

# LIDERI DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

---

2015



**ODGOVORNI PREMA SEBI,  
ODGOVORNI PREMA ZAJEDNICI**



# LIDERI DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

---

2015



**ODGOVORNI PREMA SEBI,  
ODGOVORNI PREMA ZAJEDNICI**

**NASLOV EDICIJE**

Lideri društvene odgovornosti 2015.  
Odgovorni prema sebi, odgovorni prema zajednici

**GLAVNI UREDNIK**

Biljana Stepanović

**NOVINAR**

Olivera Bojić

**MARKETING**

Tijana Miličić

**NASLOVNA STRANA**

Jovana Bogdanović

**UREDNIK FOTOGRAFIJE**

Dragan Milošević

**GRAFIČKI UREDNIK I DTP**

Bojan Radulović, Studio triD

**ŠTAMPA**

Caligraph Beograd

**ŠESTO IZDANJE**

**IZDAVAČ**

Business Info Group  
Bulevar despota Stefana 12, Beograd  
Tel. 011 2258-891

**WEB**

[www.big.co.rs](http://www.big.co.rs)

**E-MAIL**

[office@big.co.rs](mailto:office@big.co.rs)

Beograd 2015.

# SADRŽAJ

- 10 ALPHA BANK**  
DESET GODINA PRIJATELJSTVA I POVERENJA
- 14 BAMBI**  
NAŠA KORPORATIVNA ODGOVORNOST
- 18 COCA-COLA**  
RAST JE MOGUĆ SAMO U ZAJEDNICI KOJA SE RAZVIJA
- 22 ŽIVORAD VASIĆ, GENERALNI DIREKTOR  
HOTELA „CROWNE PLAZA“**  
BRIGA O ZAPOSLENIMA
- 26 ELEKTROPRIVREDA SRBIJE**  
ODGOVORNOST KAO MERILO USPEHA
- 30 GRAND CASINO BEOGRAD**  
ODGOVORAN PARTNER POSVEĆEN ZAJEDNICI
- 34 HEINEKEN SRBIJA**  
STRAST PREMA KVALITETU
- 38 SANDA SAVIĆ, DIREKTORKA  
KORPORATIVNIH POSLOVA  
I KOMUNIKACIJA HEMOFARMA**  
DRUŠTVENA ODGOVORNOST  
JE NAČIN RAZMIŠLJANJA
- 42 MERCATOR-S**  
DRUŠTVENA ODGOVORNOST JE NAŠA ŽELJA DA  
POMOGNEMO DRUGIMA
- 46 NELT**  
FOKUSIRANI NA MLADE I TALENTOVANE ČLANOVE  
LOKALNE ZAJEDNICE
- 50 SAMSUNG**  
PAMETNA SAMSUNG TEHNOLOGIJA KOJA ČINI SVET  
BOLJIM
- 54 TELENOR**  
TELENOROV KONCEPT DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI
- 58 VIP MOBILE**  
VIP MOBILE, POSVEĆENOST DRUŠTVENIM  
PROMENAMA
- 62 WIENER STÄDTISCHE OSIGURANJE**  
GÜNTER GEYER NAGRADA ZA DRUŠTVENU  
ODGOVORNOST
- 68 MICHEL SAINT-LOT, DIREKTOR UNICEF U  
REPUBLICI SRBIJI**  
POŠTOVATI LJUDSKA PRAVA NA SVAKOM MESTU
- 72 TRAG FONDACIJA**  
AKTIVNE ZAJEDNICE SU KIČMA NAŠEG PROGRAMA
- 76 VERAN MATIĆ, GLAVNI I ODGOVORNI  
UREDNIK INFORMATIVNOG PROGRAMA  
B92**  
ZDRAVSTVO I OBRAZOVANJE PRIORITETI
- 80 IVAN LALIĆ, IZVRŠNI DIREKTOR “MIKSER  
HOUSE”**  
PRAVDA, SOLIDARNOST I HUMANOST
- 84 RADOICA RSTIĆ, UPRAVITELJ FONDACIJE  
„PODRŽI ŽIVOT“**  
PRIKUPILI SMO 60 MILIONA DINARA
- 88 ANA KOESHALL, DIREKTORKA „ANA I  
VLADE DIVAC FONDACIJE“**  
PODRŠKA I POMOĆ ZA NAJUGROŽENIJE
- 92 NINA MILOŠ, AKCIJA “SOLIDARNA  
KLOPICA”**  
POTREBNO JE SAMO POKRENUTI LJUDE
- 96 JOVAN SIMIĆ, ORGANIZATOR AKCIJE  
“SPORTSKI BAZAR”**  
SPORT POMAŽE
- 100 MARGARETA KECMAN, OSNIVAČ  
KREATIVNO-EDUKATIVNOG CENTRA  
(KEC)**  
RAZVIJAMO SOCIJALNO PREDUZETNIŠTVO
- 104 NEVEN MARINOVIĆ, DIREKTOR SMART  
KOLEKTIVA I IZVRŠNI DIREKTOR FORUMA  
ZA ODGOVORNO POSLOVANJE**  
ODGOVORNO ZA PAMETNI RAST I RAZVOJ DRUŠTVA



# ULAGANJE U ZNANJE I POSLOVNE VEŠTINE



Šestu godinu zaredom Business Info Group izdaje ediciju „Lideri društvene odgovornosti“ u kojoj kompanije, organizacije, pojedinci predstavljaju ono što su dobro uradili za zajednicu u kojoj živimo. Bilo je tu zaista različitih akcija, namenjenih takođe različitim ciljnim grupama. Mi nismo nikada merili niti vrednovali ko je koliko i kome pomogao, ko više a ko manje, da li je dao novac, rad, svoje vreme, znanje, energiju... Svako je dao onoliko koliko je mogao i umeo i to je dovoljno. A svakako je korisno i inspirativno i za one druge, koji se do sada nisu bavili zajednicom u kojoj žive, da i oni u budućnosti malo doprinesu. Koliko mogu. U skladu sa starim, ali vrlo tačnim sloganom – naše malo za nekog je mnogo.

U skladu sa uverenjem da je svako dužan da pomogne i doprinese koliko može, na način na koji može, Business Info Group je prethodnih godina novac prikupljen izdavanjem edicije koristila za organizaciju konferencija koje bi popularisale društvenu odgovornost, filantropiju i uopšte ulaganje u zajednicu.

Ove godine odlučili smo da pokrenemo novu akciju iz svog domena, koristeći resurse kojima raspolažemo – uz pomoć kompanija koje su se pojavile u ediciji, za ambiciozne studente, željne znanja i rada, organizovaćemo seminare na kojima će im iskusni i uspešni biznismeni govoriti upravo o temama koje mlade ljude, spremne da započnu profesionalnu karijeru, najviše zanimaju: može li se i na koji način započeti sopstveni biznis; da li je za to potrebno mnogo novca i da li se i kako on može naći; kako se zaposliti

u velikoj kompaniji; kako poslodavci odabiru pravog kandidata od stotina prijavljenih; koje su to „meke veštine“ koje se traže, mimo redovnog znanja stečenog tokom školovanja... Učesnici će dobiti priliku da predavače pitaju sve što ih zanima i da od nekih od najuspešnijih biznismena iz prve ruke dobiju korisne savete.

Svi biznismeni kojima smo se obratili, direktori i vlasnici velikih, u nekim slučajevima i multinacionalnih kompanija, odazvali su se pozivu da deo svojih znanja prenesu studentima. Niko nije odbio. Neki su rekli da bi se uvek rado odazvali, ali ih dosad niko nije zvao. A ono što oni znaju i mogu da prenesu, dragoceno je jednako koliko i klasično obrazovanje. Odnosno, to je drugo poglavlje iste „knjige“. I to je ono što nedostaje našem obrazovnom sistemu – veza sa praksom.

Naš kapacitet nije veliki, ali ćemo, svi zajedno, doprineti onoliko koliko možemo, da se ova praksa „druženja“ biznismena i studenata započne, a vremenom možda produbi i ojača. U tome su pomoć obećale i kolege iz medija. I oni su prihvatili da učestvuju i sa studentima podele svoja znanja, jer u savremenom svetu je, osim uspešnog poslovanja, jednako važna i uspešna komunikacija. Duboko smo uvereni da je ulaganje u znanje i usavršavanje najpametnije i dugoročno najisplativije ulaganje za svaku zajednicu.

Zato još jednom zahvaljujemo svim kompanijama koje su učešćem u ovogodišnjoj ediciji „Lideri društvene odgovornosti 2015“ dale doprinos da zaživi ova važna akcija, na korist naše dece, a time i svih nas.







# **DRUŠTVENA ODGOVORNOST KOMPANIJA**

# DESET GODINA PRIJATELJSTVA I POVERENJA

Alpha Bank uspešno posluje već više od 130 godina i svoju reputaciju lidera gradi na proverenim vrednostima, kojima je dosledna od samog osnivanja. Tokom dugogodišnjeg poslovanja interesi Banke neraskidivo su isprepletani sa interesima ljudi i zajednice u kojoj Banka posluje. Odgovornost za napredak lokalne zajednice ugrađena je u temelje korporativne kulture Alpha Bank i prožima sve akcije ove banke.

Alpha Bank Srbija ove godine obeležava značajan jubilej - deset godina poslovanja u Srbiji. Od 2005. godine, kada je preuzela Jubanku AD, Alpha Bank veoma uspešno gradi imidž i reputaciju jedne od društveno najodgovornijih kompanija na teritoriji Republike Srbije. Odgovornost se ogleda, pre svega, u odnosu prema klijentima Banke, zaposlenima, partnerima, društvu i zajednici u kojoj posluje, a društveno odgovorno poslovanje od početka je sastavni deo identiteta i poslovne kulture Alpha Bank Srbija.

Pored konstantnog ulaganja u unapređenje svojih proizvoda i usluga, kao i bankarske struke uopšte, tokom prethodnih deset godina, Banka je izdvajala značajna sredstva za projekte koji su imali za cilj podizanje svesti javnosti o određenim problemima, kao i poboljšanje kvaliteta života onih kojima je pomoć najpotrebnija.

### MASTERCARD HVALA PROGRAM

Jedan od najprepoznatljivijih projekata Alpha Bank u Srbiji svakako je MasterCard Hvala program koji se realizuje u saradnji sa Ministarstvom zdravlja Republike Srbije, a ima za cilj podizanje svesti javnosti o značaju prevencije raka dojke. Zabrinjavajući podatak da je svaka deveta žena u Srbiji izložena riziku da oboli od raka dojke, ali i ohrabrujuća činjenica da je bolest izlečiva ukoliko se otkrije na vreme, uticali su na odluku Banke

da, u saradnji sa Ministarstvom, kreira jedinstvenu MasterCard Hvala kreditnu karticu - karticu koja čini dobra dela. Prilikom svake transakcije tom kreditnom karticom, Alpha Bank odvaja isključivo deo svojih sredstava i uplaćuje ih u fond Nacionalnog programa za prevenciju raka dojke. Projekat je pokrenut 2009. godine i do sada je donirano više od 31 milion dinara, a od doniranog novca kupljeni su aparati za ranu dijagnostiku raka dojke koji devojkama i ženama u Beogradu, Kragujevcu, Pirotu, Vranju, Valjevu, Nišu, Užicu i Kladovu pružaju mogućnost da obave preventivne preglede. Osim toga, podizanje svesti o značaju prevencije daje vidljive rezultate jer sve više pripadnica lepšeg pola shvata da je dovoljno da odvoje samo malo vremena i obave preventivni pregled koji im može spasti život.

Kako bi dodatno ukazala na značaj preventivnih pregleda i mogućnost potpunog izlečenja ukoliko se bolest otkrije na vreme, Alpha Bank saraduje i sa brojnim privatnim klinikama na teritoriji cele Srbije. Osim što pomažu drugima, korisnici „Hvala“ kartice i sami mogu da uživaju određene pogodnosti kada je reč o zdravlju – besplatan godišnji pregled lekara specijaliste na partnerskim klinikama Alpha Bank za ultrazvučni pregled dojke ili ultrazvučni pregled abdomena sa prostatom za muškarce. Kampanja koja u prvi plan ističe javnosti nepoznate ljude, korisnike „Hvala“ kreditne kartice, koji su svojim delom pokazali humanost i pomogli u prikupljanju sredstava za prevenciju raka dojke, osvojila je i prestižno priznanje u oblasti tržišnih komunikacija. Na tradicionalnoj dodeli godišnjih nagrada povodom Dana propagandista, UEPS-ovo srebrno priznanje za promotivnu integrisanu kampanju u kategoriji finansijskog sektora i usluga, pripalo je baš kampanji Alpha Bank i „Hvala“ kartici pod nazivom „Delo čini čoveka“.





## DAN DOBROVOLJACA

Dan dobrovoljaca obeležava se kao internacionalni dan na nivou Alpha Bank Grupe, kada zaposleni iz Grčke, Kipra, Rumunije, Makedonije i Albanije ujedinenom akcijom pomažu u rešavanju nekih od problema lokalne zajednice. U Srbiji, Dan dobrovoljaca se održava već sedam godina zaredom i tog dana zaposleni Alpha Bank

svoje vreme i energiju ulažu u značajne i raznovrsne akcije kroz koje daju lični doprinos unapređenju zajednice u kojoj posluju. Prethodnih godina zaposleni Banke su uređivali vrtiće, priobalje reka, organizovali gerila baštovanstvo u parkovima, i pomagali deci iz Svrtišta. Individualni doprinos svakog zaposlenog u Alpha Bank je nešto što daje ovim akcijama posebnu vrednost i



kvalitet i zarad čega se zaposleni rado odazivaju i učestvuju u njima.

Ove godine, Banka je odlučila da uradi nešto drugačije od prethodnih godina. Akcija pod nazivom „Zajedno delimo znanje“ okupila je više stotina zaposlenih u Alpha Bank u četiri grada - Beogradu, Rumi, Valjevu i Pirotu, koji su tog dana prikupili više od 3.000 knjiga i tako pomogli da se obnovi i obogati fond ugroženih školskih biblioteka u Srbiji. Vođena idejom da je znanje jedno od osnovnih ljudskih prava, ali i privilegija, Alpha Bank odlučila je da kroz ovu akciju pokaže koliko veruje u podsticajan uticaj obrazovanja i opšte kulture na zdravo odrastanje najmlađih i razvoj njihovih potencijala. U opuštenoj i neformalnoj atmosferi punoj entuzijazma, zaposleni i njihovi sugrađani iz Beograda, Rume, Valjeva i Pirota, kao i predstavnici medija i lokalnih samouprava, uživali su puneći police knjigama za decu i omladinu, koje su potom donirane devastiranim bibliotekama u tim gradovima. Podršku ovoj akciji dali su i Ministarstvo prosvete Republike Srbije, Sekretarijat za obrazovanje i dečju zaštitu Grada Beograda, lokalne opštine, kao i brojne medijske i izdavačke kuće.

## **OSTALE HUMANITARNE AKTIVNOSTI**

Negovanje korporativne kulture i društveno odgovornog poslovanja Alpha Bank, pored brige za zaštitu životne sredine, ulaganja u kulturu i obrazovanje, prevencije bolesti, možda se najbolje ogleda kroz brojne individualne i donacije za institucije, odnosno za one kojima je pomoć najpotrebnija.

Alpha Bank Srbija bila je među prvim kompanijama koje su pomogle stanovništvu ugroženom prošlogodišnjim poplavama. Banka je organizovala prikupljanje pomoći za područja ugrožena poplavama i pozivu se odazvalo više od 800 zaposlenih iz 53 grada, koji su pokazali solidarnost i prikupili pomoć u vrednosti od oko 600.000 dinara. U skladu sa preporukama Crvenog krsta Srbije,

prikupljena su i neophodna sredstva namenjena ugroženim građanima. Banka je realizovala i dodatne akcije kako bi pomogla ugroženima - uplaćen je iznos od 1,1 milion dinara Crvenom krstu Srbije, obezbeđen je smeštaj za 10 porodica kolega čiji su domovi oštećeni u poplavama, ukinute su naknade na sve uplate na namenske račune Crvenog krsta i Ministarstva unutrašnjih poslova otvorene radi pomoći ugroženima.

Alpha Bank Srbija s velikim razumevanjem prati rad i pruža podršku mladim i talentovanim pojedincima, sportistima i umetnicima. Mladu i uspešnu karatistkinju Milicu Strainović iz Gornje Toplice Alpha Bank podržava još od 2009. godine. Za to vreme mlada sportistkinja je osvojila više od 100 medalja na državnim i međunarodnim takmičenjima i izborila mesto u nacionalnom timu Srbije, pokazavši na taj način koliko je važno prepoznati prave vrednosti i ulagati u njih.

Kultura je na vrhu lestvice prioriteta Alpha Bank koja redovno pomaže aktivnosti i delovanje Muzikološkog instituta Srpske akademije nauka i umetnosti.

U okviru „Noći muzeja“ sedište Alpha Bank Srbija, jedna od najlepših građevina u Beogradu, otvorila je svoja vrata posetiocima te prestižne manifestacije. Alpha Bank Srbija tradicionalno je ponosni sponzor tog jedinstvenog kulturnog događaja i ove godine drugi put zaredom ugostila je preko 1.600 ljubitelja kulture i umetnosti koji su imali prilike da uživaju u vanvremenskoj i istinskoj lepoti ove Alfe među beogradskim palatama.

Solidarnost i napredak ključne su reči koje su utkane u poslovnu filozofiju Alpha Bank Srbija. Kao kompanija sa visoko razvijenom svešću o mnogobrojnim problemima zajednice u kojoj posluje, Banka će nastaviti da pruža svoj doprinos unapređenju i poboljšanju uslova života svih njenih članova, jer jedni bez drugih ne možemo i samo ujedinjeni možemo da se suočimo sa izazovima koje savremeni način života i poslovanja donosi.

# BAMBI

## NAŠA KORPORATIVNA ODGOVORNOST

Društveno odgovorno poslovanje sastavni je deo identiteta i poslovne kulture kompanije BAMBI. Integrisano je u principe upravljanja, viziju i vrednosti koje kompanija sledi, i u tom domenu BAMBI je jedan od lidera u Srbiji i regionu, što potvrđuju i brojne nagrade koje je kompanija primila za svoje CSR projekte. BAMBI je dugi niz godina poželjan partner zajednice u kojoj posluje i neko kome se veruje. Odgovornost je naša vrednost koja se ogleda u odnosu prema našim potrošačima, zaposlenima, partnerima, društvu i zajednici u kojoj delujemo.

Kao pouzdan partner, svestan svog uticaja, BAMBI vodi računa o zajednici u kojoj posluje i izdvaja značajna sredstva za sponzorstva koja su namenjena ulaganju u CSR projekte, obrazovanje i nauku, kulturu, umetnost i održivi razvoj. Konkretnim projektima BAMBI doprinosi razvoju i podizanju društvene svesti i kvaliteta života, čime takođe daje primer drugima.

