogu dovesti u vezu sa mentalnim i fizičkim zdravljem. U tom duhu, doprinos



različitim temama dali su i gosti urednici na portalu „Zdravo dvadesete“ koji su iz svoje perspektive obrađivali teme poput mentalnog zdravlja, eko-anksioznosti, posete urologu i mnoge druge. Među gostima urednicima, našli su se: Marina Zec, urednica portal Oblakoder, Iva Parađanin, autorka podkasta Tampon zona, Jelisaveta Miletić, ispred redakcije Njuz neta, Uroš Dimitrijević, novinar BBC-a i mnogi drugi.. Pored gostujućih urednika, svoj doprinos „Zdravo dvadesetim“ u 2022. godini dali su i brojni drugi saradnici. Među njima i influencer Miloš Milaković, koji je kroz ulogu dr Milakovića dočarao neke od problema i razmišljanja dvadesetogodišnjaka, podsećajući ih na važnost preventivnih pregleda i balansirano stila života. O dilemama mladih, kroz pesmu „Dvadesete“, pevala je i pevačica Zoi. Pesa je nastala kao prirodan rezultat tema o kojima platforma „Zdravo dvadesete“, kao online vodič za mlade, govori. Zoi je kao izvođač odabrana kao predstavnik generacije, ali i zbog toga što kroz svoje prethodne pesme provlači sve teme sa kojima se mladi poistovećuju. Na izbor Zoi uticali su i glasovi pratilaca društvenih mreža „Zdravo dvadesete“. Takođe, kao dugogodišnji saradnik na projektu, izdvojila se i ilustratorka Zombijana, koja kroz svoje crteže ilustruje teme poput lekcija iz svojih dvadesetih, mentalnog zdravlja, kao i fizičke aktivnosti.



ZAŠTO BAŠ DVADESETE

Dvadesetogodišnjaci predstavljaju ranjivu populaciju. Kada je reč o izazovima i očekivanjima smatramo ih odraslima, dok s druge strane, oni svoja najvažnija životna iskustva tek treba da steknu. 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. Zbog svega toga, ideja projekta „Zdravo dvadesete“ je da motiviše mlade da usvoje zdrave navike i prepoznaju kada je pravi trenutak da se obrate stručnjaku. Kako tema brige o zdravlju i prevencije bolesti predstavlja veliku odgovornost, kompanija Galenika angažovala je vrhunske stručnjake, lekare specijaliste, kako bi osigurala najviši kvalitet i kredibilitet sadržaja i informacija, a kreirana je i mreža partnera, sa ciljem veće vidljivosti teme prevencije u javnosti.

POVELJA O ZDRAVLJU MLADIH

U saradnji sa Krovnom organizacijom mladih Srbije (KOMS), predstavljena je i Povelja o zdravlju mladih, kao set smernica za unapređenje zdravstvenog položaja ove populacije. U izradi povelje učestvovalo je 50 mladih aktivista, studenata i zaposlenih u zdravstvenim institucijama iz gradova i opština širom Srbije. Povelja ima za cilj da pruži priliku mladima da se njihov glas čuje, kao i da drugim mladima, donosiocima odluka i relevantnim akterima, ukaže na značaj teme zdravlja mladih. Celokupan tekst povelje dostupan je na sajtu dvadesete.rs

„ZDRAVO DVADESETE“ PRAKSA

Ove godine, po drugi put je organizovan i program plaćene šestomesečne prakse za mlade. Na konkurs za četiri kontent kreatora, koji će raditi na temama i sadržaju u okviru portala i društvenih mreža, prijavilo se više od 120 kandidata. Među prijavljenim kandidatima, odabrano je četvoro koji su tokom trajanja programa prakse, imali prilike i da prođu brojne edukacije, saraduju sa partnerima na projektu i osmisle i realizuju teme za koje su procenili da bi bile najzanimljivije njihovim vršnjacima.

GALA – GLAS GENERACIJE

Kako bi komunikacija sa mladima bila autentična i personalizovana, na društvenim mrežama je predstavljena i Gala, kao glas generacije. Gala je ove godine dobila veoma značajnu ulogu u komunikaciji sa Z20 zajednicom, jer u prvom licu i kroz svoja „lična iskustva“ adresira probleme



mladih. Gala ima za cilj da se približi mladim generacijama, zadobije njihovo poverenje i stvori prostor za slobodnu dvosmernu komunikaciju. Ona je relevantan sagovornik i pokreće raznovrsne teme, fokusirajući se prvenstveno na uvođenje zdravih navika u svakodnevni život mladih.

ZAJEDNICA

„Zdravo dvadesete“ zajednica danas okuplja više od 20.000 ljudi kroz društvene mreže Instagram, Facebook, TikTok, kao i newsletter bazu. Osim sjajne interakcije i direktne povratne informacije o temama koje su mladima važne, ova zajednica kvartalno učestvuje i u anketama na goruće teme mladih poput mentalnog zdravlja, društveno nametnutih normi i mnogih drugih tema.

NAGRADE

Značaj projekta i specifičnost ciljne grupe kojoj se obraća, prepoznat je i kroz brojne nagrade koje je projekat za samo dve godine postojanja osvojio. Samo u 2022. godini projekat je nagrađen priznanjem Disrupt Inovacija, u kategoriji Zdravstvo i farmacija na Disrupt nagradnom konkursu. Pored toga, projekat je nagrađen i titulom „Kampanje sa svrhom“ za 2022. godinu.

GALENIKA JE DONIRALA SREDSTVA ŽENSKOM CENTRU „MILICA” ZA PODRŠKU ŽENAMA U BORBI PROTIV RAKA DOJKE

PANTENOL ROZE LEPTIR I OVE GODINE PODRŽAO ŽENE

Treću godinu zaredom, kompanija Galenika je organizovala veliku donatorsku aktivnost povodom obeležavanja Međunarodnog meseca borbe protiv raka dojke. Ove godine, Galenika je donirala Ženskom centru „Milica” sredstva u iznosu od milion dinara. Cilj donacije je uspostavljanje jedinstvenog Nacionalnog centra za pružanje iskustvene i psihosocijalne podrške ženama iz cele Srbije koje su obolele od raka dojke i raka grlića materice.

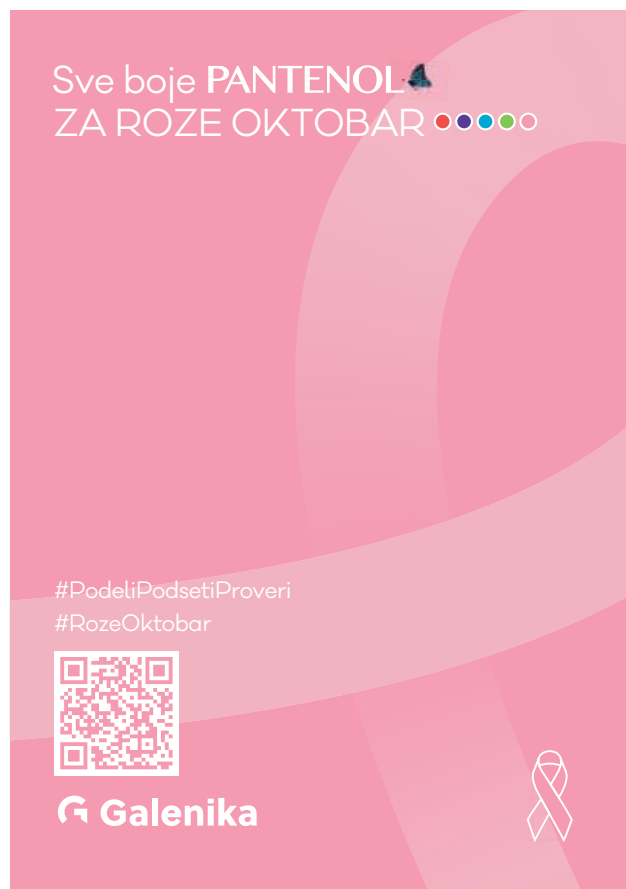
U okviru donatorske akcije „Sve boje Pantenola za Roze oktobar“, Galenika je od svakog kupljenog Pantenol proizvoda tokom oktobra 2022. izdvojila 20 dinara za potrebe Nacionalnog centra za iskustvenu podršku ženama obolelim od raka dojke i raka grlića materice. U centru će se pacijentkinjama i članovima njihovih porodica pružati i konsultacije od strane uglednih stručnjaka iz domena onkologije i psihologije.

ŠTA KAŽE ISTRAŽIVANJE?

Prema istraživanju Ženskog centra „Milica” sprovedenom ove godine kod 750 žena sa karcinomom dojke prosečne starosti od 45 godina, 47 odsto žena izjasnilo se da informacije o svojoj bolesti nalaze na internetu, 28 odsto ide na zračnu terapiju u mesto udaljeno preko 100 kilometara od mesta stanovanja, 34 odsto nije upoznato o svojim pravima tokom lečenja, dok se jedna trećina ispitanica izjasnilo da im je tokom i posle bolesti kvalitet života lošiji.

„PODELI-PODSETI-PROVERI“: VAŽNOST EDUKACIJE I ŠIRENJA SVESTI

Galenika je ovogodišnju kampanju sprovela u tržnim centrima velikih gradova Srbije, gde su posetioci imali priliku da kroz aktivaciju „Razgovor sa Milicama“ prisustvuju



GALENIKA JE OD SVAKOG KUPLJENOG PANTENOL PROIZVODA TOKOM OKTOBRA 2022. IZDVOJILA 20 DINARA ZA POTREBE NACIONALNOG CENTRA ZA ISKUSTVENU PODRŠKU ŽENAMA OBOLELIM OD RAKA DOJKE I RAKA GRLIĆA MATERICE

edukaciji o ključnim koracima za samopregled i prikazu promena koje nastaju na dojkama, kroz prezentaciju predstavnicu Ženskog centra „Milica“ na specijalno dizajniranoj ženskoj lutki. Pored toga, u duhu principa „Podeli-Podseti-Proveri“ posetioci su bili u prilici da naprave selfi sa posebno konstruisanim Pantenol Roze Leptirom i



da podele i podsete pratioce na svojim digitalnim kanalima o značaju širenja svesti i važnosti borbe protiv raka dojke. Pored toga, putem digitalnih kanala, promovisan je edukativni video sa detaljnim instrukcijama kako se može uraditi samopregled dojke, a tokom oktobra prikupljena su i pitanja pratilaca i kreirani video-prilozi gde je stručni tim Ženskog centra „Milica“ pružio odgovore na sve nedoumice vezano za temu prevencije i podrške ženama koje su već obolele od raka dojke.

„Donacija je rezultat Galenikine posvećenosti ljudima i brizi o zdravlju. Podrška sistema, porodice i okruženja u lečenju raka dojke je izuzetno bitna. Zato je formiranje ovakvog centra za podršku ženama obolelim od raka dojke od velikog značaja. Zahvalni smo svima koji su podržali akciju, jer zajedno doprinosimo podizanju svesti o važnosti prevencije, redovnih pregleda i važnosti iskustvene podrške u borbi protiv raka dojke“, izjavila je Jelena Parojčić, izvršna direktorka za ljudske resurse kompanije Galenika.

EDUKATIVNI KARAKTER NACIONALNOG CENTRA ZA ISKUSTVENU PODRŠKU ŽENAMA OBOLELIM OD RAKA DOJKE I RAKA GRLIĆA MATERICE

Nacionalni centar će imati i edukativni karakter sa ciljem da se aktivnosti umreže sa radom preventivnih centara domova zdravlja Srbije, da bi zajedničkim snagama informisali devojkice i žene o važnosti skrininga i obuke samopregleda. Planira se i otvaranje „Akademije za pacijentkinje“ gde će se vršiti obuke za edukatore od strane zdravstvenih profesionalca, čime će se uspostaviti dostupnost tačnih i važnih informacija svakoj ženi u Srbiji bez obzira na to gde živi. Dalji razvoj podrške će podrazumevati i izradu zaštićene veb-platfome za pacijentkinje gde se mogu pronaći sve korisne informacije za borbu protiv raka dojke.

HENKELOVA POSVEĆENOST ODRŽIVOSTI ZA SADAŠNJE GENERACIJE I ONE KOJE DOLAZE

Usvojen je novi strateški okvir za još više održivih inicijativa

Održivost je duboko ukorenjena u poslovnu strategiju kompanije Henkel, a posvećenost inovacijama i pružanju vrednosti zajednici vezuje se za osnivača kompanije Frica (Fritz) Henkela. Henkel podržava 17 ciljeva održivog razvoja (SDGs) Ujedinjenih nacija verujući da oni pružaju zajednički fokus, osnažuju saradnju i ubrzavaju napredak ka održivosti. Održiva potrošnja, ambalaža i plastika, borba protiv klimatskih promena, voda, priroda, ljudska prava, jednake mogućnosti i obrazovanje su važne teme za poslovanje kompanije Henkel.

Kompanija Henkel je 2010. predstavila Strategiju održivosti u okviru koje se fokusirala na pitanje razvoja u skladu sa potrebama ljudi u sadašnjosti i budućnosti, kao i na efikasnije korišćenje resursa, smanjenje ekološkog otiska kroz smanjenje potrošnje vode, električne energije, i generisanja otpada. Budući da svakoga dana milioni ljudi širom sveta koriste neki od proizvoda iz Henkel portfolija, održiva rešenja ovog tipa se kotiraju visoko u lancu vrednosti. Iz tog razloga je usvojen novi Strateški okvir za ostvarenje ambicije održivog poslovanja 2030+, gde su postojećim pridodati novi dugoročni ciljevi raspoređeni u tri dimenzije.

„Regenerativna planeta“ predviđa cirkularnu budućnost sa neto nultim emisijama ugljenika, koja će se sprovesti transformacijom poslovanja, proizvoda i sirovina, na

naučnoj bazi, putem najaktuelnijih inovacija. Druga dimenzija „Uspešne zajednice“ podrazumeva bolji život kroz kolektivnu snagu privrede i brendova, tako što će se pružiti podrška jednakosti, obrazovanju i dobrobiti, dok treća „Partner od poverenja“ teži postizanju rezultata i sistemskih promena kroz kulturu zasnovanu na naučno utemeljenim vrednostima tehnološkog napretka.

KLIMATSKI POZITIVNA KOMPANIJA DO 2030. GODINE

Jedan od primera dobre prakse kompanije Henkel koji se tiče održivog poslovanja je moderna fabrika u Kruševcu koja spada među najbolje u svetskom lancu Henkela, gde se proizvode praškasti i tečni deterdženti, toaletni osveživači, tablete za mašinsko pranje posuđa i kapsule za pranje veša. Ovo je prva fabrika u Srbiji koja je dobila ISO 50 001, sertifikat za energetska efikasnost, kao i Gold LEED sertifikat za energetska dizajn. Fokus je na energiji iz obnovljivih izvora i ukidanju CO2. Dosta toga je već postignuto, poput cilja da se nula otpada iz proizvodnje otprema na deponiju, ugrađene su toplotne pumpe, radi se na optimizaciji sistema za korišćenje vode, pa se na primer sakuplja i kišnica. Kompanija radi na realizaciji projekata solarnih panela, biomase i optimizacije kako bi se dostigao cilj „bez emisije CO2“.



MIT projekat: Donacija vozila za BELhospice centar za palijativno zbrinjavanje

15 GODINA OD OSNIVANJA PROGRAMA KORPORATIVNOG VOLONTIRANJA U SRBIJI

MIT (Make an Impact on Tomorrow) inicijativa sprovodi se pod okriljem Henkelove fondacije Fritz Henkel Stiftung, a ove godine se obeležava 15 godina od početka njenog

spvođenja u Srbiji. MIT inicijativa omogućava svim zaposlenima kompanije da prijave projekat od značaja za lokalnu zajednicu i da volontiraju na tom projektu. Od 2007. godine do danas, više od 100 MIT volontera koji su podržavali bolnice, vrtiče, škole, sportska i kulturno umetnička udruženja i iskazali svoju brigu o društvu u kom žive, realizovali su oko 200 projekata, ukupne vrednosti 750.000 evra.



MIT projekat: Donacija za Istraživačku stanicu Petnica - UV-VIS spektrofotometar, jedan od najvažnijih aparata za sprovođenje vežbovnih seminara



„VOLIM REKU, A TI?“ – DUGOROČNI DOPRINOS OČUVANJU VODENIH POVRŠINA NAŠE ZEMLJE

Tri godine zaredom Henkel organizuje projekat „Volim reku, a ti?“ posvećen čišćenju vodenih površina naše zemlje. U saradnji sa Savezom organizacija podvodnih aktivnosti Republike Srbije u 2022. godini izvučeno je više od 2,5 t otpada sa sedam lokacija u našoj zemlji: Zavojsko jezero kod Pirota, Gradsko jezero u Beloj Crkvi, Gradsko kupalište Štrand na Velikom bačkom kanalu, jezero Vrutci kod Užica, Jezero Čelije kod Kruševca, Dunavac, gradska plaža Apatin i beogradska Ada Ciganlija. Od početka inicijative, 2020. godine organizovano je 17 akcija čišćenja i izvučeno je više od šest tona otpada.

POŠUMLJAVANJE PARKA UŠĆE – 100 STABALA ZA 20 GODINA POSLOVANJA U SRBIJI

Kompanija Henkel je pomogla i u pošumljavanju parka Ušće, posadivši 100 stabala crnog i belog bora. Akcija se realizuje u okviru interne inicijative „Paperless“ čiji je cilj smanjenje i potpuno ukidanje papirnog otpada. Zbog svih aspekata društveno odgovornog poslovanja, kompanija Henkel je nosilac nagrade „Dobročinitelj“ koja se dodeljuje najodgovornijim kompanijama i organizacijama u Srbiji u sklopu kampanje „Najbolje u Srbiji“, koju sprovodi udruženje „Moja Srbija“, uz podršku Grada Beograda i Centra

„REGENERATIVNA PLANETA“ PREDVIĐA CIRKULARNU BUDUĆNOST SA NETO NULTIM EMISIJAMA UGLJENIKA



potrošača Srbije. Priznanje „Dobročinitelj“ prepoznaje organizacije i pojedince u Srbiji koji ulažu u razvoj zajednice u kojoj žive i rade, čuvaju životnu sredinu, ali i pomažu građanima kojima je pomoć neophodna.



POSVEĆENOST CIRKULARNOJ EKONOMIJI

Ambalaža igra ključnu ulogu u modernom načinu života i Henkel prepoznaje odgovornost u vezi sa ambalažom. Kompanija je posvećena konceptu cirkularne ekonomije i fokusira se na korišćenje materijala iz održivih izvora i korišćenje pametnih dizajn rešenja kako bi se zatvorio krug. Krajem 2021. godine 86 odsto ukupne Henkelove ambalaže moglo je da se reciklira i ponovo upotrebljava, a cilj je da do 2025. godine udeo dostigne sto odsto. Na primer, kampanja sektora Deterdženti i kućna hemija „Mi i vi zajedno za čistiji svet“ obuhvata proizvode koji omogućavaju pranje na niskim temperaturama i efikasno korišćenje eko-programa u mašinama, a u asortimanu se nalaze i proizvodi sa najmanje 90 odsto biorazgradivih sastojaka (Odnosi se na organske sastojke u svojoj formuli, u skladu sa Organizacijom za ekonomsku saradnju i razvoj OECD 301/302). Jedan od



KRAJEM 2021. GODINE 86 ODSTO UKUPNE HENKELOVE AMBALAŽE MOGLA JE DA SE RECIKLIRA I PONOVO UPOTREBLJAVA, A CILJ JE DA DO 2025. GODINE TAJ UDEO DOSTIGNE STO ODSTO

primera u Henkelovom građevinskom sektoru su Ceresit CE 40 eko-kantice koje u sebi sadrže 50 odsto reciklirane plastike i mogu se u potpunosti ponovo reciklirati. Svi Henkelovi brendovi posvećeni su održivom razvoju u različitim oblastima. Henkel u Srbiji posluje 20 godina na tri lokacije i nalazu se među top 10 izvoznika u Srbiji sa očekivanim udelom u BDP-u od 0,4 odsto do kraja 2022. godine. Društvena odgovornost i održivo poslovanje su ključne vrednosti kompanije.

KOMPANIJA IMLEK – 70 GODINA STABILAN PARTNER ZAJEDNICI U KOJOJ POSLUJE

Kao lider na domaćem i regionalnom tržištu, kompanija Imlek postala je sinonim za društveno odgovorno poslovanje. Nastojanjem da ovaj segment svoje poslovne strategije kontinuirano sprovodi i unapređuje, Imlek na ovaj način opravdava dugogodišnje poverenje svojih potrošača, utiče na svest celokupne zajednice, potvrđujući time da nije samo jedan od značajnijih pokretača privrede, već i stabilan oslonac društvu i pouzdan partner zajednici u kojoj posluje

Imlek svoje društveno važne projekte godinama unazad usmerava ka ugroženim kategorijama stanovništva, sa posebnim fokusom na najmlađe, promociji zdravog načina života, očuvanju životne sredine, kao i razvoju lokalne zajednice. Permanentno ukazujući na značaj zdravog i izbalansiranog načina života i ishrane, u skladu sa misijom podizanja svesti roditelja i dece o značaju konzumacije mleka i mlečnih proizvoda, Imlek kontinuirano donira omiljene mlečne napitke i brojne korisne poklone domovima za decu, među kojima se posebno izdvaja brend Moja Kravica, kao simbol sigurnosti i detinjstva i zaštitnik porodičnih vrednosti i tradicije. U skladu sa svojom humanom misijom, Imlek bez izuzetka obeležava važne datume koji u fokus stavljaju najmlađe. Svetski dan deteta kompanija tradicionalno obeležava u cilju podsećanja na obaveze koje društvena zajednica ima prema najmlađima, kao i na aktuelne probleme sa kojima se deca suočavaju. Praznik koji kompanija sa radošću proslavlja uz najmlađe je Svetski dan mleka kada Imlek daruje omiljene Moja Kravica mlečne paketiće različitim dečjim ustanovama u zemlji. Iz godine u godinu, kompanija na Svetski dan školskog mleka podseća na važnost koju u školskom uzrastu ima konzumacija mleka za zdrav razvoj i rast. Nova godina, Uskrs,

početak školske godine i mnogi drugi praznici uvek su povod da kompanija obraduje i pomogne još nekome. Kompanija kontinuirano saraduje i Sekretarijatom za socijalnu zaštitu grada Beograda, te je u proteklih godina obeležila Dečju nedelju zdravlja, kao i Svetski dan socijalne pravde, donirajući Prihvatilištu za decu Beograda i Prihvatilištu za odrasla i stara lica mlečne proizvode, kao i opremu za prevenciju pandemije. Dosledan svojoj tradiciji da uz lokalnu zajednicu bude kada je najteže, Imlek je tokom krize izazvanom pandemijom virusa COVID-19 postupao upravo u skladu sa svojom društveno odgovornom ulogom. Tom prilikom, više desetina tona mleka donirano je pacijentima i osoblju najvećih medicinskih centara u Republici Srbiji kao što su klinički centri Srbije, Vojvodine i Niša, ali i opštim bolnicama u Valjevu, Vršcu, Pančevu, Sremskoj Mitrovici, kao i GAK „Narodni front“, KBC „Dr Dragiša Mišović“, Zemunskoj bolnici i Crvenom krstu. Kompanija je takođe obezbedila i sredstva za nabavku sedam respiratora potrebnih za lečenje pacijenata i donirala značajne količine mlečnih proizvoda Banci hrane koja je dalje distribuirala robu najugroženijem stanovništvu – narodnim kuhinjama i udruženjima za socijalno ugrožene kategorije.



Zaposleni kompanije Imlek obeležili Svetski dan zaštite životne sredine

ZAPOSLENI REDOVNO OBELEŽAVAJU SVETSKI DAN ZAŠTITE ŽIVOTNE SREDINE

Izuzetan značaj Imlek daje i poslovanju koje je u skladu sa etičkim i ekološkim standardima. Tako su se zaposleni Imleka ove godine priključili globalnoj akciji Evropske unije i Ministarstva zaštite životne sredine i sadnjom stabala i akcijom čišćenja više šetališta obeležili Svetski dan zaštite životne sredine. Prethodnih godina, zaposleni su povodom istog datuma uredili i oplemenili dvorište Instituta za majku i dete i u Imlekovoj fabrici u Padinskoj Skeli organizovali sadnju aromatičnog bilja, koje predstavlja neophodan resurs za život jedne od najugroženijih vrsta insekata – pčela. Internom i eksternom inicijativom pod nazivom „U balansu sa prirodom“, zaposleni kompanije su donirali kese i rukavice za čišćenje udruženju Ekološka disciplina. Poslujući po strogim ekološkim standardima, Imlek je prošle godine postao prvi domaći proizvođač u svojoj industriji koji koristi ambalažu biljnog porekla i time doprinosi očuvanju zdrave životne sredine.

ZA SREĆNO DETINJSTVO

Vodeći računa o unapređenju lokalne zajednice, Imlek je proteklih godina sa brendom Flert restauracijom klupa u Studentskom gradu studentima obezbedio mesto za predah od svakodnevnih obaveza. Pored toga, naglašavajući značaj bavljenja fizičkom aktivnošću, sa brendom Balans+ Imlek





Donacija kompanije Imlek povodom Svetskog dana školskog mleka

PRAZNIK KOJI KOMPANIJA SA RADOŠĆU PROSLAVLJA UZ NAJMLAĐE JE SVETSKI DAN MLEKA KADA IMLEK DARUJE OMILJENE MOJA KRAVICA MLEČNE PAKETIĆE RAZLIČITIM DEČJIM USTANOVAMA U ZEMLJI

je postavio samouslužne stanice za bicikle u gradovima širom Srbije, dok je deci koja borave u vrtiću „Lastavica“ u Padinskoj Skeli, sagradio edukativni paviljon za učenje na otvorenom i mini zabavni park. Društveno odgovorna aktivacija koju je kompanija Imlek ranije sprovodila, a koja je značajno uticala na razvoj lokalne zajednice, jeste projekat „Moja Kravica - Rasti srećno“ u okviru koje se najmlađima iz Novog Sada, Kruševca, Niša i Beograda obezbedilo srećno

detinjstvo i lepše okruženje za igru i bezbrižno odrastanje. U ovoj akciji izgrađena su igrališta za decu svih uzrasta. Da je humana misija kompanije prožeta kroz svakog zaposlenog, dokazuje i činjenica da su i ove godine učestvovali na Unicefovom humanitarnom „Fair Play“ turniru koji je imao za cilj prikupljanje novca za unapređenje mentalnog zdravlja dece i mladih. Kompanija Imlek inače još od 1957. godine saraduje sa Unicefom, putem brojnih uspešno realizovanih projekata i društveno korisnih akcija, kao što su „Škola bez nasilja“, priručnici za roditeljstvo „Pametne knjige za mame i tate“ i mnoge druge.

APSOLUTNI ŠAMPION KVALITETA

Vodeći se misijom da obezbedi zdrave, ukusne i hranljive proizvode, Imlek otkupljuje mleko od više hiljada farmera-kooperanata iz celog regiona, kontinuirano radeći na unapređenju sistema upravljanja kvalitetom i boljem i zdravijem savremenom životu stanovnika Srbije. Tome

svedoči i renomirano priznanje apsolutnog Šampiona kvaliteta Novosadskog poljoprivrednog sajma koje je pripalo Imleku ove godine i predstavlja još jednu potvrdu uspešnosti misije da potrošačima uvek ponudi visokokvalitetne proizvode.

Imlek je 2021. godine stekao žig Čuvarkuća, u okviru projekta Privredne komore Srbije „Stvarano u Srbiji“, čime se potvrđuje vrhunski kvalitet, kao i domaće poreklo proizvoda. Učešćem u ovom projektu kompanija u kontinuitetu pruža i doprinos jačanju ekonomije Srbije, povećanju zaposlenosti i investicija, unapređenju konkurentnosti i imidža domaćih kompanija.



IMLEK JE PROŠLE GODINE POSTAO PRVI DOMAĆI PROIZVOĐAČ U SVOJOJ INDUSTRIJI KOJI KORISTI AMBALAŽU BILJNOG POREKLA

USLOVI ZA RAD PO NAJVIŠIM STANDARDIMA

Znajući da su zaposleni srce kompanije i motor njenog razvoja, Imlek skoro 70 godina kreira pozitivnu i motivišuću atmosferu koja kontinuirano podstiče rast i razvoj svakog zaposlenog. Sa oko 1.000 ljudi koje zapošljava u Srbiji, veliku pažnju posvećuje kreiranju uslova za rad po najvišim standardima i unapređenjem postojećih profesionalnih kompetencija, ali i kreiranjem novih, Imlek pomaže svojim zaposlenima da budu ne samo u toku sa modernim načinom poslovanja, već i na čelu pozitivnih promena. Stvaranjem poslovnog okruženja koje poštuje privatni život zaposlenih deluje podjednako stimulatивно na njih, kao i na samog poslodavca. Počivajući na uverenju da zaposleni predstavljaju temelj rasta jedne kompanije, a da je porodica osnov društva, Imlek je osnovao solidarni fond koji se koristi za zaposlene i njihove porodice u slučajevima nezgoda i nesrećnih okolnosti.

Jedinstvenu i neraskidivu vezu sa zajednicom u kojoj posluje Imlek je uspostavio neprestano osluškajući potrebe društva i doslednošću u tradiciji da inicira i pomaže različite humanitarne aktivnosti.



Jelena Opačić, psiholog, Vladanka Pavlović, koordinatorka stručnog tima, Marija Malović, kompanija Imlek

DANSKI ASORTIMAN SA VIZIJOM BUDUĆNOSTI



SMANJENJE AMBALAŽE I RECIKLIRANJE OTPADA

Ukoliko naručujete online, svoje proizvode dobićete upakovane peksajz (packsize) tehnologijom. To znači da na samoj traci, kad u JYSK-u pakuju proizvode koji su poručeni, formatiraju i ambalažu, tačno prema dimenzijama tih proizvoda. Na ovaj način nema ostataka. U JYSK-u su ukinuli PVC ambalažu, PES penu, i zamenili ih alternativnim sirovinama koje mogu da se recikliraju. Na primer, samo uklanjanjem plastične ambalaže sa posteljina i čaršava, rešili su se 27 miliona plastičnih kesa godišnje.

Ključ je u odabiru dobavljača koji zadovoljavaju stroga pravila kada se radi o ljudskim pravima, pravu na rad i zaštiti životne sredine i ono što je tu jako važno jeste to da ova danska kompanija insistira da navedeni zahtevi ne utiču na finalnu cenu samog proizvoda.

DO 2030. GODINE EMISIJU GASOVA SA EFEKTOM STAKLENE BAŠTE SVESTI NA POLOVINU

DO 2030. godine JYSK-u je u planu da prepolovi emisiju gasova sa efektom staklene bašte, što je upravo vezano za električnu energiju i grejanje u samim objektima, odnosno prodavnicama, distributivnim centrima i kancelarijama. Uveli su spotlajt (spotlight) rasvetu, kao i lampe koje štede energiju u skladištima. Sledeći korak su sami objekti gde su krenuli sa edukacijama najmodavca o isplativosti prelaska na kolektore.

Kao velika međunarodna kompanija sa više od 3.200 prodavnica, JYSK je svestan koliko njegove aktivnosti i postupci utiču na životnu sredinu. Baš zbog toga se obavezao na preuzimanje više od ravnopravnog dela odgovornosti po pitanju klimatskih promena. S obzirom na to da sam JYSK kao maloprodaja nije veliki zagađivač, sami sebi su uzeli za zadatak da utiču na sistem nabavke i na transportne kompanije sa kojima saraduju. Oni su ključni zagađivači, kojima su zadali ciljeve za regulaciju i uvođenje promena, kako bi svi došli do cilja koji su sami sebi zadali – do 2050. postići nultu stopu emitovanja ugljenika.

ODRŽIVIJI IZVORI

Danas ova kompanija na nedeljnoj bazi lansira nove proizvode od recikliranih i delimično recikliranih materijala. JYSK-ovi kupci su već godinama zaštićeni od štetnih nivoa hemikalija u tekstilnim proizvodima jer JYSK-ovi proizvodi zadovoljavaju zahteve norme OEKO-TEX, a sav JYSK-ov drveni baštenski nameštaj ima FSC™ sertifikat (FSC™ N001715), što znači da za proizvodnju koriste materijale, odnosno drvo iz šuma kojima se upravlja sa posebnom pažnjom prema biljnom i životinjskom svetu.



IZ REČI U DELA „JYSK ZA MOJ ZELENI GRAD“

Novi društveno odgovorni projekat „JYSK ZA MOJ ZELENI GRAD“ podstiče sve zaposlene u JYSK-u da zajednički, kroz lokalne akcije, promovišu kompanijsku odgovornost prema životnoj sredini i unesu pozitivne promene u sopstvenim sredinama gde rade i žive. Svest o važnosti uticaja svih svojih poslovnih procesa na klimatske promene i društvo u celini, podstakla je JYSK da uz postojeće globalne projekte pokrene još jedan „zeleni“ projekat kojim su prepoznate potrebe u sredinama u kojima JYSK ima svoje prodavnice. Cilj je podstaći promene kroz inicijativu, aktivaciju i angažman zaposlenih u JYSK-u u saradnji sa predstavnicima gradova i opština. Tako se sadi, ozelenjava i čiste gradovi



širom Srbije. Kako bi dodatno podržao ovakve hvale vredne inicijative, JYSK sve uključene zaposlene dodatno nagrađuje slobodnim danom.

UŠTEDA ENERGIJE

JYSK preuzima odgovornost i štedi energiju na svim lokacijama na nivou cele organizacije. To uključuje smanjenje potrošnje električne energije i kontrolu uređaja za regulaciju temperature. Uštede se odnose na struju i regulaciju temperature u više od 3.200 prodavnica, 10 distributivnih JYSK centara i 40 kancelarija u 48 zemalja u kojima je JYSK prisutan. To uključuje smanjenje upotrebe rasvete gde god je to moguće, kao što je gašenje nekih od svetala u prodavnicama, gašenje velikih natpisa sa



logotipom na distributivnim centrima i regulisanje temperature. U isto vreme, razne manje inicijative za uštedu energije, kao što su takmičenja u štednji energije u prodavnicama i automatsko paljenje osvetljenja, dodatno su implementirane u raznim zemljama. Uz pomoć nove inicijative, JYSK očekuje smanjenje potrošnje energije za najmanje 25 odsto na rasveti u prodavnicama u poređenju sa trenutnim nivoima potrošnje sa novim konceptom rasvete. „U JYSK-u smo svesni svoje odgovornosti kao velika međunarodna organizacija. Obezbedili smo da se naši napori u uštedi energije sprovode na svim našim lokacijama sa jasnim smernicama za sve zaposlene. Takođe, neprekidno istražujemo načine kako da uradimo još više toga kako bismo štedeli energiju, što je osim smanjenja trškova jako važno za životnu sredinu“, kaže Jan Bøgh, predsednik i izvršni direktor JYSK-a.

„U JYSKU SMO SVESNI SVOJE ODGOVORNOSTI KAO VELIKA MEĐUNARODNA ORGANIZACIJA. OBEZBEDILI SMO DA SE NAŠI NAPORI U UŠTEDI ENERGIJE SPROVODE NA SVIM NAŠIM LOKACIJAMA SA JASNI SMERNICAMA ZA SVE ZAPOSLENE. TAKOĐE, NEPREKIDNO ISTRAŽUJEMO NAČINE KAKO DA URADIMO JOŠ VIŠE TOGA KAKO BISMO ŠTEDELI ENERGIJU, ŠTO JE OSIM SMANJENJA TRŠKOVA JAKO VAŽNO ZA ŽIVOTNU SREDINU“, KAŽE JAN BØGH, PREDSEDNIK I IZVRŠNI DIREKTOR JYSK-a.



65 prodavnica
37 gradova
3.000 zaposlenih



EDGE sertifikati

Sertifikacijom 53 prodavnice i logističkog centra u Novoj Pazovi sertifikatom EDGE izdatim od strane IFC, potvrđena je godišnja ušteda od preko 9.000 MWh energije, preko 315.000 m³ vode i preko 6.000 tCO₂ emisija za naše sertifikovane objekte.



Postavljeni e-punjači

Postavkom dva punjača za električne automobile na parkingu prodavnica u Novom Sadu i Beogradu, pružamo našim potrošačima mogućnost da svoje električne automobile dopune tokom kupovine u našim prodavnicama.

Ne samo da električni automobili doprinose smanjenju emisije štetnih gasova, već je i struja kojom će se automobili puniti na parkingu Lidl prodavnica „zelena struja“, odnosno struja dobijena u potpunosti iz obnovljivih izvora. Od maja 2021. Lidl za svoje prodavnice, logističke centre i upravnu zgradu koristi samo struju iz obnovljivih izvora energije.



„Dobro se reciklažom vraća“

Svim Nišlijama i Novosadanima, omogućili smo da u okviru projekta „Dobro se reciklažom vraća“, vrata na reciklažu PET ili ALU ambalažu pića kupljenih u Lidlu u aparat postavljen u 2 prodavnice u Novom Sadu i jednoj u Nišu. Time potrošači doprinose očuvanju životne sredine, ali i radu fondacije „Budi human“, jer za svaku vraćenu PET ili ALU Lidl ambalažu ubačenu u aparat, kompanija donira po 5 dinara fondaciji.

Projekat je nastao sa ciljem da se podigne svest o ekološkim izazovima današnjice, a izrastao je iz naše globalne strategije „REset Plastic“, koja nastoji da kroz različite inicijative uključi i edukuje potrošače o odgovornom odnosu prema plastici.



Čisto iz ljubavi River CleanUp Collective

Uz pomoć partnera „Čepom do osmeha“ u maju ove godine smo u 8 sprovedenih akcija kampanje „Čisto iz ljubavi“ uklonili više od 12 tona otpada iz prirode. U istom periodu finansijski smo podržali još 7 lokalnih organizacija u njihovim akcijama čišćenja okruženja.

U septembru smo se, u sklopu internacionalne kampanje Švarc grupe River Cleanup Collective, posvetili rekama i uz pomoć naših partnera uklonili 1,2 tona otpada iz priobalja Save i Dunava.



Uveli smo ekološki račun

Uveli smo novi račun kojim kupovina postaje ekološki prihvatljivija. Inovativni termo papir plavog računa napravljen je od ekološki prihvatljivog materijala koji je i FSC sertifikovan.

Račun je pogodan za reciklažu i može se odložiti u stari papir, postojan je i može se čuvati.

Dobro za planetu

POŠTOVANJE
BIODIVERZITETA

ZAŠTITA
KLIME

OČUVANJE
RESURSA

FER
POSLOVANJE

PROMOCIJA
ZDRAVLJA

UČEŠĆE U
DIJALOGU

Dobro za ljude

ZA
BOLJE
SUTRA

Hoćeš da menjamo mesta?

Pokrenuli smo projekat „Hoćeš da menjamo mesta? Pomeri se s mesta“ usmeren na rešavanje problema nepropisno parkiranih automobila i podizanje svesti bahatih vozača.

Dodatnim obeležavanjem parking-mesta za osobe sa invaliditetom ispred naših prodavnica i obeležavanjem nepropisno parkiranih automobila dajemo doprinos ostvarivanju prava i potreba osoba sa invaliditetom. Edukativni video-spotovi doprinose dodatnom ukazivanju na ovaj problem.



Snažne. Hrabre. Važne.

Svesna činjenice da je preduzeticama znatno teže da sebi prokrče put do potrošača, kompanija Lidl Srbija je u martu ove godine organizovala konkurs „Snažne. Hrabre. Važne.“ u nameri da podrži i osnaži razvoj ženskog preduzetništva u Srbiji i omogućiti plasman proizvoda ovih uspešnih žena u svojoj mreži prodavnica.

Od više desetina prijavljenih preduzetnica, kompanija Lidl Srbija odabrala je njih 26. Njihovi proizvodi našli su se u Lidl prodavnicama početkom oktobra. Preduzetnice su tako zahvaljujući ovom projektu stekle iskustva saradnje sa velikim trgovačkim lancima i povećale vidljivost svojih proizvoda i brendova.