Proteklih godina, kompanija BAMBI višestruko je nagrađivana za poseban doprinos unapređenju lokalne zajednice, društveno odgovorno poslovanje, pomoć najugroženijima i najsiriromašnijim kategorijama stanov-

ništva. Sa vizijom o boljem sutra, pokrenuli smo i realizovali društveno odgovorne projekte koji su prepoznati kao značajni od društvene zajednice, i najbolje govore o nama. Sve te aktivnosti čine kompaniju BAMBI jednom od društveno najodgovornijih, a priznanja koja smo dobili za naš trud sa sobom nose i dužnost da opravdamo stečeno poverenje i da ubuduće dodatno ulažemo u razvoj naše kompanije i njenih brendova.

Zahvaljujući svemu što smo uradili u godinama za nama, u obavezi smo da nastavimo sa svojom dobrom poslovnom praksom, kako bismo realizovali i planove koje imamo za naredni period. Želimo da budemo dobar komšija i odgovoran partner zajednice čiji smo deo, a cilj je opšte dobro.

### **BAMBI DOBITNIK NACIONALNE NAGRADE ZA DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U 2014. GODINI**

Kompanija BAMBI dobitnik je "Nacionalne nagrade za društveno odgovorno poslovanje u 2014. godini", koju dodeljuje Privredna komora Srbije (PKS). Ovim prestižnim priznanjem kompanija BAMBI je još jednom potvrdila da je jedna od



BAMBI DOBITNIK NACIONALNE NAGRADE ZA DRUŠTVENU ODGOVORNOST



NAGRADA ZA DOPRINOS LOKALNOJ  
ZAJEDNICI U KOJOJ KOMPANIJA POSLUJE  
ZA 2014. GODINU



BAMBI DOBITNIK VIRTUS NAGRADE

kompanija koje su na najbolji način integrisale društveno odgovorno poslovanje u svoje primarne delatnosti.

Ova prestižna nagrada predstavlja obavezu da se nastavi dalje kada je u pitanju društveno odgovorno poslovanje, jer pored toga što je to dobro za biznis organizacije, dobro je i za čitavu zajednicu. Nacionalne nagrade za društveno odgovorno poslovanje, koje Privredna komora Srbije po peti put dodeljuje, dodeljene su privrednim društvima koja su posle šestomesečnog procesa animacije, prijavljivanja, obrade podataka i evaluacije, pokazala najbolje rezultate u ovoj oblasti.

#### **BAMBIJU VIRTUS ZA DRUŠTVENU ODGOVORNOST**

VIRTUS za korporativnu društvenu odgovornost za doprinos lokalnoj zajednici u 2014. godini pripalo je kom-

paniji BAMBI. Ova prestižna nagrada Trg fondacije dodeljuje se u nekoliko kategorija kompanijama koje su na najdelotvorniji način doprinele opštem dobru i podržale koncept korporativne filantropije. U BAMBIJU verujemo da se uspeh ne meri samo dobrim poslovnim rezultatima, već i odgovornošću prema zajednici u kojoj posluje, i njenim ljudima. Na našu solidarnost i volju da pomognemo svima onima kojima je to bilo najpotrebnije, svi mi u kompaniji BAMBI izuzetno smo ponosni. Proteklih godina kompanija BAMBI višestruko je nagrađivana za poseban doprinos unapređenju lokalne zajednice i društveno odgovorno poslovanje. Sve te aktivnosti čine kompaniju BAMBI jednom od društveno najodgovornijih u našoj zemlji.



BAMBI DOBITNIK NAJVIŠEG PRIZNANJA ZA BEZBEDNOST I ZDRAVLJE NA RADU

## **NAJVIŠE PRIZNANJE ZA BEZBEDNOST I ZDRAVLJE NA RADU U RUKAMA BAMBIJA**

Povodom obeležavanja Dana bezbednosti i zdravlja na radu, kompaniji BAMBI je od strane Ministarstva za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja uručeno priznanje za predanost vrednostima bezbednosti i zdravlja na radu. Kompanija BAMBI je zauzela prvo mesto u kategoriji poslodavaca sa preko 250 zaposlenih. Ovo priznanje predstavlja veliku obavezu za budućnost i još veće ulaganje u bezbedan rad zaposlenih u kompaniji BAMBI. U BAMBIJU se intenzivno radi na poboljšanju uslova rada. BAMBI zna da su najveća snaga i vrednost ljudi i njihova bezbednost, i zato ne čudi što je konstantno ulaganje u tu oblast jedan od osnovnih fokusa kompanije BAMBI. BAMBI pored investicija koje ulaže u poboljšanje uslova rada, posvećeno radi i na podizanju svesti zaposlenih, na njihovoj edukaciji i konstantnoj opservaciji radnih mesta. Dan bezbednosti i zdravlja na radu u Srbiji i u svetu, obeležava se 28. aprila, i ima za cilj promociju prevencije u cilju sprečavanja povreda na

radu i profesionalnih oboljenja. Tog datuma obeležava se i Međunarodni dan komemoracije za smrtno stradale i povređene radnike, koji od 1996. sindikalne organizacije širom sveta obeležavaju u znak sećanja na sve smrtno stradale usled povreda na radu.

## **POLAZAK U ŠKOLU UZ BAMBI PAKETIĆE**

Kompanija BAMBI, uz podršku Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, a negujući svoju poslovnu politiku društveno odgovornog poslovanja, nastavlja sa aktivnostima koje su pre svega usmerene ka našim najmlađima, a sa ciljem da im se omogući što bezbrižnije i lepše detinjstvo. Svake godine, kompanija BAMBI obrađuje đake prvake iz osnovnih škola širom zemlje, poklanjajući im BAMBI poklon paketiće za đake prvake i tako im ulepšava polazak u školu i prve školske dane. Akcija kompanije BAMBI „Povratak u školu“ je društveno odgovorna akcija čiji je cilj podsticaj najmlađim članovima naše zajednice za napretkom i kulturnim razvojem. Poseban fokus Koncerna BAMBI je oduvek bio da pored





postizanja poslovnih ciljeva doprinesemo društvu i budemo odgovoran partner zajednice u kojoj delujemo kao društveno odgovorna kompanija. Svesni ekonomske situacije u kojoj se nalazi naše društvo, smatramo da je dužnost korporativnog sektora da uloži dodatni napor i pomogne državi u obezbeđenju adekvatnih uslova za rast i razvoj dece. Ovom akcijom kompanija BAMBI podržava svake godine više od 4.000 đaka prvaka. A za decu zaposlenih u BAMBIJU, koja polaze u prvi razred osnovne škole, sa ciljem da im se ulepša početak đakčkog doba, tradicionalno svake godine BAMBI obeležava ovaj važan datum uz prigodan program, veselu muziku, animatore, klovna i kreativne igre, a svakom BAMBIJEVOM đaku prvaku BAMBI daruje poklon paket.

#### **NAJBOLJI PREDLOZI POBOLJŠANJA U 2014. GODINI**

Svako želi da se oseća vrednim i ispunjenim u obavljanju svog posla. Prepoznavanje doprinosa ohrabruje nas da nastavimo da se trudimo i za svakog zaposlenog predstavljajući akt uvažavanja napora individue ili tima radi postizanja cilja. BAMBI je uvek bio ponosan na predloge poboljšanja naših zaposlenih koja nesumnjivo doprinose napretku naše organizacione jedinice i jačanju BAMBI korporativne kulture. Stoga BAMBI svake godine ohrabruje svoje zaposlene da daju predloge za poboljšanje radnih procesa, koji nesumljivo doprinose boljem i efektivnijem radu. Predloge koji se izdvoje po efektu, originalnosti i primenljivosti i imaju izuzetan doprinos uz inovativan pristup radu, kompanija BAMBI nagrađuje.



## COCA-COLA SISTEM

# RAST JE MOGUĆ SAMO U ZAJEDNICI KOJA SE RAZVIJA

Tim Coca-Cola sistema u Srbiji milionima potrošača svakodnevno donosi radost, prvenstveno pružajući ponudu napitaka vrhunskog kvaliteta, a podjednako važno i brojnim inicijativama koje imaju za cilj unapređenje lokalne zajednice. Poslovanje kompanije neraskidivo je povezano sa uspehom i razvojem sredine u kojoj posluje i zato je održivo poslovanje sastavni deo svih poslovnih operacija.

Zaposleni u Coca-Cola sistemu svakodnevno imaju priliku da budu u direktnom kontaktu sa potrošačima, dobavljačima, kupcima i predstavnicima različitih organizacija i udruženja, te je mreža ovako velikog broja stejkholdera



idealno polje za razmenu znanja i iskustava među različitim sektorima i povezivanje zarad opšte dobrobiti. Zahvaljujući tome, ali i odlučnosti kompanije da stane uz svoje zaposlene u njihovim ličnim zalaganjima, Coca-Cola sistem u Srbiji predstavlja kredibilnog partnera istovremeno i civilnom i državnom sektoru.

Coca-Cola tim, zapravo više od 1.000 zaposlenih širom zemlje, kontinuirano inicira pozitivne promene u društvu, kroz direktne programe pomoći i podrške, ali i indirektno, putem inicijativa usmerenih ka unapređenju ekonomskog i socijalnog ambijenta.

### PODRŠKA RAZVOJU LOKALNE ZAJEDNICE

Razvoj zajednice, podrška profesionalnom razvoju mladih i promocija aktivnog načina života su oblasti koje kompanija smatra veoma važnim za razvoj društva i budućih generacija.

### SPORTSKA OPREMA ZA SVE ŠKOLE POGOĐENE POPLAVAMA

Coca-Cola sistem obezbedio je sportsku opremu u vrednosti od milion dolara za sve škole u Srbiji koje su bile pogođene prošlogodišnjim poplavama. Sportski rekviziti su sa novom školskom godinom dočekali više od 70.000 učenika u 140 školskih objekata širom zemlje, a pomoć je realizovana u saradnji sa Crvenim krstom Srbije i Kancelarijom za obnovu i pomoć u poplavljenim područjima.

“Ova donacija je za nas veoma značajna, a opremu smo simbolično uručili školi u Krupnju kao jednoj od opština koja je najviše oštećena u prošlogodišnjim nepogodama. Izuzetno smo zahvalni što sa kolegama iz Crvenog krsta Srbije možemo da doprinesemo da se život što pre vrati u normalu. Za nas kao poslovni sistem važan je prosperitet, ne samo u smislu biznisa, već i zajednice u kojoj poslujemo, te kroz sve naše aktivnosti razmišljamo o dimenziji koja će biti na korist svima. Čvrsto verujemo da samo ako zajedno napredujemo,



PREDSTAVLJANJE DRUGOG LOKALNOG IZVEŠTAJA O ODRŽIVOM POSLOVANJU



COCA-COLA TRKA ZADOVOLJSTVA NA BEOGRADSKOM MARATONU 2015

i biznis i društvo, možemo dugoročno napraviti značajne uspehe" naglasio je **Aleksandar Ružević**, generalni direktor kompanije **Coca-Cola Hellenic**.

### LIČNI DOPRINOS ZAPOSLENIH KAO MOTIVACIJA DRUGIMA

Podršku zajednici zaposleni, okupljeni u Coca-Cola klubu volontera, pružaju kroz brojne volonterske akcije promovisujući društvenu odgovornost kao sastavni deo svakodnevnog poslovanja. Upravo svojim ličnim primerom motivišu svoje porodice i prijatelje da i sami budu aktivniji. Coca-Cola volonteri su do sada pružali pomoć tokom elementarnih nepogoda, renovirali dečije bolnice, obdaništa i domove za decu bez roditeljskog staranja, te učestvovali u humanitarnim turnirima i utakmicama.

### COCA-COLA POKRET ZA RADOST - PROMOCIJA AKTIVNOG NAČINA ŽIVOTA

Promovisanje aktivnog načina života jedan je od strateških prioriteta kompanije, a podrška rekreativcima svih uzrasta doprinela je tome da se kroz mnogobrojne aktivnosti motiviše više od 80.000 ljudi da se bave fizičkom aktivnošću. Kroz veliki broj inicijativa, poput Coca-Cola kupa, Šta treniras, 45 aktivnih zona širom zemlje, Beogradsku biciklijadu i Coca-Cola Trku zadovoljstva u okviru Beogradskog maratona, sistem nastoji da inspiriše što više ljudi da budu aktivni.

„Nastavljamo da investiramo sredstva, energiju i najbolju svetsku praksu u održive društveno-odgovorne programe i inicijative posebno na promociji aktivnog načina života jer je to jedan od ključnih faktora opšte dobrobiti



VOLONTERI I NJIHOVI NAJMLAĐI POMAGAČI NA DELU



ZAGREVANJE ZA BICIKLIJADU UZ MARIJU KILIBARDU I SARU JOVANOVIĆ

# COCA-COLA SISTEM



SINIŠA MALI GRADONAČELNIK BEOGRADA NA BEOGRADSKOJ COCA-COLA BICIKLIJADI

društva, **Milica Stefanović**, predstavnica Coca-Cola sistema.

## ULAGANJE U PROFESIONALNI RAZVOJ MLADIH

U oblasti podrške profesionalnom razvoju mladih, uspešno je održan sada već tradicionalan Coke Summership program praksi za koji se prijavilo više od 1500 akademaca. Program je polaznicima omogućio sticanje praktičnih veština i upoznavanje sa dobrim primerima iz poslovne prakse. Mladi su imali priliku da spoznaju kako u svakodnevnom biznisu izgleda sve ono što su učili na fakultetu. Takođe, kompanija je još jednom dobila potvrdu svoje uspešnosti - Coca-Cola je prvi izbor studenata Srbije, pokazalo je veliko istraživanje AIESEC-a, najveće globalne studenstke organizacije u svetu, sprovedeno u 2015. godini. „Naše strateško opredeljenje je zapošljavanje mladih i ambicioznih ljudi i posvećujemo puno pažnje kreiranju stimulativnog i kvalitetnog radnog okruženja, te to što smo prvi izbor studentima je jedna od najvećih potvrda našeg rada. Mladi pokazuju veliko interesovanje za naše programe praksi i edukacija, nakon kojih najbolji među njima imaju priliku da započnu karijeru u našoj kompaniji“, smatra **Dragana Koruga-Ristić**, **Direktorica sektora za Ljudske resurse kompanije Coca-Cola Hellenic Srbija**.



POLAZNICI COKE SUMMERSHIP PROGRAMA U ZAJEDNICKOM REŠAVANJU ZADATAKA

## ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE

Pristup Coca-Cola sistema zaštiti životne sredine zasnovan je na inovativnosti i stalnom pronalaženju novih načina da se uticaji na okruženje umanje i neutrališu. Najveća pažnja pridaje se ključnim oblastima: zaštita energetske resursa i klime, upravljanje vodnim resursima i kreiranje održive ambalaže.

Upravo u ovim oblastima poslovanje se odvija u skladu sa razvijenim lokalnim i međunarodnim kodeksima i propisima, baš kao što se i Coca-Cola sistem rukovodi u saradnji sa svojim lokalnim dobavljačima istim kodeksima.

U okviru punionica kontinuirano se prate potrošnja energije i vode, količina otpada i stepen reciklaže istog. Za-



POSTROJENJE ZA PRERADU OTPADNIH VODA



PREDSTAVLJANJE STUDIJE O DRUŠTVENO-EKONOMSKOM UTICAJU KOMPANIJE NA PRIVREDU



OBILAZAK PUNIONICE COCA-COLA HELLENIC

hvaljujući praćenju svih parametara na dnevnom nivou, iz godine u godinu postižu se odlični rezultati u smanjenju uticaja na životnu sredinu.

- ▶ Ukupna potrošnja energije po litru proizvedenog pića u periodu od 2007. do 2014. godine smanjena je za čak 35 odsto
- ▶ Reciklirano je 96,36 odsto otpada
- ▶ Upotrebjeno 6,46 odsto sirovina od recikliranih materijala
- ▶ Sve punionice u zemlji imaju postrojenja za preradu otpadnih voda, te je obrađena voda koja se vraća u okruženje bezbedna za biljni i životinjski svet
- ▶ Coca-Cola sistem na globalnom nivou je na putu da ostvari 100 odsto nadonade vode koju koristi u proizvodnji svojih napitaka

**SVAKO RADNO MESTO U COCA-COLA SISTEMU PODRŽAVA DODATNIH 10 RADNIH MESTA U PRIVREDI**  
Coca-Cola sistem značajno doprinosi razvoju domaćeg tržišta, kroz direktan doprinos budžetu Republike Srbije, ali i unapređenju poslovnog ambijenta. Jedan od najilustrativnijih primera uticaja Coca-Cola sistema na privredu je činjenica da kompanija godišnje u budžet uplati sedam miliona evra poreza i povezan je sa 95 miliona evra koje

država prihoduje od poreza, što je 1,4 odsto ukupnog poreskog prihoda Srbije.

Ukupna dodata vrednost Coca-Cola sistema ekonomiji Srbije dostiže čak 224 miliona evra ili 0,7 odsto bruto domaćeg proizvoda. Na svaki evro koji stvori kompanija, dolazi sedam evra dodatne vrednosti za srpsku privredu u vidu plata radnika, profita kompanija i poreza od Coca-Cola sistema i firmi koje s njim saraduju.

Pored 1.000 zaposlenih, još 11.600 radnika angažovano je kao direktna posledica saradnje sa Coca-Colom u drugim kompanijama što pokazuje da ovaj sistem na svakog zaposlenog podržava još 10 radnih mesta u Srbiji ili 0,4 odsto ukupne radne snage.

Izvor: Studija „Društveno-ekonomski uticaj Coca-Cola sistema u Srbiji“

### ISKUSTVO IZ SVETA KAO POKRETAČ LOKALNIH PROMENA

Kao najveći domaći proizvođač bezalkoholnih napitaka, sistem je član vodećih biznis udruženja i inicijativa, te svojim iskustvima iz sveta pruža značajnu podršku u unapređenju domaćeg poslovnog ambijenta. Takođe, saradnjom sa lokalnim dobavljačima, kompanija značajno utiče na razvoj preduzetništva, a više od 37 hiljada poslovnih partnera govori o dugoročnim strateškim planovima u Srbiji.

ŽIVORAD VASIĆ, generalni direktor hotela „Crowne Plaza“

## BRIGA O ZAPOSLENIMA

Imamo tri osnovne inicijative korporativne odgovornosti na nivou grupe: “Zelena Engage” inicijativa koja se odnosi na uštedu energije, “IHG akademija” za edukaciju zaposlenih i mladih lidera i “IHG Sklonište u oluji”, fond koji je namenjen najugroženijim u slučaju nekih vanrednih situacija i prirodnih katastrofa

Hotel “Crowne Plaza” posluje u okviru “InterContinental Hotels Group”, najveće hotelske korporacije na svetu, koja broji oko 5.000 hotela. Brend “Crowne Plaza” obuhvata više od 400 hotela u 60 zemalja širom sveta i namenjen je, pre svega, kongresnom turizmu i poslovnoj klijenteli. “Crowne Plaza” Beograd, prvi hotel te grupacije otvoren u Srbiji i regionu, počeo je da radi krajem 2013. godine.

Bivši hotel “InterContinental” zatvoren je u julu 2012. godine zbog rekonstrukcije i u obnovu hotela uloženo je 44 miliona evra. Sa “InterContinental Hotels” grupacijom (IHG) postignut je dogovor da rekonstruisani hotel posluje pod imenom “Crowne Plaza”.