„S ljubavlju, domaće“

Osveženjem asortimana „S ljubavlju, domaće“ pokrenuli smo i humanitarnu kampanju. U periodu od 5. 9. do 5. 10. od svakog prodatog „S ljubavlju, domaće“ proizvoda odvajali smo po jedan dinar za Crveni krst Srbije. Donacija od 1.800.000 RSD usmerena je ka osnivanju Nacionalnog trening centra u kojem će se vršiti obuka za pružanje prve pomoći u slučaju srčanog zastoja.



Spasimo hranu, spasimo humanost

I ove godine pružili smo podršku nacionalnoj kampanji „Spasimo hranu, spasimo humanost“ u organizaciji Koalicije za dobročinstvo. Donirali smo tri tone namirnica za ugroženo stanovništvo, a dodatno donirali proizvode i zajedno sa medijima pripremili 120 obroka za korisnike LiceUlice.

Mala dela su velika stvar

Krajem 2021. godine u kampanji Mala dela su velika stvar, koju smo već drugi put sproveli u partnerstvu sa Crvenim krstom Srbije i zajedno sa našim potrošačima, prikupili smo 25 tona namirnica za najugroženije delove stanovništva.

Dodatno, donacijom potrebne opreme doprineli smo unapređenju rada Programa narodnih kuhinja Crvenog krsta Srbije u osam opština. I ove godine nastavljamo tradiciju ove dobrotvorne kampanje.



POSLOVNI USPEH ISKLJUČIVO UZ DOPRINOS DRUŠTVENOJ ZAJEDNICI

Korporativna društvena odgovornost je integrisana u poslovnu strategiju kompanije LUKOIL kako na globalnom, tako i na lokalnom nivou, jer je socijalna i ekološka odgovornost u osnovi njenog uspešnog poslovanja

U saradnji sa lokalnom zajednicom kompanija LUKOIL SRBIJA nastoji da doprinese trajnom poboljšanju i stvaranju održive koristi za društvo u kome posluje. Da bi se postigla maksimalna efikasnost i zadovoljile potrebe zajednice, razrađen je program filantropske podrške lokalnim projektima. Pored dugogodišnjeg aktivnog promovisanja kulturnih aktivnosti i vrednosti kroz podršku raznovrsnim manifestacijama koje se održavaju u Beogradu, već drugu godinu se sprovodi program koji je usmeren prevashodno na različite vidove ustanova koje se brinu o razvoju dece i mladih.

Društveno odgovorno poslovanje LUKOIL SRBIJA je zasnovano na uzajamnom poverenju, razvoju i zajedničkom ulažanju u budućnost, te čini sponu između kompanije i zajednice. Ovaj poslovni koncept podrazumeva aktivnu ulogu kompanije u društvu kroz usmeravanje finansijskih i ljudskih resursa, čime izražavamo našu posvećenost i odgovornost izvan okvira poslovanja.

PRAVILAN RAZVOJ MLADIH JE VIŠE NEGO DOBAR RAZLOG ZA PODRŠKU. TRUDIMO SE DA POMAŽEMO DRUŠTVENU ZAJEDNICU U KOJOJ POSLUJEMO I ŽELIMO DA NAS LJUDI OVDE VIDE KAO KOMPANIJU KOJA BRINE O ZAJEDNICI, NAROČITO KADA GOVORIMO O NAJMLAĐIM I NAJBRANJIVIJIM KATEGORIJAMA

U NASTAVKU PROGRAMA OPREMANJA DEČJIH IGRALIŠTA – NOVIH OSAM PROJEKATA REALIZOVANO TOKOM 2022. GODINE

Svesna da svi akteri društva treba da se uključe u stvaranje inovativnog prostora za razvoj dece i mladih, kompanija LUKOIL SRBIJA je u okviru novog ciklusa programa svojih društveno odgovornih aktivnosti, nastavila sa uređivanjem dečjih vrtića i škola, kao i podršku programima za decu sa posebnim potrebama.

Tokom ove godine nove sprave, specijalne podloge i rekvizite, kao i dvorišni mobilijar obezbeđeni su za vrtić „Maja“ iz Lačarka i jasleno odeljenje vrtića „Labudići“ iz Bečeja. Višenamenska igrališta za decu su postavljena u dvorištima obdaništa „Duga“ iz Prijepolja i Doma za decu ometenu u razvoju „Kolevka“ u Subotici. Novi letnjikovac sa peščanicom predat je na upotrebu u vrtiću „Čuperak“ u Lačarku. Još jedan ovakav projekat izgradnje letnjikovca i uređenja prateće površine realizovan je u Predškolskoj



Donacija vrtiću „Čuperak“ - Lačarak



Donacija vrtiću „Labudići“ - Bečej



Donacija Domu za decu ometenu u razvoju „Kolevka“ - Subotica

ustanovi „Olga Jovičić Rita“ iz Kraljeva. Dečje igralište Predškolske ustanove „Naša radost“ iz Kovina opremljeno je modernim dvorišnim mobilijarom za igru. Izdvojena su sredstva za uređenje dvorišta i kultivaciju prostora za botaničku učionicu na otvorenom za potrebe Osnovne škole „Bora Stanković“ iz Beograda. Kako bi pomogli ostanak mladih u seoskim sredinama i poboljšanje uslova za najmlađe u Mesnoj zajednici Ribare nedaleko od Kruševca postavljena je višenamenska konstrukcija za igru sa specijalnom podlogom i pratećim mobilijarom.



Donacija PU „Naša radost“ - Kovin 1

Kompanija već drugu godinu zaredom sprovodi program društveno odgovornih projekata koji su usmereni na dečje ustanove različitog tipa s ciljem da pomogne učenje kroz igru na otvorenom uz praktične rekvizite i opremu kao što su: ljuljaške, tobogani, klackalice, kućice za igru, peščanici, letnjikovci i učionice na otvorenom. LUKOIL SRBIJA na taj način nastoji da pospeši harmoničan razvoj dece i neguje njihovu kreativnost, odgovarajući na stvarne potrebe dečjih ustanova.



LUKOIL SRBIJA pokrovitelj manifestacije „Dani Beograda” - koncert na Trgu republike

POKROVITELJ MEĐUNARODNIH MANIFESTACIJA, SIMBOLA KULTURNE SCENE BEOGRADA

U sedmoj uzastopnoj godini uspešne saradnje sa Gradom Beogradom zaključen je Sporazum o saradnji u oblasti kulture, socijalne zaštite, sporta i ekologije. Kroz trilateralne ugovore sa Domom omladine i CEBEF-om podrška LUKOIL SRBIJA je obezbeđena za tri međunarodna festivala i dve manifestacije, koji su održani tokom 2022. godine i postali simboli kulturne scene prestonice.

LUKOIL SRBIJA JE DEO TIMA KOJI PODRŽAVA KULTURNE PROGRAME U BEOGRADU I VEOMA JE VAŽNO DA SE PORED VEĆ FORMIRANE PUBLIKE I MLADI U PRESTONICI RAZVIJAJU UZ OVE VIŠESTRUKO KORISNE PROJEKTE

FEST je 2022. godine napunio 50 godina, Martovski festival dokumentarnog filma 70 godina i među najstarijim su manifestacijama ne samo u Evropi već i u celom svetu. Sliku glavnog grada predstavljaju i Dani Beograda, Dani slobode i Džez festival, stoga je i kompanija LUKOIL SRBIJA postala prepoznatljivi prijatelj ovih manifestacija, negujući kosmpolitski duh Beograda i njegovu slobodarsku tradiciju.



LUKOIL SRBIJA Prijatelj 50. FESTA



„Dečje srce” - Škola roditeljstva

PODRŠKA SPECIFIČNIM PROGRAMIMA ZA BRIGU O DECI SA POSEBNIM POTREBAMA I NJIHOVIM RODITELJIMA

Zahvaljujući donaciji LUKOIL SRBIJA Humanitarna organizacija „Dečje srce“ je tokom leta održala dve „Škole roditeljstva“ na Zlatiboru. Radionice u okviru „Škole roditeljstva“ su namenjene roditeljima dece i mladih osoba sa smetnjama u mentalnom razvoju. Prva škola je održana za devetoro roditelja i šestoro dece sa smetnjama, dok je u drugoj školi roditeljstva učestvovalo devetoro roditelja mladih sa smetnjama u razvoju i sedmoro mladih.

PO OCENI HUMANITARNE ORGANIZACIJE „DEČJE SRCE“ POTREBE ZA OVAKVIM PROJEKTIMA SU EVIDENTNE, RODITELJIMA SU STEČENA ZNANJA KORISNA I ISKAZALI SU ŽELJU DA I UBUĐUĆE PROLAZE SLIČNE PROGRAME

Tokom četvorodnevnih programa svi roditelji su prolazili kroz različite strukturisane i vođene aktivnosti. Održane su psihološke radionice koje su imale za cilj osnaživanje roditelja kao pojedinaca, vežbanje međuljudskih odnosa

sa svojim bližnjima i uvežbavanje načina kako da prošire svoju mrežu socijalne podrške. Mladi sa smetnjama su za to vreme imali radionice učenja životnih veština, kreativne radionice i rekreaciju. Takođe, održane su i zajedničke aktivnosti roditelja i dece kao što su vođena gimnastika, šetnje, zabavne aktivnosti. na otvorenom prostoru kako bi roditelji i deca pored toga što su učili različite veštine uživali u prirodi, bili i u kontaktu sa njom.

Na ovaj način Društvo je nastavilo da pomaže humanitarnu organizaciju, budući da je uz podršku LUKOIL SRBIJA u jesen prošle godine na Zlatiboru održana 105. „Škola životnih veština“ za 20 osoba sa smetnjama u razvoju, koje su učile da samostalnije brinu o sebi, drugima i okolini u kojoj se nalaze.

NOVOGODIŠNJI PAKETIĆI ZA POLAZNIKE OSNOVNE ŠKOLE „BOŠKO BUHA“ IZ BEOGRADA ZA DECU SA SMETNJAMA U RAZVOJU

Tradicionalnom podelom novogodišnjih paketića polaznicima Osnovne škole „Boško Buha“ iz Beograda završava se program društveno odgovornih aktivnosti za ovu godinu. Saradnja sa ovom beogradskom školom koja se već 59 godina stara o deci kroz različite razvojne programe započela je pre četiri godine. U LUKOIL SRBIJA su se postarali da 122 dece i ovog decembra oseti radost novogodišnjih praznika, znajući s kolikom nestrpljenjem mališani iščekuju Deda Mraza. Opređeljujući se za konkretne dečje ustanove, ideja da novogodišnji pokloni za mališane postanu tradicija, nametnula se sama, kao mala pomoć školi „Boško Buha“ koja s adekvatnim profesionalnim pristupom i entuzijazmom ostvaruje svoju humanu misiju da obrazuje i vaspitava decu sa smetnjama u razvoju i uči ih znanjima, neophodnim za snalaženje u životu.

Program društveno odgovornih aktivnosti koje je sprovela kompanija LUKOIL SRBIJA u 2022. godini obuhvatio je ukupno 16 projekata, koji su pažljivo izabrani i osmišljeni u želji da donesu pre svega radost igre mališanima, da doprinesu njihovom zdravom i aktivnom odrastanju, bezbrižnoj igri, ali i učenju i spoznavanju sveta oko sebe. Svoje neprikosnoveno mesto je očuvala i podrška duhovnom razvoju kroz niz kulturnih manifestacija u glavnom gradu.

AUTENTIČAN PUT DO DUGOROČNIH PROMENA

Svaka akcija i transakcija su važne

ESG (Environment, Social, Governance) je skraćenica sa kojom ćemo se sve češće susretati u poslovnom okruženju. ESG predstavlja fokus kompanija na aktivnosti koje prevazilaze čisto finansijske parametre i kroz koje se suštinski meri uticaj pojedinačne firme na zajednicu u kojoj postoji i posluje, vrednosti za koje se zalaže i održivost i društvenu odgovornost. Na listi Fortune 500 kompanija, skoro da nema nijedne koja nije postavila ESG parametre visoko na listi prioriteta, pri čemu je najveći fokus trenutno na očuvanju životne sredine i usporavanju klimatskih promena, imajući u vidu urgentnost tih problema.

U slučaju kompanije Mastercard, ESG povezuje ono šta se radi, odnosno fundamentalne poslovne strategije, sa time zbog čega se to radi, to jest sa svrhom. Za Mastercard, ESG predstavlja način da se posluje dobro čineći dobro i to tako da se ostvari konkretan uticaj na zajednicu i da se kako ljudima, tako i planeti, osigura uspešna budućnost. Osnova za to je postavljena kroz finansijsku inkluziju, inkluzivni rast i odgovornost u pogledu upravljanja podacima. Finansijska, digitalna, rodna i socijalna inkluzija možda zvuče komplikovano, ali suštinski predstavljaju jednake prilike za sve stanovnike ove planete da se uključe u zvanične finansijske tokove i da imaju pristup jednakim prilikama za obrazovanje i rad, bez ikakve diskriminacije.

Bez inkluzije, nema održivosti, naročito ne u savremenim digitalnim okvirima, zbog čega se Mastercard obavezao da će do 2025. godine, u digitalnu ekonomiju uključiti milijardu ljudi, odnosno 50 miliona malih i srednjih preduzeća, od čega je polovina u vlasništvu žena. Cilj je ambiciozan, ali ostvariv, što dokazuje i podatak da je za samo dve godine, više od 675 miliona ljudi i preko 25 miliona firmi već dobilo pristup savremenim finansijskim tokovima koji ih čine vidljivim za institucije i otvaraju im vrata ka ličnom napretku.

EKOLOGIJA I DIGITALNE TEHNOLOGIJE

U toku prethodne decenije, kompanija je aktivnosti u domenu inkluzije nadogradila projektima usmerenim na očuvanje životne sredine, kao i naporima za postavljanje visokih standarda korporativne kulture. Ideja je jednostavna – svi smo deo iste zajednice i ako se od svih nas kao pojedinaca očekuje da se odgovorno ponašamo prema svojoj zajednici i planeti, kompanije su te koje treba i mogu da postave primer koji će ljudi slediti. Zbog toga se Mastercard u svojim aktivnostima vodi idejom da su ljudima potrebni edukacija i prilika da razumeju svoj uticaj. Onda kada ljudi imaju više informacija i opipljiv trag o svom uticaju, lakše im je da donesu bolje odluke.



Alati kao što je Mastercard Carbon Calculator korisnicima daju baš takve uvide jer za svaku kupovinu, korisnik dobija jasne vrednosti koji je ugljenični otisak te kupovine i, još važnije, koje aktivnosti treba da sprovede kako bi se taj otisak neutralisao. Na taj način, svako od nas postaje svesniji svojih akcija, jer kada „crno na belo“ vidimo, na primer, koliko sati hodanja ili vožnje bicikla je potrebno da se neutrališe dostava paketa sa druge strane sveta, većina ljudi je spremna da preduzme takve pozitivne akcije, da se okrenu lokalnim trgovcima ili da se inspirišu na neke druge promene.

CILJ KOMPANIJE JE DA SE DO 2040. GODINE DOSTIGNE NULTA EMISIJA CO2, KAO I DA SE DO 2025. GODINE ZASADI 100 MILIONA STABALA DRVEĆA U OKVIRU PRICELESS PLANET COALITION

A promene su potrebne. Čini se da još uvek gradimo svest o tome da su ogromni požari u Kaliforniji, vreli talasi u Evropi i podizanje nivoa mora širom sveta posledica istog procesa globalnog zagrevanja, koji utiče i na ratare u Srbiji i na farmere na Filipinima. Svetu su potrebne brze i odlučne klimatske akcije, koje će se sprovoditi na svim nivoima, od ličnog, preko korporativnog do nivoa vlasti. Za Mastercard, to znači posvećenost cilju da se do 2040. godine dostigne nulta emisija CO2, kao i da se do 2025. godine zasadi 100 miliona stabala drveća u okviru Priceless planet Coalition (Koalicija Neprocentijiva planeta). To je projekat pokrenut na globalnom nivou, onako kako i klima „funkcioniše“, a na osnovu naučnih istraživanja sprovedenih u Laboratoriji za inovacije u oblasti održivosti u Švedskoj, koja su pokazala da će se najveći efekat pošumljavanja postići masovnom sadnjom na ključnim tačkama koje predstavljaju „pluća planete“ – u Amazoniji, Australiji, Kongu, Kini i Filipinima. Takođe, kroz ovu Koaliciju se ulažu naponi da posađeno drveće zaista poraste kako bi moglo da utiče na obnavljanje ekosistema i taj uticaj se takođe meri i transparentno beleži zahvaljujući savremenim digitalnim rešenjima. Milioni stabala su već zasađeni, a Koaliciji se pridružuju partneri iz bankarskog i NVO sektora širom sveta, uključujući i Srbiju.



SUPERHERO.RS

Kada govorimo o lokalnom nivou, svakako najupečatljivija filantropska saradnja koju Mastercard sprovodi je partnerstvo sa organizacijom NURDOR, započeto 2018. godine. Slušajući potrebe građana, koji su iskazali stav da kompanije treba aktivnije da se uključe u unapređenje zdravstvenih uslova, Mastercard je pokrenuo inicijativu „Biti nečiji superheroj. Neprocnjivo“, u okviru koje je kompanija donirala 250.000 evra NURDOR-u, što je najveća pojedinačna korporativna donacija ovoj organizaciji. Donacija je prikupljena kroz kampanju za podsticanje beskontaktnih plaćanja, što je način na koji Mastercard pristupa filantropskim aktivnostima – autentično i kroz oslanjanje na svoje tehnologije, kao jedini način da se napravi dugoročna promena. Druga faza saradnje, Superheroji, počela je 2021. godine uvođenjem značajne inovacije u domenu filantropije

– kreiranjem prve onlajn platforme za donacije, Superhero.rs, koja je sam NURDOR pretvorila u e-trgovca i uvela organizaciju u novu eru digitalnog i održivog poslovanja. U okviru platforme, građani mogu da doniraju jednokratno ili da postanu redovni mesečni donatori, pri čemu je donacije moguće izvršiti samo putem kartica, u skladu sa sve većim oslanjanjem građana na elektronska plaćanja. Pored toga, na platformi je moguće kupiti i neki od artikala iz kolekcije ulične mode Superheroji, što je put da se donatorstvo dodatno približi mlađim generacijama na način koji je njima blizak.

Dugogodišnja saradnja Mastercarda sa organizacijom NURDOR ima jasan cilj – izgradnju nove Roditeljske kuće u Beogradu, ali je ona ujedno i više od toga. To je saradnja koja inovira način na koji pojedinci i poslovna zajednica gledaju na donatorstvo i koja filantropiju približava mlađim generacijama. Taj uticaj na promenu svesti naredne generacije donosilaca odluka je značajna vrednost koju

saradnja sa NURDOR-om, a posebno projekat Superheroji, dugoročno donosi. A svest je potrebno menjati i kada je reč o jednakosti i ljudskim pravima. Iako smo kao društvo daleko odmakli na putu digitalnog razvoja, jednaka prava za žene i muškarce se ne podrazumevaju i to je sloboda koju tek treba dostići. Mastercard podržava rodnu jednakost pre svega na primeru korporativne kulture jer su žene plaćene podjednako kao i muškarci, i pol nije parametar za odlučivanje prilikom zaposlenja ili napredovanja unutar kompanije. Isti princip se primenjuje na saradnje sa partnerima koje za cilj imaju pre svega ekonomsko osnaživanje žena, a kakva je i projekat „Ja sam odvažna“ koji u Srbiji Mastercard sprovodi sa kompanijom Ikea i Fondacijom Ana i Vlade Divac. Mastercard je posvećen tome da posluje dobro čineći dobro. To je princip ukorenjen u vrednosti kompanije i ono što kompaniju izdvaja od drugih. Bez obzira na pojedinačnu

DUGOGODIŠNJA SARADNJA MASTERCARDA SA ORGANIZACIJOM NURDOR IMA JASAN CILJ – IZGRADNJU NOVE RODITELJSKE KUĆE U BEOGRADU, ALI JE ONA UJEDNO I VIŠE OD TOGA

inicijativu ili proizvod koji se razvija, posvećenost ESG ciljevima znači kreiranje boljih rešenja za sve. Time što lični, finansijski i ekološki uspeh čini dostupnim svima, Mastercard osnažuje ekonomije i osnažuje pojedince.



PODRŠKA LJUDIMA KADA I GDE IM JE NAJPOTREBNIJA

Sa naša 32 restorana, imamo jedinstvenu vezu sa lokalnim zajednicama širom Srbije. Verujemo da tome doprinosi i naša odgovornost da pomognemo ljudima

Naš posao se razvija i napreduje samo ako se razvijaju i napreduju zajednice u kojima poslujemo. Sa svojom veličinom i obimom poslovanja u jedinstvenoj smo poziciji da uzvratimo društvu u kom živimo i radimo.

Mnogi značajni svetski događaji i fundamentalne promene u društvu tokom proteklih godina dodatno su dokazali važnost bezbednosti hrane i zdravlja, kao i bezbednosti za zajednice. Tokom svih ovih izazova bili smo u mogućnosti da doprinesemo da se neke teškoće lakše prebrode – pomažući kroz naše obroke, novčana sredstva, volonterske aktivnosti i dajući podršku najugroženijim grupama u našim zajednicama – starijim i izolovanim komšijama, porodicama i deci.

Ove godine smo, pored redovne podrške koju pružamo našim dugogodišnjim partnerima - Udruženju dece obolele od malignih bolesti „Zvončica“, Udruženju za borbu protiv raka kod dece „Uvek sa decom“, Svratištu, podršku pružili i sledećim organizacijama: Forumu mladih sa invaliditetom, NORBS, Pomoć deci.

OVE GODINE SMO, TREĆI PUT ZAREDOM, NAGRAĐENI ZA DOBROČINSTVO

I ove godine smo učestvovali u projektu koji je pokrenuo Srpski filantropski forum „Spasimo hranu, spasimo humanost“ i opet, treću godinu zaredom, bili nagrađeni za dobročinstvo.

Posebno smo ponosni na projekat koji se tiče ozelenjavanja gradskih sredina, koji smo ove godine sprovedi u svim gradovima u kojima poslujemo tako što smo donirali ukupno 185 Pančičevih omorika, koje su đaci sa svojim nastavnicima zasadili u dvorištima 16 osnovnih škola.

Kada govorimo o školarcima osnovnih škola, organizovali smo u susret Sajmu knjiga druženje dece sa našim poznatim piscem Bojanom Ljubenovićem, na kom je predstavljena njegova nova knjiga za decu „Tajne dedinog kofera“, u



jednom od naših restorana, i tom prilikom smo poklonili deci Bojanove knjige koje im je on potpisivao na licu mesta. Priključili smo se projektu „Bitka za znanje“, koji je pokrenuo Fond B92 i doniraćemo sredstva za opremanje školskih biblioteka najsavremenijom digitalnom opremom.

MISLIMO NA NAJMLAĐE

Nismo zaboravili ni najmlađe, pa smo tako povodom Svetskog dana knjige, koji se održava u aprilu, uz podršku Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, Sektora za predškolsko i osnovno obrazovanje i vaspitanje, donirali 5.000 slikovnica „Lola i Mila“ vrtićima širom Srbije. Slikovnice su namenjene deci uzrasta od 4 do 6 godina i na edukativan način će im pomoći da razumeju određene situacije u kojima se svakodnevno nalaze.

U saradnji sa Fondacijom Ana i Vlade Divac, ove godine ćemo stipendirati četiri studenta koje je Fondacija odabrala, a kojima su neophodna finansijska sredstva da bi uspešno nastavili sa studijama.



Živeti naše vrednosti znači ispunjavati ih svaki dan. Posvećeni smo negovanju naših zaposlenih gde svi imaju podršku i jednak pristup, pa se osećaju tako da mogu da ostvare svoj puni potencijal kroz različite razvojne mogućnosti i beneficije.

Posvećeni smo aktivnom negovanju inkluzivnog okruženja, gde se raznolikost prihvata kao prednost. Verujemo da kompanije kao što je McDonald's imaju odgovornost da poštuju ljudska prava u okviru svoje sfere uticaja. Znamo da možemo da budemo snaga dobra u lokalnim zajednicama i da osnažimo naše dobavljače da učine isto.



PODRŠKA JE ONO ŠTO JE VREDNO, A VREDNO JE ZAJEDNO!

Kompanija Mercator-S je i u godini iza sebe, kroz svoje poslovanje, nastavila da jača domaću privredu, male srpske proizvođače i na taj način obezbedila značajan doprinos u rešavanju izuzetno važnih tema koje su se nametnule zbog aktivne globalne krize uzrokovane ratom u Ukrajini

Razvijanje modela poslovanja koji je u najmanjoj mogućoj meri zavisao od eksternih faktora stvara uslove za optimalno poslovanje i ublažavanje svih uticaja globalne krize uzrokovane ratom u Ukrajini. Ideja Mercator-S o stvaranju ciklusa u koji su uključeni domaći proizvođači, prodajni lanci i potrošači je u situacijama poput aktuelne globalne krize od izuzetnog značaja jer stvara početnu prednost, daje prostor za stvaranje internih strategija i daje mogućnost da se u okviru ciklusa kontrolišu, smanjuju ili povećavaju parametri u skladu sa situacijom. Izazovi pred kojima se nalazimo će uticati na sve kompanije, institucije i svakog člana zajednice i poslovna filozofija kompanije Mercator-S, koja čak 97 odsto prometa stvara u saradnji sa domaćim proizvođačima i dobavljačima, pokazala je da

je podrška ono što stvara vrednost, a vredno je zajedno stvarati bolje uslove za poslovanje i svakodnevni život. Trenutno stanje u svetu je dovelo do mnogobrojnih izazova. Pored pandemije korona virusa, aktuelno stanje na teritoriji bivšeg Sovjetskog Saveza je dovelo do zabrinjavajućih posledica širom sveta i u Srbiji. Posle više od dve decenije, opet se suočavamo sa potencijalno kriznim situacijama kada su u pitanju energenti neophodni kako za poslovanje tako i za osnovne životne potrebe. Kompanija koja je poslovanje orijentisala ka stvaranju održivih modela, u koje su uključeni svi akteri domaće privredne scene, donela je strateški plan podrške kroz koji je postavila primer, kako kompanijama, tako i svakom pojedincu u pogledu štednje energenata, na prvom mestu električne energije.

PODRŠKA KOJA MOŽE DA SE MERI

- Više od 13.000 proizvoda na policama IDEA prodavnica, Roda marketa i Mercator hipermarketa nastalo je baš u Srbiji, zbog čega smo jedan od lanaca koji direktno utiču na rast i razvoj domaće privrede, sa fokusom na male proizvođače
- Mercator-S je kroz projekat postavljanja pametnih presa u prodajnim objektima reciklirao 41.000 limenki, a sada je uveo i opciju reciklaže tetrapak, staklene i PET ambalaže. Nagrađen je veliki broj potrošača koji su najviše reciklirali
- Vredno je zajedno štedeti, zbog čega je kompanija Mercator-S osmislila i od prvog novembra realizuje strategiju energetske efikasnosti kojom će uštedeti 2.400 MWh, što je dovoljno struje za godišnju potrošnju čak 400 domaćinstava
- Mercator-S karavan je i ove godine obradovao više od 5.000 mališana u 50 institucija u 23 grada Srbije, ali i 300.000 mališana koji su dobili priliku da putem aplikacije razgovaraju direktno sa Deda Mrazom.



VREDNO JE ZAJEDNO ŠTEDETI STRUJU ZA GODIŠNJU POTROŠNJU 400 DOMAĆINSTAVA

Zbog najavljene nestašice struje tokom zimske sezone, kompanija Mercator-S je osmislila i od prvog novembra realizuje strategiju energetske efikasnosti kojom će uštedeti 2.400 MWh, što je dovoljno struje za godišnju potrošnju čak 400 domaćinstava.

Mercator hipermarketi, Roda marketi i IDEA prodavnice širom Srbije su već od prvog novembarskog dana u potpunosti isključile sve kompanijske frižidere za pića. U svim ovim maloprodajnim objektima je isključena rasveta u pomoćnim prostorijama, sa obaveznom isključivanjem svetala u prostorijama u kojima se niko ne nalazi. Pored toga, u potpunosti je ugašena sva spoljna rasveta ispred svih Mercator hipermarketa, Roda marketa i IDEA prodavnica širom Srbije. Kompletna spoljna rasveta je svedena na minimum, osim u delu parking prostora, rashladne komore se upotrebljavaju što racionalnije, a sve komore koje nisu u upotrebi su u potpunosti isključene. Zbog uštede energije koja ide na grejanje, kompanija je donela odluku i da sva vrata koja se nalaze u međuzonama između maloprodajnog prostora i magacina, kao i magacina i prijema robe, budu zatvorena. I na kraju, ali ne i najmanje važno, u svim IDEA, Roda i Mercator objektima širom Srbije je isključeno osvetljenje na kategoriji kozmetike.

Kada je u pitanju ušteda električne energije, a u cilju solidarnosti sa trenutnom situacijom, kompanija Mercator-S odlučila je da sve neophodne mere sprovede i u drugim svojim objektima širom Srbije, kao što su Velpro centri, Logističko-distributivni centri, upravne zgrade u Beogradu i Novom Sadu, kao i u Kantini 904, restoranu koji je namenjen zaposlenima u ovoj organizaciji.

Ušteda električne energije koju planira kompanija Mercator-S, u iznosu od 2.400 MWh, posebno je značajna ako se ima u vidu da je prosečna potrošnja električne energije jednog domaćinstva u našoj zemlji, na godišnjem nivou, oko 6 MWh.

ORIJENTISANI NA VREDNOSTI KOJE SE STVARAJU I OSTAJU U SRBIJI

Mercator-S već sedam godina pruža podršku razvoju zdrave i konkurentne privrede kroz brend Ukusi moğa kraja, koji broji 190 autentičnih srpskih proizvoda, napravljenih od domaćih sirovina, u saradnji sa 40 domaćih proizvođača. UMK je garant da su proizvodi sačuvali tradicionalni ukus i način proizvodnje, kao i da su nastali od domaćih sirovina, bez aditiva, veštačkih boja i konzervansa. Obeležje „Čuvarkuća“, koje dodeljuje Privredna komore Srbije u okviru projekta „Stvarano u Srbiji“, mogu dobiti samo proizvodi vrhunskog kvaliteta i dokazano domaćeg porekla. U IDEA, Roda i





Mercator objektima može se pronaći više od 300 proizvoda obeleženih ovim žigom, od kojih preko 100 proizvoda predstavlja deo asortimana brenda Ukusi moğa kraja. Ovim načinom označavanja kupci lakše pronalaze željeni proizvod, što direktno utiče na prodaju, plasman i konkurentnost domaćih malih proizvođača.

REKILIRANJE ZA ZELENU BUDUĆNOST

Podizanje svesti o važnosti pravilnog odlaganja otpada i racionalnog korišćenja enerĝetskih resursa direktno utiče na kvalitet vode, vazduha i okruženja. U okviru projekta pod sloganom „Pametno recikliraj“, koji je započet prošle godine i deo je programa develoPPP nemačkog Saveznog ministarstva za ekonomsku saradnju i razvoj, sproveden je niz aktivnosti na teritoriji opštine Zrenjanin u oblasti „zelene energije“. Program zajednički sprovode GIZ sa partnerima u

saradnji sa NALED-om i Recan fondacijom, a cilj projekta je da se podstakne reciklaža, povećaju količine ambalažnog otpada i testira pametna tehnologija. Pametni uređaji za reciklažu otpada od oktobra 2022. godine se nalaze u IDEA objektima, Roda meĝamarketima i na još šest javnih lokacija u Zrenjaninu, na kojima građani mogu da odlože tetrapak, limenke, staklenu i PET ambalažu proizvoda koji nose oznaku „Recikliraj“. Prilikom ubacivanja svakog proizvoda u pametne uređaje, na ekranu se pojavljuje jedinstveni bar-kod, koji je neophodno uneti u Solagro aplikaciju. Putem ove aplikacije građani mogu da sakupljaju poene za svaku jedinicu reciklirane ambalaže, koje mogu zameniti za vaučere u maloprodajnim IDEA i Roda objektima u Zrenjaninu. Kompanija Mercator-S posebnu pažnju posvećuje održivom ekološkom razvoju i čvrsto veruje da se ovakav model održivosti, koji stimuliše dalju reciklažu, može primeniti i u drugim gradovima i opštinama.

OSMEH NAJMLADIH KAO POKRETAČKA SNAGA ZA SVE

Više od 5.000 dečaka i devojčica već sedmu godinu zaredom sa nestrpljenjem iščekuje Mercator-S novogodišnji karavan koji ostvaruje i one najskrivnije dečje želje. Sa ciljem da svi mališani osete prazničnu magiju i dožive jedinstveno iskustvo, Mercator-S je posetio 23 grada širom Srbije, obišao više od 50 dečjih bolnica, domova za nezbrinutu decu i drugih dečjih institucija, i izmamio osmehe posebno osmišljenim novogodišnjim paketićima. Deca su najpre imala priliku da razgovaraju sa Deda Mrazom putem posebno kreirane aplikacije i da mu otkriju koliko su bili dobri tokom godine i šta najviše vole. Nakon razgovora sa Deda Mrazom tek počinje prava magija. Podrškom zaposlenih u kompaniji Mercator-S i košarkaša Crvene zvezde, koji su pripremili personalizovane poklone za svako dete, praznična čarolija zakucala je na vrata ovih ustanova. Iskreno oduševljenje na dečjim licima se ne može sakriti i predstavlja dokaz da je kompanija i ovaj put tokom hladnih meseci uspeła da ugrije



njihova srca. Takođe, još 300.000 dece širom Srbije imalo je priliku da putem aplikacije razgovara sa Deda Mrazom i prenese mu svoje novogodišnje želje. Projekti ovog tipa daju dodatnu podršku sistemu za rad sa socijalno ugroženom decom, šire duh solidarnosti i podsećaju nas zašto je važno da volimo jedni druge.



ZAJEDNO SA KORISNICIMA PROMOVIŠEMO DRUŠTVENO-EKOLOŠKU ODGOVORNOST

Kompanija Meridian postala je jedina kompanija iz domena igara na sreću u regionu koja je u društveno odgovorne projekte i akcije neposredno uključila i svoje korisnike

Zahvaljujući održivom modelu poslovanja i društveno odgovornom angažmanu u gotovo svim sferama javnog života, kompanija Meridianbet je, u više od dve decenije svog postojanja, postala prepoznatljiv domaći i evropski brend u igrama na sreću. Put ka vrhu građen je hrabro, samouvereno, prevazilaženjem izazova i postavljanjem ambicioznih ciljeva, primenom vrhunskog znanja i iskustva celog tima. Ali to je tek deo priče – uspeh i vrednost to postaju tek kada se dele sa zajednicom.

Kompanija se, pored tržišnog uspeha, fokusirala i na aktivizam na polju kulture, zaštite životne sredine, obrazovanja, i drugih društveno odgovornih segmenata. Koristeći svoj leaderski uticaj, kompanija Meridian ima za cilj da kroz brojne akcije promoviše važnost uključivanja svih pojedinaca u formiranje pozitivnih promena u različitim životnim sferama.

Naročito sa početkom pandemije, kompanija Meridian je pokrenula desetina kampanja namenjenih saniranju posledica virusa Covid-19. Obezbeđivanjem najpotrebnije medicinske pomoći u opremanju kovid bolnica, nabavci vakcina, lekova i druge medicinske opreme, kompanija Meridianbet je nastojala da kroz svoj rad pruži dodatnu podršku medicinskom osoblju, kako bi se na najbolji mogući način prevazišle i sanirale posledice pandemije.

Svoju podršku za razvoj kulturnih institucija Meridian je pokazao kroz odnos prema zadužbini Ilije M. Kolarca. U interesu unapređenja rada ustanova kulture i umetnosti našeg društva, Kolarčevoj zadužbini donirana su značajna sredstva namenjena unapređenju programa koji se odnosio



na organizovanje koncertnih predstava domaćih i stranih muzičara, muzičkih predavanja, edukacija, učenja stranih jezika i dr. Decenijsko postojanje i rad Kolarca deo su kulturnog identiteta srpskog naroda, ali i obaveza svih poštovalaca tradicije, kulture i umetnosti da tome nesebično doprinose.

ČIST VAZDUH – ČISTA POBEDA

Briga o prirodi i životnoj sredini još jedna je obaveza svakog pojedinca, na kojoj treba raditi konstantno, bez obzira na vreme, mesto, energiju i raspoložive resurse. Među prvima u Srbiji koji su prepoznali značaj kolektivnog delovanja u rešavanju ključnih problema zajednice našla se i kompanija Meridian. Lider u igrama na sreću, već nekoliko godina sprovodi niz društveno odgovornih projekata povezanih sa zaštitom životne sredine. Tako je u martu 2022, zajedno sa Ministarstvom za zaštitu životne sredine, Meridianbet započeo veliku akciju pošumljavanja i ozelenjavanja javnih površina na teritoriji Republike Srbije, pod nazivom „Čist vazduh - čista pobeda“, a već pet jedinica lokalne

POSREDSTVOM OPCIJE „DONIRAJ” NA SAJTU MERIDIANBET.RS MOGUĆE JE INDIVIDUALNO IZVRŠITI DONACIJU KOJA SE USMERAVA NA PROJEKTE OČUVANJA REKA, JEZERA, PRIRODNIH REZERVATA, PROJEKTE OPLEMENJIVANJA BIODIVERZITETA, KAO I OZELENJAVANJA JAVNIH POVRŠINA

samouprave do sada je prošlo kroz ovaj ambiciozni ekološki program.

Prva jedinica lokalne samouprave sa kojom se krenulo u projekat ozelenjavanja i pošumljavanja bila je opština Bela Crkva kojoj je kompanija Meridian donirala 133 sadnice lipe. Akcija je zatim nastavljena u Kikindi gde su zasađene 133 sadnice crvenolisne šljive i kelreuterije, dok je u Bačku Palanku pristiglo 200 sadnica lipe i javora. Izletišta



Dudova šuma u Subotici dobilo je 125 sadnica različitih vrsta zimzelenog i listopadnog drveća. Novi Sad bogatiji je za drvored na Bulevaru Evrope, gde je zasađeno preko 60 sadnica likvidambara. Prva faza ovog višegodišnjeg projekta zaokružena je izložbom fotografija na Kalemegdanu, gde su građani imali mogućnost da se kroz slikovne panele upoznaju sa značajem i dosadašnjim rezultatima ovog projekta. Treba napomenuti da su zasađene sadnice, za relativno kratko vreme, počele da rezultuju poboljšanjem kvaliteta života lokalnih zajednica. Na izabranim lokacijama već sada je primetno smanjenje štetnih čestica, zagađenja i nivoa gradske buke, što se pozitivno odražava i na kvalitet života u samim mestima.

ČIST BEOGRAD – ČISTA POBEDA

Nije ovo, međutim, jedina ekološka aktivnost koju kompanija Meridian sprovodi. Tako je septembar protekao u znaku nedeljnog sređivanja Beograda. U želji da se nastavi sa praksom u domenu zaštite prirode i životne sredine, zaposleni u kompaniji su ovoća puta u akciju uključili i studente. Zajedno sa Savezom studenata FON, sprovedena je nova etapa ekološke akcije pod nazivom „Čist Beograd - čista pobeda”, koja je obuhvatala čišćenje, sortiranje i uklanjanje otpada na pet lokacija u Beogradu (Ada Ciganki, Banjička šuma, Zvezdarska šuma, Savski kej i Košutnjak). Akcija čišćenja je imala veoma dobar odziv, a studenti – volonteri su, osim na vrednosti aktivizma, ukazali i na značaj društvenog organizovanja mladih kako bi Beograd bio urednije, lepše i prijatnije mesto za život. Sprovedene akcije su imale za cilj stvaranje boljeg klimatskog ambijenta, kao i pružanje pozitivnog primera za širenje akcija koje mogu rezultovati unapređenjem ekološkog standarda i kvaliteta vazduha u Srbiji. Ideja kompanije



Meridian je da kroz razvoj svog ekološkog programa zaštite životne sredine, podstakne i druge kompanije i organizacije na rad u smeru oplemenjavanja životnog prostora. Saradnjom sa predstavnicima gradskih i opštinskih institucija, kompanijama, organizacijama civilnog društva i javnim ličnostima, kompanija koja već godinama važi za lidera u svojoj oblasti poslovanja, želi da zajednicu u kojoj posluje učini lepšim i zdravijim mestom za život. Ovo je tek jedan segment delovanja kompanije Meridian u okviru „zelenog portfolija”. Renimirani brend u oblasti igara na sreću lansirao je poseban model direktnih donacija, upravo za potrebe očuvanja prirode i zaštite životne sredine. Posredstvom opcije „Doniraj” na sajtu meridianbet.rs moguće je individualno izvršiti donaciju koja se usmerava na projekte očuvanja reka, jezera, prirodnih rezervata, projekte oplemenjivanja biodiverziteta, kao i ozelenjavanja javnih površina. Trenutno je na sajtu kompanije aktivna donatorska opcija Milion stabala za Srbiju, koja ima za cilj prikupljanje sredstava kako bi se unapredio kvalitet vazduha u celoj zemlji. Na ovaj način, kompanija Meridian postala je jedina kompanija iz domena igara na sreću u regionu koja je u društveno odgovorne projekte i akcije neposredno uključila i svoje korisnike. Mogućnost individualnih donacija proširila se i na polje humanitarnog rada, čime korisnici dobijaju mogućnost novčane podrške u aktivnostima brojnih udruženja i organizacija, ili pomoći najmlađim sugrađanima koji boluju od retkih i opasnih bolesti.