“Crowne Plaza” Beograd, prostire se na 33.000 kvadrata, gostima nudi 416 soba i apartmana, 12 sala za sastanke, dva restorana, lobi barove, poslastičarnicu. Gostima su na raspolaganju fitness i spa centar i najveći hotelski bazen u Srbiji. Hotel je od 2008. godine u vlasništvu “Delta Holdinga”, a nakon obnove zadržan je arhitektonski izgled zgrade postojećeg hotela kao zaštićeni spomenik grada Beograda. U hotelu je ukupno zaposleno 280 radnika, od toga 220 je zaposleno na neodređeno vreme, dok je 60 radnika angažovano po potrebi. Živorad Vasić, generalni direktor hotela „Crowne Plaza“, kaže da imaju edukativne progra-

me namenjene zaposlenima i mladim liderima. “Imamo IHG Akademiju kao globalni projekat na kojem saraduju svi hoteli u okviru grupacije, u cilju zapošljavanja ljudi u našim hotelima”, kaže Vasić.

### Da li je društveno odgovorno poslovanje deo strategije vaše kompanije?

Hotel posluje prema standardima “IHG” grupe, što podrazumeva da su sve procedure i aktivnosti jasno definisane i orijentisane ka gostima. U toku 2014. godine različita odeljenja prošla su kroz reviziju kvaliteta rada od strane stručnjaka iz “IHG” grupe. Odgovorno poslovanje je deo strategije naše grupe i naše poslovanje se zasniva na principima korporativne odgovornosti. Imamo tri osnovne inicijative korporativne odgovornosti na nivou grupe: “Zelena Engage” inicijativa koja se odnosi na uštedu energije, “IHG akademija” i “IHG Sklonište u oluji”.

Naš hotel je deo projekta “Green Engagement” koji je uveden na nivou “InterContinental Hotels Group”. Smatramo da je zaštita životne sredine i čuvanje naše planete od najvećeg značaja. To je razlog zašto se u hotelu trudimo da promovišemo odgovorno i energetske efikasno ponašanje. Hotel troši velike količine energije, i u svakodnevnom radu posebno vodimo računa o uštedi energije. Na primer, fasadu hotela, kao i kompletno osvetljenje u hotelu uradili smo prema standardima energetske efikasnosti, radi uštede energije. Rezultat svega toga je da trošimo 27,04 odsto manje energije od proseka u Evropi. Naveo bih nekoliko interesantnih i energetske efikasnih rešenja u našem hotelu: kad se otvori prozor u sobi, grejanje i klimatizacija se isključuju i kad gost nije u prostoriji i izvuče ključ karticu, sva svetla, grejanje i klimatizacija se isključuju.

Naš hotel je projektovan i izgrađen kao ekološki održiv hotel. Dakle, napravili smo pametni sistem pod nazivom IHG “Zelena Engage”, koji prati koliko energije naši hoteli koriste i kako oni upravljaju svojim otpadom.



Korišćenjem tog sistema naši hoteli mogu uštedeti i do 25 odsto energije.

#### **Šta za vas znači poslovati društveno odgovorno?**

Kao deo društveno odgovornog poslovanja, pre svega, istakao bih brigu prema zaposlenima. U našem hotelu zaposleni se osećaju prijatno na poslu i takođe osećaju pripadnost. U hotelu imaju dva obroka dnevno, kao i određene beneficije, odnosno popuste za noćenja u bilo kojem hotelu u okviru grupacije. Ako noćenje u nekom našem hotelu u Parizu ili u Londonu košta oko 400 evra, naši zaposleni sa benefit karticama plaćaju 50 evra, takođe, imaju popust na cene noćenja i za članove svoje porodice. Pored toga, vodimo računa o edukaciji naših radnika i imamo "IHG Akademiju" kao globalni projekat na kojem saraduju svi hoteli u okviru grupacije, u cilju zapo-

šljavanja ljudi u našim hotelima. Trenutno imamo više od 350 programa "IHG Akademije" u okviru grupacije. Postavili smo cilj da na nivou grupe edukujemo i pomognemo u zapošljavanju 20.000 ljudi iz naše Akademije u periodu od 2013. do 2017. godine. Samo u 2013. godini pomogli smo više od 6.000 učesnika na nivou grupe.

#### **Koliko je zaposlenih na programu edukacije u Srbiji?**

U Srbiji u okviru projekta imamo osam radnika, najuspešnijih mladih ljudi koji pohađaju program koji traje dve godine. Kada radnici završe obuku, imaju priliku da rade u nekom od naših hotela u inostranstvu ako se ukaže prilika. Pored ovog programa, zaposleni pohađaju stručne treninge i edukacije. Na primer, pohađali su treninge iz oblasti računovodstva, revizije, transfernih cena, bezbed-

# ŽIVORAD VASIĆ, generalni direktor hotela „Crowne Plaza“



nosti i zaštite na radu, bezbednosti lica i objekata, borbe protiv korupcije. Zatim, iz oblasti upravljanja sistemom kvaliteta, otpadom, energetsom efikasnošću. Naši zaposleni zajedno sa kolegama iz "Delta Holdinga" svake godine učestvuju na beogradskom maratonu i podržavaju akciju „Trčim za decu leptire“, kako bi pružili podršku obolelima od bulozne epidermolize. U "Trci zadovoljstva" učestvovalo je više od 200 zaposlenih sa svojim porodicama, a tokom humanitarne akcije prikupljeno je oko 200.000 dinara.

## Šta je ideja inicijative "Sklonište u oluji"?

"Sklonište u oluji" je program naše pomoći u slučaju prirodnih katastrofa. Program podrazumeva da naši hoteli brzo i odlučno deluju da podrže goste, kolege i lokalnu zajednicu kad se desi neka katastrofa. I takva podrška postoji u svim "IHG" hotelima, da bi se na najbolji način reagovalo u slučaju vanrednih situacija. "Shelter fond" (Sklonište u oluji) je fond na osnovu kojeg se taj program finansira. I funkcioniše tako da tokom cele godine ljudi iz naših hotela i korporativnih kancelarija širom sveta prikupljaju novac koji se sliva u fond. U 2013. smo skupili više od 1,2 miliona dolara za "Shelter fond" i taj novac se nalazi u prihvatilištu Fonda "IHG". Stalno prikupljamo sredstva i možemo osloboditi novac iz Fonda u trenutku najave da je negde neophodna finansijska pomoć za vitalne zalihe ili za smeštaj.

## U kojim vanrednim situacijama ste donirali novac iz Fonda?

U 2013. smo podržali osam zemljama koje su pogođene katastrofama, novac se donira onima koji su najugroženiji. Takođe, reagovali smo u Srbiji tokom poplava u Obrenovcu. Između 2013. i 2017. cilj grupacije je da doprinese ukupno sa 10 miliona dolara zajednicama kroz novčane donacije i u robi. Ova akcija je osmišljena u okviru "IHG" grupe kao akcija maksimalne pomoći svim ljudima pogođenim u elementarnim nepogodama i slično. Jednom godišnje svi zaposleni "IHG" se takmiče u raznim disciplinama i na taj način prikupljamo novac koji korporacija uplaćuje za ugrožena područja širom sveta. U toku prošlog takmičenja naši zaposleni su se takmičili u trci na 100 metara, zatim u brojanju koraka pri pešačenju, penjanju uz stepenice, pravljenju umetničkih predmeta od recikliranih materijala. Prijava za takmičenje iznosi jedan dolar, a prihod ide za "Sklonište u oluji". Za najbolje pripremimo nagrade. Takođe, imamo i humanitarne narukvice koje prodajemo, a prihod od prodaje je namenjen za taj fond. Svakoga dana na recepciji hotela možete kupiti narukvicu.

## Koliko ste pomogli tokom prošlogodišnjih poplava u Srbiji?

Hotel "Crowne Plaza" Beograd je bio uključen u zbrinjavanje žrtava (55) i članova spasilačke ekipe iz inostranstva (35 osoba). Takođe, učestvovali smo u snabdevanju hranom (više od 4.000 sendviča), vodom. U hotelu smo stimulisali naše goste da šalju SMS poruke kao donacije i u jednakom iznosu smo im služili besplatnu kafu. Naša grupacija "IHG" donirala je 50.000 dolara za pomoć saniranja štete od poplava u Obrenovcu. Takođe, "Delta Holding" je donirao je više od 100.000 evra, samo u novcu a dao je ogromnu pomoć u nematerijalnim davanjima. „Delta Holding“ je obnovio sve kuće u jednoj ulici u Obrenovcu. Zaposleni su se odrekli jednodnevnog primanja u korist



donacije. Taj iznos je uplaćen na poseban račun Vlade Srbije za otklanjanje posledica poplava.

### **Da li imate akcije za pomoć izbeglicama sa Bliskog istoka?**

Trenutno se prikuplja novac za izbeglice. Naime, pripremamo veliku HR konferenciju u hotelu, koja će biti održana početkom oktobra. Učesnici konferencije su svi HR direktori iz Evrope i planiramo da ih pozovemo da nam pomognu da napravimo 1.500 paketa za izbeglice. U paketima će biti osnovna higijenska sredstva, šamponi, sapuni, voda, sendviči, igračke i čokolade. Svi ćemo otići u park i podeliti pakete izbeglicama. Takođe, krajem septembra održaćemo u hotelu akciju "Trka oko sveta" koja će trajati nedelju dana. Ideja je da što više idemo peške i pređemo što više kilometara, imaćemo čitače pređene kilometraže i što više prepešačimo toliko će grupa da donira novca u Fond za pomoć izbeglicama. I ta akcija se sprovodi u svim hotelima na nivou grupe.

### **Kakvi su dosadašnji rezultati poslovanja?**

U cilju unapređenja usluge, u hotelu se redovno sprovodi ispitivanje zadovoljstva gostiju svim segmentima usluge i sektorima hotela, popunjavanjem upitnika koji dobijaju svi gosti koji su noćili u hotelu i svi korisnici banquet prostora. Prema rezultatima anketiranja sprovedenih tokom 2014. godine, hotel "Crowne Plaza" Beograd je drugi najbolji hotel u Continental Europe regionu "IHG" hotela. Prosečna ocena zadovoljstva gostiju bila je 9,8. U 2014. godini hotel "Crowne Plaza" Beograd dobio je još jedno priznanje redovnih posetilaca hotela u lancu "IHG" grupe. Članovi "IHG Rewards" kluba proglasili su ga najboljim hotelom prema kvalitetu usluge koju pruža svojim gostima. Hotel je u prvoj godini rada zabeležio odlične rezultate: 90.000 noćenja, 25 održanih kongresa i 30 drugih velikih događaja. Dobili smo četiri nagrade, od kojih je jedna za najhumaniji hotel među svim hotelima brenda



"Crowne Plaza", koji dodeljuje "IHG" grupa. U cilju obezbeđenja potpuno jednakih usluga za sve goste i poštovanja osnovnih ljudskih prava, hotel je u potpunosti pristupačan osobama sa invaliditetom. Poseban deo pulta na recepciji prilagođen je korisnicima invalidskih kolica. Lobi i toaleti, takođe, su prilagođeni osobama sa invaliditetom. Oznake u liftovima postoje i na Brajevoj azbuci, a tastatura je postavljena vertikalno. U sobama namenjenim osobama sa invaliditetom, koje se nalaze na prvom spratu, sve priključnice i čitači kartica spuštani su na visinu od 88 centimetara. Parking je obeležen u skladu sa propisima, a svi ivičnjaci su spuštani. U svim restoranima postoje je-lovnici na Brajevom pismu.

## ELEKTROPRIVREDA SRBIJE

# ODGOVORNOST KAO MERILO USPEHA

U istoriji „Elektroprivrede Srbije“, 2015. ostaće zapisana kao godina u kojoj su započete korenite reforme i reorganizacija, a novo poglavlje u poslovanju kompanije donelo je profit kao jedno od glavnih merila uspeha. Uprkos svim promenama, korporativna društvena odgovornost ostaje važan deo poslovne strategije kompanije, jer bez jakih programa u ovoj oblasti, nijedan uspeh nije potpun.

### BRIGA ZA ZDRAVO I HUMANO DRUŠTVO

Jedna od humanitarnih aktivnosti koju je podržala „Elektroprivreda Srbije“ je opremanje senzorne sobe u Domu „Dragutin Filipović Jusa“ u Beogradu. Ovaj dom nalazi se u okviru Centra za zaštitu odojčadi, dece i omladine sa poremećajem u razvoju, a senzorna soba predstavlja inovativni oblik terapije. Boravak u ovoj specijalno opremljenoj prostoriji deci omogućava da stimulacijom čula sluha, vida, dodira i mirisa istraže i razviju svoje senzorne veštine kako bi se lakše integri-

sala u spoljnu sredinu. Tretman je koncipiran tako da izgleda kao igra koja treba da im omogući lakše primanje i obradu informacija iz spoljnog sveta dobijenih putem čula. Projekat je realizovan u saradnji sa Ministarstvom za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja. „Elektroprivreda Srbije“ bila je uz „Male velike ljude“ i u 2015. godini. Ovo udruženje već tradicionalno organizuje najveću letnju manifestaciju za decu sa posebnim potrebama i fizičkim hendikepom „Igre bez granice za decu sa posebnim potrebama“. Cilj igara je druženje, razvijanje takmičarskog duha i prilika da se pokaže da su deca sa smetnjama u razvoju ista kao i druga deca. „Elektroprivreda Srbije“ pridružila se i Unicefovom projektu „Razvoj u ranom detinjstvu“. Prve tri godine života deteta najvažnije su za njegov fizički, emocionalni i intelektualni razvoj, a deca koja ne dobiju neophodnu stimulaciju tokom ovog perioda, imaju manje šanse da kasnije u životu razviju svoj pun potencijal. EPS kroz podršku ovom projektu u Srbiji želi da omogući sva-

SENZORNA SOBA U DOMU „DRAGUTIN FILIPOVIĆ JUSA“ U BEOGRADU





IN CENTAR

kom detetu najbolji početak života, bez obzira na životne okolnosti, i da se pridruži borbi za jednaka prava svakog deteta.

Oblasti zdravstva „Elektroprivreda Srbije“ posvećuje posebnu pažnju i nastoji da pruži finansijsku pomoć najvažnijim zdravstvenim ustanovama u zemlji, ali i ustanovama lokalnog i regionalnog značaja. EPS je pomogao Specijalnoj bolnici za endemsku nefropatiju u Lazarevcu i u nabavci neophodne opreme Zdravstvenom centru u Kladovu. Veliki broj fizičkih lica dobio je finansijsku pomoć EPS-a za različite oblike terapije i nabavku lekova, a posebna pažnja posvećena je lečenju dece. Podršku kompanije dobio je „IN centar“, jedinstvena platforma za razvoj socijalnog preduzetništva, koja doprinosi stvaranju novih generacija preduzetnika, među kojima su i društveno ugrožene grupe. Projekat „Start INkubator“ u osnovi ima ideju pružanja sveobuhvatne pomoći organizacijama i pojedincima u započinjanju i vođenju sopstvenog biznisa, od edukacije i mentorstva do niza logističkih i finansijskih mehanizama podrške. Cilj je da na kraju programa korisnici imaju poslovno razrađenu ideju sa kojom mogu potpuno samostalno nastaviti svoj socijalni biznis. Ovo je utoliko važnije za društveno ugrožene grupe jer pred-

stavlja šansu za ravnopravno uključivanje u zajednicu, koje im je često nepravedno uskraćeno. Selektovana je prva generacija korisnika usluga, na osnovu potencijala izloženih preduzetničkih ideja, a vodilo se računa da biznis ideje budu u različitim fazama razvoja i iz različitih regiona naše zemlje.

### RAZVOJ NAUKE I STRUKE

Bez prožimanja privrede i nauke nema napretka - zbog toga je razvoj struke jedan od važnijih zadataka za „Elektroprivreda Srbije“. Finansijsku pomoć EPS je uputio mnogim ustanovama visokog i specijalističkog obrazovanja u zemlji, kao i onima na lokalnom i regionalnom nivou: Elektrotehničkom fakultetu u Beogradu za obezbeđivanje uslova za bezbedan rad u prostorijama računskog centra u kojem se vrši obuka studenata, Geografskom institutu SANU „Jovan Cvijić“ za organizaciju međunarodne konferencije posvećene naučnom delu Jovana Cvijića, a Rudarsko-geološkom fakultetu za organizovanje međunarodnog simpozijuma o rudarstvu. „Elektroprivreda Srbije“ dala je svoju podršku organizaciji jubilarnog, 40. stručnog skupa „Održavanje mašina i opreme 2015“, održanog na Mašinskom fakultetu u Beogradu. Tradicionalno, EPS je učestvovao u

HIDROELEKTRANA „POD GRADOM“ U UŽICU



# ELEKTROPRIVREDA SRBIJE

realizaciji stručnih skupova CIGRE, CIRED i Energetika. Sa posebnim zadovoljstvom, „Elektroprivreda Srbije“ podržala je manifestaciju „Tesla dani“. Brojnim zanimljivim izložbama, eksperimentima, predavanjima, neobičnim turama i obilascima inspirisanim Teslom i istorijom elektrifikacije, širom Srbije proslavljeni su Teslin rođendan, Dan nauke i Međunarodna godina svetlosti 2015.

Kostolca poznat je kao kulturno-istorijski lokalitet od međunarodnog značaja pod zaštitom Uneska i predstavlja otvorenu knjigu geologije, arheologije, kulture, umetnosti i istorije ovih prostora. U njegovom sklopu su naučnoistraživački centar, arheološki lokalitet rimskog grada i paleontološki park. U neposrednoj blizini naučnog kampa „Viminacijum“ prostire se kostolački



NAUČNI KAMP „VIMINACIJUM“

Zahvaljujući svojim hidroelektranama koje rade već više od sto godina u gotovo izvornom obliku, „Elektroprivreda Srbije“ dala je značajan doprinos očuvanju industrijske baštine i postala deo turističke rute „Putevima Tesle kroz Srbiju“. Zahvaljujući ovom vidu turizma, omogućena je poseta svim mestima i objektima koje je Nikola Tesla video i obišao kada je 1892. godine posetio Beograd. U okviru rute obilazi se i Negotin, rodni grad Đorđa Stanojevića i deset malih starih hidroelektrana „Elektroprivrede Srbije“ koje su nastale mahom zahvaljujući velikom prijateljstvu i saradnji Tesle i Stanojevića.

„Elektroprivreda Srbije“ prepoznala je značaj kreativnog pristupa nauci u dečjem uzrastu, prilagođenog njihovom omiljenom načinu učenja kroz igru i eksperimente, dajući podršku dečjem naučnom kampu „Viminacijum“. Naučni centar „Viminacijum“ u blizini

kop „Drmno“ koji decu fascinira svojim nepreglednim slojevima zemlje i uglja, uvodeći ih u čudesan svet proizvodnje uglja i električne energije.

Ekologija je neizostavni deo sadašnjosti, a važan deo budućnosti današnje dece, zbog čega je „Elektroprivreda Srbije“ tradicionalno podržala i dečji Eko-kamp, u saradnji sa Pokretom gorana Srbije. U ovoj svojevrsnoj školi života tradicionalno učestvuju učenici osnovnih škola koji su pokazali izuzetan uspeh iz prirodnih nauka, a posebna pažnja posvećuje se edukaciji o obnovljivim izvorima energije i unapređenju i zaštiti životne sredine.

## ZA SPORTSKE PUBEDE

„Elektroprivreda Srbije“ već tradicionalno pruža podršku srpskom rukometu, odbojci, košarci, atletici i Olimpijskom komitetu Srbije. EPS je sa posebnim za-



ALEKSANDAR OBRADOVIĆ, DIREKTOR JP EPS, SA VATERPOLISTIMA

dovoljstvom podržao Savez košarkaša u kolicima za učešće na Evropskom prvenstvu košarke u kolicima u Lisabonu, kao i Sportski savez osoba sa invaliditetom Beograd u organizaciji međunarodnog turnira u sedeoj odbojci „Trofej Beograda 2015“. EPS je i ove godine pomogao u održavanje trke maturanata u veslanju „Veslaj za svoju školu 2015“.

Uspuh srpskih vaterpolista na Svetskom prvenstvu u Kazanju i osvajanje prvog mesta razlog je za ponos i „Elektroprivrede Srbije“ koja kontinuirano podržava rad Vaterpolo saveza Srbije.

### **KULTURA I TRADICIJA**

Sa namerom da doprinese razvoju kulture u Srbiji, „Elektroprivreda Srbije“ pružila je finansijsku pomoć pozorištu „Boško Buha“ u Beogradu, kako bi se pobolj-

šali uslovi rada pozorišta. Pored toga, EPS je pomogao učešće Akademskog kulturno-umetničkog društva Univerziteta u Beogradu „Žikica Jovanović Španac“ na prestižnom festivalu Uneska CIOFF - Festivalu narodne igre i muzike Minas Žerais u Brazilu. Udruženju za očuvanje i promociju viteških veština i vrlina „Despot Stefan Lazarević“ EPS je pružio pomoć u realizaciji međunarodnog viteškog festivala kojim se čuva kulturno nasleđe srednjovekovne Srbije.

Razvoj duhovnih i nacionalnih vrednosti i zaštita crkvenog nasleđa je oblast kojoj „Elektroprivreda Srbije“ pruža nesebičnu pomoć. Ove godine to je bila pomoć u obnovi crkve Svete Petke u blizini Niša, a dat je i značajan doprinos obnovi i uređenju manastirskog kompleksa Žiče, povodom obeležavanja osamstogodišnjice postojanja ovog bisera srpskog srednjovekovnog graditeljstva.

## GRAND CASINO BEOGRAD

# ODGOVORAN PARTNER POSVEĆEN ZAJEDNICI

Održivost i odgovornost u našem svakodnevnom poslovanju i u saradnji sa društvom su centralni stubovi naše korporativne misije. Grand Casino Beograd je oduvek svoju odgovornost prema društvu shvatao izrazito ozbiljno. Održivost takođe podrazumeva podršku mnogim projektima u svim segmentima društva, kroz aktivna sponzorstva i partnersku privrženost sa brojnim organizacijama: Turistička organizacija Beograd, beogradski Jazz festival, Beogradski festival igre i Fest – filmski festival. Težimo da podržimo kulturu i turizam. Verujemo da ne postoji zdravo i dobro poslovanje bez zdravog društva

### ODGOVORNO PRIREĐIVANJE IGARA NA SREĆU

Grand Casino Beograd je društveno odgovorna kompanija koja ima za cilj da osnovni i jedini razlog boravka ljudi u kazinu bude zabava. Upravo iz tog razloga smo razvili strategiju odgovornog kockanja i odgovornog služenja alkohola, što je postalo deo našeg korporativnog nasleđa i svakodnevnog poslovanja. Jedan od najvažnijih ciljeva kompanije je promovisanje ideje odgovornog kockanja. To potvrđuje i sertifikat „Odgovornog priređivača igara na sreću“, koji je Grand Casino Beograd dobio po standardima Evropske asocijacije kazina, a izdat je od renomirane kompanije SGS. Sertifikat „Odgovornog priređivača igara na sreću“ pored Grand kazina Beograd u Evropi poseduje i Casino Austria International koji u okviru grupe ima 44 kazina širom sveta.

### ODGOVORNO KOCKANJE

Jedan od najvažnijih ciljeva kompanije je promovisanje ideje odgovornog kockanja:





Pre svega, ulaz u kazino nije dozvoljen maloletnim osobama.

Od samog početka rada aktivan je sistem samozabrane, što znači da gosti ili članovi njihovih porodica mogu da zabrane ulaz na određeni vremenski period ili doživotno.

Aprila 2010. godine Grand Casino Beograd je potpisao protokol o saradnji sa Skupštinom grada o osnivanju kol centra, SOS linije namenjene patološkim kockarima.

### **KOCKANJE SA ŽIVOTOM NIJE IGRA**

Kockanje predstavlja društveni i psihološki fenomen koji se javlja u svim kulturama i svim epohama od



# GRAND CASINO BEOGRAD

iskona. Istraživanje „Osnovne navike u igranju igara na sreću i patološkom kockanju“ iz 2011. godine, koje je sproveo Grand kazino Beograd, pokazalo je da među punoletnim stanovnicima Beograda ima 3,6% (30.000) zavisnika od kocke, a da još 2,5% (oko 20.000) spada u rizičnu grupu.

Upravo zbog ovih ozbiljnih štetnih posledica po pojedinca, ali i po porodicu i društvo nastala je ideja o projektu koji će se baviti prevencijom patološkog kockanja. Autor projekta „Kockanje sa životom nije igra“ je prof. dr Žarko Trebješanin, a koautor dr Vera Trbić. Glavna ideja ovog projekta je da se mladi ljudi srednjoškolskog uzrasta upoznaju sa problemom patološkog kockanja, što će doprineti da se ova bolest svede na razumnu, minimalnu meru.

Kako je društvena odgovornost duboko ukorenjena u poslovnu filozofiju kompanije, 2013. godine je potpisan Protokol o saradnji sa Skupštinom grada na projektu „Kockanje sa životom nije igra“ koji je sproveden na opštinama Novi Beograd (2013) i Zemun (2014), a novim protokolom potpisanim 2015. godine projekat će obuhvatiti tri nove opštine - Stari grad, Vračar i Palilula. Edukativni program prevencije patološkog kockanja namenjen je srednjoškolcima III i IV razreda. Projekat „Kockanje sa životom nije igra“ je autorsko delo prof. dr Žarka Trebješanina i koautora dr Vere Trbić. Grand Casino Beograd konstantno iskazuje svoju društvenu odgovornost, privrženost i ljubav prema sredini u kojoj posluje. Projekat je upotpunjen i istraživanjem koje je sprovedeno među srednjoškolcima na obe opštine. Protekle godine urađeno je 11 edukativnih radionica u sedam srednjih škola na teritoriji opštine Zemun, edukativne radionice pohađalo je oko 3.000 đaka III i IV razreda srednjih škola. U okviru predavanja, koja drže autori projekta, đaci su se upoznali sa uzrocima, simptomima i posledicama patološkog kockanja, a kako bi ceo doživljaj bio što autentičniji, glumac Ivan Jevtović

je izveo svojevrsnu predstavu koja prikazuje tri realna životna iskustva mladih ljudi koji su se susreli sa ovim problemom.

U nadi da ćemo projektom prevencije patološkog kockanja „Kockanje sa životom nije igra“ doprineti da ovu bolest smanjimo na minimalnu, razumnu meru, nastavljamo ga u 2015/2016. na tri nove gradske opštine - Vračar, Stari grad i Palilula.

## **PROTOKOL O SARADNJI SA TURISTIČKOM ORGANIZACIJOM BEOGRAD**

Kazino kao zabavni centar svojim raznovrsnim sadržajima značajno doprinosi turističkoj ponudi grada sa ciljem da postane najinteresantnija destinacija kako za domaće, tako i za međunarodne goste, generišući na taj način značajan prihod gradu. Protokolom o saradnji Turistička organizacija Beograd i Grand Casino Beograd zajedničkim snagama doprinose turističkoj slici grada.

## **PODRŠKA KULTURNOJ SCENI GRADA BEOGRADA - POSVEĆENOST KULTURI**

Grand Casino Beograd svojim donacijama kontinuirano podržava niz značajnih kulturnih dešavanja koja svojim postojanjem oplemenjuju kulturnu ponudu grada: Beogradski festival igre; Beogradski džez festival; Narodno pozorište u Beogradu; Guitar Art festival; Beogradski karneval brodova; Beogradizacija Beograda; Manifestacija 24 sata elegancije.

## **POSVEĆENOST DECI I LJUDIMA**

- Saradnja sa nevladinom organizacijom Naša Srbija
- Saradnja sa Humanitarnom organizacijom Divac (HOD)
- Donacija ugroženima od poplave 2014 – Blic fondacija, Crveni krst, direktne donacije
- Saradnja sa Domom za nezbrinutu decu „Dragutin Filipović Jusa“





- Donacija KK „Mladost“ Zemun
- Donacija KUD „Branko Radičević“ iz Zemuna
- Donacija udruženju za razvoj sporta „Taurunum“ iz Zemuna

## POSVEĆENOST ŽIVOTNOJ SREDINI

Smanjivanje potrošnje električne energije je osnova zaštite životne sredine i važan aspekt održive strategije kompanije Grand Casino Beograd.

Upotrebom tehnologija virtualizacije servera, potrošnja električne energije potrebne za napajanje uređaja, kao i električne energije potrebne za održavanje temperature

serverskih sala, smanjena je za oko 50%.

Upravljanjem otpadom Grand Casino Beograd ima za cilj zaštitu zdravlja ljudi i očuvanje životne sredine. Propisanim skladištenjem i kontrolisanom reciklažom otpadnog jestivog ulja, stakla, papir-kartona i toner kasete, ispunjavamo opšti cilj društva.

Grand Casino Beograd, u cilju bezbednosti i kvaliteta hrane, ispunjava zahteve HACCP standarda, što je potvrđeno sertifikatom. Svakodnevno podižemo nivo kvaliteta i sigurnosti hrane kontrolisanjem kritičnih tačaka termičke obrade i prepoznavanjem alergena, sa ciljem da gost uživa u namirnicama koje su bezbedne po njegovo zdravlje.

## HEINEKEN SRBIJA

# STRAST PREMA KVALITETU

**„Gerard Adriaan Heineken osnovao je našu kompaniju 1864. godine. Od samog početka vođen željom da uspešno i održivo posluje, fokusirao se na proizvodnju piva vrhunskog kvaliteta koje će biti istog ukusa svuda u svetu, kao i na razvoj poslovanja koje će imati trajan pozitivan uticaj na društvo.“**

Aleksandros Danilidis, direktor HEINEKEN Srbija



- Jedini proizvođač piva koji posluje u dve pivare u Srbiji
- 265 zaposlenih
- Konstantno smanjenje ukupne potrošnje energije, direktne i indirektno emisije CO2 i stalna ušteda pri ukupnoj potrošnji vode, iz godine u godinu
- 0 slučajeva pritužbi na bezbednost i zaštitu životne sredine
- 100% zelenih frižidera postavljenih na terenu širom zemlje
- 100% zaposlenih u prodaji obučeni za odgovornu komercijalnu komunikaciju
- 100% etiketa sa porukom o odgovornoj konzumaciji na pakovanjima svih HEINEKEN brendova
- 90% upotrebljenih sirovina domaćeg porekla
- 5 objavljenih Izveštaja o održivosti

Sto pedeset godina nakon osnivanja, HEINEKEN je globalno najrasprostranjeniji proizvođač piva. Preko 81.000 zaposlenih širom sveta svakodnevno je posvećeno odgovornoj proizvodnji i promociji odgovorne konzumacije više od 250 internacionalnih premijum, regionalnih, lokalnih i posebnih vrsta piva i cidera. Kao najveći proizvođač piva u Evropi, i treći u svetu po obimu proizvodnje, prisutan u više od 70 zemalja sa preko 160 pivara, HEINEKEN ozbiljno doprinosi zaštiti zajednice u svim strukturama. Očuvanje sredine i unapređenje razvoja društva kroz svoje aktivnosti i najviši kvalitet proizvodnog procesa, osnovni su principi kompanije.

Kompanija Heineken Srbija d.o.o Zaječar je proizvođač piva u Srbiji koji aktivno posluje u dve pivare. Proizvodnja i logistika se obavljaju u pivarama u Novom Sadu i Zaječaru, a administrativna kancelarija je u Beogradu. Dok je pivara u Zaječaru ponosna na svoju dugogodišnju tradiciju i pivarsko umeće, koji datiraju još od 1895, pivara u Novom Sadu je jedna od tehnološki najrazvijenijih pivara u regionu. Osnovna delatnost poslovanja je proizvodnja, distribucija i prodaja piva.

Kompanija broji preko 265 zaposlenih koji proizvode i na tržište plasiraju portfolio koji se sastoji od sledećih brendova: Heineken, Sol, Strongbow, Amstel Premium Pilsener, Weifert, Zaječarsko, PilsPlus, Master i MB Pils. Kompanija HEINEKEN Srbija fokusirana je na kontinuiran razvoj poslovanja, poboljšanje izvoza, kao i na različite inicijative za zaštitu životne sredine i bezbednosti koje doprinose društvu, potrošačima i lokalnoj privredi. Transparentnost u svakodnevnom radu i komunikaciji, poštovanje pojedinca, lokalne zajednice i društva, strast prema kvalitetu i korporativna društvena odgovornost predstavljaju ključne vrednosti kompanije. Kao sastavni deo društva u kojem posluje, kompanija uspostavlja, razvija i neguje jake veze sa gradovima Novim Sadom i Zaječarom kroz obostranu saradnju usmerenu ka po-



PIVARA U ZAJEČARU

boljšanju kvaliteta i standarda života svih građana. Sa željom da bude važan odgovorni član zajednice i pozitivno utiče na društvo, HEINEKEN svoj učinak ne meri isključivo komercijalnim uspehom i finansijskim performansama. Težnja ka zadovoljnim i vernim potrošačima, uz razvijanje društvene odgovornosti, ulaganje u zaštitu životne sredine i podsticanje održivog razvoja, sistematski su inkorporirani u sve sfere poslovanja. Zahvaljujuću visokoj tehnologiji proizvodnje i kapacitetima svojih pivara, kompanija je fokusirana na dalji razvoj svog poslovanja, tako da HEINEKEN u Srbiji izvozi u više različitih zemalja.

### STVARAMO BOLJI SVET

„Stvaramo bolji svet” predstavlja integrisanu strategiju održivosti, koju, pod ovim imenom, kompanija implementira od 2010. godine. Danas održivost predstavlja jedan od šest ključnih poslovnih prioriteta kompanije.

### STALNO POBOLJŠANJE BEZBEDNOSTI I ZAŠTITE ŽIVOTNE SREDINE

Kompanija HEINEKEN Srbija posvećena je stalnom poboljšanju bezbednosti i zaštite životne sredine. Pivare u Novom Sadu i Zaječaru poseduju najznačajnije međunarodne sertifikate kvaliteta, poslovanja, proizvodnje, organizacije i zaštite životne sredine kao što su ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 22000. Takođe, u svakoj od pivara ispunjeni su najzahtevniji standardi i parametri u procesu proizvodnje, kao i kvalitetan monitoring (kako procesa, tako i tržišta) koji zajedno opravdavaju očekivanja da će se nastaviti rastući trend prodaje i izvoza brendova koji se proizvode u ovim pivarama.

Zdravlje i bezbednost zaposlenih predstavljaju prioritete kompanije HEINEKEN. U tom smislu, kompanija je oduvek posvećena kontinuiranom osiguravanju bezbednog i zdravog radnog okruženja. Prate se jasna

# HEINEKEN SRBIJA



i stroga pravila o pravilima ponašanja unutar postrojenja za proizvodnju, kao i logističkih površina. Sprovode se redovne revizije bezbednosti, kao i procena rizika po poziciji i po mašini. Preduzimaju se i dodatne mere kako bi se sprečile potencijalne nesreće, a rezultati pokazuju da je došlo do značajnog napretka. Ove godine pokrenuta je i kampanja „Bezbednost u saobraćaju“, kao direktna podrška primarnom cilju i ambiciji HEINEKENA da se do 2020. godine na globalnom nivou dostigne nulti broj radno izazvanih incidenata i akcidenata.

## „ZELENO“ POVEĆANJE EFIKASNOSTI

HEINEKEN Srbija ulaže veoma mnogo u povećanje efikasnosti prilikom potrošnje vode i energije u pivarama, kancelarijama i skladištima. Kompanija na lokalnom nivou sprovodi globalni program uštede energije (ESP) koji proračunava optimalne stope potrošnje energije,

analizira trenutne gubitke i sastavlja plan za njihovo smanjenje. Značajne uštede koje kompanija ostvaruje rezultirale su efikasnijom proizvodnjom i daljim investicijama u unapređenje održivog načina poslovanja. Kako bi potrošačima bilo posluženo osvežavajuće pivo, neophodno je hlađenje. Budući da je hlađenje značajan deo ukupnog karbonskog otiska, kompanija se posvetila uvođenju ekoloških frižidera na globalnom nivou. Na lokalnom nivou, svi novi frižideri koji se uvode na tržište su „zeleni“, što podrazumeva da ispunjavaju četiri ključne karakteristike: korišćenje ugljovodoničnog rashladnog sredstva, LED osvetljenje, sistem za upravljanje energijom i energetski efikasnu ventilaciju.

## NABAVKA SIROVINA NA ODRŽIV NAČIN

Pri proizvodnji piva, kompanija HEINEKEN koristi sirovine najvišeg kvaliteta, koje kupuje od lokalnih proizvođača kada god je to ekonomski i ekološki izvodljivo kako bi stimulisala razvoj lokalne ekonomije. Upotreba lokalnih sirovina u proizvodnji igra značajnu ulogu u ekonomskom i društvenim razvoju lokalne zajednice i privrede. Budući da je prioritet nabavka od lokalnih dobavljača, skoro svi dobavljači sirovina sa kojima kompanija posluje su iz Srbije (oko 90%), osim proizvođača hmelja koji nije dostupan u zemlji, pa se uvozi iz Poljske, Češke i SAD.

## ODGOVORNA KONZUMACIJA I KOMUNIKACIJA

### ODGOVORNA KOMERCIJALNA KOMUNIKACIJA

Kompanija je posvećena promociji odgovorne konzumacije kao i podizanju svesti javnosti o posledicama neadekvatnog konzumiranja alkohola. Kroz svaku aktivnost i svaki poslovni potez, kompanija se trudi da

ukaže potrošačima na važnost odgovorne konzumacije alkohola i štetnost njegove zloupotrebe. U tom smislu, kompanija kroz sve svoje brendove promovira odgovornu konzumaciju alkohola.