ZELENA AGENDA

Serija društveno odgovornih projekata, kroz akciju pošumljavanja Srbije, deo je Meridianove kompanijske „zelene agende”, koja još od 2020. na svim uplatnim mestima u Srbiji i regionu koristi najsavremenije prečišćivače



vazduha, konstruisane u skladu sa Direktivom EU 125/2009 o uslovima kvaliteta vazduha u zatvorenim prostorijama i najvišim eko-standardom na celom kontinentu - CEN 14511.

DVADESET GODINA ULAGANJA U ZAJEDNICU

Kako nema poslovnog uspeha bez doprinosa stvaranju boljeg i obrazovnijeg društva, kompanija Meridian je, u znak zahvalnosti i iskrenog divljenja na spremnosti da svoje impresivno znanje i veštine stave na raspolaganje svojoj državi, odlučila da materijalno pomogne najbolje studente



četiri univerzitetska grada u Republici Srbiji. U najvažnijoj etapi njihovog daljeg ličnog usavršavanja, od suštinske važnosti za ove vrsne profesionalce je da ostanu motivisani i prepoznati u društvu u kojem žive i rade.

HUMANITARNI STUDENTSKI SPORTSKI TURNIRI I AKCIJE

Septembar i oktobar su meseci kada kompanija Meridian tradicionalno sprovodi svoje programe studentskog aktivizma. U saradnji sa Unijom studenata FON i humanitarnom organizacijom „Srbi za Srbe”, organizuje humanitarne sportske turnire za pomoć socijalno ugroženim porodicama, akcije čišćenja životne sredine i dr.

BETTING PARTNER VIŠE OD 30 KLUBOVA ŠIROM SVETA

Osim što je jedan od najvećih brendova u industriji zabave jugoistočne Evrope, Meridianbet uspešno posluje na tržištima EU, Južne Amerike i Afrike više od jedne decenije, primenjujući najbolje prakse u podršci lokalnim sportskim klubovima. Meridian grupa je globalni betting partner više od 30 fudbalskih i košarkaških klubova širom sveta i pokrovitelj vrhunskog profesionalnog sporta.

TRADICIJA U PRUŽANJU PODRŠKE PORODICI

Prepoznata kao lider društvene odgovornosti, kompanija MK Group i ove godine je nastavila sa aktivnostima kojima pomaže zajednici i društvu, sa najvećim fokusom na brigu o porodici

OD SAMOG POČETKA – UZ MAME I BEBE

Projekat „Podrška porodici“ pokrenut je pre pet godina kao interni program u okviru koga se novčanim subvencijama nagrađuju svi zaposleni MK Group i AIK banke koji su se u tekućoj godini ostvarili u ulozi roditelja. Do 2022. godine nagrađeno je 1.150 beba i više od 700 porodica naših zaposlenih.

Ovaj projekat se do prošle godine zasnivao na podršci za zaposlene, a sada je mnogo više od toga – regionalni projekat za koji je izdvojeno preko 700.000 evra za porodilišta u pet zemalja Adrija regiona: Srbiji, Sloveniji, Hrvatskoj, Crnoj Gori i Bosni i Hercegovini. U sedam porodilišta koja su odabrana u saradnji sa ministarstvima zdravlja svake od navedenih zemalja, svake godine se rodi oko 16.000 beba, a donacijom MK Group i AIK banke unapređuju se uslovi u ovim medicinskim ustanovama i pruža ozbiljan podsticaj razvoju nataliteta.

BEOGRADSKO PORODILIŠTE BOGATIJJE ZA SAVREMENI LAPAROSKOPSKI STUB

U Srbiji je, u okviru „Podrške porodici“, realizovana donacija vredna 100.000 evra upućena Bolnici za ginekologiju



Donacija Bolnici za ginekologiju i akušerstvo KBC „Dr Dragiša Mišović“ u Beogradu“

i akušerstvo KBC „Dr Dragiša Mišović“. Sredstva su iskorišćena za nabavku najsavremenijeg laparoskopskog stuba koji će se koristiti u različitim ginekološkim zahvatima. Posebnu primenu imaće u lečenju steriliteta. Dr Slađana Mihajlović, upravnica Bolnice za ginekologiju i akušerstvo KBC „Dr Dragiša Mišović“, istakla je svoju zahvalnost na ovoj, ali i na ranijim donacijama: „Ovo nije prvi

put da smo primili veliku donaciju od MK Group i AIK banke. Pre samo dve godine dobili smo preko potrebnu medicinsku opremu u vrednosti od 20.000 evra, a sada u ovoj velikoj, za nas najznačajnijoj donaciji od 100.000 evra, obezbedili su nam laparoskopski stub, koji omogućava da uz bolju tehniku operišemo više od 1.000 žena godišnje u našoj zdravstvenoj ustanovi.“

Direktorka korporativnih poslova MK Group, Aleksandra Stojanović, napomenula je da kroz regionalni program „Podrška porodici“ izdvojeno preko 700.000 evra i da ovakvim aktivnostima kompanija ne samo da doprinosi unapređenju uslova u našim porodilištima, već pruža jedan ozbiljan podsticaj porodičnoj politici.

PORODILIŠTE U LJUBLJANI OPREMLJENO NAJMODERNIJIM SOBAMA ZA PORODILJE

U ljubljanskom porodilištu se svake godine rodi oko 6.000 dece, a zahvaljujući donaciji MK Group, Gorenjske banke i AIK banke, sve buduće mame imaće priliku da borave u renoviranim postporođajnim sobama sa svojim bebama

i partnerima. Naime, 120.000 evra uloženo je u julu za opremanje soba prema najvišim standardima zdravstvene nege, tako da omogućavaju zajednički boravak za celu porodicu, što pozicionira UKC Ljubljana među najmodernije bolnice u Evropi.

Svečanom otvaranju prisustvovao je i Mihailo Janković, generalni direktor MK Group. „Kroz donacije porodilištima želimo da pružimo podršku mladim porodicama u svim zemljama regiona u kojima poslujemo. Verujem da svi mi u Jadranskoj regiji delimo isti cilj da podignemo natalitet. Za tako nešto su presudni uslovi koje kreiramo za buduće roditelje i njihovu decu – od uslova u kojima se rađa život do unapređenja uslova za život i rad svake porodice. Na ovaj način želimo da pokažemo da smo uz njih u tako značajnom i posebnom trenutku kakav je rođenje deteta“, rekao je Mihailo Janković.

Prema rečima generalnog direktora UKC Ljubljana, Jože Golobiča, kliničko odeljenje perinatologije bogatije je za četiri najsavremenije postporođajne sobe, koje zahvaljujući donaciji MK Group, Gorenjske i AIK banke, porodiljama i njihovim partnerima, a pre svega bebama pružaju još kvalitetnije i komfornije početke.



Postporođajne sobe u UKC Ljubljana pre (levo) i posle (desno) renoviranja

NAJSAVREMENIJI ULTRAZVUČNI APARAT ZA ZAGREBAČKE TRUDNICE

Kliničko-bolničkom centru „Sestre milosrdnice“ u Zagrebu, MK Group i AIK banka donirale su 100.000 evra za nabavku najsavremenijeg ultrazvučnog aparata kojim se pregledaju trudnice i porodilje. U ovom porodilištu za godinu dana dođe na svet oko 3.000 beba, kojima su potrebne puna pažnja i neĝa.

„Ultrazvučni uređaj vredan stotinu hiljada evra koji smo dobili na poklon u sklopu projekta ‘Podrška porodici’, sigurno će unaprediti brigu o zdravlju naših trudnica i porodilja. Ovaj gest pokazuje da nam je zajednički zadatak briga o budućim naraštajima u svim državama ovog dela Evrope“, rekao je direktor KBC „Sestre milosrdnice“ prof. dr sc. Davor Vagić.



Donacija porodilištu KBC „Sestre milosrdnice“ u Zagrebu

DVESTA HILJADA EVRA ZA TRI PORODILIŠTA U BOSNI I HERCEGOVINI

Za iznos od 200.000 evra koji su donirale MK Group i AIK banka, porodilište Opšte bolnice „Prim. dr Abdulah Nakaš“ u Sarajevu dobilo je laparoskopski stub, dok je u Republici Srpskoj porodilištima bolnice „Dr Mladen Stojanović“ u Prijedoru i Bolnice Gradiška, obezbeđena preko potrebna medicinska oprema.

Dr Aida Đurđević, načelnica Odjeljenja za ginekologiju i akušerstvo Opšte bolnice „Prim. dr Abdulah Nakaš“ istakla je da je zahvaljujući ovoj donaciji, ustanova sada u mogućnosti da dnevno obavi četiri do pet ginekoloških endoskopskih operacija (laparoskopija i histeroskopija) koje značajno doprinose povećanju stope fertiliteta.



Donacija porodilištu Opšte bolnice „Prim. dr Abdulah Nakaš“ u Sarajevu

Bebama koje se rode u JZU Bolnica Gradiška, kao i njihovim majkama, biće omogućena kvalitetnija neĝa, a direktor ove ustanove dr Rajko Dodik dodatno je istakao značaj donacije: „Zahvaljujemo MK Group i AIK banci što su prepoznale naša nastojanja da obezbedimo što bolje bolničke uslove, jer samostalno ne bismo bili u mogućnosti da nabavimo savremenu opremu.“

Sa druge strane, Andrija Vukotić, direktor bolnice „Dr Mladen Stojanović“ u Prijedoru, pozvao je i druge kompanije da slede primer MK Group i AIK banke: „Donacija je omogućila našim zdravstvenim radnicima da pruĝe kvalitetniju uslugu pacijentima. Nadamo se da će i druge kompanije slediti ovaj primer podrške zdravstvu i porodilištima.“

PROVERENI RECEPT ZA USPEŠNO POSLOVANJE

Za brojne društveno odgovorne aktivnosti, MK Group i AIK banka donirale su preko pet miliona evra u proteklih pet godina. Sredstva su primarno opredeljena za decu i mlade, obrazovanje, zdravstvo i pomoć najosetljivijim grupama stanovništva.

Kompanija MK Group će nastaviti i dalje da radi na iniciranju i sprovođenju projekata koji doprinose boljitku društva, kako bi obezbedila njegov stalni i održivi razvoj. Uređena zajednica znači i osnovu za bolje poslovanje, ali i razvoj zaposlenih, čime se obezbeđuje zajednički napredak.

CIRKULARNA EKONOMIJA NOVA PRILIKA ZA DRUŠTVENU ODGOVORNOST

Ulaganja u inovacije i napredne tehnologije u proizvodnji, predstavljaju ne samo trenutni fokus Mlekare Šabac, već i njen strateški plan za održivu budućnost poslovanja, samim tim i za društvenu odgovornost

Mlekara Šabac na tržištu posluje više od 90 godina, tokom kojih je nastojala da unapredi svoju proizvodnju, ali i da neguje svoj odnos prema zajednici stvarajući omiljene proizvodne brendove poput Sirka, A la Kajmaka i Šabačke. Opređenost Mlekare Šabac za očuvanje životne sredine, efikasno upravljanje energijom i zaštitu zdravlja i bezbednosti zaposlenih, potvrđuje i veliki broj sertifikata koji su usklađeni sa standardima kvaliteta i bezbednosti tržišta na kojima plasira svoje proizvode. Svaki od brendova Mlekare Šabac autentičan je po svom ukusu, a karakteriše ga vrhunski kvalitet i domaće mleko, koje dolazi sa brojnih porodičnih farmi. Sa fokusom na neprestani razvoj i primenjivanje najboljih industrijskih praksi, Mlekara Šabac nastoji da stvara proizvode bez veštačkih boja, aroma, konzervansa i aditiva, u ambalažama koje mogu da se recikliraju.

ZNAČAJ DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

Pod pojmom društvene odgovornosti smatra se interakcija jedne kompanije sa širom zajednicom u kojoj posluje, od svojih zaposlenih, preko saradnika, partnera pa sve do onih koji u toj interakciji na ovaj ili onaj način učestvuju. Ako društvena odgovornost obuhvata društvo, gde onda pripada odgovornost prema životnoj okolini, gde to isto društvo egzistira? Zbog toga se pod društvenom odgovornošću



Maja Bađin Georgijević, rukovodilac korporativnih poslova i komunikacija u Mlekari Šabac

kompanija, sve više ubraja i njen ekološki uticaj, koji ona neretko ima na zajednicu. Iako se smatra da uspešnost određene kompanije proizlazi iz konstantnog unapređenja proizvodnog procesa, ona je suštinski usredsređena na brigu o životnom okruženju i zajednici u kojoj posluje. Zbog toga, ulaganja u inovacije i napredne tehnologije u proizvodnji, predstavljaju ne samo trenutni fokus Mlekare Šabac, već i njen strateški plan za održivu budućnost poslovanja, samim tim i za društvenu odgovornost. Početkom ove godine ostvarena je saradnja između dve kompanije kroz projekat zajedničkog delovanja na polju zaštite životne sredine i smanjenja karbonskog otiska, kao inovativnijeg pristupa kada je u pitanju mlekarska industrija.

KAKO DOBRI KOMŠIJSKI ODNOSI DOPRINOSU ODRŽIVOM POSLOVANJU

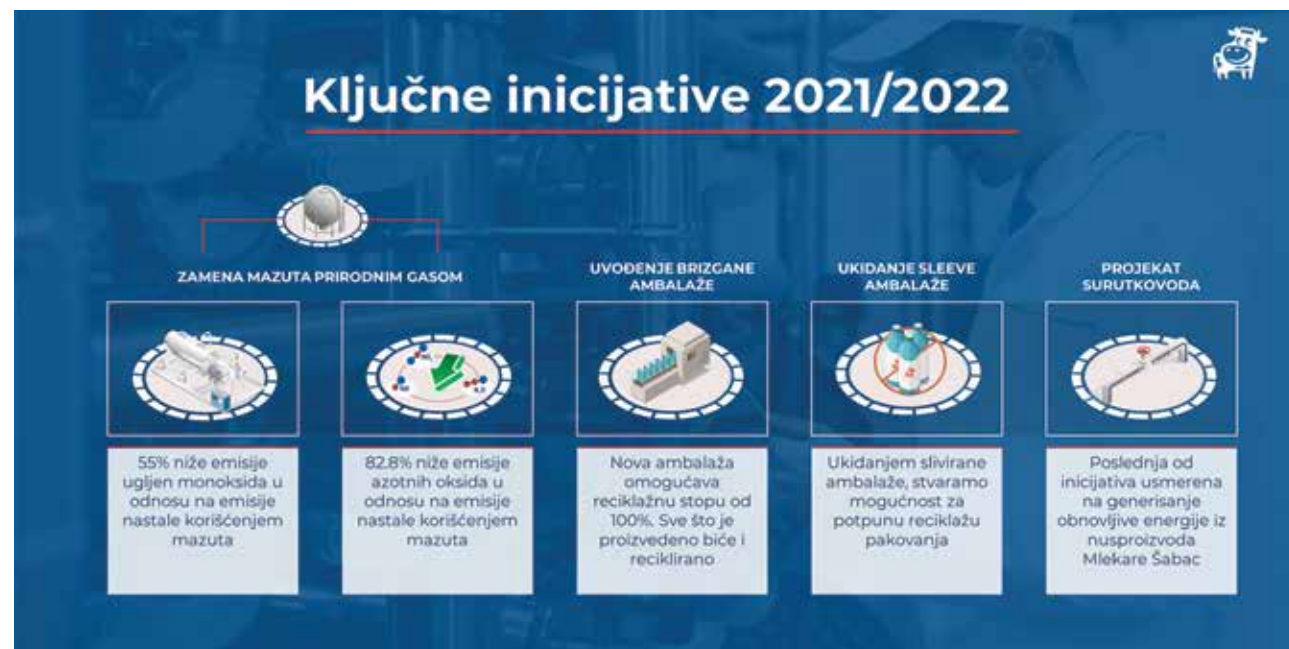
U svim aspektima života i dalje je najdominantniji linearni princip ekonomije, koji podrazumeva iskorišćavanje prirodnih resursa, bez prethodnog promišljanja o njevoj

ponovnoj upotrebi. Ovakav pristup predstavlja krucijalni problem koji suštinski šteti životnoj sredini, a nesumnjivo i zajednici. Cirkularna ekonomija, kao protivteža stoji naspram linearnog, slobodno govoreći sebičnog modela, u okviru kojeg je put od proizvodne trake, preko potrošača do, na kraju, deponije kao završne tačke, jedini kojim putuje prirodni resurs. Prema tome, koncept cirkularne ekonomije mora biti primenljiv na svaku granu industrije, odnosno proizvodnje, uključujući i prehrambenu i konkretno mlekarsku industriju kojoj pripada i Mlekara Šabac.

„Kada radite u prehrambenoj industriji zaista morate imati širu sliku i pre svega usvojiti princip inovativnosti gde ništa, a posebno ne organski otpad, ne sme da se posmatra kao 'otpad', već kao sirovina koja ima svoju dalju upotrebnu vrednost, i to je zapravo suština cirkularne ekonomije i održivog poslovanja“, izjavila je Maja Bađin Georgijević, rukovodilac korporativnih poslova i komunikacija u Mlekari Šabac.

Kao kompanija čiji proces proizvodnje neprekidno traje, 24 dana u nedelji, 365 dana u godini, količina svih sirovina koje se koriste pri tom procesu mogu umnogome pomoći na polju cirkularne ekonomije i to u vidu iskorišćavanja otpada poput nusproizvoda – što je u slučaju mlečne industrije surutka i permeat. Sa ciljem vrlo jasne relacije „proizvod-otpad-proizvod“ inoviran je proces proizvodnje u kojoj se sirovina ne posmatra više kao otpad, već kao ponovno upotrebljiv produkt. Jedan od takvih inovativnih projekata je i „surutkovod“ koji je izveden u saradnji sa SET Green Technology, kompanijom koja se bavi razvojem i unapređivanjem obnovljivih izvora energije, kao i primenom drugih ekoloških tehnologija u svim sferama privrede i društva.





Zahvaljujući upravo dobroj komunikaciji i komšijskim odnosima, koje za posledicu imaju stvaranje novog rešenja za održivi razvoj i zaštitu životne sredine, Mlekara Šabac i SET Green Technology zajednički će doprineti na ovom polju. Sve je počelo kada je kompanija SET Green Technology izgradila svoje postrojenje, elektranu na biogas odmah do fabrike u Šapcu. Prvi korak nakon sklapanja saradnje bilo je da se izgradi „surutkovod“, odnosno da se ove dve kompanije povežu sistemom podzemnih cevovoda, kako bi Mlekara Šabac svoj organski otpad, permeat i surutku, koji se dobijaju u procesu proizvodnje sira, slala elektrani kao sirovinu, a zauzvrat elektrana treba Mlekari da dostavlja vodenu paru, svoj nusproizvod. Na ovaj način Mlekara Šabac će čak 16 odsto ukupne mesečne potrebe za električnom i toplotnom energijom generisati nazad od njih, tj. iz prerade sopstvenih nusproizvoda. Na temu održivog poslovanja, početkom oktobra održan je prvi CSR biznis hub pod sloganom „Oni to rade drugačije“ sa ciljem nesebične razmene znanja i iskustva između kompanija, koje realizuju najznačajnije CSR projekte na domaćem tržištu i lideri su kada je u pitanju održivo poslovanje. Jedna od kompanija učesnica bila je i Mlekara Šabac, koja je predstavila svoj najnoviji projekat „surutkovod“, kao jedan od primera dobre industrijske prakse, kao i održivog uvezivanja različitih industrija u cilju zaštite životne sredine i obnovljivih resursa.

JAKA PARTNERSTVA ZNAČE JOŠ JAČU MLEKARU

Mlekara Šabac poslednjih godina kontinuirano ulaže u razvoj i održivost domaće proizvodnje sirovog mleka, kroz blisku saradnju i podršku proizvođača mleka, dok su neki od njih pouzdani partneri kompanije više od pola veka. Odvajanjem i dodeljivanjem beskatnatih sredstava, Mlekara pomaže farmerima da podignu, obnove ili modernizuju farme savremenijim tehnologijama i opremom, ali i da nabave neophodnu hranu za stoku. Kroz ovaj program, do sada je prošlo skoro 400 farmi. U toku ove godine, koja je zbog suše i rastom cena najviše pogodila upravo farmere, Mlekara Šabac podržala je Farmu Aleksić, dobavljača Mlekare koji već skoro deceniju isporučuje blizu 2.000 litara mleka dnevno. Porodici Aleksić iz Novog Slankamena, na čelu sa braćom Daliborom i Predragom, omogućena je kupovina 50 priplodnih visokosteonih junica, putem dodeljenih beskatnatih novčanih sredstava koje Mlekara Šabac izdvaja za svoje pouzdane partnere. Farma braće Aleksić jedna je od mnogih kojima Mlekara pruža podršku. Porično imanje Zorana Jadranovića iz sela Dobrić kod Šapca, dnevno proizvede do 2.500 litara sirovog mleka i brine o 130 krava, između ostalog i zahvaljujući inovativnom sistemu muže, koji je nabavio uz pomoć Mlekare Šabac. Ovaj modernizovani, zatvoreni sistem muže osigurava ne

samo jednostavniji i efikasniji rad, već pre svega dobijanje kvalitetnijeg i bezbednijeg sirovog mleka, gde je smanjen rizik od kvarjenja izazvanog ljudskim faktorom. Kao jedna od najstarijih mlekarica na ovom tržištu, koja saraduje sa više od 700 domaćih proizvođača i dobavljača sirovog mleka, Mlekara Šabac kroz programe podrške nastoji da osigura domaću sirovinu i sačuva domaći kapital. U skladu sa ovim, žig Čuvarkuća dobijen od strane Privredne komore Srbije, na proizvodima Mlekare Šabac potvrđuje ne samo da su oni stvoreni od domaćih resursa, već oslikava i poslovni pravac kompanije, koji podrazumeva razvoj domaće privrede, ali i održivu budućnost srpskih sela i farmi.

ZAJEDNIČKA EKOLOŠKA AKCIJA

Značaj prepoznavanja politike kompanije, kao i njene misije i vizije od suštinske je važnosti za prosperitet svih segmenata unutar nje. S obzirom na to da već duži niz godina Mlekara Šabac posebnu pažnju posvećuje održivom poslovanju, kao i odgovornom postupanju prema životnoj sredini i široj zajednici u kojoj posluje, velika je sreća imati podršku zaposlenih kada su u pitanju kompanijske vrednosti. U sklopu inicijative za reciklažu i očuvanje zaštite životne sredine, kolege Ivana Savić i Igor Janković iz Odeljenja opštih poslova, tačnije iz Sektora ljudskih resursa i organizacionog razvoja, pokrenule su ekološku akciju kojoj su se odazvali



Ekološka akcija, Ivana Savić i Igor Janković, Sektor ljudskih resursa i organizacionog razvoja

zaposleni Mlekare Šabac, prikupivši na taj način više od 60 kg papira za reciklažu, koji je dalje predat „Udruženju inženjera zaštite životne sredine“ iz Novog Sada. Kao mali znak pažnje za celokupni doprinos kolektiva kompanije, Mlekara Šabac zauzvrat je dobila od strane Udruženja sadnicu tuje, koju su zaposleni posadili u krugu fabrike u Šapcu. Ovom akcijom, zaposleni su još jednom pokazali zajedništvo u svom doprinosu za bolju životnu sredinu.

OSVRT KA UNUTRA

Mlekara Šabac, kao kompanija koja zapošljava oko 350 ljudi, jedan od njenih glavnih ciljeva je upravo dobrobit i razvoj zaposlenih, jer zadovoljni zaposleni znače jaku i uspešnu kompaniju. Briga za zaposlene, unapređenje i zaštita zdravlja, poboljšanje uslova radne sredine i promocija zdravog načina života predstavljaju jedan od glavnih prioriteta za kompaniju. U okviru programa dobrobiti zaposlenih nastavljeno je sa prošlogodišnjom Kampanjom zdravlja koja obuhvata različite vrste besplatnih preventivnih pregleda za sve zaposlene. Tokom septembra meseca, preko 120 kolega i kolegica obavilo je oftalmološki pregled u našoj fabrici u Šapcu i direkciji u Beogradu. Ovakva inicijativa, kao i njeno proširenje na druge oblasti zdravstvene nege, planirano je da se nastavi i u narednom periodu. Tradicionalno, Mlekara Šabac sa zadovoljstvom i punim srcem obradovala je decu svojih zaposlenih, koja polaze u prvi razred osnovne škole. Kao i svake godine, kroz prigodne poklone u vidu čestitke, školske torbe i kompletnog školskog pribora, kao i mogućnost odsustva sa posla tog dana, kompanija je podržala roditelje naših đaka prvaka koji su ovog 1. septembra zakoračili u nove izazove. Za Mlekaru Šabac reč porodica ima posebnu vrednost. Deca mnogih kolega koji su otišli u penziju, danas su takođe deo kompanije. Društveno odgovorno poslovanje i vrednosti na kojima Mlekara Šabac bazira svoj rad predstavljaju neprestani proces napredovanja, usklađen sa potrebama zajednice i šireg društvenog konteksta. Naravno, zaposleni su ti koji stoje iza ovog procesa i svojom posvećenošću, kreativnošću, poštovanjem jedni drugih, poslovnih partnera i kupaca, pokazuju ne samo smelost i strastvenost u poslu koji rade, već i odgovornost prema široj zajednici. Iz tog razloga podrška koju im pružamo predstavlja vrstu zahvalnosti za sve ono što oni znače Mlekari. Jedan od vidova te podrške odnosi se i na roditeljstvo i novčanu pomoć od 50.000 dinara koju Mlekara Šabac dodeljuje za rođenje svakog deteta, u sklopu kompanijskog koncepta benefiti za zaposlene.

TRIJUMF HUMANOSTI UZ ASISTENCIJU MOZZARTA

Dobro je poznato da je kompanija Mozzart regionalni lider u priređivanju igara na sreću, a uz njeno ime ravnopravno stoji i epitet lidera na polju humanosti. Samo tokom ove godine, uz Mozzartovu asistenciju pomoć je stigla na adrese brojnih pojedinaca, zdravstvenih i kulturnih ustanova, humanitarnih organizacija i udruženja, sportskih kolektiva... Kako bi se pomoglo svima kojima je to potrebno, organizovane su brojne humanitarne utakmice i turniri, podržane su manifestacije od kulturnog značaja, a nastavljeno je i sa stalnim akcijama po kojima je ova kompanija prepoznatljiva već dugi niz godina

Kompanija Mozzart društveno odgovorne aktivnosti kontinuirano usmerava ka svim oblastima – sportu, zdravstvu, kulturi, talentima i obrazovanju, rodnoj ravnopravnosti i ekonomskom osnaživanju žena. Gotovo da ne postoji institucija u državi sa kojom Mozzart nema uspostavljenu saradnju, od ministarstava zdravlja, odbrane, prosvete, Rektorata, Koordinacionog tela za rodnu ravnopravnost i mnogih drugih relevantnih ustanova. Uz Mozzartovu podršku, ideje mladih startup timova lansirane su u univerzum, brojne preduzetnice su realizovale svoje biznis planove, različiti delovi Srbije dobili su obnovljene terene na kojima će stasavati budući košarkaški asovi, mnogobrojni amaterski klubovi zablistali su u novim dresovima... Na dobro poznatu listu Mozzart talenata upisali su se novi stipendisti koji uz podršku ove kompanije ostvaruju svoje snove. Uz asistenciju regionalnog lidera u priređivanju igara na sreću brojni fudbaleri postigli su humanitarne pogodke, a domaći šampionat prvi put je dobio društveno odgovorni karakter. U ekološke akcije Mozzarta rado su se uključivali i zaposleni, a kompanija je imala glavnu ulogu i na snimanjima brojnih serija i postavljanju novih pozorišnih komada.

STO TERENA ZA JEDNU IGRU

Tradicionalna Mozzartova akcija „Sto terena za jednu igru“ polako se bliži spektakularnoj završnici. Samo tokom 2022. godine otvoreno je pet terena širom Srbije. Tomašević, Rebrača, Danilović, Krstić, Kešelj, Veličković i mnogi drugi su prethodnih godina otvarali igrališta koja Mozzart obnavlja u čast legendi ove igre, a početkom ove godine spojio ih je jedan posebno emotivni događaj – teren kod „Arene“ koji je poneo ime velikog Dušana Dude Ivkovića. Nakon toga, Mozzartov karavan se uputio za Kraljevo gde su Vasilija Vasu Micića dočekali brojni sugrađani na terenu otvorenom u čast dvostrukog MVP-a Evrolige. Sa novootvorenog Mozzartovog terena na Voždovcu ispraćen je i aktuelni kapiten košarkaške reprezentacije Vladimir Lučić, a u Novom Sadu dočekana je zlatna basket reprezentacija na terenu posvećenom njima i zemlji basketu. Kompanija Mozzart je i svim građanima pružila priliku putem nagradne igre da se jubilarni 95. teren otvori baš u njihovom kraju, a student Filip Ilić je pobedio i svojoj rodnoj Žagubici doneo novi teren. „Cilj nam je da mladim talentima jednog od najomiljenijih sportova u Srbiji omogućimo što bolje uslove za dalji razvoj



i napredak, u nadi da ćemo jednog dana pratiti njihove bravure na parketu u dresovima reprezentacije. Akcija je nastala sa željom da se promovišu prave vrednosti – zdrav život, socijalizacija mladih, timska igra i ono što odlikuje prave šampione - sportski duh i kad se gubi i kad se pobeđuje“, istakao je Borjan Popović, direktor korporativnih komunikacija kompanije Mozzart.

NOVI DRESOVI ZA NOVE ŠAMPIONE

Od 2016. godine kada je akcija započeta, više od 300 sportskih kolektiva i oko 9.000 sportista obuklo je nove dresove koje im je donirala kompanija Mozzart. Samo u ovoj godini, više od 60 amaterskih fudbalskih, košarkaških, odbojkaških i rukometnih klubova širom cele Srbije dobilo je novu opremu.

KULTURA

Kada se društvena odgovornost „postavlja“ na scenu i filmsko platno, nema sumnje da je kompanija Mozzart u glavnoj podeli. Sa Beogradskim dramskim pozorištem je potpisan protokol o strateškoj saradnji, a osim podrške daskama koje život znače, Mozzart je imao značajnu rolu i na

snimanju brojnih serija. Poslednji u nizu je serijski nastavak velikog bioskopskog hita „Južni vetar“. „Velika je stvar biti deo jedne ovakve priče koja je milione gledalaca vratila u bioskopske sale i ispred malih ekrana. Naša saradnja bila je i više nego uspešna, a dali smo joj i humanitarni karakter kupovinom nekoliko kostima glavnih junaka i preusmeravanjem sredstava onima kojima je u tom trenutku bilo najpotrebnije. Jedva čekamo da vidimo šta su nam Maraš, Bača i ostatak ekipe pripremili ovog puta“, istakao je Dejan Kosanović, direktor marketinga u Mozzartu.





EKOLOGIJA

Spajajući ljubav prema sportu i ekologiju, Mozzart je ove godine bio naslovni sponzor sve tri Invictus challenge OCR trke. Mozzartov tim „Nepobedivi“ osvojio je Petrovaradinsku tvrđavu, savladao prepreke na Štrandu i nepobedivi timski duh potvrdio u finalnom izazovu na Fruškoj gori. Osim nadmetanja na stazi, Mozzart je organizovao i ECO challenge u kojem su zaposleni čistili Petrovaradin, potom se jedrilica sa nazivom ove kompanija otisnula na Dunav kako bi očistila priobalje Štranda, a u završnici su fruškogorske ptice dobile nove domove koje je napravio Mozzart tim. Kućice za ptice su pravljene uz pomoć saradnika iz udruženja Sotsko jezero kojem je Mozzart uputio finansijsku podršku za uređenje ovog netaknutog dela prirode.

„Ekologija je izuzetno važna oblast našeg društva i trudimo se kao kompanija da se što aktivnije uključimo u borbu za zdravije okruženje, ujedno podstičući i naše zaposlene da daju svoj lični doprinos. Ponosni smo što je odziv uvek sjajan i što zajedno pokazujemo visok nivo solidarnosti i ekološke svesti“, istakla je Jelena Marković, direktorka Direkcije korporativnih poslova u Mozzartu.

MOZZART BET SUPERLIGA

Kao ekskluzivni partner Fudbalskog saveza Srbije i naslovni sponzor Superlige i Prve liige Srbije, kompanija Mozzart je prvi put uvela humanitarni segment u domaće prvenstvo. Svake nedelje najbolji igrač kola nagrađuje se novčanim iznosom koji prosleđuje organizaciji ili pojedincu po izboru, a nagrade odlaze i igračima meseca koji ih takođe preusmeravaju u humanitarne svrhe. Do sada je pomoć stigla na veliki broj adresa i to uvek tamo gde je



najpotrebnija. Akcija će biti nastavljena i naredne godine, sve do završetka domaćeg šampionata.

SPORT

U okviru projekta Besplatne škole sporta Mozzart je tokom ove godine omogućio velikom broju mladih da potpuno besplatno treniraju svoje omiljene discipline - od šaha preko rukometa, košarke, odbojke, fudbala... Regionalni lider u priređivanju igara na sreću tokom leta podržao je košarkaški kamp Željka Rebrače, golmanski kamp Milana Borjana i fudbalski kamp Dejana Stankovića, pružajući priliku velikom broju mladih talenata da sportske veštine usavršavaju i uče od svojih idola.

Kompanija Mozzart je podržala i veliki broj sportskih događaja sa humanitarnim karakterom u saradnji sa brojnim klubovima i organizacijama. Jedna od akcija, Mozzart Koš za sreću, organizovana je na Kalemegdanu i okupila je veliki broj poznatih ličnosti koje su podeljene u dva tima igrale za zajednički cilj – prikupljanje novca za izgradnju novog doma porodici Stojićević iz Pećinaca. Misija je bila i više nego uspešna, pre svega zahvaljujući donaciji Mozzarta koji je, u saradnji sa organizacijama Koš za sreću i Srbi za Srbe, prikupio rekordan iznos.

MOZZART TALENTI

Mozzart je kroz svoj program podrške talentima tokom ove godine podržao brojne mlade uspešne pojedince koji već osvajaju svetsku scenu. Na samom vrhu liste Mozzart talenata našla se teniserka Petra Drezgic, koja je dobila podršku u usponu ka vrhu WTA liste, zatim saksofonistkinja



Kristina Vasić, koja je karijeru započela sa samo sedam godina, a u svoju biografiju već upisala i nastup sa čuvenim tenorom Plasidom Domingom, kao i džokej Jelena Živković, koja samostalno održava veliko imanje kod Topole i učestvuje na konjičkim trkama po celoj zemlji.

UNIVERZUM

U saradnji sa Univerzitetom u Beogradu, kompanija Mozzart osmislila je i realizovala jedinstveni akcelerator program Univerzum, u okviru kojeg su svetlost dana ugledali projekti o kojima će se tek pričati. Svoje veštine i znanja kroz brojna predavanja, radionice i rad sa mentorima unapredili su timovi SOMA BioWorks, EasyPass, Inclusio, Pet Travel Advisor Solutions, SportUp5 i Perun Lab. Izabrani startapi osvojili su grantove u ukupnom iznosu od 25.000 evra, dobili obezbeđen prostor i mentorsku podršku, kao i priliku da



prezentuju svoje ideje potencijalnim investitorima. Nakon velikog uspeha prvog ciklusa ovog projekta, trenutno se radi na pokretanju novog.

STOP NASILJU NAD ŽENAMA

Kompanija Mozzart uspešno sprovodi kampanju „Stop nasilju nad ženama“ i pomaže sigurnim kućama širom zemlje. Za šticećenice sigurnih kuća početkom godine organizovan je odlazak na predstavu „Potkrovlje“, a osim Sigurne kuće u Beogradu kojoj kompanija pruža finansijsku podršku svakog meseca, upućene su i donacije drugim ustanovama ovog tipa.



VIŠE OD POLA MILIONA EVRA ZA CSR AKCIJE

- **Sto terena za jednu igru: 120.000 evra**
- **Humanitarni tiket u podne: 45.000 evra**
- **Novi dresovi za nove šampione: 29.000 evra**
- **Besplatne škole sporta: više od 100.000 evra**
- **Program podrške talentima: 22.000 evra**
- **Univerzum startup akcelerator: 50.000 evra**
- **Stop nasilju nad ženama: 15.000 evra**

NEOPLANTA GODINU ZAVRŠAVA SA ŠIROOOKIM OSMEHOM: ISPUNILI SMO SVE SA NAŠE „TO DO LISTE“

Neoplanta se ističe značajnim ulaganjima u ekološke projekte i u modernizaciju proizvodnje

Kada godinu završavate s osmehom na licu i kada vas prati osećaj da ste 365 dana činili sve da poslovanje kompanije Neoplanta konstantno bude na najvišem nivou, tada sa nestrpljenjem čekate da 2023. godina počne jer ste sigurni da može biti samo bolja od prethodne, kaže Aco Tomašević, direktor Neoplante. Osvrće se zadovoljno i na ovogodišnju „to do listu“, na kojoj je novosadska kompanija sve uspešno štiklirala, kao pravi lider društvene odgovornosti. Proizvodi Neoplante su neizostavni deo trpeza širom Srbije i regiona, kompanija je kao prioritet postavila i brigu o očuvanju životne sredine, stavljen je potpis na bitne ugovore, stigla je i jedna posebna dozvola, veza sa gradom Novim Sadom, čije ime Neoplanta nosi, sve je jača, ali i veza sa zaposlenima, na šta su posebno ponosni. Prethodnu godinu ulepšala je i jedna interesantna aplikacija, o kojoj se širooko pisalo i pričalo.

„IPPC DOZVOLA KAO DOKAZ DA NE RAZMIŠLJAMO SAMO O DANAS, VEĆ I O SUTRA“

Kako Neoplanta ništa ne radi stihijski, već je sve precizno isplanirano, plodove planiranja i ulaganja još iz 2010. godine, kompanija je ubirala ove godine. Dešavanja u avgustu su se tako izdvojila kao highlight godine jer je stigla velika vest: Neoplanta je dobila značajnu integrisanu dozvolu za prevenciju i kontrolu zagađenja životne sredine (IPPC). „IPPC dozvola predstavlja najviši evropski standard u ovoj oblasti i stepenik više na putu dobrih praksi održivog



poslovanja kompanije Neoplanta. Dobijanjem IPPC dozvole potvrdili smo da vodimo računa o tome kakav vazduh udišemo, kakvu vodu pijemo i iz kakve zemlje ubiramo plodove našeg rada. Kada Pokrajinski sekretarijat za zaštitu životne sredine i Ministarstvo za zaštitu životne sredine prepoznaju jednu kompaniju kao društveno odgovornu, koja teži 'zelenom poslovanju', koja ne razmišlja samo o danas, već i o sutra, i koja ne teži profitu po svaku cenu - možete samo biti ponosni, jer je to izuzetno priznanje. U tom trenutku znate da ekološki projekti nisu samo nešto što bi trebalo da radite, oni su pravilo vašeg poslovanja“, kaže Tomašević.