Prepoznajući potrebu za smernicama u digitalnom okruženju, HEINEKEN kompanija je donela i određena pravila odgovorne digitalne komunikacije. Ova pravila se odnose na oblasti kao što su upotreba videa, on-lajn privatnost i bezbednost, sa posebnim fokusom na potvrdu starosne granice za dozvoljeno konzumiranje alkohola.

### „DANCE MORE, DRINK SLOW“

U januaru ove godine, HEINEKEN je drugu godinu zaredom aktivirao kampanju pod nazivom „Dance more, drink slow“. U pitanju je prva globalna kampanja kojom se promovira odgovorna konzumacija i prenosi poruka o umerenoj konzumaciji direktno na podijume klubova. Kampanja je sprovedena u partnerstvu sa internacionalno priznatim DJ Arminom van Buurenom, koji je ovom prilikom, ekskluzivno za brend Heineken, kreirao muzičku numeru „Save My Night“ za brend Heineken. Ovom kampanjom kompanija želi da promeni percepciju potrošača i da im pokaže kako je umerena konzumacija u trendu, istovremeno gradeći pozitivnu sliku o pivu. HEINEKEN je veoma ponosan na kampanju i želi da inspiriše ljude na promenu u ponašanju – počevši od podijuma za igru širom sveta, ali iznad svega u njihovim svakodnevnim navikama.

### „DRUŠTVO, KO VOZI KUĆI?“

Kampanja „Društvo, ko vozi kući?“, koju je kompanija HEINEKEN Srbija, treću godinu zaredom, organizovala u saradnji sa GSP „Beograd“, ima za cilj podizanje svesti o važnosti odgovorne konzumacije alkohola i bezbedan transport svih posetilaca Beer festa do ključnih tačaka u gradu. Zahvaljujući akciji, posetioce Beer festa, jed-



**PIVO**  
kad piješ  
**HEINEKEN & IFCI**  
voze kući  
BESPLATAN PREVOZ ZA SVE POSETIOCE BEER FEST-a

nog od najvećih pivskih festivala u ovom delu Evrope, mogli su odgovorno da uživaju u pivu i muzici, a potom da se bezbedno i jednostavno vrate kući.

Puni autobusi svedoče o velikom uspehu akcije s obzirom na to da je tokom tri godine trajanja kampanje u vreme održavanja Beer Festa prevezeno više od 100.000 posetilaca. Kampanja je i ove godine zabeležila izuzetan uspeh, te je produžena za jedan dodatni dan, u skladu sa istovremenim produžetkom festivala.

### OBJAVLJENI IZVEŠTAJI

Društveno odgovorno ponašanje kompanija HEINEKEN smatra strateškim opredeljenjem koje je suštinski važno za celokupan proces poslovanja. U tom smislu, HEINEKEN Srbija svake godine izveštava o svom napretku i dostignućima u oblasti održivosti. Kompanija je ove godine izdala peti po redu Izveštaj o održivosti. Svi objavljeni izveštaji dostupni su na sajtu [www.theheinekencompany.com](http://www.theheinekencompany.com).

Ciljevi kompanije HEINEKEN Srbija u godinama koje dolaze ostaju ambiciozni kao i do sada, uz jasan dugoročni cilj a to je da postane „najzeleniji“ proizvođač piva na svetu.

**SANDA SAVIĆ**, direktorka Korporativnih poslova  
i komunikacija Hemofarma

# DRUŠTVENA ODGOVORNOST JE NAČIN RAZMIŠLJANJA

“Za Hemofarm društveno odgovorno poslovanje predstavlja deo poslovne strategije, ali je to istovremeno i naša poslovna filozofija”, kaže za ediciju „Lideri društvene odgovornosti” Sanda Savić, direktorka Korporativnih poslova i komunikacija Hemofarma

## **Koje su oblasti društveno odgovornog poslovanja u fokusu kompanije Hemofarm?**

Društveno odgovorno poslovanje je naša poslovna strategija, mada neću pogrešiti ako kažem da je to sada sastavni deo i naše poslovne filozofije. Inače, društvena odgovornost je tema koja je veoma atraktivna, o čemu govori i vaša ideja da ceo broj magazina posvetite tome. Hemofarm svoje delovanje, u skladu

sa međunarodno priznatim standardima (GRI G3.1) izveštavanja o održivom razvoju, fokusira na ekonomiju, ekologiju, radna i ljudska prava, društvo i lokalnu zajednicu.

Da se pohvalim, naša kompanija je dobila potvrdu nezavisnog revizora, najvišu ocenu A+, kao jedna od samo dve kompanije u Srbiji koje objavljuju izveštaj o održivom razvoju. Ipak, teorija je jedno, a praksa često dru-



go. Zato najbolje o našoj rešenosti da održivi razvoj, a u kontekstu toga i društveno odgovorno poslovanje, bude deo svakodnevnog rada i ponašanja, govore naša dela. Sačuvali smo leadersku poziciju na tržištu nudeći dostupne proizvode već tradicionalnog kvaliteta, povećali smo korišćenje recikliranog kartona i to na oko 80% ukupne godišnje potrošnje. Recimo, meni je posebno interesantan podatak da, iako smo ostvarili rekordnu proizvodnju, sa povećanjem obima od 13 procenata, nivo potrošnje električne energije je porastao tek za nepunih 3%. Više od 40% ukupno nabavljene papirne ambalaže je obnovljivo... Povećali smo procenat žena u menadžmentu (60,9%). Smanjili smo broj povreda na radu za 4.3%. Poštovanje radnih i ljudskih prava, usklađeno sa principima BSCI poslovnog kodeksa, preneli smo i na svoje dobavljače, čineći Srbiju boljim radnim okruženjem. Smanjili smo upotrebu vode iz javnog vodovoda za 8,2%, na račun sopstvenih arteskih bunara. Završili smo izgradnju prečištača otpadnih voda, ulaganjem 200.000 evra u poslednju fazu projekta, vrednog ukupno pola miliona evra. U protekloj godini donirali smo 62 miliona dinara u razvoj zdravstva, mladih talenata, kulture, sporta... i to kroz pokretanje nacionalne kampanje „Svim srcem“, u okviru naše Hemofarm fondacije.

### **Koje je akcije kompanija pokrenula i sprovela ove godine?**

Naše aktivnosti, usmerene ka konkretnim društvenim problemima, sprovodimo preko naše Hemofarm fondacije. Ove godine smo pokrenuli nacionalnu kampanju Svim srcem. Putem ove kampanje novac, pomoć i sredstva usmeravamo tamo gde su najpotrebniji. Pomogli smo pozorištu Boško Buha da obnovi scenu, pomažemo mladim talentima, reagujemo u trenutku nekog akutnog problema – prošle godine su to bile poplave, sada pomažemo državi i civilnom sektoru da zbrinu izbeglice iz Sirije. Međutim, prirodno, naš fokus je zdravstvo. Želimo da kroz partnerski odnos sa državom pomognemo zdrav-



stvenom sistemu Srbije. Od početka kampanje „Svim srcem“, od februara ove godine, samo zdravstvenim ustanovama donirali smo skoro 40 miliona dinara pomoći u aparatima i medicinskoj opremi. A kada je reč o brizi za okolinu, ove smo godine usli u finalnu fazu završetka izgradnje postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda u Šapcu, vrednog oko 1,2 miliona evra.

## SANDA SAVIĆ, direktorka Korporativnih poslova i komunikacija Hemofarma



### **Kompanija Hemofarm ima svoju Fondaciju, ali i sama ulaže u društveno odgovorno poslovanje. Kako su te dve stvari podeljene, odnosno usklađene?**

Rad Fondacije Hemofarm, kao najlepšeg lica naše kompanije, prirodni je nastavak akcija koje Hemofarm godinama sprovodi. Hajde da to pokušam da objasnim kroz primer. Hemofarm kao kompanija, kao što sam navela u prethodnim odgovorima, društveno odgovorno poslovanje vidi kao poslovnu strategiju, ali i kao poslovnu filozofiju. To je, jednostavno, način poimanja biznisa. Kompanija se, iako od toga nema nikakve materijalne koristi niti por-eske olakšice, odriče dobrovoljno dela svog profita, kako bi pomogla društvu, zajednici, državi tako što deo tog novca usmerava ka Fondaciji. Ne mogu a da ne naglasim

da je svest naših zaposlenih veoma visoka kada je reč o problemima i potrebama društva. Više od 2.500 ljudi radi u Hemofarmovim fabrikama. Neke od poslednjih akcija u koje su se aktivno uključili zaposleni jeste pomoć izbeglicama iz Sirije. Donirali smo lekove iz našeg portfolija, a paralelno sa ovim sakupljali smo i pomoć u garderobi, čebadima, pelenama, higijenskim sredstvima. Dakle, kompanija društvenu odgovornost tretira kao deo strategije, a Fondacija je deo te strategije koja se ogleda u konkretnim akcijama usmerenim ka boljitku društva.

**Kako ocenjujete nivo razvijenosti društveno odgovornog poslovanja u Srbiji, da li je u dovoljnoj meri razvijena kultura takvog poslovanja?**



Nemam zaista uvid u to kako posluju ostale kompanije. Ali prema javno dostupnom podatku, samo pet kompanija u Srbiji, a među njima je i Hemofarm, objavljuje verifikovan izveštaj o održivom razvoju, što dovoljno govori o utemeljenosti ideje o društvenoj odgovornosti, jer poštovanje principa održivog razvoja uključuje bez ostatka i odgovornost prema društvu. Naravno da taj podatak nije celovita slika, i mislim da će se to menjati vremenom. Biti društveno odgovoran je jednostavno rečeno životni stav. I često odnos jedne kompanije prema zajednici i prema problemima kojima je okružena zavisi i od rukovodstva same kompanije. Kada sve podvučete, uvek su u pitanju ljudi. Čelnici Hemofarma u procesu donošenja odluka uvek imaju u vidu činjenicu da smo svi zajedno deo, ne kompanije, već da je kompanija deo neke zajednice i da ljudi u njoj nisu samo u ulozi zaposlenih, već su i komšije i prijatelji i roditelji koji stanuju u istoj okolini u kojoj i rade. Na primer, pored mnogih aktivnosti, Hemofarm fondacija je pomogla obnovu pozorišta „Boško Buha“ u Beogradu. Zašto bi jednu farmaceutsku industriju zanimalo neko pozorište, ako od toga nema koristi u biznisu. Recimo, ova odluka je dobar primer osećaja za zajednicu. Ne želimo da radimo, ma kako nam dobro išlo, u zajednici u kojoj pored nas propada jedan Boško Buha. To ne možemo da dozvolimo.

**Rešavanje problema u zdravstvu trebalo bi da bude prioritet, kako države tako i kompanija koje su odgovorne prema društvu. Šta očekujete od države da uradi kako bi se popravio zdravstveni sistem?**

## SVIM SRCEM ZA ŽIVOT

U Srbiji više od 600 ljudi godišnje čeka transplantaciju organa.

**Njihov život zavisi  
i od nas.**

Fondacija Hemofarm i VMA pozivaju te da potpišeš donorsku karticu.



## PRODUŽI ŽIVOT!

SVIM  
SRCEM



Nisu naša očekivanja važna. Najvažnije su potrebe i očekivanja korisnika sistema, zdravstvenih osiguranika i zaposlenih u zdravstvu. Mi kao farmaceutska kompanija prirodno smo zainteresovani za sistem zdravstva, ali pre svega za zdravlje ljudi. Svoju ulogu u tome vidimo kroz partnerstvo sa državom. Tu ulogu aktivno ostvarujemo ne samo odazivanjem na javne rasprave u vezi sa nekim zakonima, već pokušavamo da pomognemo zdravstvenom sistemu da stane na noge, ali i da doprinesemo konkretnim akcijama države. Jedna od njih je doniranje organa. Postali smo partneri u kampanji Produži život.

### **Koliko privatne kompanije mogu u tome pomoći?**

Mogu da govorim o tome kako mi pomažemo. Prošle i ove godine donirali smo zdravstvenom sistemu opremu i aparate vredne više od 62 miliona dinara. Razgovaramo sa predstavnicima zdravstvenih ustanova, sa predstavnicima Ministarstva zdravlja. U tim razgovorima postavimo ključno pitanje - potreba. Saznate da nisu potrebni

samo skupi aparati, neke su ustanove u takvoj situaciji i besparici da nedostaju dušeci za krevete. Pitanje kako da pomognu privatne kompanije treba postaviti u širem kontekstu. Sve privatne kompanije posluju gde i Hemofarm. Svi smo ovde u Srbiji, tu radimo, tu živimo. Svaka pomoć zdravstvenom sistemu je pomoć sebi. Svi se lečimo u tom istom sistemu, drugi nemamo. Iluzija je da pomažući društvo dajete novac drugima. Ne, ti drugi su deo istog sistema u kom ste i vi sami. To mi u Hemofarmu veoma dobro razumemo.

# DRUŠTVENA ODGOVORNOST JE NAŠA ŽELJA DA POMOGNEMO DRUGIMA

Organizujući brojne manifestacije, pružajući značajnu podršku važnim lokalnim manifestacijama i pružajući donacije institucijama i organizacijama kojima je pomoć u tim trenucima bila najpotrebnija, kompanija Mercator-S je kroz svoje brendove IDEA i Roda doprinela razvoju sportskog, kulturnog i društvenog života u brojnim lokalnim sredinama, ali i u celoj Srbiji. Kao rezultat upravo tih aktivnosti, kompanija je od strane građana prepoznata kao društveno-odgovorna organizacija, dobar poslodavac, pouzdan partner, ali i kao poželjna destinacija za kupovinu.

### BEOGRAD JE GRAD NOVIH IDEA

Kampanja Beograd, grad novih IDEA jeste pravi sabirni centar projekata od značaja za ovaj grad i kada je u pitanju kultura i društvo u najširem smislu reči, kao i unapređenje života i rada u prestonici. Jednu od najvećih aktivnosti koja je urađena u okviru ove kampanje predstavlja kompletna obnova košarkaškog igrališta Osnovne škole „Svetozar Marković“ na Vračaru, na kojem je odmah nakon obnove, a povodom svečanog otvaranja, organizovan košarkaški turnir svih škola koje se nalaze u njenoj blizini.



Među manifestacijama od značaja koje je IDEA podržala nalaze se i Ulica otvorenog srca, Beogradski maraton, Noć muzeja, Beer fest, Karneval brodova, Beogradski sajam knjiga, ali i koncert svetske muzičke zvezde Robija Viliijamsa. Jedna od najinovativnijih CSR aktivnosti kojom je IDEA pokazala da uvek nađe novi način da se približi svom komšiluku zove se „Zajedno činimo dobra dela“. Ova akcija je realizovana u sklopu kampanje pod nazivom „Beograd, grad novih IDEA“, a predstavlja konkurs na temu uređivanja lokacija u tri beogradska kvarta. Još od samog početka glasanja i komunikacije koja je pratila, ova akcija ima za cilj da uključi sve sugrađane u tim kvartovima u tome da donesu odluku šta je potrebno da IDEA napravi, popravi, obnovi ili dopuni u kraju u kojem žive, a kako bi društveni i kulturni život u tom kvartu bio bogatiji. Na osnovu 300.000 glasova Beograđani su doneli odluku da tri lokacije dobiju novi izgled, a IDEA se pobrinula da te lokacije učini prijatnijim sredinama za sve one koji tu žive, ali i one koji u prolazu svrate.

### IDEA U SRCIMA SVIH NIŠLIJA

Kompanija IDEA je još u junu mesecu 2012. godine, sa željom da potrošačima ponudi kvalitetnu uslugu,

fer cenu i asortiman koji je skrojen po njihovoj meri, odabrala Niš kao polaznu tačku i pokrenula svoju prvu lokalnu kampanju pod nazivom „Niš u srcu“. Tada je i nastala prva lokalna akcija pod nazivom „Niška korpa“ u kojoj su, osim veoma povoljnih cena, snažno promovisani najpoznatiji niški proizvodi i tada se po prvi put na lokalnom nivou promovisao koncept kupovine i konzumiranja kvalitetnih proizvoda nastalih upravo u lokalnoj privredi.



Nakon ove akcije IDEA pune 4 godine u Nišu svim srcem radi za građane ovog grada i svake godine ih obraduje velikim novogodišnjim koncertom za decu i odrasle, sveskama i priborom za sve prvake u gradu, ali i podrškom brojnim drugim manifestacijama kao što su PozitivNI festival, u kojima se promovišu druženje i dobra zabava. Jedna od najvećih podrški obrazovanju u ovom gradu predstavlja pomoć mladoj matematičarki Anđeli Šarković koja je, nakon fantastičnih rezultata na takmičenjima i neposredno pred put na studije u Kembridž, dobila na poklon najnoviji iPhone telefon. Druga najvažnija podrška obrazovanju u ovom gradu predstavlja poklon tri EKO učionice s ciljem da deca u ovom gradu imaju mogućnost da se upoznaju s učenjem u prirodi, ali i da još u školskim danima razumeju značaj očuvanja životne sredine.



Akcija pod nazivom „Mesec beba“, koja je već četiri godine među najznačajnijim lokalnim CSR aktivnostima, u Nišu je prepoznata kao jedna od najboljih načina podrške roditeljstvu i borbi za rast nataliteta. IDEA, sada već tradicionalno, još od 2012. godine svakog avgusta obeležava ovaj mesec i posvećuje ga bebama koje su tek došle na naš svet. Sve mame koje su se tog meseca porodile na poklon su dobile BeBe paket koji sadrži gotovo sve proizvode potrebne za negu bebe u prvim danima života, a sve mame koje su tog meseca na svet donele blizance, pored paketa proizvoda za negu beba, dobile su i kolica za šetnju namenjene blizancima. IDEA je za četiri godine kroz ovu akciju podelila više od 1.000 BeBe poklon paketa i gotovo 20 blizanačkih kolica.

### IDEA U SRCU BANATA

Zrenjanin je, kao deo banatske kampanje, jedan od pet gradova u Evropi koji u svom bližem okruženju ima najviše vodenih tokova i vodenih površina, i kao takav predstavlja idealan prostor gde i najstrastveniji i najprobriljiviji sportski ribolovci mogu zadovoljiti svoje želje i interesovanja. Kao poseban iskorak u prilagođavanju potrošačkim potrebama kompanija IDEA je pokazala uvođenjem gotovo 100 proizvoda ribolovačkog pribora u standardan asortiman koji se može pronaći u odabranim IDEA prodavnicama koje su deo kampanje „U srcu Banata“. Na ovaj način su svi potrošači u Zrenjaninu

# MERCATOR-S

dobili priliku da u svojim IDEA prodavnicama, po veoma povoljnim cenama, pronađu sve što im je potrebno za dobar ribolov i opuštanje u prirodi.



Pored ove aktivnosti, IDEA je u ovom kraju pokazala i spremnost da podrži neke od najznačajnijih manifestacija kao što su Soundlovers muzički festival, WeBiz konferencija i Dani piva u Zrenjaninu, ali i manifestacije kao što su Cvetanje Tise i Velika Gospojina u Novom Bečeju.

## IDEA UZ KULJANE

Poklanjanjem računara osnovnim školama „Isa Bajić“ i „Petefi brigade“ u Kuli IDEA je pokrenula još jednu lokalnu kampanju s ciljem podrške manjim sredinama, kojima je svaka pomoć značajna. Nakon ove podrške



osnovnom obrazovanju i obezbeđivanjem računara za savremenije dečje školovanje, IDEA je i ovoga puta nastavila s podrškom manifestacijama društvenog i zabavnog karaktera. S ciljem promocije aktivnog života i podizanja svesti kod mladih ljudi o značaju bavljenja trčanjem i sportom, IDEA je obezbeđivanjem velikih količina K Plus slatkiša, voća, vode i sokova, pružila podršku manifestaciji pod nazivom „Trka prijateljstva“ i tako dala samo jedan u nizu doprinosa razvoju društvenog života u ovom gradu. Pored ove, IDEA je donacijama u ovom gradu obradovala i organizaciju Plava ptica i Dom za stare, ali je bila učesnik i brojnih drugih manifestacija gde je svojom podrškom pomogla promociju zabave i dobrog druženja među svim Kuljanima.

## PETSTO MOLTEN LOPTI ZA BUDUĆE ASOVE

Kroz razumevanje o značaju sporta i sportskih aktivnosti za razvoj dece i omladine, kompanija Mercator-S je odlučila da postane ponosni sponzor Košarkaškog saveza Srbije i tako pruži punu podršku srpskom sportu i doprinese razvoju domaće i reprezentativne košarke.



Kao prva društveno-odgovorna aktivnost koja je nastala kao deo ovog sponzorstva predstavlja konkurs pod nazivom „500 lopti za buduće asove“. Akcija je osmišljena tako da se u 23 grada u kojima posluju Roda Megamarketi obavlja glasanje s ciljem da se u svakom gradu odabere po jedna osnovna i srednja škola koja

će, ukoliko u svojoj kategoriji sakupi najviše glasova, dobiti po 10 originalnih molten lopti i tako omogućiti svojim đacima da stasaju u buduće košarkaške asove i reprezentativce.

### ZVEZDINA TROJKA ZA POMOĆ DRUGIMA



Sa željom da, kao ponosni sponzor KK Crvena zvezda, skrene pažnju na to da borba na terenima može imati i humanitarni karakter IDEA je ulaskom crveno-belih u TOP 16 fazu Evrolige organizovala akciju pod nazivom „Trojka za pomoć“. Akcija je bila koncipirana tako da je svaki pogođen šut Zvezdinih košarkaša na domaćem terenu u Top 16 fazi Evrolige bio vrednovan sa 3.000 dinara u K Plus proizvodima. Za sedam utakmica koliko je Crvena zvezda Telekom odigrala u TOP 16 fazi Evrolige na domaćem terenu IDEA je obezbedila značajnu donaciju Specijalnoj Olimpijadi Srbije, Domu u Zvečan-skoj, Domu Kulina, Institutu za majku i dete, humanitarnom udruženju DEBRA i dečijoj bolnici u Tiršovoj.

### IDEA KAO DEO LEARNING2PLAY TIMA

IDEA se, kao ponosni sponzor KK Crvena zvezda, uključila i u globalni društveno-odgovorni projekat pod

nazivom „One Team“ učešćem u akciju pod nazivom „Learning2Play – Kroz igru učimo“ i to sve s ciljem da zajedničkim snagama utiče na rešavanje problema velikog broja nepismenih u Srbiji i podigne svest o boljoj i uspešnjoj društvenoj integraciji osoba sa smetnjama u intelektualnom razvoju.



KK Crvena zvezda i predstavnici kompanije IDEA su u Pančevu, Zrenjaninu, Pirotu, Čačku i Beogradu obišli škole koje su uključene u ovaj projekat i u radionicama zabavnog karaktera pomagali mališanima da kroz igru reše neke od najinteresantnijih matematičkih zadataka.

### DRUŠTVENA ODGOVORNOST JE I BRIGA O ZAPOSLENIMA

Kao kompanija koja, pored brige o zajednici, oseća odgovornost i da brine o svojim zaposlenima, Mercator-S je krajem 2012. godine, u saradnji sa sindikatom, osnovao Fond solidarnosti s ciljem pomoći svojim zaposlenima u trenucima zdravstvenih, ali i drugih teških situacija.

# FOKUSIRANI NA MLADE I TALENTOVANE ČLANOVE LOKALNE ZAJEDNICE

Nelt uspešno posluje od 1992. godine na polju distribucije robe široke potrošnje i farmaceutskih proizvoda, logističkih usluga i marketinga. Sa sedištem u Srbiji, kompanija je danas prisutna u Crnoj Gori, Makedoniji, Bosni i Hercegovini, kao i u državama podsaharske Afrike - Angoli, Zambiji i Mozambiku. Sa više od 3.500 zaposlenih u 7 zemalja na 2 kontinenta, Nelt uspešno saraduje sa više od 40 velikih domaćih i stranih kompanija (PG&G, Mondelez, Philip Morris, Wrigley, Dr. Oetker, Hochland, Mars, Reckit Benkiser, SC Johnson, Ball Packaging, JTI, VIP, itd)

Povodom obeležavanja 20 godina rada, 2012. godine odlučili smo da započnemo novu, dugoročnu strategiju u oblasti društveno odgovornog poslovanja.

Shvatajući stratešku važnost i neophodnost obrazovanja za našu zemlju, a imajući u vidu realne uslove u kojima se nalazimo kao društvo, odlučili smo da kroz osmišljavanje, finansiranje i realizaciju različitih obrazovnih projekata, pokažemo svoju težnju ka modernizaciji, napretku i boljitku sredine u kojoj postojimo i poslujemo.

Kroz pružanje novih mogućnosti najtalentovanijim đacima, učenicima i studentima, pomažemo najboljima, onima koji će u budućnosti biti nosioci napretka u našoj zemlji.

Već godinama radimo na povezivanju sa visokoobrazovnim institucijama u zemljama u kojim poslujemo kako bismo studente pripremili za ulazak u poslovni svet i početak karijere. Kroz organizaciju stručnih predavanja,

poseta kompaniji i studentskih praksi, mladima pružamo mogućnost da steknu konkretna znanja o funkcionisanju poslovnih procesa u velikom sistemu, koja će im kasnije pomoći prilikom zapošljavanja i uklapanja u poslovni ambijent u našoj ili nekoj drugoj organizaciji.

Do danas smo potpisali strateške sporazume o saradnji sa Ekonomskim, Saobraćajnim, Elektrotehničkim, Fakultetom organizacionih nauka i Fakultetom za finansije i administraciju u Beogradu, Medicinskim fakultetom Univerziteta u Podgorici i Ekonomskim fakultetom u Sarajevu.

U sklopu saradnje sa Ekonomskim fakultetom u Sarajevu, drugu godinu zaredom, Nelt sponzoruje CEO (Career and Entrepreneurship Opportunities) konferenciju. Ovaj događaj regionalnog je karaktera i održava se sa ciljem povezivanja mladih sa uspešnim ljudima koji ih pozitivnim primerima motivišu na proaktivan pristup preduzetništvu i razvoju karijere.

U narednom periodu Nelt ima u planu potpisivanje strateških sporazuma sa Elektrotehničkim i Ekonomskim fakultetom u Istočnom Sarajevu kao i sa Ekonomskim i Mašinskim fakultetom u Skoplju.

Neltov program društvene odgovornosti usmeren je ka mladim, talentovanim ljudima, čiji kreativan duh, pozitivan stav i želja za stalnim usavršavanjem korespondiraju sa osnovnim vrednostima kompanije

## INOVATIVNI PRISTUP OBRAZOVANJU KROZ NELTOV EDUKATIVNI PROGRAM

U saradnji sa Galerijom 12 Hub (G12 HUB) u junu 2014. godine pokrenuli smo program „Interdisciplinarna saradnja kao potencijal razvoja mladih profesionalaca na polju



umetnosti, nauke i novih tehnologija“ za trideset studenata sa šest fakulteta u Beogradu.

Redovni fakultetski programi se obično fokusiraju na konkretnu studijsku oblast dok uvid u razvoj drugih struka, kao i potencijal intersektorske saradnje ostaje u domenu samoobrazovanja. Upravo je ovaj program nastao sa ciljem kreiranja platforme za mlade koja će im omogućiti da stiču veštine kroz radionice sa profesionalcima iz različitih polja delovanja, da međusobno podižu kapacitete kroz zajednički rad, ali i da dobiju praktična znanja u domenu savremenih umetničkih praksi, novih tehnologija, nauke i biznisa. Program je koncipiran kao serija predavanja, radionica, stručnih poseta institucijama i kompanijama kao i gostovanja umetnika, programera, dizajnera, inženjera,

kustosa, uspešnih poslovnih ljudi i teoretičara iz Srbije, Hrvatske, Velike Britanije, Meksika i Švajcarske.

U okviru programa sa gostujućim profesorima i predavačima, održano je ukupno 12 predavanja i 5 jednodnevnih i višednevnih radionica. U okviru radnog segmenta, koji je pokrenut tokom trajanja programa, održano je 10 mentorskih radionica.

### **AFIRMACIJA TALENATA IZLOŽBA PUPIN – OD FIZIČKE KA DUHOVNOJ REALNOSTI**

Velika interaktivna izložba posvećena Mihajlu Idvorskom Pupinu, koja predstavlja do sada najobimniji presek njegovog života i dela, postavljena je u Istorijskom muzeju

# NELT

Srbije, uz podršku kompanije Nelt. Izložba obuhvata Pupinove aktivnosti na polju nauke, profesorskog i književnog rada kao i osnivanja i unapređenja najvećih institucija nauke u Americi. Zahvaljujući upotrebi najnovije AR tehnologije, postavka na najbolji način predstavlja lik i delo ovog velikog naučnika, kao i moderno lice i kreativne potencijale današnje Srbije.



## CIKLUS KONCERTATA U GUARNERIUSU

Fakultet muzičke umetnosti i Centar lepih umetnosti Guarnerius uz podršku kompanije Nelt pokrenuli su 2012. godine ciklus koncerata koji najboljim studentima omogućuju da se samostalno, kroz solistički resital, predstave publici. U prethodna tri izdanja, ciklus je ugostio 39 mladih talenata, sa katedri za klavir, solo pevanje, gudačke i duvačke instrumente.

U skladu sa strategijom društveno odgovornog poslovanja, kompanija Nelt nastavlja da pruža priliku talentovanim akademcima u predstavljanju umeća i dosadašnjih umetničkih dostignuća domaćoj javnosti.

## „WALL STREET BY NELT“

Projekat „Wall Street by Nelt“ nastao je sa idejom da se ambijent u kojem naši zaposleni svakodnevno borave učini inspirativnijim i lepšim, a da se u isto vreme omoguću talentovanim domaćim umetnicima da svoje umeće primene u konkretnom poslovnom okruženju. Šestomesečni

projekat oslikavanja 10 murala dimenzija 10 x 12 metara na zidu jednog od najvećih skladišta u regionu, sproveli su renomirani dizajneri i street art umetnici iz regiona Marko Prokić, Bratislav Milenković, Braća Burazeri, EmaEmaEma, Nina Radenković, Tkv i Nemanja Jehlička, itd..

Format ovih murala predstavljao je poseban izazov zbog čega su autori morali da izađu iz okvira dosadašnjeg rada



i namenski osmisle murale za koje su smatrali da su adekvatni za ovo specifično okruženje, puno zelenila i izopšteno od gradske vreve. Mladi umetnici su istakli da su sa velikim zadovoljstvom dolazili da rade u Nelt, te da su posebno fascinirani zaposlenima u Neltu koji su ih prihvatili kao deo kompanije i bili „domaćini za primer“, tokom trajanja izrade „najveće umetničke izložbe u Srbiji“.

## NELT I LOKALNE ZAJEDNICE

### MAGAZIN LICEULICE U CORNER SHOP OBJEKTIMA

Corner Shop, deo organizacione strukture kompanije Nelt, podržava programe namenjene povećanju ekonomske, kulturne i socijalne uključenosti ugroženih pojedinaca, i to kroz saradnju sa organizacijom Liceulice koja izdaje istoimeni magazin. Corner Shop redovno otkupljuje određeni broj primeraka, a prodaja magazina omogućena je ispred Corner Shop objekata u centralnoj gradskoj zoni Beograda. Prodavcima magazina data je i prilika da učestvuju u kompanijskim treninzima i obukama za prodavce.





### **PODGORIČKI MARATON**

Već dugi niz godina kompanija Neregelia, članica Nelt grupe, podržava organizaciju „Podgoričkog maratona“. Organizacioni odbor Podgoričkog maratona je 2013. godine Neregeliji dodelio dva priznanja: „Plaketu za izuzetan doprinos organizaciji 20. jubilarnog Podgoričkog maratona“ i „Priznanje za izuzetan doprinos u organizovanju Podgoričkog maratona u proteklih 20 godina“.

### **HUMANITARNE AKCIJE U SARADNJI SA PRINCIPALIMA**

U saradnji sa našim dugogodišnjim partnerom kompanijom Procter&Gamble, na afričkim tržištima smo pokrenuli niz društveno odgovornih aktivnosti sa ciljem poboljšanja kvaliteta života lokalnog stanovništva. Kao organizatori i koordinatori projekta u dogovoru sa ministarstvima zdravlja i obrazovanja Angole učestvovali smo u Pampers

zdravstveno-obrazovnim programima za majke, kao i u Always edukativnom programu za devojke sprovedenom u školama.

### **BRIGA O ZAPOSLENIMA**

Konstantno radimo na razvoju različitih pogodnosti za naše zaposlene i njihove porodice. Nelt je već prepoznatljiv po dugogodišnjoj tradiciji organizovanja manifestacije Dečiji dan namenjene deci zaposlenih. U saradnji sa privatnim lancem poliklinika obezbeđujemo i specifične programe zdravstvene zaštite, pre svega kroz kontinuiranu organizaciju specijalističkih pregleda u internoj Neltovoj ambulanti, kao i kroz posebne pogodnosti za lečenje. Težimo i da radno okruženje za naše zaposlene učinimo prijatnijim investiranjem u izgled i funkcionalnost naših objekata, osiguravanjem najvišeg stepena bezbednosti, očuvanja energije i zaštite okoline i sprovođenjem mera zaštite na radu u okviru cele kompanije.

SAMSUNG

# PAMETNA SAMSUNG TEHNOLOGIJA KOJA ČINI SVET BOLJIM



U Samsungu veruju da tehnologija može učiniti svet boljim i pomoći u rešavanju izazova sa kojima se svi susrećemo u modernom dobu. To je deo Samsungove

filozofije još od osnivanja: da ljudi, proizvodi i usluge doprinesu boljem društvu. Jer uloga velikih kompanija u svetu nadilazi proizvode koji se mogu kupiti.



Kao globalna kompanija, Samsung uspeva da kroz svoj program "Corporate Citizenship" stvara "dobra dela" u velikom broju lokalnih zajednica širom sveta. U Samsungu se fokusiraju na ono u čemu su najbolji i to primenjuju u sopstvenom okruženju. Cilj je biti inovativan i praktičan. Svaka zemlja i regija je drugačija, ali u kompaniji pokušavaju razviti ideje na način koji najbolje odgovara lokalnim zajednicama i kulturama. Svi resursi kompanije kada je društvena odgovornost u pitanju usmereni su na rešavanje ključnih problema kao što su obrazovanje, nezaposlenost i zdravlje.

Oblast obrazovanja je od velikog značaja, jer samo kvalitetnim obrazovnim sistemom i stalnim unapređenjem nastave, mladima se mogu pružiti znanja i veštine koji će im biti od koristi. Takođe, nezaposlenost je gorući problem u mnogim zemljama, a kroz Samsung projekte, nezaposlenim licima pružaju se neke nove perspektive u karijeri. Previše mladih ljudi iz škola izlazi bez digitalnih i „soft“ veština koje se danas traže. Kao tehnološka kompanija, Samsung pomaže mladima da nauče nove digitalne veštine i priprema ih za nova radna mesta kroz dva osnovna programa: Digitalne učionice i Digitalnu akademiju. Od 2013. godine Samsung je otvorio više od 300 digitalnih učionica u preko 60 zemalja u Evropi. U 35 digitalnih akademija širom Evrope obučeno je više od 3.000 ljudi.

## DIGITALNE UČIONICE U SRBIJI

Samsung svuda u svetu predano radi na opremanju škola pametnim uređajima kako bi premostio digitalni jaz i pomogao učenicima u korišćenju pametnijeg pristupa obrazovanju. U saradnji sa Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja i Zavodom za vrednovanje kvaliteta obrazovanja i vaspitanja u Srbiji, projekat je pokrenut i u našoj zemlji. Na ovaj način pruža se mogućnost u razvijaju digitalne pismenosti i obezbeđivanju najsavremenijih uređaja i softvera kako

bi se unapredilo učenje i produktivnost, a sve u skladu sa nastavnim programima. U Srbiji su otvorene četiri ovakve učionice i to dve u Beogradu i po jedna u Paraćinu i Požarevcu.

Kroz projekat digitalnih učionica omogućeno je i učenicima i nastavnom osoblju da uče korišćenjem najsavremenijih pametnih tabli i tableta. Ovakvo rešenje za digitalne učionice poboljšava koncentraciju učenika, ali i produktivnost nastavnika. Unapređenje u nastavi vidi



se i u znatno većoj interaktivnosti učenika tokom časa, poboljšanoj saradnji među učenicima koja se ostvaruje radom u grupama i poboljšanom razumevanju gradiva koje se meri za svakog učenika.

## DIGITALNA AKADEMIJA

Rezultati istraživanja tržišta i izveštaji Nacionalne službe za zapošljavanje govore o sve većoj potrebi za kadrovima iz oblasti IT-ja. Međutim, kako bi mladim generacijama, koje žele da pronađu posao u IT sektoru, pružili mogućnost za rad, razvijanje i napredovanje, potrebno je angažovanje i saradnja državnog i korporativnog sektora. Upravo to je doneo projekat „Digital-

# SAMSUNG



na akademija" zahvaljujući kojem je 225 nezaposlenih mladih ljudi iz Niša, Novog Sada i Beograda, prošlo kroz obuke koje su im donele znanja i veštine u trenutno najtraženijoj oblasti na tržištu rada.

Projekat „Digitalna akademija“, rezultat je Sporazuma o saradnji koji su potpisali kompanija Samsung i Ministarstvo za rad, zapošljavanje, socijalna i boračka pitanja, a realizuje se u saradnji sa Nacionalnom službom za zapošljavanje i IT centrom iz Niša. Kompanija Samsung ovaj projekat sprovodi u 34 zemlje sveta, a ova globalna inicijativa ima za cilj da omogući stručnu nastavu mladim ljudima koja će im pomoći da nauče osnove IT i inženjerskih veština, kako bi povećali svoje mogućnosti za zaposlenje ili pokrenuli sopstveni posao. U Srbiji, „Digitalna akademija“ je namenjena nezaposlenim licima sa evidencije Nacionalne službe za zapošljavanje, koji su već završili neku od stručnih škola ili fakulteta u oblasti informaciono-komunikacionih tehnologija, ali nisu imali prilike da unaprede svoje praktično znanje. Polaznici su prolazili kroz jedan od pet modula obuka, za inženjere mrežnih sistema, PHPWeb programe, android programere, dizajnere kompjuterskih igara ili programere Windows aplikacija. U Nišu, „Digitalnu akademiju“ je uspešno savladalo 57 polaznika, u Novom Sadu 58, a u Beogradu njih 55 je steklo dodatnu

edukaciju koja će im doneti konkurentnost na tržištu rada. Nastava u okviru „Digitalne akademije“ pokriva oblasti koje su uključene u državnu strategiju razvoja informacionog društva i osmišljena je tako da mladim ljudima pomogne u lakšem pronalaženju zaposlenja ili pokretanju sopstvenog biznisa.