ZNAČAJNA ULAGANJA KOJIMA NEMA KRAJA

Kako dodaje, iza zaposlenih u kompaniji su milje i milje koračanja uzbrdo. Ne treba zanemariti ni značajna ulaganja još od 2010. godine, koja su iznosila preko 30 miliona evra, a jedno od značajnijih predstavlja i savremeno postrojenje za prečišćavanje otpadnih voda koje sprečava uništavanje biodiverziteta u kanalu Dunav-Tisa-Dunav, kao i u smanjenje emisije CO2, u koje je uloženo više od 2,5 miliona evra. Takođe, kompanija je svesna problema zbrinjavanja ambalažnog otpada, sa kojim se suočavaju proizvođači. Uspešnom dugogodišnjom saradnjom sa ovlašćenim operaterima, sva ambalaža se adekvatno zbrinjava i kompanija Neoplanta tako obezbeđuje ispunjavanje zakonom propisanih ciljeva za ponovno iskorišćenje i reciklažu ambalažnog otpada.

„Na ovaj način svake godine uspemo da smanjimo emisiju CO2 za više od 200 t i tako pozitivno delujemo na ukupan karbonski otisak naše kompanije“, objašnjava direktor Neoplante.

„DEO PROFITA UVEK VRAĆAMO PRIRODI, POTROŠAČIMA I ZAPOSLENIMA“

U nastavku godine, parafiran je značajan ugovor sa Razvojnog agencijom Srbije, a iznos planiranih investicija je 7,7 miliona evra. Ulaganja će većim delom biti usmerena na unapređenje energetske efikasnosti i automatizaciju delova proizvodnje.

„Smatramo da su investicije neophodne za zdravo poslovanje svakog sistema, pa zato deo profita konstantno kroz ulaganja na posredan način vraćamo

prirodi, potrošačima, zaposlenima. U Neoplanti nastojimo da kontinuirano ulažemo u podizanje kvaliteta naših proizvoda jer to naši potrošači zaslužuju, zatim u podizanje kvaliteta uslova rada naših zaposlenih kroz automatizaciju proizvodnih procesa, a tu su i ulaganja usmerena ka očuvanju prirode“, kaže direktor kompanije Neoplanta.

NEOPLANTA I NOVI SAD – NERASKIDIVA VEZA

Snažna veza koja postoji između grada Novog Sada i kompanije Neoplanta ove godine ogledala se i u različitim akcijama i te akcije su, kako u Neoplanti kažu, „pogledna poglavlja knjige koju pišu“.

„U pisanje naše knjige je uključena i posvećenost gradu čije ime nosimo, našoj lokalnoj zajednici, kao i povezanost sa sugrađanima. Oslušujemo njihove potrebe, a razmišljamo i kako da Novi Sad učinimo još lepšim. Tako naš lepi Novi Sad gledamo kroz durbin koji smo postavili na Petrovaradinskoj tvrđavi, a ovog proleća na Štrandu smo zasadili platane koji će posetiocima pružiti široooki hlad, dok smo ispred Železničke stanice postavili žardinjere. Mislimo na naše mlade sugrađane, pa smo i ove godine poklonili bicikle najboljim osnovcima i srednjoškolcima, čime smo podržali misiju grada da se omasovi vožnja bicikla kao ekološkog prevoznog sredstva. Takođe smo motivisali najmlađe da uživaju u vožnji kroz naš lepi grad.“





„VELIKA KAMPANJA ZAPOSŁJAVANJA ZBOG POVEĆANOG OBIMA PROIZVODNJE“

Kao što se vidi iz svega nabrojanog, leto je bilo vrlo produktivno za kompaniju Neoplanta.

„Zbog povećanog obima posla, realizovali smo veliku kampanju zapošljavanja. U tome su nam pomogle naše kolege, zbog čega smo naročito ponosni. Time što su oni preporučili kompaniju Neoplanta kao poželjnu za rad svojim prijateljima, komšijama, članovima porodice, za posao su aplicirali ljudi koji od prvog dana našu kompaniju doživljavaju kao svoju kuću. Veliki broj naših kolega želeo je da učestvuje u ovoj kampanji zapošljavanja, pa je sve od ideje do realizacije teklo glatko. Čak 45 naših kolega je bilo lice kampanje, pojavili su se na bilbordima, autobusima i digitalnim kanalima komunikacije“, objašnjava Tomašević.

Ovakva originalna kampanja je rezultirala velikim brojem prijave za posao i značajnim brojem novozaposlenih kolega. „Drago nam je što su naši zaposleni prepoznali važnost uključivanja u ovaj projekat, te svojim ličnim primerom pozvali ljude da se prijave da rade kod nas u kompaniji jer su oni pravi ambasadori Neoplante. S obzirom na to da u kompaniji imamo i dosta jubilaraca, koji sa nama rade 10, 20 i 30 godina, kao i zaposlene koji napreduju iz godine u godinu i menjaju pozicije u skladu sa svojim doprinosom kompaniji, jasno je da ulažemo u svakog pojedinačno i da nijedan trud i zalaganje ne ostaju nezapaženi. Tako će biti i ubuduće, jer za drugi način poslovanja ne znamo“, kaže direktor kompanije Neoplanta.

„BITNA NAM JE JEDNAKOST“

U kompaniji Neoplanta 50 odsto zaposlenih su žene, a 50 odsto muškarci, dok u menadžerskoj strukturi ima 54 odsto muškaraca i 46 odsto žena.

„Nejednakost među polovima nije samo nepravedna, već može da ometa inovacije i usporava napredak jedne kompanije. Odgovorna preduzeća ne mogu da ostanu nema na to, mi nismo ostali nemi na to. Sa sigurnošću tvrdim da ćemo se prema zaposlenima uvek ponašati pošteno i ravnopravno“, naglašava Aco Tomašević.

BORBA PROTIV GLADI – JEDAN OD PRIORITETA

Kao prehrambena industrija, kompanija Neoplanta vodi računa i o stanovništvu koje oskudeva u hrani.



„Jedna od naših misija, kao prehrambene industrije, jeste da se svim snagama borimo protiv gladi. Nezamislivo je da u 21. veku ima toliko ljudi koji nemaju ni za jedan obrok dnevno. Gladuju sve kategorije, i deca, i stariji. Iz tog razloga, naša kompanija svake godine pruža značajnu pomoć u vidu Neoplantinih proizvoda, a neke od donatorskih akcija ove godine bile su usmerene ka Svratištu u Novom Sadu, Centru za zaštitu žrtava trgovine ljudima, fondaciji Novi Sad - Evropska prestonica kulture, kao i porodicama stradalih rudara u rudniku Soko. Svesni smo da sami ne možemo iskoreniti glad, ali zajedničkim snagama možemo znatno popraviti stanje“, poručuje Tomašević.

VELIKI USPEH APLIKACIJE „NAPRAVI KOBASICU PO SVOM UKUSU“

Proleće je pokrenulo maštu i lansirana je aplikacija „Napravi kobasicu po svom ukusu“. Za one prave gurmane, Neoplanta je osmislila fenomenalni nagradni konkurs u kom su uživali svi ljubitelji kvalitetnih i ukusnih zalogaja. Ova aplikacija podstakla je potrošače na kreativnost i da postanu deo Neoplantine široooke zajednice. Svako od potrošača dobio je šansu da istakne svoje kulinarsko umeće i na virtuelan način, preko aplikacije, napravi svoju idealnu kobasicu. Uz dodatak različitih začina, kombinaciju mesa i drugih sastojaka, svi virtuelni kuhinjski mogli su osmisliti svoju idealnu kobasicu, po sopstvenoj recepturi. Nakon četiri nedelje napetog takmičenja i mnoštva kvalitetnih recepata, odabran je najbolji.

„Aplikacija se pokazala kao odlična veza između nas i potrošača jer smo im pružili mogućnost da na virtuelni način kreiraju svoj idealan delikates, dok je najbolji, porednički predlog i proizveden. Čajna, budimska, fruštuk, kulen... Dobro su i širooko poznati svi ovi Neoplanta Delikates proizvodi, a da su pravi gurmani vrlo zainteresovani da i sami osmisle recept za svoju kobasicu, govori veliki broj prijavljenih predloga koji je prešao 2.500. Jasno je da je ideja bila pun pogodak“, kaže Tomašević.

„DECENIJAMA NEOPLANTA PRIČA PRAVU, IZVORNU VOJDOĐANSKU PRIČU“

U svakoj ideji koju kompanija Neoplanta plasira vidljiva je prisnost sa potrošačima, pa je, samim tim, Neoplanta pravi



izbor za one koji znaju da biraju jer plasira ukusne proizvode za one koji znaju da prepoznaju kvalitet.

„Proizvodimo kao za svoju decu. Kreiramo ukus za uživanje natenane. Zato što nam je stalo do potrošača, zaposlenih, kupaca, društvene zajednice, partnera, vlasnika kapitala i održivog razvoja. Volimo da kažemo da decenijama unazad Neoplanta priča priču koja je širooka kao njena ravnica, moćna kao sam Dunav. To je priča koja nas greje u zimskim danima, dok sedimo okupljeni oko trpeze pune đakonija, sa porodicom i prijateljima, koja nas osvežava kao letnji povetarac dok uživamo u bašti pod procvetalom voćkom, koja nas podseća na poreklo i tradiciju na kojoj smo odrasli i kojoj učimo naše potomstvo, jer moramo da znamo ko smo i kuda idemo“, zaključuje Aco Tomašević.

ULAGANJE U ZAJEDNICU JE OSNOVA ZA BUDUĆE GENERACIJE

Kompanija NIS duže od decenije podržava projekte od značaja za mlade, ulaže sredstva u unapređenje javnog zdravlja i socijalne zaštite, obrazovanja i nauke, ekologije i zaštite životne sredine, doprinosi razvoju kulture i pruža podršku razvoju amaterskog i profesionalnog sporta

Definicija poslovnog uspeha prevazilazi profitabilnost i prepoznatljivost brenda. U današnjem svetu, zaposleni, kupci i druge zainteresovane strane ocenjuju kompaniju prema tome kako njena aktivnost utiče na zajednicu, životnu sredinu i društvo u celini. Praksa društvene odgovornosti u savremenom poslovanju integrisana je u kulturu i poslovanje kompanija i sve je veći broj onih koje svoje biznis aktivnosti usklađuju sa potrebama zajednice.

U našoj zemlji, kompanija NIS već godinama podržava projekte od značaja za mlade, ulaže sredstva u unapređenje obrazovne infrastrukture, popularizaciju nauke, kulture, umetnosti i sporta, doprinosi poboljšanju uslova za rad i boravak u zdravstvenim ustanovama i ustanovama socijalne zaštite i realizuje projekte u oblasti zaštite životne sredine. Od 2009. godine do sada NIS je u te svrhe izdvojio više od 4,2 milijarde dinara. Sve navedene aktivnosti deo su različitih programa društvene odgovornosti NIS-a, kojima ova kompanija doprinosi ostvarenju globalnih ciljeva održivog razvoja.

SNAŽNA PODRŠKA LOKALNIM ZAJEDNICAMA

Programom „Zajednici zajedno“, koji NIS sprovodi već 14 godina zaredom u saradnji sa partnerskim gradovima i opštinama širom Srbije, do sada je obuhvaćena izgradnja, sanacija i opremanje velikog broja škola, vrtića, fakulteta, dečjih igrališta, sportskih objekata, objekata zdravstvene i socijalne zaštite, kao i ustanova kulture. Putem ovog programa NIS je u unapređenje kvaliteta uslova za život građana Srbije do sada uložio više od 1,5 milijardi dinara kroz

više od 1.000 realizovanih projekata.

Samo u okviru prošlogodišnjeg ciklusa programa „Zajednici zajedno“, NIS je izdvojio sredstva u iznosu od 107,5 miliona dinara za finansiranje projekata koji su usmereni na unapređenje zaštite životne sredine u partnerskim gradovima i opštinama. Program je obuhvatao unapređenje energetske efikasnosti objekata od javnog značaja putem zamene kotlova na ekološki prihvatljivije energente, sanacije fasada i krovova, zamene dotrajale stolarije i rasvete, uvođenja sistema solarnog napajanja i postavljanja inovativnih ekoloških parkovskih elemenata. Jedan od realizovanih projekata je izgradnja i uređenje Sentandrejskog parka u Novom Sadu. Prilikom njegove izgradnje vodilo se računa o korišćenju ekološki prihvatljivih materijala i obnovljivih izvora energije, tako da se u parku, koji ima urbani mobilijar, nalaze i solarna rasveta i pametna klupa, a posađene su i autohtone sadnice drveća.

„DA SE NOVE NADE RODE“

Kako je dugoročno ulaganje u zdravlje osnova za buduće generacije, u skladu sa idejom vodiljom kompanije „Budućnost na delu“ i pitanjima od nacionalnog značaja, NIS se u 2022. godini u okviru programa „Zajednici zajedno“ posvetio temi reproduktivnog zdravlja i podršci natalitetu. Ovogodišnji program sprovodi se pod sloganom „Da se nove nade rode“, a ukupna vrednost 22 podržana projekta iznosi 118,5 miliona dinara. Projekti će biti realizovani u 13 partnerskih gradova i opština: Beogradu, Novom Sadu, Nišu, Čačku, Pančevu, Požarevcu, Kikindi, Zrenjaninu, Kanjiži,



**U OKVIRU PROGRAMA „ZAJEDNICI
ZAJEDNO“ OVE GODINE JE
IZDVOJENO MILION EVRA ZA
OPREMANJE ZDRAVSTVENIH
USTANOVA KOJE SE BAVE
REPRODUKTIVNIM ZDRAVLJEM**

Srbobranu, Žitištu, Novom Bečeju i Velikom Gradištu. Izabrani projekti usmereni su na opremanje zdravstvenih ustanova na svim nivoima zdravstvene zaštite, koje se bave reproduktivnim zdravljem u cilju blagovremene dijagnostike i lečenja, što direktno doprinosi povećanju nataliteta. Takođe, podrška je namenjena i nekim lokalnim samoupravama u realizaciji javnih poziva za sufinansiranje troškova parovima u procesu vantelesne oplodnje.





OBRAZOVANJE JE KLJUČ USPEHA

Talentovani pojedinci su energija koja kompaniju vodi u nove uspehe. Vodeći se ovom devizom, NIS je pre 10 godina pokrenuo program „Energija znanja“ kroz koji ostvaruje saradnju sa obrazovnim institucijama u zemlji i inostranstvu, pruža kontinuirani doprinos unapređenju obrazovnog sistema u Srbiji, poboljšava infrastrukturu i uslove za realizaciju nastave u školama i na fakultetima u zemlji, podržava razvoj prirodnih nauka i stipendira najbolje domaće studente u skladu sa kadrovskim potrebama kompanije.

NIS saraduje sa fakultetima koji su od interesa za delatnost kompanije, a saradnja je do sada uspostavljena sa više od 30 fakulteta u Srbiji i Ruskoj Federaciji. Ove godine, NIS je potpisao nove memorandume o saradnji u oblasti obrazovanja, istraživanja i transfera znanja sa Računarskim fakultetom Univerziteta Union, Saobraćajnim fakultetom Univerziteta u Beogradu, Filozofskim fakultetom u Novom Sadu i nastavio uspešnu dugogodišnju saradnju sa Novosadskim univerzitetom. Pored toga, kompanija je uspostavila saradnju u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu sa Fakultetom za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu (FIMEK), Akademijom tehničkih strukovnih studija u Beogradu i Fakultetom zaštite na radu u Nišu. U okviru programa „Energija znanja“ NIS je do sada adaptirao i opremio više od 60 učionica, kabineta i laboratorija na fakultetima i školama širom Srbije. Stipendirano je više od 130 studenata u Srbiji i Ruskoj Federaciji. Uz podršku NIS-a naši najbolji matematičari, fizičari i hemičari su sa međunarodnih olimpijada doneli preko 100 medalja. Samo u okviru ovog programa godišnje se održi više od 250 studentskih praksi i poseta kompaniji i više od 30 gostujućih predavanja NIS-ovih stručnjaka na partnerskim fakultetima.

NIS je prva kompanija nosilac prestižne Svetosavske nagrade za doprinos obrazovanju u Srbiji, koju dodeljuje Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

AKTIVNO DELOVANJE KLUBA VOLONTERA NIS

Akcijama korporativnog volonterizma, NIS motiviše svoje zaposlene, podstiče ih na angažovanje i razvija osećaj zajedništva, omogućavajući im da se uključe u aktivnosti koje doprinose ostvarivanju širih društvenih ciljeva. Klub volontera kompanije NIS osnovan je 2018. godine i broji više od 1.650 članova, zaposlenih kompanije, koji su do sada realizovali više od 60 volonterskih akcija, tokom kojih su donirali oko 6.000 volonterskih sati.

Tokom ove godine, Klub volontera NIS-a sproveo je veliki broj akcija usmerenih na podršku različitim inicijativama i kategorijama društva, sa posebnim fokusom na ekologiju i zaštitu prirode.

U želji da najmlađe članove naše zajednice edukuje o značaju očuvanja zdrave životne sredine kao jednog od osnovnih ciljeva održivog razvoja, kompanija NIS je u saradnji sa Udruženjem „Čepom do osmeha“ realizovala edukativni ciklus radionica „Ekološko vaspitanje, zdravo odrastanje!“ za više od 450 učenika osnovnih škola iz Niša, Kikinde, Kovilja, Čačka i Beograda. Učenici su, pored interaktivnih predavanja na temu reciklaže, imali priliku da zajedno sa članovima Kluba volontera kompanije učestvuju i u različitim kreativnim radionicama. Edukativnim aktivnostima Kluba volontera obuhvaćeni su i učenici starijeg uzrasta, te su tako vatrogasci NIS-a srednjoškolicima iz Kikinde održali predavanje na temu zaštite od požara i prevencije trovanja ugljen-monoksidom. Povodom obeležavanja Svetskog dana zaštite životne sredine, članovi Kluba volontera NIS-a učestvovali su u akciji čišćenja



priobalja reke Save na Adi Ciganliji i time nastavili tradiciju uređenja zelenih površina i popularnih izletišta. Ove godine sproveden je i interni konkurs pod nazivom „Promeni okolnosti u svojoj okolini“. Zahvaljujući sjajnim inicijativama NIS-ovih zaposlenih i angažovanju volontera, uređen je deo nasipa u Bačkoj Palanci u okviru Parka prirode „Tikvara“, u Banatskom Velikom Selu sprovedena je akcija „Ulepšajmo zajedno naše selo“, u okviru koje je uređen i pošumljen park u centru mesta, dok je novoizgrađeni sportstko-rekreativni centar u Kuli oplemenjen sadnicama javora.

Takođe, vredni volonteri NIS-a su u Centru za zaštitu odojčadi, dece i omladine Zvečanska sprovedli akciju u okviru koje su oplemenili prostor zelenilom i obnovili dečju baštu lekovitog bilja, a u Bloku 21 na Novom Beogradu stanovnicima su omogućili da za odmor i druženje koriste obnovljeni parkovski mobilijar. Osim navedenih aktivnosti, u NIS-u se tradicionalno organizuju i akcije dobrovoljnog davanja krvi. Zahvaljujući altruizmu i humanosti zaposlenih u Beogradu, Novom



NIS JE DONIRAO GOTOVO 10.000 LITARA PIJAĆE VODE „JAZAK“ KOVID BOLNICI U BATAJNICI

Sadu, Pančevu i Zrenjaninu, za prvih 10 meseci ove godine prikupljeno je preko 250 jedinica krvi, čime je pružen značajan doprinos u stvaranju stabilnih rezervi krvi u nadležnim transfuziološkim službama. Plan je da se ove akcije organizuju i u drugim gradovima, čime će i ostali zaposleni u kompaniji, kojima to zdravstveno stanje dozvoljava, pokazati svoju humanost na delu. Kompanija NIS sprovodi i brojne druge projekte usmerene na poboljšanje života svojih sugrađana. Kako bi se olakšali bolnički dani pacijentima i doprinelo unapređenju uslova za rad medicinskog osoblja, NIS je donirao gotovo 10.000 litara pijaće vode „jazak“ kovid bolnici u Batajnici. Ova donacija je nastavak podrške koju NIS pruža zdravstvenim ustanovama širom Srbije koje zbrinjavaju obolele od COVID-19.

ODRŽIVO POSLOVANJE NA DELU

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. Kompanija, koja je pionir u Srbiji kada je reč o izveštavanju o održivom razvoju, ove godine je objavila 12. uzastopni, verifikovani Izveštaj u skladu sa standardima vodeće organizacije u svetu u oblasti održivog poslovanja - Global Reporting Initiative (GRI). Tradicionalnim objavljivanjem izveštaja, javnost je na sveobuhvatan i transparentan način obavestena o aktivnostima kompanije na polju razvoja poslovanja, ulaganja u društveno odgovorne projekte, zaštitu životne sredine, zdravlje i bezbednost na radu, kao i u razvoj ljudskih resursa.

„Održivi razvoj ne predstavlja samo strateško opredeljenje NIS-a, već i temeljnu praksu koju neprestano usavršavamo kako bismo unapredili kvalitet života zajednice u kojoj živimo i radimo, razvili ljudske i očuvali prirodne resurse. Zaštita životne sredine, podrška izgradnji, sanaciji i opremanju ustanova zdravstvene i socijalne zaštite, obrazovnih ustanova i ustanova kulture širom Srbije, samo su neke od aktivnosti kojima pokazujemo nastojanje naše kompanije da osnaži i unapredi razvoj zajednice i bude primer odgovornog poslovanja“, navode u NIS-u.

SNAGA KOMPANIJE JE U SNAZI SVAKOG POJEDINCA

Vreme za dobra dela i za energiju za bolji život je uvek! I danas i sutra - bilo da pomažemo pojedincima ili društvu, ili činimo sve da sačuvamo prirodu i njene resurse

Kada smo pre 20 godina stigli u Srbiju i otvorili benzinsku stanicu Lapovo Sever, prvu od 63 koliko ih imamo u Srbiji, svojim potrošačima smo obećali da ćemo u svemu što radimo, pružiti i više od onoga što očekuju. Jer, OMV benzinske stanice su multifunkcionalni servisni centri – benzinske stanice za ljude i vozila. Brinemo o svakom našem potrošaču, ali i svakom zaposlenom, jer upravo je u ljudima najveća vrednost i najveća snaga naše kompanije.

S druge strane, naši zaposleni znaju da je kompanija definisana načinom ponašanja upravo nas – zaposlenih. Zato i nastojimo da principe društvene odgovornosti integrišemo u svakodnevno poslovanje, iniciramo i podržimo važne društvene akcije. Jer, nama je važno da stalno pokrećemo energiju za bolji život, da inspirišemo sebe i druge na dobra dela. Zato i želimo sa vama da podelimo neke od primera za koje verujemo da će vas inspirisati u daljem radu. Jer, vreme za dobra dela je uvek! I danas i sutra - bilo da pomažemo pojedincima ili društvu, ili činimo sve da sačuvamo prirodu i njene resurse.

ZAŠTITA KLIME JE NAŠ NAČIN RADA

OMV se obavezao da će podržati ciljeve Pariskog sporazuma i ključne klimatske ciljeve postavljene od strane Saveta EU za 2030. godinu. Posvećeni smo izgradnji održivog sveta i ostvarivanju konkretnih ciljeva u vezi sa klimom, kao što

su: neto 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% portfelja proizvoda sa niskim sadržajem ugljenika ili bez njega. Planirano je ostvarenje ovih ciljeva 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. Zaštita klime i smanjenje emisije CO2 su na vrhu OMV agende, a OMV Srbija je u skladu sa tim u 2022. godini pokrenula više inicijativa u cilju zaštite klime, preduzimajući konkretne korake u smanjenju ili neutralizaciji emisije CO2.



BORBA ZA ČIST VAZDUH

Zaposleni u OMV Srbija i ove godine su zasadili drveće na površini od jednog hektara šume. Sa ciljem kontinuiranog doprinosa neutralizaciji emisije CO2 i očuvanju prirodnog bogatstva Srbije, tim zaposlenih OMV Srbija, u saradnji sa javnim preduzećem „Srbijašume“, organizovao je 15. novembra pošumljavanje na Rudniku, kada smo zasadili 2.500 sadnica crnog bora.



Na Dan planete Zemlje, 22. aprila organizovali smo donatorsku izložbu uskršnjih jaja. Donacija je iskorišćena za kupovinu sadnica tuja koje su poklonjene našim potrošačima, na stanici Lapovo Jug, a uz sadnice, potrošači su dobili i pismo o Danu planete Zemlje i savetima kako mogu da doprinesu zaštiti životne sredine. Pored višegodišnje saradnje i podrške radu udruženja „Čep za hendikep“, iz naše direkcije je na reciklažu odneto preko 100 kg plastične ambalaže. Akciju sakupljanja smo započeli u maju, kada su se svi zaposleni pridružili akciji recikliranja plastičnih flaša. Sve ovo su možda mali, ali važni koraci ka još boljem osvešćivanju svakog pojedinca da je važno da smanjimo emisiju CO2, da bismo sačuvali planetu.

ELEKTROMOBILNOST – POTREBA, ALI I TREND KOJI USPEŠNO PRATIMO

Sve je više korisnika električnih automobila, a OMV elektromobilnost vidi kao budućnost. Kompanija OMV čini sve kako bismo do 2030. godine imali preko 2.000 punjača na OMV benzinskim stanicama širom Evrope, na auto-putevima i u blizini većih gradova. Sa svojim partnerom, kompanijom „Charge&GO“ unapredili smo mrežu i dostupnost punjača za električna vozila u našoj zemlji. Elektropunjači su sada dostupni na OMV stanicama Lapovo

Sever, Martinci 1, Doljevac, Gradina i Bačka Topola 1. Punjači na benzinskoj stanici Martinci 1 i na Bačkoj Topoli 1 spadaju u najsnažnije punjače u Srbiji, sa 180 kW izlazne snage, što dodatno smanjuje brzinu punjenja vozila.

Sa još jednim partnerom, međunarodnom kompanijom „Easy Park“, planirano je dalje unapređenje mreže punjača za električna vozila u našoj zemlji, pa će tako brzi DC elektropunjači postati dostupni na još deset OMV pumpi u Srbiji.

Zahvaljujući širenju mreže punjačkih mesta biće olakšano putovanje domaćim vlasnicima električnih vozila, a novi punjači značiće i vozačima električnih automobila u tranzitu kroz Srbiju, koji će takođe imati gde da dopune svoje vozilo dok prave pauzu kako bi se odmorili i osvežili.

POPIJTE „SOLARNU“ KAFU NA OMV PUMPI

Na krovu benzinske stanice OMV Ražanj, instalirana je i počela sa radom solarna elektrana ukupne instalirane snage 65 kWp. Solarna elektrana se sastoji od 158 monokristalnih 410W PV panela koji će svake godine proizvesti 72.000 kWh čiste električne energije i nadoknaditi 23 odsto ukupne potrošnje objekta. Tako na našoj pumpi u Ražnju možete da u našem VIVA kafeu i restoranu popijete „solarnu kafu“ – jer se aparati za kafu snabdeavaju solarnom energijom! Kompanija OMV posvećena je očuvanju životne sredine i smanjenju karbonskog otiska u svim svojim poslovnim segmentima, pa smo zato u saradnji sa našom partnerskom kompanijom „Terra Solar“ i pokrenuli ovaj projekat, a plan je da kontinuirano povećavamo broj naših stanica opremljenih solarnim panelima. Prva sledeća koja će se snabdevati zelenom energijom je – OMV Krnjača 1.



SIGURNOST U SAOBRAĆAJU NAM JE VEOMA VAŽNA

Takmičenje „Šta znaš o saobraćaju“, zvanično takmičenje Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, najstarije i najveće takmičenje koje organizuje Auto-moto savez Srbije i „AMS osiguranje“, održano je i ove godine, a drago nam je da je i OMV Srbija bio deo događaja. Jer nama je važno da svi dobro poznaju pravila saobraćaja, zarad svačije bezbednosti.



A naši zaposleni su pokazali da o bezbednosti svih naših korisnika i te kako brinu, i to jednom internom akcijom koja je naišla na simpatije naših potrošača. Uz svakodnevnu angažovanost koja za cilj ima podizanje svesti o bezbednosti u saobraćaju u celokupnoj mreži, organizovana je i interesantna aktivnost. Na našoj benzinskoj stanici Martinci, pokrenuli smo inicijativu za postavljanje novog pešačkog prelaza na raskrsnici koja vodi ka parkingu za autobuse i kamione, a zaposleni su ga potom simbolično obeležili zebama. Tokom ove akcije, sprovedene su sve sigurnosne mere – prostor je obezbeđen čunjevima, a zaposleni koji su crtali zebre, nosili su sigurnosne reflektujuće prsluke pokazujuću ujedno na praktičnom primeru primenu mera za bezbedno obavljanje procesa.

SPREMNI ZA BUDUĆNOST

Caritas Srbija i kompanija OMV Srbija nastavili su saradnju na Projektu integracije tinejdžera iz socijalno ugroženih porodica „Pripremi se za budućnost“, koji zajedno realizujemo od 2016. godine. Cilj projekta je da se mladim ljudima pomogne u savlađivanju izazova samostalnog života i privređivanja, a da pri tome ne ugroze svoje školovanje. Tokom trajanja projekta, pedagoški mentor iz Caritasa, kao i supervizori na benzinskim stanicama, prate rad i napredak kandidata i pomažu im da se, uz završetak školovanja, profesionalno i socijalno što bolje integrišu u društvo i pripreme za samostalni život. Potpisani su i novi ugovori sa dvoje tinejdžera koji su dobili priliku da tokom sledećih 10 meseci, paralelno sa školovanjem, rade skraćeno radno vreme (20 sati nedeljno) na OMV benzinskim stanicama u Ražnju i Deligradu. Projekat je osmišljen u skladu sa politikom društveno odgovornog poslovanja OMV Srbija i korporativnom kulturom kompanije kojom se podstiče pružanje jednake šanse svima i nagrađivanje mladih ljudi koji pokazuju potencijal.

PONOSNI NA NAŠE KUPCE I NA NAŠU KAFU

I ove godine možemo da kažemo da smo veoma ponosni na svoje potrošače. Prvog oktobra, sada već tradicionalno, obeležili smo Međunarodni dan kafe, tako što je sav prihod od prodaje VIVA kafe na benzinskim stanicama OMV širom Srbije doniran NURDOR-u, Nacionalnom udruženju roditelja dece obolele od raka, i Fondaciji NORBS plus, koja nabavlja

medicinsko-tehnička pomagala i podiže kvalitet života osoba obolelih od retkih bolesti. Naši potrošači i ove godine su pokazali da im je, pored ponude i usluge vrhunskog kvaliteta na našim prodajnim mestima, važno i to što su poverenje dali kompaniji koja zna da brine o drugima. A da li ste znali da zapravo svaki put kada naručite šoljicu kafe u našim VIVA kafeima činite dobro delo? To je zato što naše VIVA kafe nose logotip Fair Trade, koji simbolizuje poštenu nadoknadu i podršku proizvođačima kafe u više od 30 zemalja. Fair Trade sistem ima direktan socijalni efekat. Ne samo da garantuje poštenu isplatu i premiju proizvođačima, već oni dobijaju obuku i savete, a transfer znanja se promovise u zadrugama. To se ogleda i u kvalitetu kafe. OMV je partner Fair Trade-a od 2012. godine. Zato je svaka kafa na našim benzinskim stanicama - kafa koja brine o ljudima.



I MI SMO PONEKADA ŠAŠAVA DRUŽINA

U proleće ove godine za mališane iz Zvečanske pripremili smo iznenađenje - pozorišnu predstavu na otvorenom. Za tu priliku angažovana je amaterska pozorišna grupa „Šašava družina“. Oko 60 mališana iz Centra za zaštitu odojčadi, dece i omladine u Zvečanskoj uživalo je u pozorišnoj čaroliji posle skoro dve godine, zbog ograničenja pandemije. Kompanija OMV pripremila je i slatke poklone za decu Zvečanske, a sve je osmislio tim naših zaposlenih. A dečji osmeh jeste i ostaće, svakako, energija za bolji život!



PODRŽALI SMO DECU SVRATIŠTA I BELHOSPICE CENTAR

Ove godine organizovali smo i akciju prikupljanja odeće i obuće za „Svratište za decu Novi Beograd“ za mališane od 5 pa do 15 godina. Neverovatan je bio odziv svih naših zaposlenih koji su za štice Svratišta prikupili sezonsku, toplu odeću i obuću. Ovo je bila samo jedna od akcija u kojoj smo sa radošću i posvećenošću učestvovali kako bismo pomogli namlađima koji su ugroženi. Takođe, i ove godine učestvujemo na humanitarnom izboru za najlepšu novogodišnju jelku koju organizuje hotel „Hyatt Regency“ u Beogradu. Ukupan iznos participacije učesnika biće doniran BELhospice centru za palijativno zbrinjavanje, koji će novac iskoristiti za pružanje besplatnih usluga palijativnog zbrinjavanja deci sa životno ograničavajućim i ugrožavajućim bolestima u njihovim domovima.

DOBRA DELA SU MERA USPEHA

OMV Srbija, kao deo OMV Aktiengesellschaft, jedne od najvećih industrijskih kompanija kotiranih na berzi u Austriji, sa sedištem u Beogradu, trenutno ima 63 benzinske stanice i tržišno učešće oko 10 odsto. OMV benzinske stanice su multifunkcionalni servisni centri, za ljude i vozila, gde potrošači mogu da se snabdeju gorivima, mazivima, uslugom pranja automobila i u 58 VIVA prodavnica pronađu brze obroke, osveženja i širok asortiman dodatnih usluga, ali i osmeh i ljubaznost. OMV je potpisnik UN-ovog Globalnog dogovora, Vodećih principa UN-a o poslovanju i ljudskim pravima, a takođe sprovodi svoje aktivnosti u skladu sa OECD-ovim smernicama za multinacionalna preduzeća. Poštujući ljudska prava i radeći sa našim dobavljačima, gradimo dugoročno održiv biznis, jer poslujemo na pošten i častan način. Pridržavamo se svih relevantnih zakona i težimo da osiguramo da se svi u našem lancu snabdevanja pridržavaju svih relevantnih standarda postavljenih u našem kodeksu ponašanja i da slede naše ključne politike i principe. Naša vizija i misija su da budemo deo društveno odgovornih inicijativa i da svojim potrošačima uvek izađemo u susret sa inovacijama, boljim kvalitetom, ali i sa uvažavanjem, emocijama... Zato se i nalazimo na listi Lidera društvene odgovornosti, zbog čega smo veoma ponosni. Mi brinemo o zajednici, ali i o pojedincima, jer srećan i jak pojedinac, bio on naš zaposleni ili naš potrošač – znači jaku i snažnu kompaniju. To je naša mera uspeha. Želimo da širimo dobru energiju, kao što glasi i naš moto: OMV - Energija za bolji život.

PREDVODNIK ZELENE TRANZICIJE

Osim u životnu sredinu, inovacije i socijalno preduzetništvo, OTP banka ulaže i u sport, kulturu i mnoge druge oblasti, o čemu svedoče partnerstva sa značajnim institucijama, kao i velika priznanja dobijena u prethodnom periodu

OTP banka Srbija, koja je zahvaljujući svom poslovanju, inovacijama i stručnosti, nedavno proglašena za „Najbolju banku u Srbiji“, osim po kvalitetu usluga prepoznata je i po značajnom unapređenju dobrobiti zajednice. Održivo poslovanje Banke, uz projekat Generator Zero i druge ekološke inicijative, doprineli su da se Banka pozicionira kao predvodnik zelene tranzicije u Srbiji i primene ESG principa delovanja. Osim u životnu sredinu, inovacije i socijalno preduzetništvo, OTP banka ulaže i u sport, kulturu i mnoge druge oblasti, o čemu svedoče partnerstva sa značajnim institucijama, kao i velika priznanja dobijena u prethodnom periodu.

Najkompleksnija integracija u regionu u jeku pandemije, odlični poslovni rezultati uz rastuću profitabilnost, operativna efikasnost i zdrav rast portfolija kredita, samo su neki od velikih uspeha OTP banke zahvaljujući kojima je ponela titulu „Najbolja banka u Srbiji“. Reč je o tradicionalnoj „Euromoney nagradi za izvrsnost 2022“, koju dodeljuje ovaj svetski renomirani magazin. Priznanja i uspesi ne izostaju i kada je reč o doprinosu društvu i brizi o zaposlenima. Za angažman i doprinos društvu, Banka je ove godine dobila titulu „Dobročinitelj“ u okviru kampanje „Najbolje u Srbiji“, dok je Francusko-srpska privredna komora nagradila Banku prestižnim priznanjem „Grand Prix 2022“ za društveno odgovorno poslovanje i projekat Generator Zero. Priznanje za projekat Generator Zero dodelila je i matična OTP Grupa za najbolji ESG & Sustainability projekat, a posebnost ove nagrade se ogleda u činjenici da su upravo sve druge banke iz grupacije koje posluju u drugih 10 zemalja prepoznale



značaj i vrednost projekta. Istovremeno, nižu se i pohvale za interne HR procese. Kompanija ManPower Group dodelila je OTP banci nagradu za najbolju HR praksu 2022. godine. Banka je dobitnik i prestižnog HR priznanja - „Employer Partner“ sertifikata od konsultantske kuće „Selectio“. Direktorica za komunikacije i odnose sa javnošću OTP banke, Milena Mićanović, ističe da sve ove nagrade predstavljaju potvrdu dugogodišnjeg truda, velikog rada i neprestane brige o potrebama zajednice. „Svesni smo da kao najveći kreditor privrede i stanovništva i lider na tržištu faktoring, lizing i e-commerce usluga, imamo značajnu ulogu i uticaj na okruženje u kome poslujemo. Upravo ta odgovornost na svim poljima predstavlja temelj našeg poslovanja. Zbog toga, našu strategiju baziramo na



principima održivosti, kroz ostvarivanje balansa između ekonomskih, socijalnih i ekoloških uticaja. Sveobuhvatna briga o zajednici, koja je u srcu našeg poslovanja, podrazumeva i kontinuirano osluškivanje potreba građana, kao i pružanje podrške pojedincima, inicijativama i projektima koji su u interesu čitavog društva“, ističe Milena Mićanović.

ZELENE INICIJATIVE OTP BANKE: SMANJENJE KARBONSKOG OTISKA, POŠUMLJAVANJE, ENERGETSKA EFIKASNOST

Preduzetnički konkurs Generator, koji daje šansu preduzetnicima iz različitih oblasti da predstave i realizuju svoja rešenja, jedna je od najznačajnijih zelenih inicijativa Banke koja traje već pola decenije. Ove godine, pod imenom Generator Zero podržana je najbolja inovacija koja za cilj ima smanjenje karbonskog otiska, što je u skladu sa strateškim usmerenjima Banke u pravcu „zelenog“ poslovanja. Zahvaljujući ovom konkursu, startapu B-fresh Technologies, koji je posvećen eliminisanju problema brzog kvarenja voća i povrća, Banka je obezbedila novčanu podršku u iznosu od dva miliona dinara, kao i podršku u daljem razvoju i promociji. Na taj način Banka je poslala snažnu poruku da zalažanje za održivu budućnost treba da predstavlja zajednički angažman društva u celini. Upravo zbog toga, Banka preuzima i druge značajne korake na putu ka „zelenoj“ tranziciji. Kao prva i jedina banka u Srbiji, ona se priključila globalnoj inicijativi Priceless Planet Coalition kompanije Mastercard sa ciljem da se u sledećih pet godina posadi čak 100 miliona stabala u područjima širom sveta kojima je pošumljavanje najpotrebnije. Takođe,

imajući u vidu značaj energetske efikasnosti, Banka na krovu svoje centralne zgrade ima solarnu elektranu tako da proizvedena električna energija ide direktno u sistem snabdevanja EPS-a. Sve filijale povezane su na sistem koji omogućuje da se rasveta svuda gasi istovremeno. Banka, takođe, ima zaključen ugovor o potpunom snabdevanju električnom energijom iz obnovljivih izvora (100% ZeLEPS). U cilju razvoja ekološki odgovornijeg preduzetništva, kao i stvaranja ravnomernog i pozitivnog uticaja na društvo i životnu sredinu, OTP banka Srbija i sektor preduzetništva Privredne komore Srbije pokrenuli su mini-kampanju „Zelena preduzetništvo“. Ona podrazumeva besplatne radionice za žene preduzetnice, mlade preduzetnike i socijalne preduzetnike, u više gradova Srbije, kako bi oni stekli neophodno znanje za razvoj i dalje unapređenje svog poslovanja.