## SAMSUNG LABORATORIJE – APPS LABS

Uz stalni motiv da inovacije pokreću svet, Samsung je i u 2015. godini nastavio sa implementacijom programa naučnih laboratorija u Srbiji. Na Fakultetu tehničkih nauka u Novom Sadu otvorena je nova Samsung Apps



laboratorija. U njoj će, kroz rad na najsavremenijim uređajima, studenti biti u prilici da rade na praktičnim projektima, samostalno razvijaju različite aplikacije i na taj način dođu do posla u struci u kojoj je praktično znanje podjednako važno. Samsung Apps laboratorijom već mogu da se pohvale studenti Visoke tehničke škole strukovnih studija u Nišu, koji je uveliko koriste za razvijanje aplikacija za smart televizore i mobilne telefone.

## BUDI KAO TESLA

Zahvaljujući Samsungu, u Muzeju Nikole Tesle, na dan rođenja slavnog naučnika ove godine je otvoren i Istraživački centar koji je u potpunosti renoviran i opremljen najmo-



dernijom opremom i tehnologijom za brži i lakši pristup naučnim materijalima u digitalnom obliku. U Istraživačkom centru studenti i istraživači iz celog sveta sada mogu da pregledaju svu bazu originalnih Teslinih rukopisa, beležaka i dokumenata i koriste ih za svoje naučne radove i istraživanja. U Izložbenom delu Muzeja, posetiocima su dostupne dve interaktivne table na kojima je instalirana aplikacija na srpskom i engleskom jeziku sa informacijama o životu, dostignućima i najvažnijim pronalascima cenjenog naučnika. Istraživački centar je rezultat dugoročne saradnje sa Muzejem. Saradnja će biti nastavljena organizacijom edukativnog karavana i konkursa „Budi kao Tesla“, za osnovne i srednje škole, kao i za fakultete. Cilj takmičenja je da se što većem broju dece i studenata približi život i stvaranje poznatog naučnika.

## SARADNJA SA FONDACIJAMA

Kompanija Samsung saraduje sa poznatim fondacijama naših proslavljenih sportista Novaka Đokovića i Vlade Divca kako bi đacima širom Srbije poklonila računare i drugu potrebnu opremu. Zaposleni u Samsungu su ove godine imali priliku da se volontiranjem uključe u akciju „Ispuni svoje vreme pravim stvarima - odluči se za sport“ koju je Fondacija Novak Đoković organizovala povodom obeležavanja Međunarodnog dana sporta. Cilj manife-



stacije bio je da se ukaže na važnost sporta za pravilan razvoj svakog deteta, a zaposleni su svojim učešćem u igrama i svojim savetima pomognu deci da shvate šta su to fer-plej i zajedništvo. Za poredničke ekipe obezbeđeni su Samsungovi pametni telefoni, a za škole neophodna oprema.

## PLANOVI ZA BUDUĆNOST

Samsung i tokom narednih godina svuda u Evropi snažno nastavlja svoj program „Corporate Citizenship“ sa glavnim fokusom na digitalnu edukaciju, zapošljavanje i promociji nauke. Do kraja godine u Srbiji će biti otvorene još dve digitalne učionice; jedna u osnovnoj školi i jedna pri Učiteljskom fakultetu u Beogradu koja će omogućiti i efikasnije treninge nastavnicima kako bi bili spremni za nove digitalne generacije učenika. U narednom periodu kreće veliki edukativni školski karavan širom Srbije, koji će, pre svega, promovisati lik i delo Nikole Tesle, a samim tim i raditi na popularizaciji nauke među mladima. Deo ovog velikog projekta koji se organizuje u saradnji sa Muzejem je i konkurs „Budi kao Tesla“. Takmičenje namenjeno osnovcima, srednjoškolcima i studentima, pomoći će im da slede Teslin primer i nauče da se budućnost gradi na napornom trudu i radu, ali i na kreativnosti, inovacijama i tehnologiji koja čini svet boljim.

# TELENOR

## TELENOROV KONCEPT DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

Kompanija Telenor deo je industrije koja je jedan od ključnih pokretača promene i održivosti. Zahvaljujući brzini tehnološkog razvoja i svetu koji se digitalizuje, Telenor veruje da je napredak moguć brže nego ikada pre, što znači da će milioni ljudi biti u prilici da osete sve prednosti mobilne povezanosti.

Ulaskom na tržište Srbije pre devet godina, Telenor je od početka učestvovao u brojnim inicijativama koje su snažno uticale na unapređenje društva, a mnoge od njih je i sam pokrenuo. Pristup informacijama doprinosi smanjenju siromaštva i nepismenosti, podiže nivo obrazovanja i kvalitet života. Postupajući odgovorno u svim aspektima poslovanja, tokom godina, Telenor je ostvario više od 350 partnerstava i postao integralni deo društva Srbije.

### ULAGANJA U RAZVOJ DRUŠTVA TOKOM 2014. GODINE

Telenor je zajedno sa 48 partnera, iz javnog i civilnog sektora, uspešno inicirao i podržao 28 novih projekata tokom 2014. godine. U okviru svoje strateške ambicije „Internet za sve“, Telenor i Telenor fondacija su, obezbeđujući pristup internetu, podstakli njegovo masovnije korišćenje, doprineli povećanju informatičke pismenosti i razvoju digitalnih platformi u obrazovanju, zdravstvu i ekologiji.

Tokom 2014. pristup internetu omogućen je za još 20.000 učenika u 13 škola i jednoj biblioteci, više od 210.000 građana Niša i Preševa, pedesetoro dece, koliko ih se dnevno nalazi na lečenju u Institutu za ortopedsko-hirurške bolesti „Banjica“, i 400 mladih u dva internet-kluba, u Užicu i Lešnici. Skoro 10.000 dece i mladih

TELENOROV LAVIRINT PARK NA ADI HUJI





INTERNET KLUB U LEŠNICI

redovno se informiše o bezbednom korišćenju interneta u okviru projekta „Zaustavimo digitalno nasilje“. Opremljeno je 10 centara za hipertenziju, prevenciju infarkta i šloga širom Srbije.

### INTERNET ZA SVE: POVEZUJEMO LJUDE I ULAŽEMO U RAZVOJ DIGITALNOG DRUŠTVA

Svesni brzine tehnološkog razvoja i sve intenzivnije digitalizacije, Telenor čini sve da svojim znanjem, tehnologijom i kompetentnošću pomogne ljudima u Srbiji kako bi na najbolji način iskoristili sve prednosti povezanosti. Nastavljeno je i sa otvaranjem internet-parkova sedmu godinu zaredom. Uključujući Niš i Preševo, sada ih ima 17 u osam gradova Srbije.

Više nego ikada ranije, postalo je očigledno da je potrebna šira društvena akcija kada je reč o edukaciji mladih kako bi naučili da na bezbedan način koriste sve kanale digitalne komunikacije. Čak 70 odsto dece i mladih u Srbiji je u protekloj godini bilo izloženo nekom obliku digitalnog nasilja. Telenor je čvrsto rešen da internet učini bezbednim mestom za sve, pa je u saradnji sa Unicefom i Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, već treću godinu zaredom, podržao projekat „Zaustavimo digitalno nasilje“.



BANJICA - BUDI U TOKU

### BUDI U TOKU – RAČUNARI I BESPLATAN INTERNET ZA DEČJE BOLNICE

Za decu, pripadnike digitalne generacije današnjice, internet je jedan od osnovnih alata u svakodnevnoj komunikaciji i učenju. U partnerstvu sa edukativnim portalom „SuperŠkola“, više od pedesetoro dece dnevno koja su na kraćem ili dužem bolničkom lečenju u Institutu za ortopedsko-hirurške bolesti „Banjica“ danas može da nadoknadi propušteno školsko gradivo zahvaljujući internetu.

Projekt „Budi u toku“ omogućava toj deci da imaju jednak pristup obrazovanju i da konstantno unapređuju svoja znanja kao i njihovi vršnjaci koji se redovno školuju. U okviru tog projekta, deca imaju i pristup programu „SuperŠkola“, virtualnoj učionici, u kojoj se nalazi više od 700 lekcija iz srpskog jezika, matematike, fizike i hemije. Program će im pomoći da nadoknade propušteno gradivo. Edukativni portal uključuje i predavanja, eksperimente i objašnjenja za decu kako bi lakše savladala školsko gradivo od petog do osmog razreda osnovne škole. U 2015. akcija opremanja nastavljena je i u Institutu za zdravstvenu zaštitu majke i deteta „Dr Vukan Čupić“, a u planu su još dve bolnice.

# TELENOR

## **PROJEKAT „POVEZIVANJE“ NASTAVLJEN U 2015. GODINI**

Sa željom da osnaži društveno ugrožene grupe, Telenor posvećuje veliku pažnju inkluziji. Uključenost u savremene načine informisanja, digitalna pismenost i moderne tehnologije doprinose obrazovanju, ostvarivanju ljudskih prava i unapređenju kvaliteta života svih društveno ugroženih grupa.

Veliki deo romske zajednice u Srbiji nije bio registrovan sve do 2010. godine zbog čega je Telenor, zajedno s Ministarstvom zdravlja i Unicefom, inicirao projekat „Povezivanje“. U okviru tog projekta, zahvaljujući Telenor servisima, znanju, opremi i mobilnom internetu, zdravstvene medijatorke – njih 75 – povezuju Rome s različitim institucijama i tako im pomažu da nauče da ostvaruju svoja građanska prava. U 2015. godini Telenor je nastavio da pruža podršku projektu „Povezivanje“ potpisivanjem ugovora s partnerima i tako postao deo globalne inicijative Unicefa i Telenor grupe. Tokom šest godina postojanja, projekat „Povezivanje“ postigao je fantastične rezultate: lična dokumenta i zdravstvene legitimacije obezbeđeni su za 16.330 građana, 28.003 lica je izabralo svog lekara, a vakcinisano je 30.018 dece i 2.719 odraslih. Takođe, 7.710 dece prošlo je sistematski pregled i upisano je u školu.

## **MODERNE TEHNOLOGIJE U SLUŽBI ZDRAVLJA: PODRŠKA HISPA CENTRIMA ZA HIPERTENZIJU I PREVENCIJU INFARKTA I MOŽDANOG UDARA**

Prepoznajući uticaj na zdravlje, koji donose digitalne komunikacije, Telenor je pomogao otvaranje deset HISPA centara za dijagnostiku i lečenje pacijenata koji boluju od hipertenzije. Od kada je HISPA centar počeo sa radom, dijagnostika i lečenje pacijenata koji boluju od hipertenzije, kao jednog od vodećih uzroka srčanog i moždanog udara, obavljaju se u specijalizovanim centrima, putem multidisciplinarnog i individualizovanog pristupa. HISPA

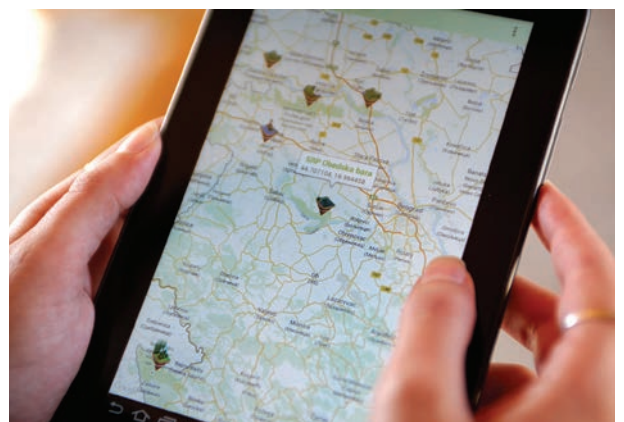
centar u Kragujevcu je drugi centar na tercijarnom nivou zdravstvene zaštite, pored Instituta za kardiovaskularne bolesti „Dedinje“ u Beogradu. Tokom 2015, u planu je i razvoj prve HISPA mobilne zdravstvene aplikacije.

## **BRINEMO O ŽIVOTNOJ SREDINI**

Veliku pažnju posvećujemo razvoju svesti svojih zaposlenih o očuvanju prirodnih resursa i energije. Reciklaža i štednja električne energije deo su naše svakodnevice i poslovne kulture na koju smo ponosni. U



TELENOR INTERNET-PARK U BOTANIČKOJ BAŠTI - BEOGRAD



ECOVIRTOUR APLIKACIJA





2014. godini reciklirano je 16,68 tona elektronskog i električnog otpada.

Zahvaljujući jedinstvenim mobilnim aplikacijama, razvijenim uz podršku Telenor fondacije, nakon samo nekoliko „klikova“ moguće je pronaći sve informacije o 85 zanimljivih eko-turističkih destinacija, besplatnom internetu i ugostiteljskoj ponudi širom Srbije. Zaštićena područja, urbani zeleni biseri i Telenor internet-parkovi samo su neke od 70 lokacija u Beogradu i Vojvodini za koje se na android aplikaciji „Plavo-zelena mapa Srbije“ mogu pronaći potrebne fotografije, zanimljivosti i aktivnosti za posetioce. Na dopunjenoj android aplikaciji EcoVirtour, svim zainteresovanim turistima i građanima dostupne su informacije o 15 nacionalnih parkova,

specijalnih rezervata i parkova prirode. Među njima su: nacionalni parkovi Fruška gora, Tara, Đerdap i Kopaonik, park prirode i rezervat biosfere Golija, park prirode Stara planina, specijalni rezervati: Obedska bara, Bagremara, Koviljsko-petrovaradinski rit, Gornje Podunavlje i Deliblatska peščara.

#### **ZAPOSLENI SU NAŠA POKRETAČKA SNAGA**

Telenor je ponosan na sve svoje zaposlene i njihovu visokorazvijenu svest o uzajamnoj odgovornosti. Više od 400 zaposlenih dobrovoljno je učestvovalo u humanitarnim aktivnostima, prikupilo 2,5 tona pomoći za ugrožene u poplavama i zasadilo prvi Lavirint park u Beogradu, na Adi Huji.

## VIP MOBILE

# POSVEĆENOST DRUŠTVENIM PROMENAMA

Druga priča nije samo slogan koji možete videti u poslednjoj sceni naših reklama. Druga priča je način na koji razmišljamo, poslušamo, ophodimo se prema zajednici. Već punih osam godina svakodnevno smo posvećeni kreiranju boljeg i kvalitetnijeg životnog okruženja u Srbiji. Pritom uvek krećemo od ličnog primera, konstantno unapređujući kvalitet našeg poslovanja i usluga koje pružamo našim korisnicima. Zbog toga, ali i zato što kao partnere biramo ljude i organizacije koji dele naše vrednosti, koji veruju u sebe i u mogućnost pozitivne promene, društveno odgovorno poslovanje postalo je naše prepoznatljivo obeležje. Odgovornost prema sebi i okruženju je naša suština, obaveza i zadovoljstvo.

### PROJEKAT „BUDI VIP“

U želji da što većem broju uspešnih studenata različitih profila pruži mogućnost da svoja stručna znanja usavršavaju u dinamičnom okruženju uz veliki broj vrhunskih stručnjaka, kompanija Vip je unapredila svoj dugogodišnji program studentskih praksi kroz uvođenje novog koncepta koji obuhvata četiri programa, „Budi Vip student“, „Budi Vip master“, „Budi Vip partner“ i „Budi Vip talenat“. Programi su namenjeni različitim grupama studenata i definisani



su tako da na najbolji način zadovolje njihove potrebe i interesovanja, kao i da ih pripreme za rad u dinamičnoj industriji telekomunikacija, pa i šire. Želja kompanije je da edukuje buduće stručnjake u telekomunikacijama i prenese im ekspertize koje Vip mobile poseduje kao član Telekom Austrija Grupe, lidera u ovoj oblasti u regionu. Na ovaj način, Vip aktivno i dugoročno ulaže u lokalnu zajednicu i omogućava mladima da svoje znanje i talenat iskoriste u svojoj zemlji. Do sada se ukupno prijavilo više od 1.000 izvanrednih akademaca iz cele Srbije, dok je 136 najboljih osvojilo stipendiju za nastavak školovanja i dobilo titulu Vip studenta, od kojih je njih 24 dobilo posao u Vipu.

### RAZVOJ PREDUZETNIŠTVA – VIP PORODIČNE FIRME

Početak 2014. godine pokrenut je projekat „Vip poslovni forum – „Porodične firme – stub razvoja ekonomije Srbije“, koji je imao za cilj edukaciju i razmenu iskustava među vlasnicima i menadžerima porodičnih firmi i predstavnika vlasti o najznačajnijim aspektima razvoja ovog poslovnog segmenta. Projekat je podrazumevao organizaciju niza edukativnih radionica u gradovima širom Srbije, na kojima se govorilo o teškoćama sa kojima se porodične



firme susreću, ali i savetovalo o tome kako da se obezbedi održivo poslovanje. U saradnji sa Privrednom komorom Srbije Vip je početkom 2015. godine dodelio priznanje Vip BizPartner porodičnim kompanijama koje su svojim poslovanjem i inovativnošću dale dobar primer porodičnom preduzetništvu u Srbiji u 2014. godini.

### VIP DIGITALNE RADIONICE ZA STARIJE

Kao rezultat želje da se starijim građanima pruži prilika da savladaju osnovna znanja iz oblasti ko-



riščenja računara, interneta, društvenih mreža i različitih digitalnih uređaja, u julu 2014. godine Vip je pokrenuo „Vip digitalne radionice za starije“, zajedno sa Organizacijom za međugeneracijsku saradnju 35+, Gradskom organizacijom penzionera Beograd i Pokretom trećeg doba Srbije. Potpuno besplatne, ove radionice pomažu starijim sugrađanima da brže dođu do željenih informacija, upotpune svoje slobodno vreme i budu u kontaktu sa prijateljima i rodbinom, kako u zemlji, tako i u inostranstvu. Projekat je najpre bio organizovan u Beogradu i Nišu, a ove godine proširen je i na Novi Sad, Suboticu i Kragu-

jevac. Ovim je učinjen značajan korak ka integraciji starijih osoba u moderno društvo i njihovom aktivnom učešću u društvu.

### PODRŠKA ZAJEDNICI VIP NOVOGODIŠNJA DONACIJA

Vip je od 2008. godine, u okviru novogodišnje donacije, zajedno sa svojim korisnicima, donirao značajna sredstva za podršku slepim i slabovidim osobama, deci bez roditeljskog staranja, žrtvama trgovine ljudima, mališanima sa autizmom, deci oboleloj od astme, kao i deci lečenoj od malignih bolesti.