ODGOVORNOST PREMA NAJUGROŽENIJIM GRAĐANIMA

Pored zaštite životne sredine, poslovanje Banke temelji se na odgovornosti prema ugroženim grupama. Zbog toga je krajem 2019. godine OTP banka pokrenula inicijativu Generator dobrih dela, sa ciljem povećanja vidljivosti socijalnog preduzetništva u Srbiji i svih onih koji su njegovi direktni učesnici. Treće izdanje ovog projekta održano je u oktobru ove godine u Novom Sadu, gde su



domaći preduzetnici predstavili proizvode čijom prodajom podržavaju ekološke projekte ili ugrožene grupe, među kojima su i žrtve porodičnog nasilja, osobe sa smetnjama u razvoju, socijalno ugrožena deca ili žene iz raseljenih područja. Ovo je samo jedna od inicijativa kojima OTP banka jača vidljivost i doprinosi afirmaciji proizvođača čiji se poslovni model zasniva na kreativnosti, humanitarnom ili održivom poslovanju.

Takođe, Banka se i ove godine odazvala pozivu Srpskog filantropskog foruma i Koalicije za dobročinstvo i priključila se kampanji „Spasimo hranu, spasimo humanost“ koja se organizuje u cilju prikupljanja sredstava za kupovinu paketa hrane, osnovnih životnih namirnica, za najsiromašnije građane, ali i uvećanja svesti o problemu bacanja hrane, veće primene prakse doniranja hrane, kao i unapređenja propisa i regulativa koji bi stvorili podsticajni ambijent za doniranje hrane. Banka se pridružila kampanji kroz trajno oslobađanje od provizija za sve vrste uplata direktno na namenski račun Srpskog filantropskog foruma. Osim na navedeni način, podršku kampanji OTP banka realizuje i kroz promociju pokrenute inicijative na svojim internim i eksternim kanalima komunikacije.

U toku prethodne godine realizovani su i značajni projekti u segmentu korporativne odgovornosti, čime je ostvarena uspešna saradnja sa brojnim organizacijama civilnog društva i državnim institucijama u svim poslovnim regionima na kojima posluje. Podrška OTP banke uključuje realizaciju

IZVEŠTAJ O ODRŽIVOM POSLOVANJU ZA 2021. GODINU

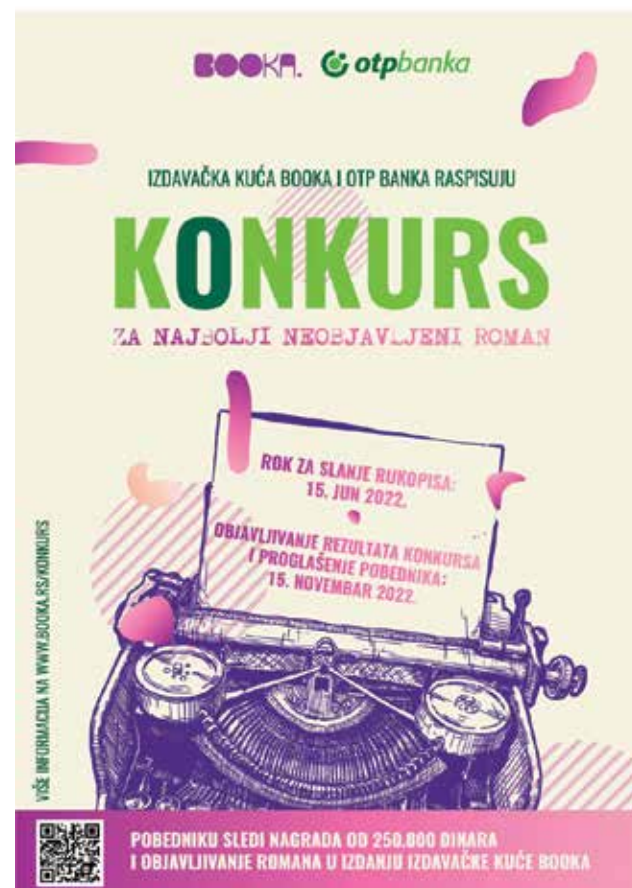
Na nedavnom predavljanju Izveštaja o održivom poslovanju za 2021. godinu, iz OTP banke ističu da je novina u godišnjem izveštaju to što sada sadrži i detaljan pregled nefinansijskih učinaka kompanije. „Za nas ekonomski rast nije potpun ako ne podrazumeva odgovoran odnos prema prirodnim resursima i okruženju. Mi preduzimamo i podržavamo inicijative koje sprečavaju kreiranje negativnih uticaja na životnu sredinu. Već smo usvojili ESG Strategiju održivog poslovanja, čiju smo primenu započeli i time se obavezali na ispunjenje zadatih ciljeva“, rekla je Milena Mićanović.

robnih i novčanih donacija, mentorsku podršku, podršku u segmentu promocije, korporativno volontiranje, kao i doprinos uvećanju javne svesti o određenim temama od opšteg značaja.

Jedan od primera osluškivanja potreba zajednice, predstavlja i donacija pametne Strawberry klupe Gimnaziji Indija na inicijativu učenice koja je istraživala temu obnovljivih izvora energije i uloge domaćih kompanija u tom procesu.

UMETNOST KAO JEDAN OD NAJVAŽNIJIH STUBOVA DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

Podrška projektima od nacionalnog značaja iz oblasti kulture predstavlja jedan od prioriteta delovanja Banke kada je reč korporativnoj odgovornosti. O tome svedoči i dužogodišnja saradnja sa Galerijom Matice srpske, kojoj



kontinuirano Banka pruža podršku u projektima posvećenim očuvanju nacionalnog kulturnog nasleđa. Zahvaljujući ovom partnerstvu, svim ljubiteljima umetnosti omogućeno je da do kraja januara 2023. godine uživaju u monografskoj izložbi posvećenoj stvaralaštvu Uroša Predića, jednog od najvećih srpskih slikara. Izložba je organizovana povodom velikog jubileja, obeležavanja 175 godina od osnivanja Galerije Matice srpske, a donacija Banke omogućila je izgradnju monografskih publikacija, kao i nastavak rada na digitalizaciji umetničkih dela.

OTP banka podržava i književnost. Uz snažnu podršku Banke, izdavačka kuća Booka raspisala je u aprilu novi nagradni konkurs na domaćoj književnoj sceni za najbolji, originalni i neobjavljeni roman na srpskom jeziku. Pobjednik konkursa, koji će u novembru biti proglašen, dobiće novčanu nagradu i objavljivanje romana, kao i mogućnost distribucije u regionu uz promociju autora i pobjedničkog romana.

OTP GRUPA POSTALA DEO SVETSKE BANKARSKJE ZAJEDNICE

Podršku na putu „zelene“ tranzicije OTP banka dobija od matične OTP grupe koja je za sve svoje članice potpisala Principe za odgovorno bankarstvo UN-a, što je jedinstven okvir za održivo poslovanje ovog sektora. Time se pridružila najvećoj svetskoj bankarskoj zajednici fokusiranoj na održivo finansiranje. Inače, cilj OTP grupe je da do 2023. godine postane najbolja banka za „zeleno“ finansiranje u centralnoj Evropi.

PROMOCIJA OLIMPIJSKIH VREDNOSTI KROZ NAJDUŽE SPONZORSTVO U SRPSKOM SPORTU

Pored doprinosa umetnosti, podrška i ulaganje u sport, kao i promocija olimpijskih vrednosti, predstavljaju jedno od najznačajnijih oblasti u segmentu korporativnih davanja OTP banke koja je više od 20 godina sponzor Olimpijskog komiteta Srbije. Ujedno, ovo je ubedljivo najduže sponzorstvo u srpskom sportu i primer je uspešne saradnje između biznis sektora i institucija sporta. Podrška srpskim olimpijcima nastaviće se i 2024. godine u Parizu, a iz Banke ističu da se trude da vrednosti zdravog života promovišu i van profesionalnih sportskih terena, a posebno među školarcima.



ODRŽIVI RAZVOJ JE PLUS U POSLOVANJU

Poslovne ciljeve gotovo je nemoguće postići bez postizanja ekoloških ciljeva, bez brige o planeti i njenim resursima

Za kompaniju PepsiCo ova godina protekla je u prihvatanju i deljenju pozitivnih vrednosti, u pozitivnom odnosu prema prirodnom i društvenom okruženju, kao i u pozitivnom uticaju koji je izgradila, održava i nadograđuje u industriji hrane i pića.

„Svesni smo da je ovo samo deo dugog puta, ali važno je da napredujemo ka postavljenim ciljevima, prevazilazeći sve prepreke – kroz inovacije, ulaganja, edukacije, donatorske akcije, saradnje i partnerstva“, kažu u kompaniji PepsiCo. Poslovne ciljeve gotovo je nemoguće postići bez postizanja ekoloških, bez brige o planeti i njenim resursima. Da bi poslovanje zaista bilo održivo i odgovorno, neophodna je i međusobna podrška svih aktera. To je ono što je konstantno u poslovanju kompanije PepsiCo, što osnažuje i pospešuje napredak.

PRVI ESG REZIME

U 2021. godini pokrenuta je i PepsiCo Positive (pep+) strateška transformacija, u kojoj je fokus na održivosti i ljudskom kapitalu, a ove godine objavljen je prvi globalni Rezime o zaštiti životne sredine, društva i upravljanja, od

kada je strateška transformacija lansirana. ESG Rezime (Environmental, Social, and Governance Summary) za 2021. godinu, unapređena je verzija Izveštaja o održivom razvoju i u prvi plan stavlja pozitivan uticaj PepsiCo globalnih održivih praksi na planetu i ljude. Najznačajniji delovi izveštaja, koji sadrži i informacije o napretku ostvarenom u okviru industrije, obuhvatili su pozitivnu poljoprivredu, pozitivan lanac vrednosti i pozitivne izbore.

Izveštaj ističe napredak ka zadatom cilju u okviru regenerativne poljoprivrede, nastojanja da se zemljište održava zdravim za uzgoj useva, što je jedna od ključnih stavki u borbi protiv posledica klimatskih promena. Sa ovogodišnjim brojem od 345.000 hektara, PepsiCo se samouvereno kreće u pravcu sedam miliona hektara do 2030. godine.

Kompanija PepsiCo nastavlja da neгуje raznolikost i rodnu ravnopravnost, a posebno je značajan podatak da se sada 43 odsto žena nalazi na rukovodećim pozicijama. Cilj za 2025. godinu je 50 odsto. Osim toga, život žena u poljoprivrednim i ruralnim zajednicama pitanje je kojem se pridaje velika pažnja, pre svega kroz partnerstvo sa USAID-



om, kao i proširenje programa CARE „Ona hrani svet“. Takođe, obnovljivi izvori sada zadovoljavaju više od 70 procenata globalnih potreba za električnom energijom, neophodnom u proizvodnji. Neizostavna je i potreba za vodom. Još jedan cilj za 2030. godinu jeste bezbedan pristup vodi za 100 miliona ljudi. Sa 68 miliona ljudi, od 2006, kada je nastavljeno unapređenje bezbednog pristupa vodi na globalnom nivou, kompanija PepsiCo prešla je dobar deo tog puta, koji se nastavlja. Efikasnost korišćenja vode unapređena je za 18 procenata u oblastima visoko rizičnih voda u odnosu na početnu tačku iz 2015. godine i dodatna 34 procenta vode koja se koristi u lokalnim operacijama – što je više od 6,1 milijardu litara vode. Osim pozitivnih vrednosti za koje se PepsiCo zalaže i koje praktikuje u procesima proizvodnje i poslovanja, i potrošačima se pružaju pozitivni izbori. Zasićene masti

smanjene su na granicu koja ne prelazi 1,1 gram na 100 kalorija, u 75 odsto asortimana, čime je postignut cilj pre zadatog roka. Kada je u pitanju sadržaj šećera u pićima, 53 odsto portfolija sada ima manje od 100 kalorija iz dodatih šećera, dok u 66 odsto portfolija hrane natrijum ne prelazi 1,3 miligram po kaloriji. I to je nešto što pokazuje važnost da potrošači imaju mogućnost da odaberu zdravije.

ZASIĆENE MASTI SMANJENE SU NA GRANICU KOJA NE PRELAZI 1,1 GRAM NA 100 KALORIJA, U 75 ODSTO ASORTIMANA, ČIME JE POSTIGNUT CILJ PRE ZADATOG ROKA

RAZLIČITOST I INKLUZIJA

Ova godina počela je u muzičkom maniru. U Srbiji je pokrenuta saradnja sa bendom Pretty Loud, za šta je postojao logičan razlog, imajući u vidu posvećenost kompanije PepsiCo inkluziji, kao i pružanju podrške socijalno marginalizovanim društvenim grupama, s obzirom na to da je Pretty Loud prvi ženski romski hip-hop bend u svetu. Devojke iz ovog benda kroz svoju muziku šalju poruke o različitosti, jednakosti i ravnopravnosti, a na tim principima zasniva se pep+ strategija.



PODRŠKA LOKALNOJ ZAJEDNICI

Naravno, kompanija PepsiCo u Srbiji nastavlja da pruža podršku i lokalnoj zajednici kroz tradicionalnu donatorsku praksu, pa je tako poklonila računarsku i drugu opremu Tehničkoj školi „9. maj“ u Bačkoj Palanci. Donacija je obuhvatila deset desktop računara, deset laptopa, isto toliko monitora, tri projektora, tri štampača i drugu IT opremu, što je deo napora da se uspostavi boljitak u lokalnoj zajednici u kojoj posluje.

U ovoj godini stiglo je i nacionalno priznanje za bezbednost i zdravlje na radu za 2021. godinu. Ovu nagradu tradicionalno dodeljuje Ministarstvo za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja, a povodom obeležavanja 28. aprila, Dana bezbednosti i zdravlja na radu u Republici Srbiji.

„DARE TO DO MORE“

Dare To Do More, program namenjen studentima završnih godina i diplomcima, pokrenut je peti put zaredom. Ovogodišnji zadatak za kandidate bio je studija slučaja zasnovana na ciljevima PepsiCo Positive strateške transformacije. Dva najbolja kandidata dobila su priliku da, kroz dvogodišnji program, primene svoje znanje i iskažu kreativnost kada se nađu pred izazovima u industriji proizvodnje hrane i pića, u sektorima Prodaja i Lanac snabdevanja.



PRIČE LOKALNIH BRENDOVA

Za potrošače budućnosti je važno da se kompanije i brendovi fokusiraju na portfolio zdravijih opcija, a kao primer ova kompanija izdvaja Chipsy Oven baked grickalice pečene sa 50 odsto manje masti, kao i da podržavaju održivo poslovanje kroz različite segmente rada i života. Viša svrha svakog velikog brenda dobija na sve većem značaju, i zato je važno da velike kompanije i brendovi posvećuju pažnju tom segmentu. Kroz poslovnu strategiju zasnovanu na viziji Pobeđujemo uz PepsiCo Positive, održivost i ljudski kapital stavljeni su u središte načina na koji se ostvaruje vrednost i rast, tako što deluje unutar planetarnih granica i inspiriše pozitivne promene za planetu i ljude.

Kada je reč o lokalnom portfoliju brendova, koji čine Chipsy, Clipsy, Pardon i Gud, sprovedene su značajne kampanje i inicijative. Brend Chipsy već godinama podržava svoju ciljnu grupu investicijama u opremanje studentskih domova, donacijama sportskih rekvizita školama u Srbiji i regionu, ali i podržava studente Poljoprivrednog fakulteta kroz Chipsy Agro akademiju. Ove godine fokus je na brendu Clipsy koji

KOMPANIJA PEPSICO U SRBIJI VEĆ GODINAMA ULAŽE U PROIZVODNE POGONE, NOVE LINIJE I SAVREMENU TEHNOLOGIJU FILTRACIJE VODE I VAZDUHA KAO ENERGENATA, SOLARNE PANELE ZA ZAGREVANJE TOPLE VODE I LED RASVETU. SA POČETKOM INSTALACIJE SOLARNE ELEKTRANE U FABRICI U MAGLIČU NASTAVLJA SE DIREKTNO SMANJENJE EMISIJE CO2, A SAMIM TIM DOPRINOSI SE ZAŠTITI ŽIVOTNE SREDINE.

je kroz kampanju „Rispekt za sve što jesi“ podvukao značaj prihvatanja različitosti i svega onog što nas ističe u odnosu na druge, sa ciljem da prihvatimo jedni druge i kao takvi kreiramo budućnost kakvu želimo.



GRADIMO SVET JAČAJUĆI GA ZA BUDUĆA POKOLENJA

„Snažom svojih ideja utičemo na savremene tokove društva i gradimo svet jačajući ga za buduća pokolenja.“ Ovo je deo vizije kompanije koja je svoj poslovni put započela pre više od 30 godina, a danas posluje u više od 80 zemalja sveta, uz težnju da društveno odgovorno poslovanje uvek zadrži na listi prioriteta

Od male porodične firme Peštan je kroz 30 godina izrastao u tržišnog lidera u proizvodnji cevi od polimera, na području jugoistočne Evrope. Diversifikacija proizvodnog portfolija omogućila je prodor na mnoga tržišta, a kompanija je danas poznata i po inovativnim rešenjima za opremanje savremenog kupatila. Zahvaljujući izvozno orijentisanoj strategiji Peštan je putem mreže distributera i agenata trenutno prisutan u preko 80 zemalja širom sveta, od Arizone do Šri Lanke. Snažna kompanije su njeni zaposleni, a Peštan broji 1.200 zaposlenih u zemlji i inostranstvu koji svakodnevno rade na ostvarenju zajedničkih snova i uspeha. Sedište kompanije se nalazi u Bukoviku, nadomak Arandjelovca, gde se nalazi i proizvodno-logistički centar.

DEO VAŠEG DOMA

Iako možda nedovoljno poznat široj javnosti, činjenice govore da je Peštan prisutan u velikoj većini domova širom Srbije. I te kako poznat instalaterima i profesionalnim saradnicima, Peštan asortiman se poslednjih godina sve više približava krajnjim korisnicima i investitorima putem kupatilskih rešenja kod kojih je izbor proizvoda stvar estetike, a ne samo tehnike. Asortiman kupatilskih rešenja poslednjih godina proširio se sa savremenih slivnika za tuš kabine na ugradne vodokotliče i sanitarije. Osnovni proizvodni portfolio kompanije predstavljaju vodovodni

i kanalizacioni sistemi, kako za domaćinstvo i objekte u visokogradnji tako i u velikim infrastrukturnim projektima u oblasti niskogradnje. Inovativni programi poput S Line bešumne kanalizacije, kao i uvođenje velikih prečnika kanalizacionih sistema omogućavaju kompaniji da se diferencira, ostane konkurentna i pozitivno odgovori na izazove tržišta.

IZAZOVI SAVREMENOG DOBA

Evidentne promene u svim domenima života i poslovanja čine današnjicu burnijom, a opstanak u nestabilnim uslovima predstavlja izazov i najčešće zahteva



aktivne metode prilagođavanja i promenu pristupa. U svakodnevnom poslovanju težimo da zadržimo ravnotežu između ekonomskog uspeha, ekološke svesti i društvene odgovornosti. Poslovni rezultati kompanije poslednjih godina svedoče o tome da kompanija dobro odoleva izazovima tržišnih utakmica i savremenog društva, pa tako Peštan ima kontinuiran napredak i porast poslovnog prihoda. Međutim, osim dobrih poslovnih rezultata na listi prioriteta sve viši rang zauzimaju aktivnosti okrenute bazičnim vrednostima društva: red, rad, posvećenost, kao i humani odnos prema ljudima i okruženju.

Pored filantropskih aktivnosti ove godine smo, kao i većina kompanija, posebno usmerili pažnju na teme energetske efikasnosti, zelenog poslovanja i odgovornog odnosa prema prirodnim resursima. No, na stranu trenutnih okolnosti kompanija značajne mere za sve navedeno sprovodi već od 2018. godine, sa tendencijom rasta.

ZAPOČETA IZGRADNJA NAJVEĆE KROVNE SOLARNE ELEKTRANE U SRBIJI

U trendu svetskih dešavanja na polju proizvodnje energije iz obnovljivih izvora, Peštan ostvaruje zeleni ekološki otisak i može se pohvaliti izgradnjom „energetskog diva“ snage 9 MWp. Ovakva elektrana svojom veličinom i snagom se svrstava u sam vrh svetskih poduhvata, instaliranih na krovovima objekata.

Naš plan je da kompletna solarna elektrana započne sa radom u prvom kvartalu 2023. godine. Solarni paneli se postavljaju na 12 proizvodnih hala u našem proizvodno-logističkom centru u Arandjelovcu i omogućiće da 20 odsto ukupne potrošnje električne energije kompanije bude stvoreno iz sunčeve insolacije.

Naša elektrana je sačinjena od 20.000 solarnih panela,



ukupne instalirane snage 9 MWp raspoređenih na c.c.a. 50.000 m² krovnih površina. Godišnja proizvodnja električne energije ove elektrane rezultira smanjenjem emisije CO₂ u iznosu od 9.870 t, što je ekvivalentno aspiraciji 543.230 stabala drveća. Samo poredjenja radi, tolika šuma svojom površinom višestruko je veća od površine urbanog dela našeg grada Arandjelovca.

ZNAČAJNE UŠTEDE ELEKTRIČNE ENERGIJE NA GODIŠNJEM NIVOU

Preporuku Ministarstva energetike da se počne sa uštedama električne energije dočekali smo spremno. Naime, sa intenzivnijom štednjom počeli smo još 2018. godine kada smo napravili značajne uštede. S obzirom na to da je Peštan obveznik sistema energetske menadžmenta, kao indikator praćenja štednje električne energije je usvojen utrošak električne energije po kilogramu gotovih proizvoda. Tako je 2021. godine, u odnosu na 2018, na pomenutom indikatoru ostvarena ušteda od 11.279.095 kWh. Ovo se može uporediti sa okvirnom potrošnjom električne energije u čak 2.200 domaćinstava.

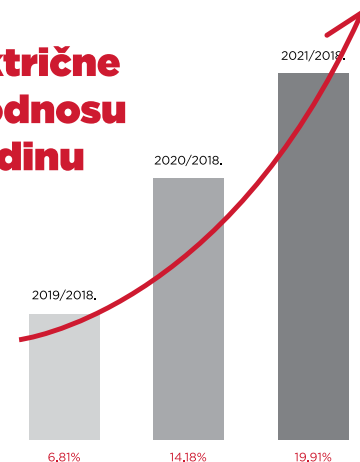
Posledice povećanja koncentracije CO₂ u atmosferi su globalno zagrevanje i klimatske promene, a ono što je još jedan bitan korak koji je preduzela naša kompanija, a tiče se ušteda, jeste znatno smanjenje emisije CO₂, odnosno ugljen-dioksida u odnosu na prethodne godine, i to za 10.263 t više u odnosu na 2018. godinu.

MERE ŠTEDNJE SPROVEDENE TOKOM OVE I PRETHODNE GODINE

Mere štednje koje su uspešno sprovedene početkom akcije su bile kupovina novih energetske efikasnijih proizvodnih resursa i opreme, a potom zamena spoljne i unutrašnje rasvete LED reflektorima i svetilkama najviše energetske klase. Investicija u opremu za kompenzaciju reaktivne energije je dala dragocene rezultate na polju popravke faktora snage.

Automatizacija rada rasvete (senzori prisustva i senzori dnevne svetlosti), ugradnja analizatora potrošnje, zamena električnih kotlova inverter klimama i automatizacija rada sistema za hlađenje tehničke vode po proizvodnim halama takođe su izvanredne akcije koje su napravile fantastične rezultate sa aspekta dodatnih ušteda. Koristeći sistem nadzora potrošnje energije proizvodnih resursa, stručnjaci kompanije optimizuju sisteme i postižu smanjenje ukupne potrošnje.

Uštede električne energije u odnosu na 2018. godinu



UŠTEDE REAKTIVNE ENERGIJE

Što se reaktivne energije tiče, takođe, zabeležene su značajne uštede koje smo postigli instalacijom ormara za kompenzaciju reaktivne snage, a broj od 16.534.634 kVARh iz 2018. godine, smanjen je na 992.352 kVARh u 2021. godini. Pored ormara za kompenzaciju reaktivne snage, uštede smo postigli i ugradnjom analizatora za online praćenje potrošnje reaktivne energije.



POKRENUTA INTERNA KAMPANJA „ZELENA FAZA“

Pored prethodno navedenih, Peštan intenzivira zalaganja za podizanje društveno odgovorne svesti zaposlenih u cilju ostvarenja plana ušteda energije kao značajnog resursa za poslovanje kompanije i svojim primerom poziva i druge da učine isto.

Kako bismo ovaj projekat podigli na viši nivo, osmislili smo internu kampanju kroz koju smo zaposlene upoznali sa značajem ovog projekta, informisali ih o načinima uštede kompanije i, najvažnije od svega, apelovali na štednju i racionalno raspolaganje električnom energijom. Osim značajne uštede troškova i nezanemarljivog pozitivnog uticaja na životnu sredinu, želimo da budemo primer i motivacija drugim privrednim subjektima da krenu našim stopama za dobrobit zajednice.

BRIGA O VODAMA

Svojim nemarnim ponašanjem, iz dana u dan ljudi sve više zažaduju okolinu, pa je tako već 50 odsto tekućih voda trajno uništeno. Upravo zbog toga, svakodnevno radimo na sprovođenju mera štednje, pa smo tako 2021. u odnosu na 2018. godinu uštedeli gotovo 70 odsto ukupne potrošnje vode. Navedena ušteda je ekvivalentna utrošku vode od 213 prosečnih srpskih domaćinstava na godišnjem nivou. Mere uštede koje konstantno sprovodimo su redovna kontrola, ugradnja vodomera sa daljinskim očitavanjem, uspostavljanje online praćenja potrošnje i mnoge druge mere na kojima se svakodnevno radi.

Osim što smo ostvarili značajne uštede troškova, sve sprovedene mere znatno doprinose očuvanju planete Zemlje i uštedi prirodnih resursa.

DOPRINOS LOKALNOJ ZAJEDNICI

Doprinos kulturi, sportu, razvoju omladine, kao i odziv na većinu humanitarnih akcija na lokalnom nivou, nešto je što se veoma često može pripisati kompaniji sa logoom kućice. Ovogodišnje filantropske aktivnosti podrazumevale su razne vidove podrške lokalnim sportskim klubovima, muzičkim i kulturnim festivalima i brojnim humanitarnim akcijama. Tako smo, između ostalog, podržali nedavni pozorišni festival Centra za kulturu u Arandjelovcu, trku „1300 kaplara“ u organizaciji sportskog saveza grada Arandjelovca, kao i jedan od najvećih savremenih muzičkih festivala u opštini.

Peštanov odgovorni odnos prema omladini i sportu na ovim prostorima odavno je poznat po redovnoj podršci našoj najtrofejnijoj, svetskoj i olimpijskoj šampionki u karateu Jovani Preković, kao i sportskim klubovima KK Šumadija i RK Šamot 65.

SVE KREĆE IZ KUĆE

Kao što kaže stara izreka da „sve kreće iz kuće“, tako i ovde humani odnos prema ljudima kreće od onoga što nam je najvažnije, a to su naši zaposleni. U toku 2022. godine dobra tradicija je nastavljena pa je jedan od benefita za naše zaposlene bilo besplatno letovanje za celu porodicu. Kroz ovu internu kampanju Peštan je ove godine omogućio besplatno letovanje za 60 porodica zaposlenih.

Kao domaća porodična kompanija, tradiciju i primarne vrednosti i danas održavamo kroz gajenje porodičnih vrednosti kao prioritarnih, te sa posebnom pažnjom svoje humane aktivnosti usmeravamo ka majkama u našem kolektivu i deci zaposlenih.

Kada kompanija daje primer uz povremeni apel na zaposlene, pozitivne promene vredne za budućnost zajednice su neospornive. Naši zaposleni dobrom voljom i širokim srcem često su i sami inicijatori humanitarnih i društveno odgovornih akcija.

Zaposleni kompanije su ove godine oborili rekord u dobrovoljnom davanju krvi, te je 14. juna ove godine kompanija Peštan dobila posebno priznanje Crvenog krsta Srbije. Kao kompanija ponosni smo što su ovakvi ljudi deo našeg kolektiva i zahvalni što svoju kompaniju predstavljaju na najbolji mogući način, odgovorni prema sebi i prema društvu.

ŠIRIMO PAMETNU RECIKLAŽU SRBIJOM!

U 2021. godini samo su Krađujevčani i Beograđani imali priliku da odlađu ambalažni otpad u reciklomate. Na kraju 2022. građani pet gradova susreli su se sa pametnom reciklažom uz pomoć Sekopaka, i to građani Niša, Aranđelovca, Beograda, Krađujevca i Zrenjanina

Velika zainteresovanost građana, organizacija i kompanija za ovakav vid sakupljanja ambalažnog otpada za Sekopak predstavlja potvrdu da je ono što rade inovativno i važno za dalji razvoj industrije upravljanja ambalažnim otpadom.

PAMETNO RECIKLIRAJ!

ZRENJANIN PRVI GRAD KOJI KORISTI U POTPUNOSTI PAMETAN SISTEM ZA SAKUPLJANJE AMBALAŽNOG OTPADA

U svim IDEA prodavnicama, Roda megamarketima i na šest javnih lokacija u Zrenjaninu, postavljeni su pametni uređaji za reciklažu ambalažnog otpada. Odlaganjem proizvoda označenih nalepnicom „Recikliraj“ građani će kroz aplikaciju sakupljati bodove, koje mogu iskoristiti za popuste pri kupovini ili druge robne nagrade.

Pametni aparati primaće PET, limenke, staklenu i Tetra Pak ambalažu proizvoda kompanija Coca Cola HBC, Knjaz Miloš, Carlsberg, Imlek, Rauch, Nektar i Red Bull, koje su se priključile projektu „Sistem pametnog sakupljanja ambalažnog otpada“. Projekat se realizuje pod sloganom „Pametno recikliraj“, kroz program develoPPP nemačkog Saveznog ministarstva za ekonomsku saradnju i razvoj (BMZ), a zajednički ga sprovode GIZ i Ball Packaging, Sekopak, Solagro Smart Recycling, Mercator-S i Reverse Logistics Group, u saradnji sa NALED-om i Fondacijom Recan.



ZA ČISTIJI ARANĐELOVAC!

Aranđelovac je grad sa velikim prirodnim bogatstvima i željom da ista očuva. Zajedničkim snagama Sekopak i JKP Bukulja krenuli su u poduhvat da kroz različite ekološke akcije motivišu građane da recikliraju.

Pred 600 dece u parku Bukovičke banje održana je predstava „Skupljaj svoju ambalažu i nosi na reciklažu“ za koju su osnovci kao ulaznicu donosili PET flaše. Time su napravili prve eko-korake i pripremili se za takmičenje između škola u sakupljanju ambalažnog otpada. U okviru škola postavljene su kutije za odvajanje PET plastike i AL limenki, kao i edukativni poster, a deca i odrasli imaju priliku da odlađu ambalažni otpad i u kante koje su postavljene širom Aranđelovca.

Doprinos gradu dala je kompanija Knjaz Miloš postavljanjem reciklomata u samom centru grada, na Gradskom trgu Venac slobode. Cilj je da se kroz reciklomat prikupi 50.000 ambalažnih jedinica, a na svakih 10.000 jedinica kompanije Knjaz Miloš, Sekopak i JKP Bukulja organizovaće ekološku akciju čišćenja životne sredine i sadnje drveća. Krajnji cilj biće proslavljen koncertom, te građani vredno ubacuju PET flaše, limenke, staklenu i Tetra Pak ambalažu kako bi što pre sakupili 50.000 ambalažnih jedinica. Kroz projekat su uključene srednje škole koje osmišljavaju kreativne akcije kako bi objasnili svojim komšijama važnost reciklaže, a redovno se sprovode i akcije edukacije građana o korišćenju pametnih mašina.

EKO-IZAZOV: RECIKLAŽOM DO KONCERTA!

NAKON BEOGRADA I KRAĐUJEVCA, NIŠ JE TREĆI GRAD U SRBIJI KOJI JE DOBIO RECIKLOMAT

Kako bi se smanjilo gomilanje smeća na niškom Keju, gde veliki broj ljudi svakodnevno boravi, postavljen je prvi reciklomat za odvajanje i sortiranje različitog ambalažnog otpada u ovom gradu. Otpad je neretko završavao u Nišavi, te je ideja ovog projekta da uz pomoć lokalnih organizacija motivišu mlade da se odgovorno ophode prema otpadu. Motiv je važan, te su građani pozvani da kroz eko-izazov sakupe 100.000 ambalažnih jedinica, a zajednički uspeh će JKP Medijana i Sekopak obeležiti koncertom izabranim od strane građana.

USPEH PROJEKTA „UPRAVLJANJE STAKLENOM AMBALAŽOM NA ZAPADNOM BALKANU“

U okviru projekta „Upravljanje staklenom ambalažom na Zapadnom Balkanu“ radi uspostavljanja osnove za isplativiju reciklažu stakla, postavljeno je 600 kontejnera za odlaganje staklenog ambalažnog otpada, u gradskim i ruralnim sredinama, a sve sa ciljem da se povećaju količine



sakupljene staklene ambalaže za 20 odsto. Projekat je regionalnog karaktera, a u Srbiji je sproveden u četiri mesta - u Krašujuvcu, Somboru, Nišu i Varvarinu. Realizaciju projekta u Srbiji omogućili su GIZ, NALED i Sekopak uz podršku Apatinske pivare, kao i lokalnih samouprava u kojima se projekat sprovodi.

U cilju optimizacije troškova, kao ključnog faktora za održiv sistem, kroz projekat je pripremljen Vodič za uspostavljanje ekonomski isplativog lanca za sakupljanje i tretman staklenog ambalažnog otpada koji će olakšati lokalnim samoupravama da uspostave uspešan sistem. Kroz projekat su rađene edukativne kampanje za građane, medijska i marketing kampanja kako bi se što veći broj građana uključio u proces primarne selekcije.

Uočeno je da bi se jačanjem domaćih kapaciteta za reciklažu stakla do finalnog proizvoda, značajno optimizovali troškovi transporta koji predstavljaju najveći trošak, ali i umanjila emisija CO2.

Za godinu dana u Krašujuvcu, Somboru, Nišu i Varvarinu sakupljeno je oko 600 tona ambalažnog stakla, najvećim delom iz domaćinstava, iz 600 kontejnera. Povećanje količina u direktnoj je vezi sa postavljanjem „zvona“ za staklenu ambalažu.

EDUKACIJA PREDŠKOLACA IZ STARE PAZOVE O ZNAČAJU RECIKLAŽE

KOMPANIJE DELHAIZE SERBIA I SEKOPAK TRADICIONALNO U AKCIJI PODIZANJA SVESTI O RECIKLAŽI AMBALAŽNOG OTPADA!

Više od 400 predškolaca vrtića „Poletarac“ iz Stare Pazove naučilo je zašto je važno da se ambalažni otpad odvaja i priprema za reciklažu, na koji način možemo svi zajedno doprineti lepšoj životnoj sredini, ali i da je čista i lepa planeta odgovornost svih nas.

Kompanije Sekopak i Delez uz podršku Lokalne fondacije Stara Pazova prošle godine pokrenule su projekat „Baci pet za reciklažu“ u okviru kog su osnovci sakupili čak jednu tonu PET ambalaže. Ove godine fokus je bio na predškolicima. Mural, sadnja drveća i lekcija o reciklaži upakovana u zabavnu i edukativnu predstavu „Sakupljaj svoju ambalažu i nosi na reciklažu“ uveli su predškolce u temu reciklaže. Kako bi ceo događaj imao dugoročni efekat na najmlađe, posude za odvajanje PET plastike, AL limenki i Tetra Pak ambalaže postavljene su u okviru vrtića i time je dodatno omogućeno predškolicima da stečeno znanje o reciklaži primene i u praksi.



EDUKACIJA ZAPOSLENIH O RECIKLAŽI U KOMPANIJI NESTLE

Kako bi zaposleni razumeli procese u kompaniji koji se tiču reciklaže, ali i sami promenili navike, edukacija je ključ. Safety day koji je organizovala kompanija Nestlé podrazumevao je niz radionica, a jedna od njih bila je posvećena reciklaži. Sekopak je iskoristio priliku da „produma“ zaposlene kroz igru „Mit ili istina“, diskusiju o

navikama zaposlenih i mehanizmima po kojima funkcioniše kompanija Nestle. Više od 300 ljudi prošlo je kroz ovu radionicu i to je veliki korak u podizanju svesti zaposlenih o reciklaži.



PROJEKAT „HOĆEMO NOVU ŠANSU! #RECIKLIRAJ“ U KUČEVU

Projekat „Komšije se pomažu, ambalažu odlažu“ koji su Sekopak i Coca Cola HBC zajedno sprovele, a koji promoviše socijalno preduzetništvo, uspešno je završen. Za najboljeg društveno odgovornog preduzetnika proglašen je Turkijan Rahmani koji je sakupio čak 35 tona PET ambalaže, a ove dve kompanije upustile su se u novi poduhvat - da uspostave dobar sistem za upravljanje ambalažnim otpadom u opštini Kučevo.

Stanovnici opštine Kučevo zahvaljujući projektu „Hoćemo novu šansu – recikliraj“ odnedavno imaju priliku da doprinesu zaštiti životne sredine, tako što će ambalažni otpad iz svojih domaćinstava pravilno razdvojiti i odložiti na obeležene kontejnere za odvajanje PET flaša i limenki. Nazivom projekta „Hoćemo novu šansu – recikliraj“ organizatori šalju poruku da otpad može da bude značajan resurs, te da pravilnim odlaganjem i recikliranjem dajemo šansu PET plastici i aluminijumskim limenkama da ponovo završe na rafovima prodavnica. Na ovaj način, smanjuje se količina otpada na deponijama, štede materijali neophodni za proizvodnju ambalaže, čime se dalje štede energija, voda, kao i drugi prirodni resursi, koji su nam danas veoma važni.

ODGOVORNO UPRAVLJANJE AMBALAŽNIM OTPADOM NA DOGAĐAJIMA

Prioritet sve većeg broja firmi koje organizuju događaje jeste da pruže mogućnost posetiocima da odlože ambalažni otpad u posebne kante namenjene za ovu vrstu otpada. Takođe, važno im je da ambalaža zaista završi na reciklaži, a ne u kontejneru za mešani otpad, pa se obraćaju operateru ambalažnog otpada Sekopak koji transparentno upravlja ambalažnim otpadom.

- Drinska regata je događaj koji Sekopak već tradicionalno posećuje uz kompaniju Apatinska pivara, sa misijom da izvuku što veću količinu otpada sa obale i iz reke. Na događaju koji poseti više od 20.000 ljudi sakupljeno je čak 300 kg otpada. Zajedničkim snagama kompanije Apatinska pivara i Sekopak učinile su međunarodni planinski izazov Highlander ekološkim i poslale ambalažni otpad na reciklažu.
- Ljubičevske konjičke igre su manifestacija isprepletana običajima, tradicijom i kulturom, a ove godine, zahvaljujući kompanijama Bambi i Sekopak, dobile su ekološku notu. Volonteri su edukovali prisutne o reciklaži, sakupljali ambalažu i pripremali građane Požarevca za zanimljive aktivnosti na temu reciklaže koje ove dve kompanije planiraju u narednoj godini.
- Family day kompanije Coca Cola HBC, Ženska trka, Sajam ekologije, Music mountain festival samo su neke od manifestacija koje su dale prioritet zaštiti životne sredine i omogućile građanima da pravilno odlažu ambalažni otpad.



STIHL - MISLIMO NA BUDUĆNOST

STIHL je porodična kompanija čiji su koreni u šumarstvu i sežu skoro 100 godina unazad. Sve što radimo, uvek je bilo fokusirano na ljude, prirodu i njihovu moć da rastu. To je ono što nas pokreće – i što želimo da održimo i u budućnosti.

Andreas Stihl, osnivač čuvene kompanije STIHL, razvio je svoju prvu motornu testeru 1926. vodeći se motom: „Olakšati ljudima rad u prirodi i sa prirodom“. Ovim principom su se, kako kažu u kompaniji, vodili tokom svih 96 godina poslovanja, pa i danas. STIHL je izrastao u vodećeg svetskog proizvođača motornih testera, uređaja za poljoprivredu, šumarstvo, hortikulturu, kao i građevinsku industriju. Grupacija ima proizvodne kompanije širom sveta u sedam zemalja: Nemačka, Brazil, Švajcarska, Austrija, Kina, SAD i Filipini.

Od osnivanja kompanija STIHL koristi revolucionarnu tehnologiju i inovativne ideje. U istoriji dugoj 96 godina vrhunska tehnologija i kvalitet postali su sinonim za brend STIHL. U više od 160 zemalja STIHL proizvodi pomažu ljudima u radu sa prirodom i u prirodi, što

je dovelo brend na 1. mesto proizvođača motornih testera širom sveta, dok je više od 70 godina STIHL sinonim kvaliteta u industriji na našem domaćem tržištu.

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

STIHL DOBRI KOMŠIJA

STIHL dobri komšija je društveno odgovorna akcija koja ima za cilj da podstakne i promoviše brigu o zajednici, kao i o najmlađim članovima društva i

njihovom okruženju. Predstavnici kompanije STIHL d.o.o. uređenjem zelenih površina u dvorištima predškolskih ustanova, na teritoriji opštine Novi Beograd, pokazali su na koji način treba da se vodi računa o svom okruženju. I na ovaj način STIHL podseća na ogroman značaj zelenih površina u cilju kvalitetnog života u gradskim sredinama. Akcijom sređivanja dvorišta vrtića na opštini Novi Beograd, uređena su dvorišta u kojima borave najmlađi sugrađani. STIHL proizvodi daju važan doprinos pri očuvanju i negovanju zelenih površina. Kao porodična kompanija STIHL je duboko posvećen principu da ograničene resurse treba koristiti na takav način da oni mogu da budu dostupni i budućim generacijama. Briga o životnoj sredini je briga za budućnost.

AKCIJA OZELENJAVANJA GRADSKIH POVRŠINA

Zaposleni kompanije STIHL za Srbiju i Crnu Goru su ove godine zasadili 96 sadnica kedra u parku „Ušće“ na Novom Beogradu. Ovaj broj od 96 sadnica simbolizuje broj godina postojanja kompanije. Akcija ozelenjavanja gradskih površina započeta je prošle godine, kada je kompanija proslavljala 95. rođendan. Ove i narednih godina STIHL nastavlja, sada već tradicionalnu akciju sa partnerima JKP „Zelenilo Beograd“. Sadnjom 96 stabala kedra kompanija pomaže u očuvanju životne sredine i podiže kvalitet zelene infrastrukture u gradu, što je još jedan vid podrške našem okruženju. STIHL proizvodi pomažu ljudima tokom rada u prirodi i nezi zelenih površina.

DONACIJE ZDRAVSTVENIM INSTITUCIJAMA I USTANOVAMA

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

Posebnu brigu u oblastima zdravstva i brige o deci, kompanija pokazuje kroz podršku humanitarnim organizacijama i zdravstvenim institucijama. Tokom

ove godine kompanija je donacijom pomogla Kliniku za neurologiju i psihijatriju, humanitarne organizacije „Dečje srce“ i „Radost deci“, Udruženja multiple skleroze, i mnoge druge organizacije.

STIHL U SRBIJI

U cilju širenja poslovanja u Srbiji i regionu, u septembru ove godine, STIHL je otvorio novu poslovnu zgradu na Novom Beogradu. STIHL je snažna, finansijski nezavisna porodična kompanija sa fokusom na dugoročno poslovanje. U projekat izgradnje novog savremenog poslovnog objekta od skoro 2.000 kvadratnih metara na dve etaže, uloženo je 3,1 milion evra, te 2,8 miliona evra u obezbeđivanje lokacije. Zemljište se prostire na 33.000 m² površine, a trenutno je zauzeto samo 10.000 m² - čime su stvoreni prostorni preduslovi za dalju ekspanziju.

Novi STIHL poslovni objekat građen je u smislu kvaliteta gradnje po najvišim svetskim standardima, uz poštovanje lokalnih specifičnosti i standarda iz oblasti „zelene“ gradnje, optimizujući prirodne izvore i unapređujući kvalitet života, uz redukciju štetnih efekata po okolinu.



Tehnološkim liderstvom i inovativnom snagom sa svakim novim razvojem korisniku donosimo primetno poboljšanje kada su u pitanju učinak i jednostavnost upotrebe. Sve je osmišljeno na način da STIHL proizvodi postanu nešto što se nasleđuje. STIHL kvalitet označava održivost u najboljem smislu – dugovečni proizvodi koji mogu da se popravljaju čuvaju naše resurse na najbolji mogući način.

5,06 milijardi evra rekordna prodaja

20.094 ukupno zaposlenih u celom svetu

u preko **160** zemalja možete kupiti STIHL



DRUŠTVENO VREDNE – KOMPANIJE ZA BUDUĆNOST

Kao društveno vredna kompanija, Strauss Adriatic ugrađuje određena operativna ponašanja u svoju poslovnu praksu i na taj način utiče na uzroke, čime doprinosi da do određenih negativnih efekata na društvo i životnu sredinu zapravo ne dođe ili da njihova razmera bude znatno manja

Kontinuirano zalaganje kompanija da unapređuju svoj biznis dok paralelno unapređuju život i funkcionisanje zajednice u kojoj posluju, doprinelo je tome da više ne možemo govoriti „samo“ o njihovoj društvenoj odgovornosti. Vreme je za društveno vredne kompanije.

Strauss Adriatic, koja posluje kao deo multinacionalne kompanije Strauss Coffee, prihvata novo viđenje održivog poslovanja, tako što i dalje pruža pomoć zajednici i donira u

humanitarne svrhe, ali sada ima proaktivniji pristup. Naime, kao društveno vredna kompanija, Strauss Adriatic ugrađuje određena operativna ponašanja u svoju poslovnu praksu i na taj način utiče na uzroke, čime doprinosi tome da do određenih negativnih efekata na društvo i životnu sredinu zapravo ne dođe ili da njihova razmera bude znatno manja. Da bi ovo bilo održivo potrebno je da se polje društvenog aktivizma usaglasi sa vrednostima i svrhom kompanije iz koje potiču.



Doncafé fabrika



Marija iz Kolumbije, učesnica programa „Više od šoljice“

POČNIMO OD ZRNA: „VIŠE OD ŠOLJICE“

Strauss Coffee širom grupe posluje u okviru svoje „Etičke povelje“, koja održivost postavlja kao vitalni element njihovog korporativnog duha i svojevrsni vodič kroz čitav proces nabavke. Društvenu vrednost kompanije postiže, između ostalog, i projektom „Više od šoljice“ kojim podržava žene širom sveta da se upuste u proces uzgajanja kafe, započnu svoj posao i na taj način se osamostale. Kao jedna od deset top kompanija na globalnom nivou u industriji kafe, Strauss Coffee realizuje ovaj projekat od 2016. godine, pažljivo i u skladu sa pojedinačnim poslovnim potrebama žena: od edukacije do modernizacije poslovnih procesa. Program je osmišljen tako da podrži farme i zadrugne predvođene ženama, sa ciljem da stvori maksimalno opipljive i merljive beneficije za najmarginalizovanije proizvođače kafe. Svi projekti funkcionišu uz direktna partnerstva i ulaganje u pojedinačne dugoročne projekte, koji razmatraju specifične potrebe svake grupe proizvođača. Zahvaljujući projektu „Više od šoljice“, ženama na različitim kontinentima postaju dostupna nova znanja, alati i veštine za rad u industriji kafe, što im olakšava odgovor na povećanu

potrošnju ovog napitka i sektorske izazove. Ujedno, promoviraju se ravnopravnost polova, čime se osnažuje uloga žene kako u svetu kafe, tako i u širem okruženju. Partnerstva koja se realizuju sa uspešnim preduzeticama omogućavaju pristup visokokvalitetnoj kafi na brojnim lokalnim tržištima, a upravo tako, prirodno gajena i neprocesuirana kafa preduzimljivih žena stiže i u Srbiju. U 2021. godini realizovano je 10 lokalnih projekata „Više od šoljice“ u osam zemalja Afrike, Azije i Latinske Amerike, obuhvativši preko 13.000 domaćinstava. Pored toga, Strauss Coffee je aktivan član Globalne platforme za kafu (GCP) i nastavlja da podržava Zajednički propisnik za zajednicu kafe (4C) nabavkom kafa koje su usaglašene i sertifikovane sa njim.

NAPREDNA EKOLOŠKA SVEST

Kao društveno vredna kompanija koja donosi novu vrednost zajednici, posvećena je ciljevima održivog razvoja koji doprinose boljem kvalitetu života članova društva. U skladu sa tim, može se pohvaliti činjenicom da je 26% ukupne energije koju je fabrika potrošila prethodne godine, došlo iz obnovljivih izvora, a realizuju se i brojni projekti koji dokazuju stratešku opredeljenost „zelenom“ poslovanju. Strauss Adriatic se rukovodi principima standarda ISO 14001 i primenjuje sistem menadžmenta životnom sredinom usaglašen sa njegovim zahtevima. Svoju posvećenost ovakvom načinu poslovanja, kompanija potvrđuje i višegodišnjom podrškom konferenciji „OIE Srbija“ u organizaciji udruženja Obnovljivi izvori energije.



Milan Živković, Supply Chain Director, Strauss Adriatic, prima zahvalnicu u ime kompanije za podršku konferenciji „OIE Srbija“

Još od 2003. godine, fabrika kompanije Strauss Adriatic poseduje katalitičke ćelije za prečišćavanje gasova sa efektom staklene bašte i, shodno zakonu, sprovodi periodična merenja njihove emisije, koja ni u jednom trenutku, za poslednjih 19 godina, nije prekoračila granične vrednosti. Nova fabrika je izgrađena 2007. godine i predstavlja jednu od najsavremenijih fabrika kafe u jugoistočnoj Evropi, sa opremom koja omogućava preradu i pakovanje kafe po najvišim standardima. Među brojnim aktivnostima kojima kompanija vodi računa o čovekovoj okolini, izdvaja se korišćenje kafene plevice od 2012. godine, koja se ne odbacuje kao nusprodukt, već služi kao biomasa za grejanje administrativnog dela i pogona fabrike u Šimanovcima. Time je smanjena emisija ugljen-dioksida za čak 11%, troši se manje fosilnih goriva, ujedno se rešava pitanje skladištenja otpada, a produkti sagorevanja biomase ne utiču štetno na okruženje.

Još jedan projekat koji Strauss Adriatic ističe kao pionira u oblasti ekologije jeste i instaliranje solarnih elektrana na krovu fabrike ukupnog kapaciteta 109 kW. Osim toga, kompanija od Elektroprivrede dobija i sertifikat da je električna energija koju kupuje od njih sto odsto iz obnovljivih izvora, tako da je sva električna energija „zelena” – delom od EPS-a, delom od solarnih panela. Na sve to, za potrebe zalivanja travnatih površina u okviru fabrike sakuplja se kišnica, kako se ne bi trošilo više vode nego što je potrebno.

Održivo poslovanje, pored menadžmenta, dolazi i od zaposlenih koji kontinuirano predstavljaju i realizuju svoje inicijative za očuvanje ekološke stabilnosti i unapređenje zelenog poslovanja. U okviru administrativnog dela, zajedničkim snagama uređuju sistem „iznutra”: ne koriste plastične čaše, slamčice i slične proizvode za jednokratnu upotrebu, već su za svakošta obezbeđeni personalizovani EcoCareCup izdržljivi proizvodi od šećerne trske. Za plastične flaše je instalirana posebna reciklažna presa, a u kancelarijama su postavljene kante za sortiranje otpada.

ZAPOSLENI AKTIVNO PREDSTAVLJAJU I REALIZUJU SVOJE INICIJATIVE ZA OČUVANJE EKOLOŠKE STABILNOSTI I UNAPREĐENJE ZELENOG POSLOVANJA

„EVRO ZA ZNANJE” I VERA U MLADOST

Kao što svojim angažovanim ponašanjem pozitivno utiču na svoju okolinu, zaposleni u kompaniji Strauss Adriatic pružaju podršku i onima kojima je to potrebno, sa posebnim fokusom na mladima. Početkom nove školske godine, okupili su se i organizovali humanitarni bazar, a čitav prihod od prodaje usmerili su ka fondaciji „Evro za znanje”. Reč je o fondaciji koja već deset godina stipendira najbolje učenike i studente u Srbiji, kojima je potrebna materijalna pomoć. Mada se podrška inače zasniva na malim, pojedinačnim donacijama, zaposleni u Strauss Adriatic-u organizovali su veću akciju kako bi pokrenuli „lavinu” podrške.



Humanitarni bazar u kompaniji Strauss Adriatic

Svesni da ulaganjem u mlade – ulažu u budućnost, kolege i kolegice brzo su se okupile sa istim ciljem. Sektor prodaje organizovao je događaj i pozvao sve da se priključe, a čak 11 prodajnih timova ponudilo je različite artikle, od jedinstvenih rukotvorina do prehrambenih proizvoda. Osim sjajne atmosfere, zaposleni su uspeli da ostvare i veoma uspešno prikupljanje sredstava fondaciji „Evro za znanje”, kao i da svojim humanim gestom razviju duh dobrih dela. Prikupljena je pomoć za ambiciozne ljude čiji je uspeh na pomolu i raširena je svest o značaju ulaganja u njihovu budućnost.

MOJA PRVA KAFA – UPS, PLATA!

Podrška mladima ove godine stigla je i kroz prvo učestvovanje kompanije Strauss Adriatic u programu „Moja prva plata”. Zainteresovani kandidati mogli su da se prijave na pozicije u sektorima prodaje, marketinga, finansija i HR-a, i da na taj način započnu svoj karijerni put u okviru internacionalne grupacije Strauss Group.

S obzirom na to da aktuelna vremena sa sobom nose posebne izazove za mlade bez radnog iskustva, kompanija im je pružila odličnu priliku za stručni razvoj i usavršavanje radom na međusektorskim projektima uz podršku većeg broja mentora. Devetomesečni program podrazumeva rad na konkretnim zadacima, formalne i neformalne oblike edukacije, kontinuirano praćenje rada i osposobljavanje za samostalan rad. Glavna prednost učestvovanja u programu „Moja prva plata” baš u kompaniji Strauss Adriatic, jeste i prilika za zaposlenje – najbolji polaznici programa dobijaju priliku da svoj dalji karijerni put nastave upravo ovde.

SVESNA DA ULAGANJEM U MLADE – ULAŽE U BUDUĆNOST, KOMPANIJA IM NA RAZLIČITE NAČINE PRUŽA PODRŠKU PRILIKOM PROFESIONALNOG RAZVOJA

BRIGA O ZAPOSLENIMA – UVEK I SVUDA

Ulaganje u kadrove u kompaniji Strauss Adriatic podrazumeva kreiranje kvalitetnih uslova za rad, ali i mogućnost profesionalnog napretka, podršku u zdravlju, kao i otvorenost, transparentnost i uključivanje u značajne društvene aktivnosti. Osim toga, zaposlenima se svakodnevno pruža odgovarajuća edukacija, a ulaže se u različite programe i u multidisciplinarni pristup poslovanja.

Dodatno, Strauss Adriatic pokreće i veliki broj novih velikih inicijativa, među kojima je i „Svaki dan bezbeDAN” – aktivacija edukativnog karaktera sa ciljem dodatne obuke zaposlenih koja se tiče bezbednosti na radu. Oni su dobili dodatna znanja iz tri oblasti: bezbednost u saobraćaju (u saradnji sa Agencijom za bezbednost saobraćaja), prva pomoć (sa partnerom za sistematske preglede – Vizim) i protivpožarna zaštita (sprovedena od strane Tanje Žigic, inženjera za bezbednost u kompaniji).



Simulacija u okviru inicijative „Svaki dan bezbeDAN”

O uspešnoj realizaciji projekata koji unapređuju bezbednost zaposlenih, govori i sertifikat ISO 45001, koji se odnosi na to da je kompanija uvela i primenjuje sistem menadžmenta bezbednošću i zdravljem na radu.

SVEBUHVATNI DOPRINOS DRUŠTVU

Podrška saradnicima i partnerima, borba za očuvanje životne sredine i kreiranje održive zajednice, pružanje prilika mladim, vrednim ljudima koji ostvaruju zapažene rezultate, kao i svakodnevna briga o zaposlenima i omogućavanje njihovog razvoja, dokazuju da kompanija Strauss Adriatic posluje u skladu sa visoko postavljenim profesionalnim, ekološkim i etičkim standardima.

GODINA VELIKIH AKCIJA – OD SUBOTICE DO KOPAONIKA

Wiener Städtische osiguranje je prisutno na više od 40 lokacija širom Srbije, a zahvaljujući angažmanu svojih zaposlenih tokom cele godine, uspeali smo da realizujemo 30 akcija u kojima je učestvovalo više od 450 zaposlenih

Kada bismo u jednoj reči pokušali da sumiramo naše društveno odgovorno poslovanje u 2022. godini, ona bi svakako bila – akcija. Akcija u smislu preduzimljivosti pojedinca i kolektiva da preduzmu određene radnje kako bi ostvarili željeni efekat, akcija kao pokretačka snaga koja donosi željenu promenu tamo gde je ona neophodna.

Još prošle godine smo definisali program korporativnog volontiranja koji je strateški postavio u fokus princip „ljudi za ljude“. „Lanac dobrote“, program društvenog aktivizma zaposlenih u Wiener Städtische osiguranju, postavio je visok cilj – promociju i negovanje kulture društveno odgovornog ponašanja pojedinaca, koji će u zbiru njihovih inicijativa i kroz „lančano“ prenošenje takve kulture unutar kolektiva ostvariti pozitivan efekat na lokalne zajednice u kojima se implementira. Vođeni pozitivnim rezultatima ostvarenim u prošloj godini, u 2022. godinu smo ušli sa idejom da podignemo lestvicu očekivanja, da kroz interni format takmičenja podstaknemo naše zaposlene da se na najplemenitiji način nadigravaju u tome ko će realizovati bolju akciju kojom se direktno utiče na podizanje standarda održivosti u lokalnim zajednicama, koje se svakodnevno trude da obezbede što bolje uslove za život svojih najranjivijih pripadnika. Wiener Städtische osiguranje je prisutno na više od 40 lokacija širom Srbije, a zahvaljujući angažmanu svojih zaposlenih tokom cele godine, uspeali smo da realizujemo 30 akcija u kojima je učestvovalo više od 450 zaposlenih.

AKCIJE PODRŠKE MARGINALIZOVANIM I UGROŽENIM GRUPAMA

Podrška deci sa smetnjama u razvoju je veoma izražena u našim društveno odgovornim aktivnostima. Sami zaposleni predlažu specijalizovane ustanove iz svojih zajednica, kojima je potrebna podrška kako bi svojim korisnicima poboljšali uslove boravka i kvalitet aktivnosti koje sprovode. U tom smislu, tokom godine organizovali smo akcije uređenja škola i školskih dvorišta u Sremčici i Kraljevu, kroz lične donacije zaposlenih obezbedili novogodišnje paketiće za korisnike škole u Pančevu, u avgustu smo organizovali veliku akciju



središnja centra za autizam u Arandelovcu „Svici u mraku“, koji pruža besplatnu podršku deci sa autizmom i njihovim porodicama, dok smo tokom oktobra potpuno preuredili dvorište za decu sa smetnjama u razvoju „Vuk Karadžić“ u Somboru.



Podrška svratištima za decu je vrlo važan aspekt našeg društveno odgovornog delovanja iz razloga što ih nema dovoljno u odnosu na brojnost ranjivih grupa kojima su namenjena. Zaposleni se angažuju u prikupljanju i doniranju svih neophodnih stvari i proizvoda za redovno funkcionisanje ovih centara. Organizovali smo brojne akcije na teritoriji Beograda, u kojima su zaposleni donirali robu za svakodnevno funkcionisanje Svratišta za decu ulice. Primarni cilj je bio obezbeđivanje dovoljne količine namirnica neophodnih za školsku užinu učenika osnovnih škola, koji su korisnici usluga Svratišta.

Podrška organizaciji „BELhospice“ – tradicionalna saradnja sa udruženjem koje obezbeđuje palijativnu negu za najteže onkološke pacijente nastavljena je i tokom ove godine. Finansijskom podrškom, promocijom događaja na



društvenim mrežama i učešćem u timu „BELhospice“ na 35. Beogradskom maratonu naša kompanija je pomogla da se u javnosti poveća vidljivost organizacije „BELhospice“ a ujedno podigne svest o značaju njihove društvene misije u obezbeđivanju dostojanstvenog života za najteže bolesnike i njihove porodice. Naš ovogodišnji doprinos je visoko vrednovan od strane organizacije „BELhospice“ za šta smo stekli počasno članstvo u BELhospice Sustainability Club-u kao PLATINUM MEMBER.



AKCIJE U CILJU ZAŠTITE I UNAPREĐENJA ŽIVOTNE SREDINE

Wiener Städtische osiguranje posvećuje svoje resurse zaštiti životne sredine kroz svakodnevno unapređivanje sistema i poštovanje zakonskih obaveza u oblasti zaštite životne sredine. U tom domenu, naročito iz ugla opredeljenosti da stvara poverenje, dobru volju i da ostvaruje potrebnu saradnju sa lokalnim sredinama u oblasti zaštite životne sredine, kao i da jednako promovise potrebu i način ispravnog odlaganja otpada i klijentima i svojim zaposlenima, ekološke akcije u kojima su učestvovali naši zaposleni su od posebnog značaja.



TV Serijal „Biciklom kroz Srbiju“ – U okviru popularnog porodičnog programa, serijala koji se emituje na TV PRVA, naši zaposleni su učestvovali u sedam ekoloških akcija koje su organizovane širom Srbije: čišćenje divlje deponije u Novom Sadu, čišćenje odmorišta za automobile na Zlatiboru, čišćenje jezera Međuvršje i priobalja jezera u Ovčarsko-kablarској klisuri, čišćenje biciklističke staze i keja uz reku Nišavu u Nišu, postavljanje hranilica i pijališta za divlje životinje na Vršačkom bregu, čišćenje proplanka i etičko branje borovnica na Kopaoniku, čišćenje prilaznog puta kod manastira Rača na Tari. Na ovaj način, zaposleni u kompaniji su dali sjajan primer svim gledaocima ovog popularnog TV formata na koji način treba biti odgovoran prema okruženju, kako se zahvaljujući timskom radu brzo mogu postići željeni rezultati, a ujedno kao kompanija postajemo prepoznatljiviji kao odgovoran partner lokalnim



zajednicama. Važno je napomenuti da je „Biciklom kroz Srbiju“ druga sezona novog televizijskog formata lansiranog prošle godine, sa prvom sezonom „Veslom kroz Srbiju“, u kojem Wiener Städtische osiguranje, u partnerstvu sa produkcijskom kućom Triangl iz Beograda, aktivno promoviše prirodne lepote Srbije, ujedno promovišući zdrave obrasce življenja, ekologiju i brigu o prirodnom okruženju, kao i lokalne organizacije koje su ključni pokretači u svojim zajednicama.



Idući u pravcu podizanja ESG standarda poslovanja naše kompanije, u partnerstvu sa Sekretarijatom za urbanizam Grada Niša, donirali smo prve dve servisne stanice za bicikliste u ovom gradu, kako bismo podstakli ekološku urbanu mobilnost i promovisali sigurne i održive modele individualnog transporta. Stanovnici Niša sada imaju dva punkta uz prometne biciklističke trase gde potpuno besplatno mogu da izvrše neophodno servisiranje svojih bicikala potpuno besplatno.

PROMOCIJA ZDRAVIH ŽIVOTNIH NAVIKA U CILJU PREVENCIJE BOLESTI

Akcija besplatnih preventivnih pregleda –

Tokom 2022. godine nastavili smo sa akcijama besplatnih preventivnih pregleda za naše osiguranike dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja. Tokom marta meseca pravo na



besplatne ultrazvučne preglede dojke ostvarilo je preko 300 osiguranica u Vranju, Leskovcu, Novom Sadu, Nišu, Subotici i Beogradu. U septembru smo omogućili 450 besplatnih ultrazvučnih pregleda srca u Krađujevcu, Novom Sadu, Nišu, Subotici i Beogradu, dok je u okviru tradicionalnog obeležavanja novembra – meseca borbe protiv raka prostate i testisa, 200 osiguranika iskoristilo besplatan ultrazvučni pregled prostate u Novom Sadu, Nišu, Subotici i Beogradu.

WIENER ART KOLEKCIJA SAVREMENE SRPSKE UMETNOSTI – AKCIJA KOJA TRAJE VIŠE OD 10 GODINA

Wiener Art je nesumnjivo najveći društveno odgovorni projekat Wiener Städtische osiguranja, koji je ušao u svoju jedanaestu godinu. Budućnost je ono čemu smo okrenuti, a uloga Wiener Art kolekcije je da za budućnost našeg društva i nove generacije sačuva vrednosti savremenog umetničkog stvaralaštva u Srbiji.

Zbirka Wiener Art kolekcije predstavlja umetnost koja odražava duh svog vremena, kako u tradicionalnim tako i u proširenim medijima, okupljajući dela koja su po svojim karakteristikama ispred društvene, političke i umetničke prakse u vreme nastanka. Danas kolekcija sadrži oko 600 umetničkih dela više od 70 umetnika, među kojima su Mira Brtko, Mrđan Bajić, Vladan Radovanović, Mihael Milunović, Tomislav Peternek, Ana Knežević i mnogi drugi.

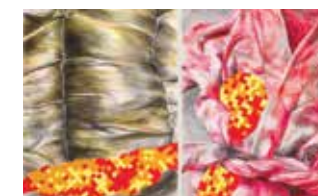
Nove akvizicije – Kontinuirana aktivnost proširenja Wiener Art kolekcije u kojoj se kroz otkup relevantnih umetničkih radova direktno pomaže savremena produkcija. U 2022. godini otkupljeni su radovi: Adrienn Ujhazi, Ivane Ranisavljević, Olivera Parlič, Žolta Kovača, Božidara Plazinića, Stefana Lukića, Daniele Fulgosi i Ane Knežević, čime je kolekcija značajno obojačena recentnom savremenom produkcijom.

Podrška retrospektivne izložbe vajarke Olge Jevrić u Srpskoj akademiji nauka i umetnosti – Povod je jubilej - sto godina od rođenja slavne vajarke, članice SANU, Olge Jevrić - „Olga Jevrić (1922-2014-2022) Život i delo“. Olga Jevrić je jedna od najistaknutijih skulptorki Srbije i Jugoslavije druge polovine 20. veka. Njena dela se danas čuvaju u brojnim muzejima u Srbiji, kao i u Tate Gallery u Londonu. Srpska akademija nauka i umetnosti prepoznala je zalaganje naše kompanije na polju savremenog umetničkog stvaralaštva i uputila poziv za saradnju radi što kvalitetnijeg predstavljanja ovog značajnog umetničkog opusa domaćoj i međunarodnoj javnosti.

Podrška retrospektivne izložbe „GOSPODSTVO UMA: MIODRAG B. PROTIĆ, život posvećen umetnosti“ u Muzeju savremene



Olivera Parlič Marble Balls (2009)



Daniela Fulgosi, Vatrena košulja - diptih (2021)



Olga Jevrić

umetnosti Beograd - Stogodišnjica rođenja Miodraga B. Protića (1922–2014), konceptijskog osnivača i dugogodišnjeg prvog upravnika Muzeja savremene umetnosti (1965–1980), istovremeno značajnog likovnog stvaraoca, teoretičara i kritičara likovne umetnosti i autora brojnih monografija i studija o modernoj i savremenoj umetnosti, obeležena je izložbom u Galeriji-legatu Milice Zorić i Rodoljuba Čolakovića Muzeja savremene umetnosti. I ovoća puta, odabrali smo da saradujemo na promociji najznačajnijih vrednosti koje su pomogle utemeljenju savremene umetničke scene u Srbiji, a MSUB je svakako ključna institucija čiji rad pomno pratimo i podržavamo.

Ono što je najveća vrednost naših društveno odgovornih akcija je upoznavanje i ostvarivanje dugoročnih veza sa organizacijama, pojedincima, inicijativama i institucijama koje smo pomogli našim angažmanom i donacijama. Kao kompanija i kao kolektiv, bogatiji smo za nezaboravna poznanstva sa: „Život na selu zaboravljenih ljudi“ (Novi Pazar), OŠ „Pavle Popović (Vranić), Turistička organizacija Vršac, ŠOSO „Ivo Lola Ribar“ (Kraljevo), Ustanova za decu ometenu u razvoju (Sremčica), OŠ „Kosta Stevanović“ (Leskovac), OŠ „Mlada pokolenja“ (Kovačica), Dečja univerzitetska klinika u Tiršovoj, „Svici u mraku“ (Arandelovac), Centar za integraciju mladih – Svrtište za decu ulice (Beograd), ŠOSO „Vuk Karadžić“ (Sombor), Grad Niš, Opšta bolnica u Jagodini, BELhospice (Beograd), Opština Čajetina, „Čep za hendikep“, Opšta bolnica Studenica (Kraljevo), KBC Bežanijska kosa, NURDOR, „Zračak“ (Čačak)....

ZELENE INICIJATIVE ZA JAČU ZAJEDNICU I ZDRAVIJU PLANETU

Kreirali smo brend sa ciljem da budemo u balansu sa prirodom: da smanjimo negativan uticaj na životnu sredinu i ponudimo korisnicima da urade isto



Majk Mišel, generalni direktor kompanije Yettel

Kada smo 1. marta lansirali Yettel brend, predstavili smo i našu svrhu: da pomognemo ljudima da lakše pronađu balans, pogotovo kada je u pitanju tehnologija i način na koji se ona uklapa u naše živote. Naša je želja da im ponudimo proizvode i usluge koji će im u tome pomoći. Istovremeno, nastavljamo da ulažemo u zajednicu u kojoj poslujemo.

YETTEL 100% ZELENA MREŽA

Prilikom kreiranja novog brenda, razgovarali smo sa korisnicima i videli da su im teme poput zaštite životne sredine, klimatske promene, zagađenje ili boravak u prirodi veoma važne. Zato smo kreirali brend sa ciljem da budemo u balansu sa prirodom: da smanjimo negativan uticaj na životnu sredinu i ponudimo korisnicima da urade isto. Da damo primer, inspirišemo i pokrenemo na akciju. „Yettel mreža je oduvek sinonim za brzinu i pouzdanost, što je pokazalo i priznanje UMLAUT koje smo dobili četiri godine zaredom. Počev od 2022, Yettel je i sto odsto zelena mreža, odnosno prva mobilna mreža u Srbiji koja koristi isključivo energiju iz obnovljivih izvora, za šta imamo potvrdu nadležnih institucija Republike Srbije. To znači da se utrošena količina električne energije koju koriste mrežna oprema, uređaji i infrastrukture za potrebe Yettel mobilne mreže dobija iz obnovljivih izvora energije - 100%ЗеленЕПС. Kvalitet mreže ostaje prioritet, a time što smo postali 100 odsto zelena mreža, još jednom želimo da poguramo celo tržište napred“, rekao je Majk Mišel, generalni direktor kompanije Yettel. Ekološki izazovi su gorući problem današnjice. Potrebno je da kreiramo konkretna rešenja kako bismo sačuvali našu planetu i sve njene lepote.



Lansiranje zelenih inicijativa: zelena mreža i Eco Bonus

PROGRAM RECIKLAŽE UREĐAJA

Karakteristika modernog načina života je to da koristimo mnogo različitih elektronskih uređaja. Većina ljudi ima barem jedan mobilni telefon, jedan računar ili par slušalica. Elektronski otpad godišnje raste za dva miliona tona, a u ovom trenutku našu planetu zagađuje blizu 350 miliona tona ove vrste otpada. Evropa, nažalost, drži neslavno prvo mesto, stvarajući čak 12 tona e-otpada po glavi stanovnika. Kako bi doprineo smanjenju količine elektronskog otpada i zaštiti životne sredine, Yettel je prošle godine pokrenuo program reciklaže mobilnih telefona. Ove godine, program je proširen i na druge elektronske uređaje, pa je sada moguće reciklirati tablete, modeme, rutere, laptope i pametne satove. Zajedno sa korisnicima, do sada smo reciklirali više od 365.000 uređaja i odložili blizu 28 tona elektronskog otpada. Postavili smo ambiciozan cilj da recikliramo najmanje milion mobilnih uređaja do 2025. godine i pozivamo sve sugrađane da nam u tome pomognu. Za svaki reciklirani uređaj, korisnici dobijaju popust za kupovinu novog telefona, pametnog sata i dodatne opreme.



Program reciklaže uređaja

**POSTAVILI SMO AMBICIOZAN CILJ
DA RECIKLIRAMO NAJMANJE MILION
MOBILNIH UREĐAJA DO 2025. GODINE
I POZIVAMO SVE SUGRAĐANE DA NAM
U TOME POMOGNU**

Jedna od glavnih prednosti adekvatnog odlaganja i reciklaže elektronskog otpada je dobijanje plemenitih metala i plastike za ponovnu upotrebu. Reciklažom blizu 28 tona otpada, Yettel je omogućio da se 8,1 kilogram zlata, 3,78 kilograma platine i paladijuma i 3,78 tona bakra ponovo upotrebi, čime je smanjena eksploatacija ovih ruda i potrošnja energije potrebna za njihovu obradu. Recikliranjem samo jednog mobilnog telefona uštedi se dovoljno energije za napajanje laptopa čak 44 sata.

NOVA DIGITALNA USLUGA – ECO BONUS

Odlični rezultati programa reciklaže uređaja pokazali su nam da je građanima tema zaštite životne sredine veoma važna i da se rado uključe kada im se ponudi konkretno rešenje, uz jasan poziv na akciju. Stoga smo odlučili da im omogućimo da na jednostavan način recikliraju i druge vrste otpada. Kreirali smo digitalnu uslugu Eco Bonus, čijom aktivacijom korisnici daju saglasnost da se u njihovo ime reciklira plastični i papirni otpad koji u proseku napravi jedan stanovnik Srbije. Procena, zasnovana na zvaničnim podacima Agencije za zaštitu životne sredine i Republičkog zavoda za statistiku, pokazuje da prosečan stanovnik Srbije mesečno generiše oko 4,6 kg plastičnog, i 2,2 kg papirnog/kartonskog otpada (ukupno 6,8 kg). Zato Yettel nudi korisnicima da, u saradnji sa ovlašćenim operaterom za upravljanje otpadom, u njihovo ime sakupi i reciklira tu količinu. Aktivacijom ove usluge, iako fizički ne učestvuju u celokupnom procesu, korisnici daju direktan doprinos, odnosno „bonus“ očuvanju životne sredine. U Yettelu sprovodimo i druge ekološke aktivnosti. Pre više od deset godina počeli smo da koristimo papirne umesto plastičnih kesa u prodavnicama, a korisnicima nudimo opciju elektronskog, umesto papirnog računa. Zahvaljujući činjenici da više od 63 odsto naših korisnika koristi e-račun, u teoriji smo zajedno sa njima uštedeli skoro 7.000 stabala. Svake godine učestvujemo u akciji „Sat za našu planetu“, kada na sat vremena ugasio reklame i unutrašnju rasvetu u svim našim prodajnim objektima i centralnoj zgradi. Sadnjom 6.000 sadnica belog jasena širom Srbije, kroz akciju „Posadi svoj hlad“, Yettel fondacija doprinosi smanjenju emisije 144.000 tona CO2 godišnje, odnosno 4.320.000 tona CO2 za budući period od 30 godina.

ZAPOSLENI U BALANSU SA PRIRODOM

Zaposleni u Yettelu učestvuju u primarnoj selekciji otpada na radnom mestu, razdvajanjem papira, PET ambalaže i aluminijuma, i sakupljanjem plastičnih čepova za udruženje

„Čep za hendikep“. Ove godine, uspostavili smo saradnju i sa udruženjem „Naša kuća“, za čije potrebe zaposleni sakupljaju otpadne paklice cigareta, a članovi Udruženja, kroz proces reciklaže, ručno prave papir od dobijene celuloze. Ovog leta, zajedno sa studentima Ekonomskog fakulteta, učestvovali smo u volonterskoj akciji čišćenja Divčibara.

Još jedna inicijativa koja je pokrenuta unutar kompanije jeste i ukidanje upotrebe plastičnih čaša sa aparata za vodu u upravnoj zgradi i regionalnim centrima. Nakon uspešno sprovedenog pilot-projekta, tokom kog je smanjena potrošnja plastičnih čaša za 500 paketa, ova inicijativa postala je redovna praksa. Umesto plastičnih čaša, zaposleni u centralnoj zgradi i regionalnim centrima koriste isključivo keramičke šolje i staklene čaše, a zaposleni u magacinu i maloprodajnim objektima kartonske čaše.

INKLUZIVNA ZAJEDNICA JE JAČA ZAJEDNICA

Umetnost u prolazu

U okviru prošlogodišnjeg konkursa „Zamisi sve“, Yettel (ranije Telenor) fondacija podržala je projekat „Umetnost u prolazu“, koji je imao za cilj da na inovativan način približi uličnu umetnost slepim i slabovidim osobama kroz postavljanje modela urađenih 3D tehnologijom. Početkom godine, postavljen je treći 3D model za mural koji su oslikali umetnici Jana i Hope i nosi simboličan naziv „Ljubav i Nada“. Mural je oslikan 2018. uz podršku dece iz „Svratišta“. Zid se nalazi u Cetinjskoj ulici, preko puta socijalnog preduzeća Kafe-bar „16“. Ovaj kafić otvoren je sa ciljem da pruži podršku bivšim korisnicima „Svratišta“ nakon što napune 16 godina i predstavlja svojevrsnu priliku za dodatnu edukaciju, sticanje novih veština i mogućnost formalnog zapošljavanja. Pre svega, to je još jedna sigurna lokacija za decu koja žive i rade na ulici.

Stop hejtu na netu

Istraživanja UNICEF-a pokazuju da je većina dece školskog uzrasta izložena digitalnom nasilju, ali da ga često ne prepoznaju i ne prijavljuju. Pored toga, veliki broj odraslih ne prepoznaje ozbiljnost digitalnog nasilja i koliko je rasprostranjeno, niti ima dovoljno znanja da pomogne mladima koji im se poveru o onome što im se dešava u

digitalnom svetu. Kako bi podigao svest o digitalnom nasilju, ali i nivo digitalne pismenosti dece i odraslih iz njihovog okruženja, UNICEF je, u saradnji sa portalom Blic Žena pokrenuo kampanju „Stop hejtu na netu“, a Yettel je podržao projekat.

„Pravilno i pravovremeno obrazovanje dece o tome šta je digitalno nasilje, ali i kako i kome ga prijaviti, od ključnog je značaja za stvaranje bezbednog okruženja na internetu. Temom bezbednosti dece na internetu strateški se bavimo od 2012. godine, i zahvaljujući našim projektima i radu sa mnogobrojnim partnerima, više od 40.000 dece prošlo je kroz obuku za bezbedno korišćenje interneta. Važno nam je da saradjemo sa pravim partnerima u ovoj oblasti, zato smo podržali kampanju 'Stop hejtu na netu'. Samo zajedno možemo da stvorimo bezbedno digitalno okruženje za sve“, istakla je Milica Begenišić, senior ekspert za održivo poslovanje i organizaciju događaja. Tokom mesec dana trajanja, kampanju je videlo gotovo šest miliona ljudi, dok su tekstovi na portalu Blic Žena pročitani ukupno 123.411 puta. Projekat je naišao na pozitivne komentare čitalaca, koji su bili složni u tome da je u pitanju važna tema o kojoj se mora više govoriti u javnosti.

UNICEF Fair Play turnir

Naši zaposleni priključili su se i tradicionalnom UNICEF-ovom Fair Play turniru u basketu, koji okuplja poslovnu zajednicu u Srbiji, kako bi svojim učešćem podržala programe za decu i mlade koje UNICEF sprovodi sa partnerima u Srbiji. Ove godine, kroz kotizaciju je prikupljeno više od dva miliona dinara, a sva sredstva bila su namenjena za dalji razvoj programa „Unapređenje mentalnog zdravlja dece i mladih.“

ARLEMM i Yettel – umetnost dostupna svima

Yettel fondacija je i ove godine podržala trinaesti po redu ARLEMM. Manifestaciju su obeležili koncerti orkestra GRMI, grupe Kalem, Zvonka Bogdana, Prvog beogradskog pevačkog društva i mnogih drugih. Sva dešavanja prenošena su uživo putem Yettelovog Youtube kanala, a naša stabilna, pouzdana i brza mreža omogućila je da umetnost ARLEMM-a bude dostupna velikom broju ljudi. Naša želja je da budemo pokretači pozitivne promene, da preduzmemo konkretne korake za unapređenje naše zajednice i da inspirišemo druge da nam se u tome priključe. Samo zajedničkim zalaganjem možemo da stvorimo jaču zajednicu.



Otvaranje festivala ARLEMM



**GRAĐANI LIDERI
DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI**



NAJVIŠE HUMANITARNIH AKCIJA U ZDRAVSTVU

NATHAN KOESHALL, direktor i suosnivač fondacije Catalyst Balkans

Sve vreme smo se pribojavali da će pad donacija u 2021. godini biti veliki. Međutim, to se nije desilo, zabeležili smo 42,5 miliona evra donacija građana i kompanija. To su, pre svega, bile humanitarne akcije za lečenje dece

Na osnovu podataka Katalista, kakva je bila 2021. godina za donacije? Osim pandemije, koja i dalje traje, pojavila se još jedna kriza - rat u Ukrajini, što je izazvalo mnoge ekonomske probleme, rast inflacije, energetske krizu. Kako je sve to uticalo na donacije u Srbiji?

Da se podsetimo, u 2020. smo videli neverovatnu solidarnost, posebno u poslovnom sektoru, koji je bio neprikosnoveni lider društvene odgovornosti u toj krizi. U našem istraživanju „Srbija daruje“ zabeležili smo vrednost dobrotvornih akcija veću od 50 miliona evra.

Sve vreme smo se pribojavali da će pad u 2021. godini biti veliki, međutim, to se nije desilo – zabeležili smo 42,5 miliona evra donacija građana i kompanija. To su prevashodno bile humanitarne akcije za lečenje dece, u kojima su najviše donirali građani.

Ipak, verujemo da će u 2022. godini pad biti značajniji, zbog inflacije i ekonomske situacije, kao i da će humanitarne akcije ponovo biti najzastupljenije.

Šta se događa sa filantropijom i donacijama u vreme nekih katastrofa i velike krize?

Prilikom velikih prirodnih katastrofa, ratova i drugih nesreća, dobročinstvo najčešće naglo raste, a potom isto tako pada na nivo pre krize. Tako je bilo nakon poplava 2014, kao i zemljotresa koji su zadesili region u prethodnom periodu.

Međutim, u 2021. videli smo da je interesovanje za društveno odgovorno poslovanje i dobročinstvo ostalo, iako je pandemija kao tema prestala da interesuje građane i kompanije. Nadam se da ne grešim ako kažem da smo zbog pandemije postali solidarniji kao društvo. Od 42,5 miliona evra zabeležene vrednosti donacija, čak 24,3 miliona evra je kroz Fondaciju Budi human bilo usmereno na lečenje dece. Dakle, dobročinstvo i dalje rešava probleme koji su, suštinski, posao države. To ne govori ništa o dobročinstvu, jer je prirodno da će u takvim okolnostima pomoći svako ko može – to je više slika države.

Iz kojeg je sektora, odnosno privredne delatnosti, ove godine dat najveći doprinos donacijama u Srbiji?

Postoji nekoliko industrija u Srbiji koje iz godine u godinu važe za najveće donatore, prosto zbog ekonomske snage. Naravno, naftna industrija je na prvom mestu, a potom slede rudarstvo i bankarski sektor.

Kada govorimo o korporativnoj filantropiji, u narednim godinama, za dobročinstvo u Srbiji će biti sve važniji projekti koji se odnose na „green washing“. U prevodu, kada kompanije koje su inače veliki загаđivači doniraju za „zelene“ projekte, ali ne ulažu u to da sopstvenu tehnologiju učine zelenijom i bezbednijom po životnu sredinu.

Catalyst Balkans želi da podstakne što više kompanija i građana na dobročinstvo, ali to ne smemo da svedemo na običnu finansijsku transakciju. Moramo da sagledamo širu

sliku, društveni uticaj i pojedinačne donacije, ali i kompanije u celosti. I dobročinstvo moramo da posmatramo kritički, a to je važan posao za medije.

Koliko su od početka ove godine građani i kompanije u Srbiji donirali u odnosu na 2021. godinu?

Podaci za 2022. godinu se i dalje prikupljaju, a iskustvo iz prethodnih devet godina sprovođenja istraživanja „Srbija daruje“ govori nam da ćemo najveći deo podataka dobiti tek nakon Nove godine.

Trenutno u našoj bazi imamo podatke o donacijama ukupne vrednosti od šest miliona evra, ali kao što rekoh, ne možemo u ovom trenutku da uzmemo taj broj kao pokazatelj bilo čega.

Možemo samo da pretpostavimo na osnovu ekonomskih pokazatelja i nekih prethodnih trendova, da će 2022. biti slabija od 2021, ali nadamo se da će kroz dobrotvorne akcije biti donirano nešto iznad nivoa pre pandemije, kada je zabeleženo oko 19 miliona evra.

Da li su građani zbog nesigurnosti i straha od krize bili manje humanitarno aktivni u odnosu na prethodnu godinu?

U 2021. godini su građani bili aktivniji nego u 2020, a ostaje nam da na proleće vidimo rezultate za 2022. godinu. Međutim, kada govorimo o dobročinstvu, važno je da razumemo da nivo davanja ne zavisi samo od ekonomske situacije. Dobročinstvo je još više pitanje kulture jednog društva, podsticaja, pa tek onda ekonomske snage. A u Srbiji postoje duboki koreni dobročinstva u zadužbinarstvu. Danas je, naravno, dobročinstvo demokratizovano i svaki građanin svojim mikrodonacijama može da doprinese rešavanju problema u svojoj zajednici. Štaviše, vidimo prema podacima da su građani ti koji su donirali u 2021. najviše novca. To je vrlo važna poruka za sve – kada se udružimo i solidarno delamo, kada pružimo podršku dobrim idejama, možemo da napravimo pozitivnu promenu. Posebno je važno da neprofitni sektor artikuliše potrebe zajednice i stvori prilike za davanje, u koje mogu da se uključe i građani i kompanije.

Ko su najveći primaoci donacija u 2021. godini?

Fondacija Budi human poslednjih nekoliko godina beleži ogroman rast u sumama novca koje se prikupe kroz njihov rad. U 2020. je kroz Fondaciju Budi human prikupljeno 13,8

miliona evra za lečenje dece i sugrađana, a u 2021. čak 24,3 miliona. Ovaj rast postoji jer je u 2021. pokrenuto nekoliko akcija za lečenje spinalne mišićne atrofije, koje je izuzetno skupo.

Pored Budi human, NURDOR je takođe sproveo nekoliko važnih fandrezing akcija. Posebno treba istaći njihovu saradnju sa MasterCardom, koji je napravio za NURDOR čitav modni brend „Superhero“.

Koalicija za dobročinstvo je i 2021. i 2022. povodom Nacionalnog dana davanja sprovedila kampanju „Spasimo hranu, spasimo humanost“ kako bismo prikupili hranu za najugroženije sugrađane. Imajući u vidu ekonomske trendove, doniranje hrane narodnim kuhinjama i bankama hrane će biti jedna od najvažnijih tema i u narednom periodu.

Iz ovoća možemo da vidimo i šta građani i kompanije vide kao najvažnije oblasti koje je potrebno podržati. Nakon pandemije, vratili smo se starim trendovima: ubedljivo najviše podrške odlazi u zdravstvo, potom na podršku marginalizovanim grupama, a obrazovanje je na trećem mestu. Na četvrtom mestu je smanjenje siromaštva, sa kampanjama poput pomenute „Spasimo hranu, spasimo humanost“, a sve ostale oblasti su dobile značajno manju pažnju – od ekologije, preko kulture, rodne ravnopravnosti, slobodnih medija, do socijalnog preduzetništva.

Kao ocenjujete 2021. godinu, kakvi su trendovi, u pogledu filantropskih i humanitarnih, u odnosu na 2020. godinu?

Možda čak i nije dobro porediti pandemijsku 2020. godinu sa bilo kojom drugom, imajući u vidu razmere krize koja je tada zahvatila ceo svet.

Kao što smo već zaključili, očekivali smo mnogo veći pad dobročinstva u 2021, ali smo umesto toga imali otprilike isti broj dobrotvornih akcija kao u 2020. godini, više od 4.000, a zabeležili smo 42,5 miliona evra donacija. Prema tome, i donirana suma po glavi stanovnika je 6,2 evra.

To je i dalje višestruko uvećanje u odnosu na 2019. godinu i period pre pandemije, sa kojim možda ima više smisla upoređivati i pratiti trendove.

Takođe, u 2021. godini smo se vratili na prepandemijski trend, prema kojem građani doniraju više nego kompanije. Ovo je važan trend i u razvijenim društvima, uvek su građani ti koji su najaktivniji u dobrotvornim kampanjama.

Koliko je donirano za borbu protiv pandemije u 2021. godini, da li su te donacije stale ili se i dalje donira?



OD 42,5 MILIONA EVRA ZABELEŽENE VREDNOSTI DONACIJA U 2021. GODINI, ČAK 24,3 MILIONA EVRA JE BILO USMERENO NA LEČENJE DECE KROZ FONDACIJU BUDI HUMAN

Veliki pad u donacijama za borbu protiv posledica pandemije je primećen već u poslednjem kvartalu 2020, a u 2021. su ukupno iznosile oko 400.000 evra. Praktično su stale već u prvom kvartalu 2021. Korona, jednostavno, nije više bila tema ni za kompanije, ni za građane kao donatore. Fokus je prešao na humanitarne akcije za lečenje dece.

Da li je i u 2021. godini najviše donacija bilo iz IT sektora?

U 2021. godini smo zabeležili najveću donaciju, i to iz IT sektora.

Prilikom akvizicije kompanije Nordeus, osnivači su uložili tri miliona dolara u pokretanje Fondacije Nordeus, koja

će se baviti razvojem obrazovanja i mladim talentima. Oni su ove godine napravili svoju strategiju i krenuli da je sprovedu, tako su u Srbiji otvorena i prva dva „mejkers lab“ - multidisciplinarni inovativni prostor u kome učenici i nastavnici zajedno istražuju, stvaraju i povezuju se sa lokalnom i širom zajednicom.

I mnoge druge kompanije iz IT sektora ulažu u obrazovanje, logično je da je razvoj obrazovanja, posebno STEAM obrazovanja (science, technology, engineering, arts, mathematics), ovoj industriji strateški važan.

Koalicija za dobročinstvo je predlagala poslednjih godina niz važnih zakonskih i regulatornih promena čije usvajanje bi stvorilo povoljnije okruženje za darivanje u Srbiji. Ima li pomaka u zakonodavnom delu, da li je bilo promene regulative?

Nažalost, još uvek smo tamo gde smo stali pre pandemije, mada ima naznaka da su promene moguće.

Država i dalje naplaćuje PDV kompanijama na doniranu hranu i time kažnjava dobročinstvo. Još uvek nisu usklađene sve oblasti za koje kompanije mogu da doniraju i dobiju poreske olakšice. I dalje ne postoje poreski podsticaji za građane koji doniraju.

Međutim, Ministarstvo rada je izradilo novi Nacrt zakona o volontiranju. Prethodni zakon, koji je usvojen 2010. godine, nikada nije zaživeo u praksi jer je od početka pogrešno osmišljen. To je jedan od razloga zašto se Srbija veoma loše kotira na Svetskom indeksu davanja u oblasti volontiranja.

Ministarstvo za ljudska i manjinska prava i društveni dijalog je ove godine usvojilo Strategiju za stvaranje podsticajnog okruženja za razvoj civilnog društva, kao i Akcioni plan za njeno sprovođenje. U ovim dokumentima se nalaze gotovo svi predlozi zakonskih izmena koje smo kao Koalicija davali vladi: unapređenje transparentnosti i izveštavanja o dobrotvornim davanjima, pitanje PDV-a na doniranu hranu, poreski podsticaji i regulacija donacijskog „crowdfundinga“. Rekao bih čak da je Akcioni plan preambiciozan, jer se neke od ovih izmena tiču čitavog poreskog sistema. Ali ako se ove mere usvoje u narednim godinama, moći ćemo da imamo uređen sistem i da podstaknemo veći broj kompanija i građana da doniraju strateški. Da za svaki donirani dinar društvo dobije najbolje moguće rezultate. I u Evropskoj uniji postoje nove inicijative za uređenje filantropije i njeno lakše funkcionisanje na evropskom nivou. Redovno saradujemo sa partnerima iz cele Evrope i zajedno radimo na predlozima zakonskih rešenja.



Foto: Goran Basarić

KRIZA USPORAVA DONACIJE

VERAN MATIĆ, izvršni direktor Srpskog filantropskog foruma

Srbija je među tri zemlje, uz Češku i Kinu, koje su ostvarile najveći napredak u dobročinstvu tokom 2021. godine. Sa prošlogodišnje 48. pozicije, mnogobrojna dobra dela građana i kompanija, popela su Srbiju na zavidno 27. mesto, prema Svetskom indeksu dobročinstva

Kako kriza utiče na filantropiju, koliko se u teškim vremenima odvaja novca za donacije?

Ima nekoliko različitih trendova. Za vreme poplave u Obrenovcu, izuzetno je povećano doniranje, čak i iz budžeta za narednu godinu. Isti slučaj imali smo i sa početkom pandemije, doniranje je doživelo svoje rekordne obime u Srbiji.

Zanimljivo je da je „Globalni indeks davanja“ početkom pandemije zabeležio obrnuti trend u razvijenim zemljama, smanjenje obima davanja.

Ali, ekonomska kriza negativno utiče na donacije: donatori, posebno kompanije, bilo da su veće ili srednje, postaju rezervisani u donošenju odluka, smanjuje se donirana količina i usporava ceo proces doniranja. Promišljenije se pristupa doniranju, više se filantropske aktivnosti vezuju uz društveno odgovorno poslovanje same kompanije ili uz marketinške budžete, kako bi se ostvarile višestruke koristi. Tu imamo klackalicu: za vreme pandemije, dominirale su kompanije u doniranju, jer su potrebe naročito državnih institucija bile dosta veće, dok kada se smiruje situacija sa pandemijom, klatno prelazi na drugu stranu. I veći donatori, po ukupnom obimu, postaju građani, uglavnom sa malim donacijama, SMS i slično, u akcijama koje su vrlo masovne.

Kakva je ova godina od početka rata u Ukrajini bila za filantropiju u Srbiji?

Nemamo konkretne podatke, ali rat u Ukrajini je stvorio višestruke poremećaje, globalno, od krize energenata, panike zbog poremećaja na tržištima, straha od rasplamsavanja rata i uticaja već postojećeg. Zbog tih poremećaja, neki biznisi su limitirani kada je reč o produktivnosti. Imali smo slučaj da je jedna kompanija koja je

prva donirala hranu za pomoć narodu Ukrajine kroz akciju koju je organizovao Srpski filantropski forum, nekoliko meseci kasnije suočena sa problemima u ispunjavanju sopstvenih poslovnih planova. Samim tim, i u sredstvima koja bi mogli da doniraju. Kada je reč o doniranju za pomoć Ukrajini, nije postignuta željena masovnost. Oni koji su standardni donatori, i ovog puta su se prvi uključili, ali je mnoge teško animirati. Zato što postoje i kalkulacije vezane za propagandu u Srbiji koja se dominantno stavlja na jednu stranu u ovom sukobu, pa postoji rezervisanost kako bi doniranje uticalo na poslovanje na drugoj teritoriji i slično. Takođe, stavovi politike Srbije nisu potpuno jasni kada je reč o ovoj agresiji, pa je i zbog toga primetna neodlučnost kod donatora.

Veoma je važno da se proširi paleta doniranja, jer ako se sve svede na novac, onda su ograničenja jasna, ali ako se ponude mogućnosti da donirate nešto što imate i ne treba vam, a neko je za to zainteresovan kako bi donirao, onda se stvara sistem koji kroz masovno članstvo sam radi na širenju obima aktivnosti i samim tim prikupljenih sredstava.

Srbija je na Svetskom indeksu davanja, koji objavljuje međunarodna organizacija Charitable Aid Foundation (CAF), 2020. godine zabeležila skok na 48. mesto, sa 129. pozicije na kojoj je bila 2018. godine. Šta je najviše doprinelo poboljšanju Srbije na toj listi?

Srbija je među tri zemlje, uz Češku i Kinu, koje su ostvarile najveći napredak u dobročinstvu tokom 2021. godine. Sa prošlogodišnje 48. pozicije, mnogobrojna dobra dela građana i kompanija, popela su našu zemlju na zavidno 27. mesto od ukupno 119 zemalja koje su učestvovala u

istraživanju. Pre samo pet godina, Srbija je bila na 132. mestu na ovoj svetskoj listi dobročinstva.

U 2021. godini, najhumanija je bila Indonezija, iza koje slede Kenija, SAD, Australija, Novi Zeland, Mjanmar. Kada je reč o zemljama iz regiona, Bosna i Hercegovina se plasirala na 42. poziciju, Kosovo na 44, Bugarska (54), Mađarska (62), Slovenija (69) i Hrvatska (82).

Globalna agencija za istraživanja Galup, svake godine radi istraživanje za ovaj indeks i meri tri vrste ponašanja: donacije u novcu, gde je Srbija na visokom 11. mestu, pomoć nepoznatim osobama (39. pozicija za našu zemlju), i volontiranje za dobrotvorne ciljeve, u čemu je Srbija najslabija i nalazi se na 116. mestu.

Prema istraživanju Catalyst Balkans, u 2021. godini donirano je najmanje 42,5 miliona evra u 4.055 filantropskih aktivnosti, dok je svaki građanin Srbije u proseku donirao 6,2 evra. Najviše se donira zdravstvu, pa marginalizovanim grupama, obrazovanju i za smanjenje siromaštva. Čak 60 odsto od ukupne sume donirali su građani Srbije, dok je poslovni sektor donirao 33 odsto. Prema strukturi krajnjih korisnika donacija na prvom mestu su ljudi sa zdravstvenim problemima – čak 65 odsto dobrotvornih akcija otišlo je na lečenje zdravstveno ugroženih građana. Za njima slede korisnici usluga lokalne zajednice, socijalno ugrožene osobe, majke i bebe, migranti, osobe sa invaliditetom.

Aktivni ste i poznati po velikim humanitarnim akcijama Bitka za bebe i porodilišta, dobrovoljno davanje krvi, protiv nasilja u porodici, izgradnja sigurnih kuća. Ove godine aktuelna je kampanja „Spasimo hranu, spasimo humanost“ u kojoj učestvuje i Srpski filantropski forum, kakvi su do sada rezultati te kampanje?

Već drugu godinu zaredom, donacije hrane su nam u fokusu i to upravo kroz kampanju „Spasimo hranu, spasimo humanost“. Takođe, i ovogodišnji peti po redu Nacionalni dan davanja koji svake godine obeležavamo 9. oktobra, bio je posvećen donacijama hrane. Ciljevi kampanje obuhvataju podizanje svesti o potrebi za većom podrškom najugroženijem stanovništvu, povećanje donacija hrane, ali i prikupljanje sredstava za kupovinu namirnica za ugroženo stanovništvo, smanjenje količine otpada od hrane. I kao krajnji cilj, na kojem nastavljamo zajednički da radimo i od kojeg ne odustajemo je ukidanje PDV-a na donacije hrane. Do sada, tokom dva ciklusa kampanje, prikupili smo 112 tona hrane, a samo ove godine, pomoć u hrani će dobiti više od 2.000 ugroženih porodica.

Koje su još aktuelne akcije?

U susret novogodišnjim praznicima, očekuje nas još jedna lepa i svečana akcija „Novogodišnja humanitarna bašta“, koju organizujemo u saradnji sa Botaničkom baštom „Jevremovac“. I zamislili smo da postane tradicionalna filantropska akcija uoči novogodišnjih praznika i izuzetno nam je zadovoljstvo da je i ove godine još veće interesovanje kompanija za akciju.

„Novogodišnja humanitarna bašta“ podrazumeva zakup stabala od strane kompanija i organizacija čiji će zaposleni potom učestvovati i u kreativnom delu ukrašavanja stabala. Polovina prikupljenih sredstava od zakupa stabala biće namenjena Botaničkoj bašti „Jevremovac“ za obnovu biljnog fonda i organizaciju edukativnih programa za posetioce iz ugroženih društvenih kategorija. Druga polovina prikupljenih sredstava biće namenjena za kupovinu paketa hrane za najugroženije. Sva stabla su već zakupljena i čekamo sredinu decembra da zablistaju u svom punom humanom sjaju.

U svetu se baci milioni tona hrane svake godine, dok istovremeno ljudi u svetu umiru od gladi, podaci o tome su katastrofalni i poražavajući. Šta bi još moglo da se uradi?

Tokom kampanje „Spasimo hranu, spasimo humanost“ i Nacionalnog dana davanja, dobili smo podršku više od 50 kompanija i organizacija i na hiljade građana koji su udružili snage u promociji štetnosti bacanja hrane i prikupljanju donacija hrane za najugroženije sugrađane širom Srbije. Pored uključivanja svih ovih društvenih aktera u proces doniranja hrane i smanjenje bacanja hrane, od ključne važnosti je podrška države i ukidanje PDV-a na donacije hrane. Prema analizi koju su sproveli Forum za odgovorno poslovanje i Koalicija za dobročinstvo, donacije hrane u Srbiji bi mogle da budu uvećane na godišnjem nivou za blizu 160 miliona dinara (ukupno na 700 miliona dinara), ukoliko bi bio ukinut PDV na donacije hrane. To bi obezbedilo blizu 1,2 miliona dodatnih obroka godišnje u narodnim kuhinjama, preračunato po vrednosti obroka. Predlog za ukidanje PDV-a na donacije hrane podržava 88 odsto stanovnika Srbije, prema istraživanju iz septembra i oktobra 2020. godine. Dvadeset od 27 zemalja članica EU ne naplaćuje PDV na doniranu hranu. Dodatno, u prilog ovom predložu idu i podaci UN Agencije za hranu i poljoprivredu, koji ukazuju da su nusprodukti uništavanja hrane jedan od najvećih загаđivača vazduha sa osam odsto učešća u ukupnoj emisiji gasova koji izazivaju efekat staklene bašte na globalnom nivou.



Foto: Goran Basarić

BEZ DOBRIH MEDIJA, PROFESIONALNIH NOVINARA, KADA NADVLADA GALAMA PRIMITIVIZMA BIĆE SVE MANJE EMPATIJE I SOLIDARNOSTI

Godinama se govori o unapređenju zakonodavnog okvira za podsticaj davanja, da li je nešto u poslednjih godina urađeno na tom planu?

Nažalost, sve što smo uspeali da uradimo u okviru Saveta za filantropiju čiji je rad zamrznut početkom pandemije, nije doživelo svoju evoluciju: ni formiranje kompenzacionog fonda, koji bi služio za vraćanje PDV-a na donacije, ni ukidanje PDV-a na hranu pred istekom roka trajanja. Pripremili smo predloge zakonskih izmena, uredbe, ali nije bilo želje da se ti predlozi koji su deo prakse zemalja

Evropske unije, usvoje i primene u praksi. Verujem da bismo onda imali i još bolje rezultate o rastu dobročinstva.

Istaknuti novinari, urednici medija u Srbiji, koji profesionalno rade svoj posao, svakodnevno dobijaju pretnje, najčešće na društvenim mrežama. Početkom novembra redakciji dnevnog lista Danas stigla je zabrinjavajuća pretnja mejlom. Član ste Radne grupe Vlade Srbije za bezbednost i zaštitu novinara. Hoće li biti urađene bezbednosne procene i kako da se zaštite novinari?

Često govorim o izumiranju novinarske profesije, onako kako je mi u klasičnom obliku poznamo, kao odgovornog „psa čuvara“ javnog interesa, zbog biznis modela koji je propao, a nije stvoren novi, zbog čega nadvladavaju tabloidizacija, rijaliteti, lažne vesti, koji trajno menjaju suštinu novinarstva. Naravno, profesija je sve ugroženija i bezbednosno. Novinare koji istražuju korupciju sve češće ubijaju, i u razvijenim zemljama. Iz profesije se odlazi na različite načine. Zbog toga često pominjem da prave profesionalce treba štiti kao što UNESCO štiti institucije od nacionalnog ili međunarodnog značaja. Tako gledam i na „naše“ slučajeve često vrlo drastičnih pretnji, kao što je ova teroristička pretnja upućena redakciji dnevnog lista Danas i njihovim novinarima i kolumnistima. Važno je da je obezbeđena zaštita redakcije od policije 24/7 dok se rade bezbednosne procene. Mislim da je važno da se trajno naprave mehanizmi zaštite redakcije, da se što je moguće više smanje nepredviđene situacije. I sâm sam bio pod policijskom zaštitom šest godina. Bio sam angažovan u zaštiti Brankice Stanković, ali i celog B92. To je obiman i vrlo senzitivna posao, da obezbedite da svi mogu da rade, iako postoji pritisak pretnje, da omogućite unutrašnju solidarnost koleginja i kolega, kao i solidarnost udruženja, domaćih i međunarodnih. Moramo da razvijamo mehanizme zaštite jer je izvesno da će ih biti sve više, naročito kada nasilnici imaju mogućnosti da prete, a da budu zaštićeni, kroz sisteme za kriptovanje, kao što je u ovom slučaju ili kroz nekažnjavanje, bilo zbog nedostataka Krivičnog zakonika ili lošu sudsku praksu. U svakom slučaju, sve bi bilo lakše kada bi pojedini političari prestali da budu glasnogovornici mržnje protiv novinara, i inspiratori za sve nasilnike ili osobe koje imaju različite poremećaje. Bez dobrih medija, profesionalnih novinara, kada nadvlada galama primitivizma, kada nadvladaju lažne vesti, biće i sve manje empatije i solidarnosti. Propast, jednom rečju. Zbog toga je važna aktivna solidarnost u zaštiti objektivnog, profesionalnog novinarstva, novinarki i novinara.

SMANJITI POREZE SOCIJALNIM PREDUZETNICIMA

DINA RAKIN, direktorka Koalicije za razvoj solidarne ekonomije

Zakonom o socijalnom preduzetništvu socijalna ekonomija je prepoznata u pravnom sistemu Srbije. To je najveća promena do sada i ulaskom u sistem stvorene su mogućnosti za razvoj programa podrške socijalnim preduzećima. Sada je veća verovatnoća da ministarstva i lokalne samouprave izdvoje novac iz budžeta za ovu namenu

Zakon o socijalnom preduzetništvu stupio je na snagu u februaru ove godine i počinje da se primenjuje (sredinom novembra 2022). Kako ocenjujete ovaj Zakon?

Zakon je relativno dobar jer je omogućio da socijalna preduzeća dobiju status u pravnom sistemu Srbije bez stvaranja dodatnih obaveza. Njegova širina se ogleda u priznavanju postojeće prakse socijalnog preduzetništva budući da su socijalni preduzetnici registrovani u različitim pravnim formama. Tako je deo socijalnih preduzeća imao pravnu formu preduzeća, drugih preduzetnika, zatim tu su bile zadruge, kao i udruženja. Međutim, svi oni su prvenstveno videli motiv za poslovanje u rešavanju određenog društvenog problema korišćenjem tržišnih mehanizama, a ne u uvećavanju profita. Zakon ne obavezuje promenu pravne forme poslovanja, već samo predviđa mogućnost sticanja statusa socijalnog preduzetnika. U tom smislu više se rukovodi principima samoregulacije i dobrovoljnosti.

Šta očekujete da će primena ovog zakona promeniti?

Zakonom su socijalna ekonomija i socijalno preduzetništvo prepoznati u pravnom sistemu Srbije. To je najveća promena do sada, nastala kao rezultat višegodišnjih napora civilnog društva i javnih institucija da se pravno uredi socijalno preduzetništvo kao relativno nov pristup u rešavanju društvenih problema.

Ulaskom u sistem, stvorene su mogućnosti za razvoj programa podrške socijalnim preduzećima. Konkretno, sada je veća verovatnoća da ministarstva i lokalne samouprave izdvoje novac za ovu namenu. Sa druge strane, razvojni donatori će biti spremniji da ulože u programe budući da je država odlučila da stvori povoljne uslove za ovu delatnost. Sasvim je realno očekivati da će finansijski sektor, pre svega, banke, stvoriti specijalizovane instrumente za socijalne preduzetnike. Za sada, samo jedna banka u Srbiji ima pakete podrške i realno je očekivati da će njen primer slediti ostale banke.

Postojanje raznih vrsta podsticaja, bilo da su finansijske prirode, na primer krediti ili nefinansijske (programi mentorstva za preduzetničke veštine) mogu uticati na bolje rezultate socijalnih preduzetnika na tržištu. Tako je važno jer će dovesti do kvalitetnijeg života prvenstveno osetljivih grupa, ali i čitavog stanovništva Srbije.

Savet za socijalno preduzetništvo Vlade Srbije priprema strateški dokument „Program razvoja socijalnog preduzetništva 2022 – 2027“. Jeste li upoznati sa Programom i šta je najvažnije u tom dokumentu za razvoj socijalnog preduzetništva?

Koalicija za razvoj solidarne ekonomije aktivno učestvuje u izradi Programa. Mi smo preuzeli na sebe da uradimo analizu stanja, strateškog i regulatornog okvira. Pored toga, napisali smo metodologiju izrade Programa i ponudili naše viđenje ciljeva, mera i aktivnosti. U tome smo imali pomoć donatora, poput GIZ-a.



IDEALNO BI BILO DA SE SOCIJALNIM PREDUZETNICIMA UMANJE POREZI IMAJUĆI U VIDU DA JE NJIHOVO POSLOVANJE MOTIVISANO DRUŠTVENOM MISIJOM, A NE ISKLJUČIVO STICANJEM PROFITA

Očekujemo da Program ima tri ključna pravca. Pre svega, usaglašavanje zakona i propisa u srodnim oblastima, poput poreza, javnih nabavki, socijalne zaštite i slično sa Zakonom o socijalnom preduzetništvu. Zakon je sistemski i on ne može podstaći bolje okruženje na razvoj socijalnog preduzetništva ukoliko ne bude prilagođavanja drugih propisa. Na primer, idealno bi bilo da se socijalnim preduzetnicima umanje porezi imajući u vidu da je njihovo poslovanje motivisano društvenom misijom, a ne isključivo sticanjem profita.

Drugi važan pravac jesu programi finansijske i nefinansijske podrške. Svakako je ovo najvažniji deo dokumenta imajući u vidu dosadašnje razgovore sa socijalnim preduzetnicima u prethodnih nekoliko meseci.

Treći pravac je afirmacija sektora socijalnog preduzetništva što bi podrazumevalo razne vrste obuka i treninga neophodne za socijalne preduzetnike, ali i kampanje namenjene stanovništvu da koristi usluge i proizvode nastale u sektoru. U mnogim zapadnim zemljama postoji kampanja i ulaganje u takvu kampanju bi ukazalo na značaj delatnosti i doprinelo razvoju tržišta za socijalne preduzetnike.

Koliko ima firmi u Srbiji koje rade po principima socijalnog preduzetništva, u kojim sektorima posluju i koliko ima zaposlenih u socijalnoj ekonomiji?

Delimičan odgovor na ovo imaćemo za nekoliko godina jer je registracija statusa tek počela primenom Zakona. Međutim, registracija ne garantuje da su svi koji posluju u ovom sektoru obuhvaćeni, jer nije obavezna. Upravo iz tog razloga bi trebalo sprovesti sveobuhvatnije istraživanje sektora, kako bi se stvorila jasna slika šta i kako socijalna preduzeća rade, koju promenu stvaraju i koliko ekonomski doprinose društvu. Prema poslednjem istraživanju, koje je urađeno 2012. godine, procenjeno je da u Srbiji posluje oko 500 aktera po ovim principima.

Koje zemlje u Evropskoj uniji imaju razvijenu socijalnu ekonomiju?

Svakako bi trebalo izdvojiti Italiju zbog razvijenih socijalnih kooperativa (zadruga). Zadruga su posebno vredan deo sektora jer se u okviru njih neguje duh zajedništva i kolektivizma, što svakako ima dugu tradiciju u kontinentalnom delu Evrope. Francuska ima snažan sektor socijalne i solidarne ekonomije u kojima je osetan uticaj države, pa čak ima resorno ministarstvo. Velika Britanija ima drugačiji model, zasnovan na pojedincu kao nosiocu promene u društvu, ali je i te kako uspešan. Ovo su neki od modela koji postoje u Evropi. Jasno je da model socijalne ekonomije zavisi od društvenog konteksta i tradicionalnih oblika organizovanja u zajednici. Međutim, nepobitna je činjenica da sektor uspešno funkcioniše u čitavoj Evropi, da je zaslužan za očuvanje radnih mesta, stvaranje dostojanstvenih poslova i dostupnosti usluga u zajednici, pa na kraju doprinosi očuvanju životne sredine.

ZA ČISTU UČIONICU, BESPLATAN IZLET NA DIVČIBARE

SLAĐANA RANKOVIĆ, direktorka osnovne škole „Milan Rakić“ iz Mionice

U projektu „Manje otpada, više uspeha“ učestvovalo je 30 učenika viših razreda iz izdvojenog odeljenja Gornja Toplica. Bavili su se smanjivanjem otpada, ali i zaštitom životinja

Koliko učenika je učestvovalo u akciji „Manje otpada, više uspeha“? Šta ste sve uradili u okviru tog projekta?

Osnovna škola „Milan Rakić“ u Mionici postoji od davne 1864. godine. Danas škola broji 703 učenika u matičnoj školi i izdvojenim odeljenjima u Gornjoj i Donjoj Toplici, Dučiću, Popadiću, Tabanoviću i Struganiku. Veoma sam ponosna na svoje učenike i kolege zbog svih projekata i humanitarnih akcija koje smo pokrenuli u školi i uspešno realizovali. Jedan od tih projekata bio je i „Zelene škole“ u organizaciji Ambasade Francuske i drugih partnera. Sa projektom „Manje otpada, više uspeha“ osvojili smo prvo mesto i veoma vrednu nagradu za naše izdvojeno odeljenje u Gornjoj Toplici.

„Manje otpada, više uspeha“ je akcija kojom se naša škola bavi godinama i van ovog projekta na razne načine. Obeležavamo međunarodne dane: planete Zemlje, reka, energetske efikasnosti, šuma, pčela, zaštite životne sredine, kroz različite aktivnosti.

U projektu „Zelene škole“ učestvovalo je 30 učenika viših razreda iz izdvojenog odeljenja Gornja Toplica, sa svojim mentorima - nastavnicama. Bavili su se smanjivanjem otpada, ali i zaštitom životinja. Pravili su kućice za ptice od reciklažnog materijala, sadili su biljke, koristili presu za presovanje plastike i osnovali su „Eko-patrolu“. Cilj projekta je podizanje svesti i podsticanje dobrih praksi u odgovornom ponašanju i zaštiti životne sredine.

Takođe, u okviru projekta „Obožaćeni jednosmerni rad“, koji pohađa veliki broj učenika, organizujemo radionice na

temu ekologija. Projektom rukovodi tim nastavnika iz oblasti: geografije, istorije, biologije, engleskog, kao i profesori razredne nastave.

Koji su najveći ekološki problemi u vašem kraju?

Glavni problem je društvena neodgovornost. Sve akcije koje organizujemo u školi pokrenute su zbog podizanja svesti u društvu i šta je to što svako od nas svakodnevno može učiniti i time dati ogroman doprinos zaštiti životne sredine. U našoj školi postoji i poseban „Tim za zaštitu životne sredine“, čiji je zadatak organizovanje raznih aktivnosti sa učenicima. Neke od aktivnosti su „Eko patrole“ koje podrazumevaju dnevno „patroliranje“ u školskom dvorištu koje je povereno učenicima viših razreda. Podstičemo učenike da je veoma važno održavanje i prostora u kome boravimo. Mesečno od septembra do maja proverava se čistoća u učionicama. Odeljenje koje ima najviše ostvarenih pozitivnih bodova dobija organizovan besplatan jednodnevni izlet na Divčibare.

Beograd je često pri vrhu liste najzagađenijih gradova na svetu, Valjevo takođe ima ogroman problem zagađenosti vazduha. Kakav je vazduh u Mionici?

Priroda mioničke opštine je izuzetno očuvana. Ne postoje velika fabrička postrojenja i drugi zagađivači, vazduh u Mionici je sigurno čistiji nego u Valjevu i Beogradu. Mionica je prva lokalna samouprava u Srbiji koja je prešla sa upotrebe



MIONICA JE PRVA LOKALNA SAMOUPRAVA U SRBIJI KOJA JE PREŠLA SA UPOTREBE UGLJA I MAZUTA NA UPOTREBU BIOMASE, IZGRADNJOM TOPLANE, ŠTO JE UTICALO NA SMANJENJE PM ČESTICA I DO 10 PUTA

uglja i mazuta na upotrebu biomase izgradnjom toplane, što je uticalo na smanjenje PM čestica i do 10 puta. Među javnim objektima koji se greju na biomasu ubraja se i naša Osnovna škola „Milan Rakić“.

Otpad je veliki ekološki problem, što pokazuje podatak da je samo 19 odsto ukupnog komunalnog otpada u Srbiji u toku 2020. godine odloženo na sanitarne, dok je ostatak otpada završio na nesanitarnim deponijama, piše u Programu upravljanja otpadom za period 2022-

2031. godine. Veliki problem su divlje deponije, da li su divlje deponije problem u vašoj opštini?

Divlje deponije postoje, a planiran je projekat koji treba da se realizuje o uklanjanju divljih deponija i pravljenja reciklažnog dvorišta. Opština Mionica i građani trude se da uklone divlje deponije. Sa učenicima se stalno razgovara o tome šta može da se dogodi kada se smeće nađe tamo gde mu nije mesto, i organizujemo ekološke akcije kroz igru. Ekološka znanja stečena kroz igru trajnije i više utiču na formiranje ekološkog ponašanja i stavova kod učenika. Izuzetno je važno da izbor i način plasiranih ekoloških sadržaja budu primereni učenicima. Treba insistirati na primerima kroz koje se učenici mogu uveriti da čovek uspeva da sačuva i zaštititi prirodu. Razvoju ekološke svesti kod učenika mogu doprineti i neke društvene igre, osmišljene tako da pruže ekološka znanja.

Zadovoljstvo je biti deo kolektiva u kojem zaposleni prihvataju timski rad i saradnju uz prisustvo motivacije i poverenja. Svi se trudimo da kreiramo podsticajnu sredinu za učenje, od vrednih, kreativnih i motivisanih učenika, preko kvalitetnih i angažovanih nastavnika i učitelja, odličnih stručnih saradnika i vrednih pomoćnih radnika.

MOĆNI RENDŽERI ZA DECU IZ SOCIJALNO UGROŽENIH PORODICA

SANJA DEJANOVIĆ, *Baka Mrazica, volontira u ACT Foundation*

Novogodišnje paketiće delila sam deci iz porodica koje su u teškom materijalnom stanju. Jedne godine zajedno sa kolegama volonterima delili smo paketiće beskućnicima

Sanja Dejanović iz Beograda je Baka Mrazica pred novogodišnje i božićne praznike velikom broju dece iz socijalno ugroženih porodica. Poslednje četiri godine delila je novogodišnje paketiće deci čiji su roditelji u teškom materijalnom stanju.

„Svako ko je osetio radost kada pokloni nekome nešto, taj osećaj neka umnoži, na primer, sa 108 koliko je bilo uručeno paketića prošle godine i možete da zamislite kakav je osećaj. U isto vreme, nekad se oseti i tuđa jer ta deca ne dobijaju paketiće kao druga deca od roditelja jer njihove porodice nisu u mogućnosti da kupe poklone“, kaže Sanja Dejanović koja volontira u ACT Foundation.

Ne pamti, kako kaže, tačan broj paketića, ali svakako nije dovoljno veliki broj koliko bi ona volela da podeli. Prošle godine, kako kaže, skupilo se dosta dobro očuvanih igračaka, neke su bile i nove.

„Dok sam ih preslagala sa kolegama volonterima, videla sam jedan tamnoplavi auto. Setila sam se jednog malog plavog dečaka iz kraja i pomislila da je to autić za njeđa. Ali to nije bio samo auto već se rasklapao u moćnog rendžera. Kad sam tom dečaku odnela paketić, majka ga je ohrabrila da mi kaže šta je pozeleo da mu Deda Mraz donese. Dečak je pozeleo avion na daljinski ili moćnog rendžera“, priča Baka Mrazica.

PAKETIĆI ZA BESKUĆNIKE

Jedne godine je sa kolegama volonterima delila novogodišnje paketiće beskućnicima.

„Zatekli smo neke ljude na spavanju, smrzavali su se na kartonima po ulazima i prolazima. Nije lako tome svedočiti“,

priča Sanja. I za ovu Novu godinu i Božić takođe pripremaju paketiće.

U poslednje četiri godine njenog volontiranja u Fondaciji paketiće su delili u Beogradu, Novom Sadu i Valjevu. Pored paketića, kako ona kaže, doniraju se, takođe, paketi hrane u mnogim gradovima i opštinama u Srbiji, ali i druge potrepštine: pelene, školski pribor, kućna higijena, ogrev, lekovi, školski pribor.

„Bila sam u Kraljevu, Krađujevcu, Valjevu, na Staroj planini, u Petrovcu na Mlavi, i na još mnogo drugih mesta. Kad god možemo, doniramo“, kaže ona.

Kad bi se svi udružili, ona veruje da bi svaki dom imao ne samo novogodišnji paketić već i normalne uslove za život. „Možda bi neko rekao da sam previše optimistična, ali bez optimizma nema ni napretka. I da mi nema tog optimizma ne bi postojao ni entuzijazam koji me svakodnevno pokreće da delujem i da se pitam kako mogu još više da doprinesem. Moto ACT Fondacije je: Jedno dobro delo na dan“, napominje ona.

Prošle godine je na kongresu „Isхрана budućnosti“ govorila na temu: Humanitarni rad kao duhovna praksa. I zaista, kad to postane način života, život dobije drugu dimenziju, poručuje ona.

HUMANITARNI KONCERTI

U ovoj Fondaciji počela je da volontira 2018. godine, a kasnije je počela da organizuje humanitarne koncerte.

„Jedan moj prijatelj ima svoj bend i zajedno sa njim i još nekim divnim ljudima organizovali smo prvi manji humanitarni koncert, a kasnije su usledili i veći. Nedavno



Foto: Paola Felix Meza

ZA PROŠLOGODIŠNJE PAKETIĆE SKUPILI SMO DOŠTA DOBRO OČUVANIH IGRAČAKA, NEKE SU BILE I NOVE

(u novembru 2022. godine) održan je veliki humanitarni koncert 'Tradicionalna Srbija' u saradnji sa Domom kulture Studentski grad. Nekoliko puta godišnje organizujemo humanitarne veganske večere u kafeu 'Zvuci srca', u kom rade mladi ljudi sa smetnjama u razvoju, a novac od prodaje pića se donira. Posetioći ostave koliko žele i koliko su u mogućnosti.“ Raduje je činjenica da se za sve ove godine volontiranja broj volontera u Beogradu a i širom Srbije prilično povećao.

Dobila je specijalnu Virtus nagradu za 2021. godinu za individualni doprinos smanjenju siromaštva, za pokretanje filantropskih, humanitarnih i volonterskih inicijativa.

„Humanitarnim radom čovek ne može da se bavi niti je to nešto što se planira, tako se živi. Neko oseti unutrašnji poziv, neko možda ne. Odmalena mi je bilo blisko da pomognem nekome, na primer, da propustim starije, da ustanem nekom u autobusu, da hranim ptice, da kupim nekom hranu ili spustim novac u kutijicu ispred nekoga“, kaže ona. Zahvalna je, kako navodi, što joj je dodeljena Virtus nagrada, ali napominje da nikad ništa nije radila samo zbog nagrade ili priznanja.

„Moja parola je: Ostavi bolji svet iza sebe nego što si ga zatekao. Nakon te nagrade imala sam priliku da volontiram u Ukrajini dve nedelje u okviru dve škole nadomak granice sa Rumunijom, gde su bila smeštene izbeglice. To je bilo posebno iskustvo, zato što smo na ovim prostorima i mi prolazili slično“, kaže Sanja.

NASTAVNICA I INSTRUKTORKA SMEH JOGE

„ACT Foundation“ u Srbiji, u kojoj ona volontira, saraduje sa velikim brojem organizacija i udruženja.

„Zajedno sa organizacijom Crveni krst Palilula učestvovali smo u prošlogodišnjoj dodeli novogodišnjih dečjih paketića, zatim distribuciji 200 kilograma brašna i još nekim akcijama. Potom, saradujemo sa Centrom za socijalni rad u Kraljevu, u Beogradu (na Vračaru), Udruženjem sa cerebralnu paralizu u Krađujevcu, UG Autizam Valjevo. Nekoliko puta posetili smo Svrtište za decu u Beogradu kao i Prihvatište za stare u Kumodraškoj, azile za životinje, između ostalih Azil za konje Staro brdo“, dodaje ona.

Pre volontiranja, studirala je i diplomirala dva puta na Mašinskom fakultetu u Beogradu, najpre na odseku za poljoprivredno mašinstvo 2008. godine a osam godina kasnije na odseku za biomedicinsko inženjerstvo.

„Bavila sam se fitnessom neko vreme, čak se i takmičila, pre nekoliko godina sam završila kurs za instruktora smeh joge, koja je izuzetna, oslobađajuća. Prošle godine sam završila i kurs za instruktora joge pri TIMS fakultetu. Upoznala sam se sa benefitima tradicionalne medicine odobrene od Ministarstva zdravlja Srbije i mnogih drugih širom sveta, poznate kao Reiki“, kaže ona.

Nedavno joj se ispunila želja da predaje u srednjoj školi, tako da sada radi kao nastavnica na zameni.

„Imam i bašticu u dvorištu kuće u kojoj živim. Sve u svemu živim jednim ispunjenim životom na kome sam vrlo zahvalna“, kaže Sanja.

MLADI DA IMAJU RAZLOG DA OSTANU U SRBIJI

MILOŠ PEŠIĆ, osnivač Fondacije „Jedan posto“

Za učešće u filantropskim inicijativama nije presudno da li imamo novca i kojim resursima raspolažemo, važna je vera u mogućnost da se učini nešto dobro. U okviru akcije „Drvo za budućnost“ do sada smo posadili ukupno 287 stabala, u Zvezdarskoj šumi, na Tašmajdanu i u drugim parkovima

Na koji način pomažete mladim talentima i koliko ih je do sada dobilo neku pomoć?

Fondaciju sam pokrenuo 2018. godine. Nastala je spontano, iz jedne ideje koju sam kasnije nazvao „Princip 1%“, a do koje sam došao nekoliko meseci pre osnivanja fondacije. Taj princip nastao je kao ideja da svako od nas može da izdvoji svojih 1% kao doprinos zajednici - to može biti dato od svog vremena, znanja, novca ili truda. Dakle jedan posto je dovoljno malo da svako može da izdvoji, a sa druge strane kada više ljudi to uradi, to je dovoljno veliko da može da promeni svet. Nakon toga, imao sam ideju o pokretanju organizacije koja će prikupljati sredstva na osnovu ovog principa i usmeravati ih za ostvarenje humanitarnih i filantropskih ciljeva. Na krilima te vizije širio sam ideju i mnogo ljudi je pozitivno reagovalo, a najveća podrška su mi bili dvoje prijatelja, Milica Zarić i Boždan Drešević, koji su mi i pomogli u pokretanju Fondacije.

U kojim oblastima Fondacija pomaže mladim talentima?

Pomažemo mladim talentima iz oblasti nauke, istraživanja, inovacija i umetnosti. Najčešće podršku pružamo za učešće na međunarodnim takmičenjima, u radu na naučnoistraživačkim projektima i inovacijama ili za školovanje i usavršavanje na međunarodnim fakultetima i univerzitetima. Kad sam prilikom pokretanja Fondacije razmišljao gde je najbolje da se usmeri „Princip 1%“ i shvatio sam da je Srbija zemlja bogata mladim talentovanim ljudima.

Ali, da nažalost oni ne dobijaju pravu podršku, zato što budu prepušteni sami sebi i odustanu od svojih snova i talenata ili odu iz zemlje. I želeo sam da njima pomognemo i damo im podršku da razvijaju svoje talente, ideje i potencijale u Srbiji i samim tim i povoda da ostanu ovde. Čuo sam u to vreme i jednu rečenicu profesora Miodraga Zeca, koji je rekao: „Neće ova zemlja nikud, sve dok nastavnička veća zasedaju da raspravljaju šta da rade sa tri najgora učenika, a ne šta da rade sa tri najbolja učenika.“ Ova rečenica me je definitivno inspirisala da krenem da podržavam mlade talente, jer njih retko koja organizacija podržava, a imaju potencijala da i naše okruženje i ceo svet unaprede i učine boljim mestom. Suština „Principa 1%“ jeste da apelujemo na ljude da svako može da pruži doprinos društvu i da ohrabrimo sve da i mi „obični“ ljudi možemo nešto da promenimo. Da ne treba da sumnjamo u naše potencijale i čekamo da neko drugi inicira promenu, već da verujemo u sebe i motivišemo barem još nekog pored sebe da to isto uradi. Kada dovoljno veliki broj ljudi bude to uradio, onda ćemo moći da promenimo i naše okruženje i svet nabolje.

Pored podrške mladim talentima, cilj Fondacije je i ekološki doprinos, takođe, smatramo da moramo da sačuvamo našu planetu i prirodu i živimo u zdravom okruženju.

Kakvi su rezultati rada Fondacije, koliko ste mladih talenata podržali od osnivanja do sada?

Kroz Fondaciju je od 2018. godine do danas uspešno realizovano 35 projekata kroz koje je podržano više od 230 mladih talentovanih naučnika, istraživača, inovatora



Foto: Dušan Bojić

U OKVIRU NAŠEG PROJEKTA PODRŽANO JE VIŠE OD 230 MLADIH TALETOVANIH NAUČNIKA, ISTRAŽIVAČA, INOVATORA I UMETNIKA

i umetnika, iz osnovne škole, srednje škole i studenata. A od toga su oni koji su učestvovali na međunarodnim naučnim takmičenjima osvojili više od 200 medalja. Ali, od finansijske podrške koju smo im pružili, smatram da je važniji njihov osećaj da postoji neko ko vidi i vrednuje njihov rad i rezultate, neko ko je spreman da im pomogne i podrži ih.

Na taj način se motivišu da dalje napreduju i da ostanu u Srbiji. Takođe, znači im kada neko učini javnim i vidljivim njihove rezultate. Kroz naš najveći projekat „Nagrade mladim talentima za ostvarene rezultate na međunarodnim takmičenjima“ svake godine nagradujemo svu decu koja su osvojila medalje na međunarodnim naučnim olimpijadama i naučnoistraživačkim takmičenjima. U 2020. godini bilo je nagradeno ukupno 48 srednjoškolaca koji su osvojili 78 medalja, a u 2021. godini 54 srednjoškolaca koji su osvojili ukupno 99 medalja u toj godini.

Koji su aktuelni projekti Fondacije?

Svake godine, novembar i decembar su nam rezervisani za dva projekta. Prvi je projekat „Nagrade mladim talentima za ostvarene rezultate na međunarodnim takmičenjima“. Nagrada predstavlja novčanu donaciju od 10.000 dinara (ili više u zavisnosti od prikupljenog budžeta), kao podršku daljoj edukaciji i radu. Drugi je ekološki projekat „Drvo za budućnost“ u okviru kojeg svake godine organizujemo akcije sadnje drveća u gradskim parkovima i zelenim površinama. Svako ko želi može da se uključi i donira i posadi svoje drvo, a svako drvo nosi i simboličnu drvenu pločicu na kojoj je ugravirano ime onog ko je posadio drvo ili kome je drvo posvećeno.

Da li ste i dalje na master studijama? Pošto radite volonterski, kako finansirate projekte?

Nisam više na master studijama, pored Fondacije imam i svoj edukativni centar u okviru kojeg držim edukacije u oblasti ličnog i profesionalnog razvoja. To mi je primarno zanimanje, a fondaciju smatram svojom životnom misijom i pokrenuo sam je potpuno na volonterskoj bazi, tako da i ja i ceo tim fondacije radimo volonterski. Nemam zaposlene i trudimo se da sav prikupljeni novac bude usmeren na mlade talente. Fondacija se finansira putem donacija od strane pojedinaca ili kompanija, koji žele da podrže mlade talente.

Koliko je u okviru akcije „Drvo za budućnost“ posađeno drveća?

U okviru akcije „Drvo za budućnost“ do sada smo posadili ukupno 287 stabala. Sadili smo u Zvezdarskoj šumi, na Tašmajdanu, Kalemegdanu, u parku Ušće, u parku preko puta Hrama Svetog Save. Jedna akcija održana je u Nišu. Voleli bismo da se i na ovom planu primenjuje „Princip 1%“ i da svaki pojedinac ili porodica posadi jedno drvo godišnje. Tako bismo svi zajedno pružili ogromni ekološki doprinos.

ZASADI VOĆE ZA GENERACIJE KOJE DOLAZE

OLIVERA MIŠKIĆ, volonterka i članica Upravnog odbora ACT fondacije

U Srbiji je posađeno 1.100 sadnica voća, od marta 2021. do proleća 2022. godine, u okviru globalnog projekta „The fruit free plantation“. Uglavnom smo sadili jabuke, šljive, kruške, trešnje i višnje. U svetu je ukupno do sredine 2022. posađeno 100.000 sadnica

U okviru globalnog projekta „The fruit free plantation drive“ sadi se voće u dvadesetak zemalja sveta, a poslednje dve godine i u Srbiji. U periodu od 15. marta 2021. godine do početka proleća 2022. zasađeno je 1.100 sadnica voća u Srbiji, kaže Olivera Miškić, volonterka i članica Upravnog odbora ACT Foundation.

„Pored toga što ovim pokretom obezbeđujemo hranu za sva živa bića, takođe podržavamo ekosistem i podižemo svest o značaju prirode. Uglavnom smo sadili jabuke, šljive, kruške, trešnje i višnje. Voće je hrana za sva živa bića, stabla voća su, takođe, prirodna staništa za neke insekte“, kaže ona. U 2021. godini najviše smo sadili u dvorištima škola, vrtića, azila za životinje, kao i na nekim javnim površinama jer nam je cilj, kako kaže, da voće kao hrana bude dostupno što većem broju ljudi, životinja, ptica i insekata.

U AKCIJI UČESTVUJU DECA

„Želimo da pokažemo da kad se udružimo sa decom po školama i vrtićima, kao i sa građanima koji mogu da nam se pridruže ukoliko žele, možemo da menjamo svoju sredinu i ostavljamo nešto dobro generacijama koje dolaze. Volonteri fondacije doniraju, sade i brinu se tri godine o sadnicama i ostavljaju ih u vlasništvu države ili javnih i privatnih preduzeća gde su sadnice već posađene“, kaže ona.

Deca se rado pridružuju njihovim akcijama i tako se od detinjstva, kako ona napominje, stvara odgovornost prema prirodi i zajednici.

„Sadnice nabavljamo u našim rasadnicima. Od vrsta voća sadimo jabuku, krušku, šljivu, trešnju, višnju, smokvu, sibirski kivi, dud.“

ACT fondacija postoji na svim kontinentima u više od dvadeset zemalja sveta. „Svuda se sadi i planiramo da ovaj projekat traje do 2025. godine. Do sredine 2022. posađeno je 100.000 sadnica u svetu. Ove jeseni dobili smo fond od Tides fondacije iz Amerike za sadnju. Naš humanitarni rad prepoznat je od Black Rock kompanije sa predstavništvom u Srbiji, od koje smo, takođe, dobili donacije“, kaže ona.

„BOLJI ŽIVOT“

Pored ovog projekta ACT fondacija u Srbiji fokusirana je na pomoć porodicama i pojedincima koji su na ivici egzistencije. Fondacija pomaže dajući socijalno ugroženim grupama: hranu, sklonište, odeću, medicinsku negu, kao i mnoga sredstva podrške i osnaživanja bespomoćnih i ugroženih, vraćajući im nadu u bolji život.

„Imamo mnogo projekata, kao što su 'Deluj da zaustaviš glad', i u okviru te akcije nosimo hranu siromašnim porodicama, beskućnicima ili azilima za životinje“, kaže ona.



U 2021. GODINI NAJVIŠE SMO SADILI VOĆE U DVORIŠTIMA ŠKOLA, VRTIĆA I NA NEKIM JAVNIM POVRŠINAMA

Takođe, pomogli su, kako ona kaže, Materinskom domu u Beogradu, nezavisnom udruženju „Mesto za mene“ u Novom Sadu, koje se brine o ostavljenim samohranim majkama, Svratištu za decu u Novom Sadu, Svratištu za odrasle u Beogradu i Novom Sadu. Zatim, Udruženju za autizam iz Valjeva, Udruženju za cerebralnu paralizu „Sunce“ u Novom Sadu, ne samo u hrani ili sredstvima za higijenu, kako

dodaje, već time što donose nadu za bolji i dostojanstveniji život svih građana Srbije.

„Naša misija je da pružimo negu, brigu i pomoć egzistencijalno ugroženim i da na taj način smanjimo siromaštvo. Posvećeni smo očuvanju celokupnog života vodeći računa o ekosistemu kroz konkretne akcije. Vizija je da kroz akcije dobročinstva poboljšamo život tih ljudi i da svet postane bolje mesto“, kaže Olivera Miškić, koja je po struci stomatolog i homeopata.

Kad se neko bavi humanitarnim radom, kako ona ističe, postaje bolji čovek koji je zadovoljan sobom.

„Sigurno ću nastaviti da se bavim humanitarnim radom jer nas pomažanje drugima menja iz korena i pročišćava od težine svakodnevice. I čini nas boljim i ispunjenijim ljudima. Uvek sam verovala, a sad još i više od kada aktivno volontiram, da čovek može da napreduje u svakom pogledu samo ako pomogne drugima“, smatra Olivera Miškić.

NOVAC OD PRODAJE ODEĆE ZA NAPUŠTENE ŽIVOTINJE

ALEKSANDAR SAVIĆ SAVARA, bubnjar benda Ritam nereda

Odeću dizajnira moja drugarica i novac od prodaje uplaćuje se za pomoć napuštenim životinjama

Pored toga što se bavite muzikom u proslavljenom pank bendu Ritam nereda, počeli ste da dizajnirate modnu liniju i prikupljeni novac donirate udruženjima za zaštitu životinja u Novom Sadu. Kad i kako ste počeli da dizajnirate odeću?

Brend „Savara Clothing” nastao je u oktobru 2021. godine. Pre toga, mnoge stvari su se konačno namestile kako bih pokrenuo sopstveni brend sa ciljem da se prikupljeni novac daje za napuštene i ugrožene životinje. Brend je neprofitan, odnosno sve što se zaradi prodajom stvari, bude uplaćeno za pomoć životinjama. Dizajn radi moja drugarica Arijana Glavaski, sa kojom se brzo dogovorim oko svakog detalja. Samo joj dam predlog ili neku ideju, a ona to prebaci na papir i zajedničkim radom dobijemo novu kolekciju ili ideju za neke naredne aktivnosti brenda. Prethodnih godina sam često putovao, najviše po Vojvodini. I uverio sam se svojim očima kako su životinje prepuštene same sebi. U atarima sela, viđao sam ostavljene i izgladnele pse, mačke o kojima niko ne vodi računa. Isto tako je i u gradovima širom zemlje. S obzirom na to da imam dva usvojena psa, od kojih je jedan bio ostavljen pored kontejnera, pre nego što je usvojen, to je jedan od glavnih razloga pokretanja brenda. Takođe, ima dobrih ljudi koji odavno nesebično na razne načine pomažu životinjama.

Da li sve sami finansirate ili imate podršku nekih organizacija?

Brend sam finansiram iz sopstvenih sredstava. Nikakvu finansijsku pomoć ne dobijam. Naravno da bi bilo dobro ako bi postojala neka vrsta podrške, kako bismo ubrzali proces brenda u smislu da bi bilo više kolekcija, a samim tim i veća sredstva za pomoć, zatim i jedno mesto gde bi ljudi mogli da probaju stvari koje su u ponudi i gde bi dolazili sa predlozima za pomoć. Zato je trenutna norma brenda tri do četiri kolekcije godišnje, što je ipak uspeh. Sviđa mi se u kom pravcu ide ova priča, polako rastemo i mislim da ako se radi ne[to iskreno i iz srca, da će sve biti u redu. Univerzum voli tvrdo glava srca.

Koju odeću dizajnirate i kako prodajete?

Za sada smo dizajnirali dukseve i majice, a u planu je, naravno, da proširimo ponudu i na ostalu odeću. Ideja ima mnogo, od dečije kolekcije do opreme za trening. Za sada funkcionišemo tako što se odeća prodaje preko društvenih mreža, pre svega Instagrama. Na profilu, „Savara Clothing”, nalaze se sve informacije o kolekciji i poručivanju odeće. Takođe, pripremamo i sajt koji će uskoro biti završen, preko kojeg će moći da se kupe stvari, a za to će biti zaduženi ljudi iz Art & Code studija koji su prepoznali rad brenda. Ovaj brend ima velike ambicije i želim da se konačno reši problem napuštenih životinja, prvo u Novom Sadu, a potom i u celoj državi.

Koliko ste novca do sada prikupili?

Do sada smo imali dve kolekcije i u planu je treća, odnosno poslednja ove godine. Prva kolekcija je rađena za SPANS -



BREND POLAKO RASTE I MISLIM DA MOŽE DA USPE NEŠTO AKO SE RADI ISKRENO, IZ SRCA. UNIVERZUM VOLI „TVRDOGLAVA” SRCA

novosadsko udruženje za zaštitu životinja. Za tu priliku urađeno je 30 dukseva, kao i 30 majica koje su rasprodate za nedelju i po dana, gde je prikupljeno 50.000 dinara i uplaćeno na račun SPANS-a. Druga kolekcija je rađena za Azil Dobra nada, koji se brine o životinjama, (oko 50 pasa i 15 mačaka), urađeno je 80 majica, od toga 40 kratkih rukava i 40 na bretele. I ta kolekcija je rasprodata za dve

nedelje i prikupljeno je oko 100.000 dinara za azil. Takođe, napomenuo bih da bez ljudi koji su učestvovali u kupovini stvari, kao i njihove podrške, ne bi ništa bilo od pomoći.

Kakav je zakon u ovoj oblasti? Sa zakonima je problem što su najčešće dobro napisani, ali se ne sprovode u praksi?

Realno, na papiru imamo veoma dobre zakone o zaštiti životinja, ali je problem što u praksi ima veoma malo slučajeva koji su dospeli do sudskog procesa. Mislim da je rešenje da prestanemo da okrećemo glavu na drugu stranu i da počnemo da prijavljujemo slučajeve gde se krši zakon. Takođe, imamo problem gde se odgovornost prebacuje sa jedne institucije na drugu, pa se slučajevi nađu u @slepoj ulici”. Sve te stvari bi trebalo rešiti kako se ne bi dešavali isti problemi. Opet, sa druge strane, ako mislimo da menjamo nešto, trebalo bi da krenemo od svog dvorišta. Često vidim da ljudi ne počiste za svojim ljubimcima, pa bi trebalo povesti računa o tome. Na primer, trebalo bi oštrije kazne propisati za one koji usvojenog psa izbace na ulicu posle nekog vremena.

Šta bi trebalo promeniti u cilju bolje zaštite životinja?

Svest kod naših ljudi je na prilično niskom nivou, kad govorimo o zaštiti životinja. Kad sam bio 2018. godine na dvonedeljnoj turneji gde sam obišao šest gradova u Japanu sa bandom Senshi, video sam kako izgleda kada ljudi paze jedni na druge, kako se ophode prema prirodi i životinjama. I generalno kako se ponašaju kad ih zadesi neka vremenska nepogoda, kao što je bio cunami. Iako naša država ne može da se poredi sa jednom od najbogatijih zemalja na svetu, to nije izgovor da ne može da se podigne svest barem na približan nivo.

Kako planirate da razvijate brend?

Planova ima napretek, tražimo lokal gde bi ljudi mogli nesmetano da probaju stvari koje kupuju. Moram da napomenem da je potražnja odavno veća od ponude. Isto tako, imamo u planu da uradimo kolekcije koje će pomagati deci, starijim ljudima i ustanovama Dečije selo u Sremskoj Kamenici, Dom za decu i omladinu ometenu u razvoju, Solidarnu kuhinju, Krov nad glavom. Svi planovi su u fazi razvoja, pošto sve sam finansiram, pa se sporije realizuju. Takođe, u planu imam i otvaranje humanitarnog udruženja.

CEO ZRENJANIN NOSI TORBALONE

RADMILA I NIKOLA TREBOVAC, aktivisti, Cirkuzanti, iz Zrenjanina

Voda u Zrenjaninu zabranjena je za upotrebu od 2004. godine, Zrenjaninci su prinuđeni da koriste flaširanu vodu. Posle 18. godina bez pijaće vode, plastični petolitarški balon kupovne vode postao je deo našeg svakodnevnog „akseosara“

Dizajnirali ste torbalon, torbu napravljenu od plastičnog balona za vodu, da biste ukazali na veliki problem sa pijaćom vodom u Zrenjaninu. Kako je počela ta akcija i da li ste je proširili?

Radmila Trebovac: Torbalon je nastao u novembru 2021. godine kao duhoviti osvrt na problem sa pijaćom vodom u Zrenjaninu i kao kreativni pokušaj delimičnog rešavanja problema plastičnog otpada. S obzirom na to da je voda u Zrenjaninu zabranjena za upotrebu od 2004. godine, Zrenjaninci su prinuđeni da koriste flaširanu vodu. Na ovaj način smo postali deo novog problema, a to je na gomilavanje plastičnog otpada.

U decembru 2021. Torbalon je osvojio drugu nagradu na konkursu „Angažovanje građana ka cirkularnoj ekonomiji“ u organizaciji Cirekona. Nagrada je bila novčana i tu novčanu podršku mogli smo da usmerimo na naše dalje aktivnosti, performativne i dizajnerske.

Nikola Trebovac: Osmislili smo ručni sat koji se izrađuje od čepa plastičnog balona za vodu. Na čepu je ispisan broj 157.680, što predstavlja ukupan broj sati koji su prošli od kada je zabrana za upotrebu vode stupila na snagu. Noseći ovaj sat poručujemo da u Zrenjaninu više nije važno da li je sedam sati ujutru ili četiri po podne, već ukupno vreme koje smo proveli bez vode. Ispod broja sati ispisane su reči „and counting“, jer to vreme i dalje traje.

Torbalon smo ove jeseni predstavili na festivalu „Wienwoche“ u Beču. Zapravo, on je bio njihov zvanični brend. Taj festival spaja aktivističke i umetničke prakse, a ovogodišnja tema bila je ekologija radničke klase. Urednici festivala su odlučili da ove godine svojoj publici ne poklanjaju promo cegere, već da to budu torbaloni. Nakon festivala imali smo i predstavljanje na Vienna Design Week-u.

Naš cilj je da kreativnom praksom svakodnevno ukazujemo na ključni problem zajednice u kojoj živimo i da podstaknemo i svoje sugrađane na aktivizam.

Nažalost, u našem gradu se još uvek nije ukazala mogućnost da šire predstavimo svoj rad.

Da li ste pokušali da predstavite torbalon u Zrenjaninu?

R. Trebovac: Pozivi za saradnju su ili ostavljeni bez odgovora ili nam je otvoreno saopštavano da izlaganje našeg proizvoda i aktivnosti mogu imati posledice po dalji rad ustanova kojima smo se obratili za saradnju.

Zašto ste baš napravili torbu od plastičnog balona?

N. Trebovac: Posle 18. godina bez pijaće vode u Zrenjaninu, podrazumeva se da je plastični petolitarški balon kupovne vode deo našeg svakodnevnog „akseosara“. Balon nose svi, bez



MEDALJA KOJU SMO NAPRAVILI OD ČEPA PETOLITARSKOG BALONA ZA VODU NAMENJENA JE SVIM ZRENJANINCIMA KOJI SU IZDRŽALI SVE OVE GODINE BEZ VODE

obzira na godine, životni i modni stil. Mi smo ga samo malo „dotali“. Ideja je bila i da napravimo jedan „antifashion“ komad. U gradu u kome nije rešeno pitanje pijaće vode, otvoren je veliki šoping centar. Taj šoping centar postao je mesto ne samo trgovine, već i okupljanja građana zarad druženja, ručavanja i provoda, što je dovelo do delimične devastacije centra grada. A za to nisu odgovorni samo oni koji su doneli odluku o izgradnji šoping centra, već i mi građani koji svoje vrlo ograničeno slobodno vreme provodimo u šoping, a ne stvaralački i aktivistički.

Živate u Zrenjaninu, poslednjih deset godina se najavljivalo rešavanje problema sa vodom i ulaganje u fabriku za prečišćavanje vode, da li je nešto poboljšano poslednjih godina ili nije?

R. Trebovac: Problem sa pijaćom vodom je nepromenjen u našim životima već 18 godina. Menjale su se političke opcije i odgovorni za upravljanje gradom i rešavanje ovog pitanja, ali problem je ostao isti. Fabrika za prečišćavanje vode je izgrađena, ali nije u funkciji. Promenjen je zakon na nivou Srbije da bi ovaj model poslovanja uopšte bio legalan, ugovor sa prvobitnim investitorom je prekinut, a novi investitor još uvek nije počeo sa radovima. Zrenjaninci uglavnom kupuju vodu u plastičnim petolitarškim balonima. Kupovnu vodu bi trebalo da koristimo i za piće i za kuvanje, jer je u zrenjaninskoj vodi povišena koncentracija arsena. Ali zdravstvena preporuka nema težinu praznog novčanika.

N. Trebovac: Domaćinstva sa nižim prihodima kupovnu vodu koriste za piće, a kuvaju u vodi iz česme iz svojih domaćinstava. Socijalno najugroženije kategorije stanovništva koriste isključivo vodu iz česme. Postoji samo jedna eko-česma u čitavom gradu, koja po kapacitetu ne može da zadovolji potrebe građana. Račune za vodu smo u obavezi da plaćamo svakog meseca.

Zajedno sa suprugom aktivni ste zajedno pod nazivom „Cirkuzanti“, jednom ste izjavili da ste dali taj naziv jer je ovaj život cirkus. Koje ste još akcije pokrenuli?

R. Trebovac: Za sada se bavimo samo pitanjem vode. Snimamo kratke duhovite skečeve na temu zrenjaninske vode i pravimo torbalone. Torbalon se može dobiti u zamenu za balon kupovne vode. Voda prikupljena na ovaj način namenjena je našim sugrađanima koji nisu u mogućnosti da kupuju vodu.

U saradnji sa našim drugom, dizajnerom Filipom Nemetom, izradili smo medalju od čepa petolitarškog balona za vodu. To je Medalja za pretrpljeni H2ORROR, namenjena svim našim sugrađanima koji su izdržali sve ove godine bez vode. A to je bila teška disciplina za sve nas. Ali Zrenjanin je svakako poznat kao grad sa dugom sportskom tradicijom i asovima koje je iznedrio. Medalje ćemo do kraja godine podeliti na performansu koji trenutno osmišljavamo.

Sve svoje aktivnosti objavljujemo na Instagram stranici pod nazivom Cirkuzzanti.

BROD HUMANOSTI NE SME DA OTPLOVI

TIHOMIR STANIĆ, glumac

Za decu poginulih rudara u rudniku Soko odigrali smo humanitarnu predstavu „Brod plovi za decu rudara“ i uspeli smo da sakupimo 60.000 evra

Humanitarna predstava „Brod plovi za decu rudara“ održana je 3. juna 2022. godine u Beogradu, kako bi se sakupio novac za porodice poginulih rudara u rudniku Soko blizu Aleksinca, uz podršku Udruženja dramskih umetnika Srbije. Za porodice rudara sakupljeno je oko 60.000 evra. Da li je nastavljena pomoć deci rudara, pratite li kako se dalje razvija taj slučaj?

„Brod plovi za Beograd“ je muzičko-scenski nastup koji se svake godine izvodi u Ateljeu 212. Nakon nesreće koja se desila u rudniku Soko, ideja Svetlane Bojković je bila da se organizuje predstava i prikupi novac za decu poginulih rudara.

Zajedno sa kolegama glumcima odlučili smo da odigramo humanitarnu predstavu „Brod plovi za decu rudara“ u Domu sindikata. Tako je krenulo, glumica Gorica Popović, producent Anđa Brstina i ja odabrali smo taj zanimljivi program u kojem glumci igraju i koji je na repertoaru Ateljea i veoma je popularan.

Ubrzo nam se priključila Fondacija Novak Đoković, kao i patrijarh Srpske pravoslavne crkve Porfirije. I uspeli smo da sakupimo 60.000 evra preko Udruženja dramskih umetnika Srbije i ponosni smo na tu akciju. Inače, Udruženje dramskih umetnika Srbije ima Fond solidarnosti za pomoć ugroženim dramskim umetnicima. Naravno da nakon ovog humanitarnog događaja nismo zaboravili na decu sokobanjskih rudara, i dalje pokušavamo da im pomognemo. Istakao bih da smatramo svojom ljudskom obavezom da pomognemo nekome ko je u nevolji.

Pored ove humanitarne akcije učestvujete i u ekološkim protestima, veoma ste ekološki osvešćeni, kada pogledate sve ekološke probleme, kuda plovi brod Srbije?

Pripadam generaciji koja nije imala osvešćenu potrebu da se bavi ekologijom i da razmišlja o zaštiti životne sredine od industrijskih zagađenja. Vaspitavan sam u socijalističkom duhu, u vreme bivše Jugoslavije radovali smo se izgradnjama i industrijalizaciji privrede. Kasnije sam kao student putujući po Evropi 80-ih godina prošlog veka, prisustvovao raznim ekološkim skupovima u Briselu i Parizu. Ekološku svest kod mene su razvila moja deca jer mlađe generacije osećaju da će svi bitni resursi za opstanak čovečanstva nestati ili biti uništeni ako se na vreme ne povede računa o značaju očuvanja životne sredine.

Zahvaljujući mojoj deci uključio sam se u ekološke proteste, moja starija ćerka je aktivista i uključena je u rad Solidarne kuhinje i u okviru te akcije uspevaju tri puta nedeljno da dele obroke socijalno ugroženim građanima. Poznati su po toj konkretnoj akciji, ali cela ta organizacija počiva na razvijanju svesti o solidarnosti, empatiji i razumevanju ljudi koji su u problemu. Njihov slogan je „Solidarnost a ne milostinja“, kojim skreću pažnju da je važno razumeti da svakom od nas može da se desi da ostane bez osnovnih ljudskih prava, da se prehrani i da živi dostojanstveno. U tom pogledu, na mene su veliki uticaj imala moja deca i trudim se da razumem ono o čemu oni pričaju i da se ponašam u skladu sa onim za šta se zalažu. I zbog toga sam prisutan u ekološkim akcijama, hoću da podržim ono što rade moja deca.



Foto: Paola Felix Meza

U OVOM NAŠEM DRUŠTVU VEĆINA LJUDI SE PLAŠI DA ĆE NJIHOV PROTEST PROTIV ZAGAĐENJA BITI PROTUMAČEN KAO NAPAD NA DRŽAVU

Koliko je važno da glumci budu aktivisti, da li pojavljivanje glumaca na Starici ili u Nedeljicama pomaže više nego da se okupi više hiljada građana iz tog mesta?

Veliki evropski pozorišni umetnik Roberto Čuli u jednom intervjuu kaže da reč gluma na italijanskom i engleskom znači onaj koji deluje. U biti naše profesije je da delujemo i on tvrdi, takođe, da je pozorište staro ne samo od vremena antičke Grčke nego od samog postanka čovečanstva i da glumci mogu da imaju veliki uticaj u društvu svojim delovanjem.

Glumci su prepoznatljivi zbog medija i postoji verovanje da glumci mogu nešto važno da pokrenu i urade, ali plašim

se da publika glumce povezuje sa poslednjim ulogama u kojima ih je gledala i da mi svojim delovanjem možemo tek skrenuti pažnju javnosti.

Suštinski boljitak može da se desi kada glumci i svi ostali poslušaju svoju decu. Nije čudo da je u svetu simbol ekološke borbe devojčica Greta Tunberg, jer ako se deca ne angažuju, ostaje im svet u kojem je nemoguće živeti. Očuvanje zdrave životne sredine je pitanje opstanka. Teško je, međutim, uticati na svest stanovništva koje je u svakodnevnoj borbi da zaradi za korice hleba, da preživi dan. Ali, opet što je borba teža, ona valjda i ohrabruje ljude da se aktiviraju i istraju.

Imate li utisak da više građana u Srbiji podržava ekološke proteste u odnosu na broj ljudi koji izađe na ulicu?

U ovom našem društvu većina ljudi se plaši da će njihov protest protiv zagađenja biti protumačen kao napad na državu i verovatno ljudi ne idu na proteste zbog straha decenijama uterivanog od strane vodećih političara. Politički režim je 50-ih godina prošlog veka uteravao takav strah u kosti na Golom otoku i nakon toga decenijama smo živeli u nedemokratskom društvu.

Koji ekološki problem u Srbiji vas najviše uznemirava?

Ko zna šta sve postoji skriveno, netransparentni ugovori za koje još ne znamo da su potpisani, dogovoreni i ugovoreni. Pre mesec dana išao sam u Nedeljice i zabrinjava ta besomučna borba za profitom oko energetske resursa, kao i izrabljivanje radnika iz ekonomski nerazvijenih zemalja. Mnogo bogatije zemlje od Srbije imaju veće rezerve litijuma, ali ga ne eksploatišu, da li zbog toga što su u tim državama svesni posledica iskopavanja litijuma ili imaju toliko snažne ekološke organizacije koje ih sprečavaju. Verujem da će mlađe generacije sprečiti dalje uništavanje životne sredine.

Šta sada radite, koje predstave pripremate?

U decembru ću igrati svoju predstavu „Na Drini ćuprija“, u Sisku, Karlovcu i Poreču u okviru dana Srpske kulture u Hrvatskoj. Takođe, igraću predstavu koje su na repertoaru u Ateljeu 212 i trenutno radim na pripremama za snimanje serije „Nobelovac“, koje će početi u septembru 2023. godine. Pored toga što ću biti producent serije, reditelj, saradnik na scenariju, igraću i glavnu ulogu, Ivu Andrića.

**CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд**

**005.35(497.11)"2022"
347.72.032(497.11)"2022"
061.23(497.11)"2022"**

**LIDERI društvene odgovornosti : 2022 /
[urednik Ivana Pavlović]. - Beograd : Business
Info Group, 2022 (Beograd : Caligraph). -
167 str. : ilustr. ; 25 cm**

Tiraž 4.000.

ISBN 978-86-89139-23-5

**а) Корпоративна друштвена одговорност --
Србија -
- 2022 б) Привредна предузећа -- Србија --
2022**

COBISS.SR-ID 81709065

Zajedno ka budućnosti