Ovogodišnja Vipova novogodišnja donacija u vrednosti od tri miliona dinara uručena je Fondaciji SOS Dečja sela Srbija za formiranje pokretnog centra za rad sa decom pod nazivom „SuperBus“. „SuperBus“ je mobilni edukativni projekat koji kao osnovni metod učenja koristi igru i zabavu i na taj način postiže lakšu integraciju socijalno marginalizovane dece, mališana sa posebnim potrebama, romske dece, mladih bez roditeljskog staranja, kao i najmlađih koji žive u izolovanim ruralnim područjima i oblastima zahvaćenim prošlogodišnjim poplavama. U okviru programa su organizovane kreativne i edukativne radionice u oblasti zaštite zdravlja, psihoseksualnog obrazovanja, komunikacije i socijalnih veština, kao i prava deteta. Ovim aktivnostima biće obuhvaćeno oko 3.000 mališana, koje će u više od 10 gradova i opština Srbije, posetiti tim stručnjaka iz oblasti pedagogije, umetnosti i sporta, zajedno sa zaposlenima u kompaniji Vip mobile.

### HUMANITARNI SMS BROJEVI

Vip mobile već nekoliko godina omogućava sprovođenje SMS donatorstva za prikupljanje sredstava za akcije koje su od opšteg društvenog interesa, uključujući i filantropske svrhe. Samo u 2014. godini Vipovi

# VIP MOBILE

korisnici su preko humanitarnih SMS brojeva donirali više od 60 miliona dinara.

## **VOLONTIRANJE ZAPOSLENIH**

Učešće zaposlenih u Vipu u volonterskim akcijama odavno je postala praksa kojom doniraju



svoje vreme, sposobnosti i energiju za dobrobit lokalne zajednice i različitih kategorija društva. Već nekoliko godina Vipovci učestvuju u volonterskoj akciji „Naš Beograd“ u organizaciji Foruma za odgovorno poslovanje, kao i u akcijama dobrovoljnog davanja krvi koje se organizuju u Vipovim prostorijama nekoliko puta godišnje. Takođe, Vipovi zaposleni su prikupljali i uputili pomoć građanima pogođenim poplavama, kao i migrantima koji prolaze kroz Srbiju.

## **VIP EKOMOTIVACIJA**

Vip mobile svoju ulogu u društvu teži da ostvari smanjenjem svog uticaja na životnu sredinu, a svoje poslovanje da uskladi sa principom održivog razvoja. Upravo iz tih razloga kompanija sprovodi kontinuirani program „Vip Ekomotivacija“, koji za cilj ima da podigne svest o zaštiti životne sredine prvenstveno kod

zaposlenih, a zatim da se ta pozitivna praksa primeni i van okvira kompanije. U cilju smanjenja uticaja na životnu sredinu, kompanija Vip teži da prirodne resurse koristi na odgovoran način, smanji količinu proizvedenog otpada, redukuje svoj karbonski otisak i da radne procedure uskladi sa principima ekološki



odgovornog ponašanja.

U koraku sa razvojem globalne ekološke misli i aktivizma, udruženje „Ambasadori održivog razvoja i životne sredine“ i kompanija Vip mobile su ove godine realizovali konkurs za učešće u međunarodnom programu „Mladi EkoReporteri“ i za mlade u Srbiji. Zajednička poruka preko sto mladih eko-reportera, koji su učestvovali na konkursu, jeste da bitka za zdraviju životnu sredinu počinje čišćenjem „svog dvorišta“ u kome su oni spremni da učestvuju, a na odraslima je da im u tome pomognu kroz edukaciju i organizovanje konkretnih aktivnosti.

## **ODBOJKA SPAJA**

Još 2008. godine, Vip je prepoznao uticaj i vrednost koje sport ima za naciju, zbog čega je odlučio da investira u odbojku na pesku, kako bi doprineo popularizaciji ovog sporta u Srbiji. Kao generalni sponzor



Odbojkaškog saveza Srbije (OSS), Vip podržava dvoransku odbojku, ali je odlučio da pokrene profesionalne turnire u odbojci na pesku i formira Vip Beach Masters - prvo, nacionalno prvenstvo u odbojci na pesku. Tokom osam godina, odbojkaški karavan posetio je brojne gradove širom Srbije, iznedrio srpske bičvolej šampione, ali i mlade nade buduće srpske odbojke. Zahvaljujući Vip Beach Masters školi odbojke, koju vodi naš proslavljeni olimpijski as Vanja Grbić, skoro 12.000 mališana uzrasta do 14 godina iz gradova širom Srbije naučilo je osnove odbojke na pesku.

Osim nacionalnih, Vip je učestvovao i u organizaciji međunarodnih CEV evropskih šampionata masters serije. U okviru partnerstva sa Odbojkaškim savezom Srbije kompanija Vip mobile realizuje brojne društveno odgovorne projekte u cilju popularizacije sporta kod dece i omladine.

## KOMUNIKACIJA U POKRETU

Vip mobile već osam godina zaredom ponosno podržava Beogradski festival igre, koji okuplja ljubitelje savremene igre u Beogradu, Novom Sadu, Pančevu i Vršcu. Zahvaljujući ovom festivalu, Srbija je postala nezaobilazna stanica na kojoj se svakog aprila prepliću novi i kulturni plesni komadi, ali i mesto u koje rado dolaze velike baletske zvezde i mladi umetnici koje je svetska kritika već najavila. Atraktivni program, rastući odziv lokalne publike, unapređena produkcija i sve veća zainteresovanost medija, rezultat su uspešne saradnje Beogradskog festivala igre i kompanije Vip mobile. Kao dugogodišnji partner festivala, Vip mobile doprinosi razvoju umetničke igre u Srbiji kroz projekte kao što su nagrada „Vip poziva“, novinarska nagrada „Vip iskorak“, ali i kroz projekat „Vip talenti“ i podršku Nacionalnoj fondaciji za igru. Kroz prateći projekat „Vip talenti“, koji je namenjen najmlađim



ljubiteljima umetničke igre, Beogradski festival igre i Vip mobile su talentovanim mališanima omogućili da pohađaju edukativne i praktične radionice vrhunskog kvaliteta koje su vodili mentori iz inostranstva. Cilj projekta je da podrži i usmeri mlade baletske igrače na njihovom putu profesionalnog bavljenja savremenom igrom.

## WIENER STÄDTISCHE OSIGURANJE

# GÜNTER GEYER NAGRADA ZA DRUŠTVENU ODGOVORNOST

Društveno odgovorni projekti kompanije Wiener Städtische osiguranje a.d.o. Beograd, realizovani u 2013. godini, obezbedili su našoj kompaniji drugo mesto na globalnom takmičenju za Günter Geyer Award – nagradu za društvenu odgovornost. Ova nagrada se dodeljuje u okviru Vienna Insurance Group, od strane glavnog akcionara Wiener Städtische Versicherungsverein. U konkurenciji svih članica Grupacije – oko 50 kompanija iz 25 zemalja, naša kompanija je osvojila nagradu u iznosu od 30.000 evra, koju ćemo usmeriti u društveno odgovorne aktivnosti u narednom periodu. Ova nagrada svečano nam je uručena u martu 2015. godine.

Među projektima koji su zaslužni za ovu nagradu su: „Sportski čas – Ispravi se!“, „100 hrastova za 10 godina“, saradnja sa Kolom srpskih sestara, Nacionalnim udruženjem roditelja dece obolele od raka NURDOR

i Domom za decu bez roditeljskog staranja „Drinka Pavlović“ u Beogradu.

### „SPORTSKI ČAS – ISPRAVI SE!“

Podstaknuta rezultatima istraživanja po kojima oko 60 odsto školske dece ima deformitet kičme zbog lošeg držanja i dugog sedenja ispred kompjutera, 2001. godine naša kompanija pokrenula je edukativni projekat „Sportski čas – Ispravi se!“.

U saradnji sa Odbojkaškim savezom Srbije i Udruženjem odbojkaških klubova prvih liga, a pod pokroviteljstvom Ministarstva omladine i sporta, organizovali smo sportsko-rekreativne radionice u cilju promovisanja odbojke kao najzdravijeg dvoranskog sporta za pravilnu kičmu. Ove radionice sprovodili smo u osnovnim školama širom Srbije. Poseban stručni tim sastavljen





od lekara fizijatarata i odbojkaša, pored praktičnih saveta za pravilan rast i razvoj, kroz igru i druženje animirao je mališane da se uključe u sport. Do danas, Sportski čas je organizovan u 31 gradu, a prisustvovalo mu je ukupno oko 6.000 dece. Koliko su uspešne bile ove radionice pokazuje činjenica da se interesovanje za odbojku posle svakog časa povećalo za oko 15 odsto.

### **„100 HRASTOVA ZA 10 GODINA“**

Povodom deset godina uspešnog poslovanja naše kompanije u Srbiji, u deset gradova u kojima smo započeli poslovanje 2003. godine, posađeno je po 10 sadnica hrasta. Ovo tradicionalno „srpsko“ drvo, čiji životni vek dostiže i do 400 godina, simbol je dugovečnosti. Na ovaj način želeli smo da se zahvalimo sugrađanima za dosadašnju saradnju, uz želju da se ona sa istim uspehom nastavi i ubuduće. Takođe, cilj nam je bio da damo doprinos zdravijoj životnoj sredini za buduće generacije, ali i da podignemo ekološku svesti na viši nivo. U projekat je bilo uključeno više od 60 Wiener volontera.

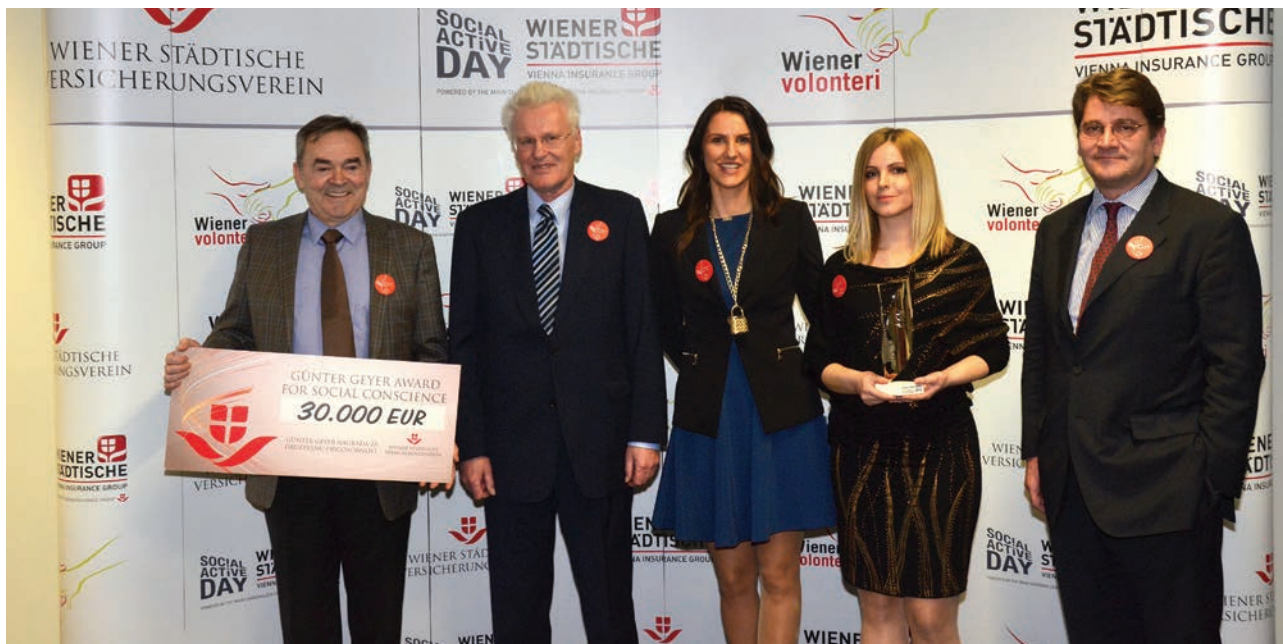
### **SARADNJA SA KOLOM SRPSKIH SESTARA**

Kolo srpskih sestara je jedna od najuglednijih humanitarnih organizacija u zemlji, koja se bavi dobrotvornim radom od 1903. godine. U saradnji sa ovom organizacijom, naša kompanija je među svojim zaposlenima pokrenula akciju prikupljanja odeće i dugotrajnih namirnica za siromašne građane, kao i domove za stara lica. Prikupljena roba distribuirana je u deset gradova, a dvadeset devet Wiener volontera bilo je uključeno kao podrška u realizaciju. Ova akcija je organizovana sa dvostrukim ciljem: prvi cilj je bio da se obezbedi pomoć siromašnim i starijim građanima, a drugi da se kod zaposlenih podstakne želja za pomaganjem i pojača osećaj pripadnosti kompaniji.

### **PODRŠKA AKCIJI „KAMP LJUBAVI“**

Povodom Svetskog dana bez duvanskog dima, organizovali smo humanitarno prikupljanje sredstava na nivou naše kompanije. Zaposleni su donirali novac, simbolično, u visini jednog pakovanja cigareta. Na uku-

# WIENER STÄDTISCHE OSIGURANJE



pno prikupljenu sumu, kompanija Wiener Städtische osiguranje uplatila je i duplirani iznos. Novac je doniran Nacionalnom udruženju roditelja dece obolele od raka NURDOR, kao podrška organizaciji projekta „Kamp ljubavi“. Ovaj kamp, koji služi za oporavak dece lečene od raka, održan je u Ivanjici koja se smatra „vazдушnom banjom“.

## **HUMANITARNA MODNA REVIIJA ZA DOM ZA DECU I OMLADINU „DRINKA PAVLOVIĆ“**

U želji da damo doprinos poboljšanju uslova života dece bez roditeljskog staranja, naša kompanija je organizovala humanitarnu modnu reviju u svojoj poslovnoj zgradi u Beogradu, gde je prikazana kolekcija večernih haljina poznate beogradske modne kreatorke Vladanke Celić. Kupovinom „donatorskih stolica“, gosti revije su učestvovali u obezbeđivanju više od 460.000 dinara, koliko je bilo potrebno za renoviranje Doma za decu bez roditeljskog staranja „Drinka Pavlović“ u Beogradu. Događaju su prisustvovali ambasador Austrije u Beo-

gradu, predstavnici Vlade Srbije i Skupštine Grada, političkog i privrednog establišmenta i javnog života, kao i urednici i novinari vodećih medija u Srbiji. Specijalno za ovu priliku modna kreatorka je pripremila dvadeset večernih haljina koje su nosili modeli kompanije Miss Yu Co, a jednu od njih nosila je i mis Srbije Aleksandra Doknić.

S obzirom na to da u Domu „Drinka Pavlović“ duži niz godina nije rađena ozbiljnija rekonstrukcija, stanje u ovoj ustanovi bilo je teško i za štíćenike i za osoblje. U renoviranje Doma uključili su se i Wiener volonteri.

## **„WIENER VOLONTERSKI DAN“**

Deo sredstava prikupljenih u humanitarnoj reviji za pomoć Domu „Drinka Pavlović“ iskorišćen je i u okviru akcije „Wiener volonteri“ za farbanje ograde uz stepenište unutar Doma, kao i mobilijara u dvorištu. Trinaest Wiener volontera imalo je vredno pojačanje iz naše partnerske banke Erste Bank. Sa puno ljubavi, za-





jedničkim snagama učestvovali smo u renoviranju ove ustanove, istovremeno uživajući u druženju i igri sa decom koja žive u njoj.

Projekat „Wiener volonterski dan“ pokrenuli smo u oktobru 2011. godine sa ciljem da promovišemo i podstičemo učešće zaposlenih u inicijativama koje unapređuju kvalitet života u lokalnoj zajednici. Ova akcija deo je programa korporativnog volontiranja „Social Active Day“, koji Vienna Insurance Group sprovodi u 20 zemalja u kojima posluje, a u okviru kojeg zaposleni jedan dan u godini posvećuju volonterskim aktivnostima. Posebno značajnu ulogu naši volonteri su imali tokom poplava u maju 2014. godine, kada je gotovo 200 volontera učestvovalo u akciji „Wiener uz Srbiju“, organizujući pomoć za više od 600 porodica.

### **„WIENER UZ SRBIJU“**

U prvim danima katastrofalnih poplava koje su zadesile našu zemlju pokrenuli smo projekat „Wiener uz Srbiju“. Prva faza podrazumevala je „prvu pomoć“ ugro-

ženom stanovništvu – naši volonteri odneli su pumpe za ispumavanje vode u pet kriznih štabova, pakovali pakete sa hranom i sredstvima za higijenu i distribuirali ih na oko 600 adresa. Uz to, zaposleni su skupili oko 5.000 evra pomoći. U drugoj fazi projekta, a u partnerstvu sa Fondacijom Ana i Vlade Divac, renovirano je ukupno 18 kuća i biblioteka Prve obrenovačke osnovne škole u Obrenovcu. Za ovo su izdvojena sredstva od oko 107.000 evra.

Kompanija Wiener Städtische osiguranje obezbedila je rekonstrukciju 15 porodičnih kuća u naselju Tamnava u Obrenovcu, sredstvima u visini 47.500 evra. Uz to, reosiguravajuća kompanija Wiener Re uz podršku matične VIG RE, donirala je sredstva u iznosu od 48.000 evra za obnovu i opremanje tri porodične kuće, kao i rekonstrukciju Biblioteke Prve obrenovačke škole. Zgrada Biblioteke Prve obrenovačke osnovne škole je objekat koji datira iz 1824. godine i jedno je od najstarijih kulturno-istorijskih zdanja u Obrenovcu, a koristi je više od 620 učenika ove škole.





# **DRUŠTVENE I GRAĐANSKE INICIJATIVE**

MICHEL SAINT-LOT, direktor UNICEF-a u Republici Srbiji

# POŠTOVATI LJUDSKA PRAVA NA SVAKOM MESTU

**Kako ocenjujete posvećenost kompanija društveno odgovornom poslovanju, da li su kompanije u Srbiji dovoljno posvećene društveno odgovornom poslovanju?**

Poslovni sektor je sve više uključen u održivi razvoj na globalnom nivou, te je ovaj trend prisutan i u Srbiji, gde kompanije u sve većoj meri pokazuju da su društveno odgovorne, kao i da je to značajan aspekt njihovog poslovanja. Poslovna udruženja imaju važnu ulogu u promovisanju društveno odgovornog poslovanja, što je slučaj i sa određenim predstavnicima medija koji zagovaraju i primenjuju društveno odgovorne poslovne standarde. Što se tiče stava građana prema društveno odgovornom poslovanju, i tu dolazi do podizanja svesti o praksi društveno odgovornog poslovanja, što je veoma interesantno imajući u vidu trenutnu ekonomsku situaciju u Srbiji. Prema istraživanju koje su sproveli SMART Kolektiv i IPSOS Strategic Marketing u novembru 2013. godine, 73% građana je reklo da bi radije kupovali u radnji koja je u vlasništvu odgovorne kompanije, čak i ako su cene u toj radnji više. To znači da nisu samo direktori i rukovodioci odgovorni za uticaj društveno odgovornog poslovanja njihovih kompanija i brigu o tome da poslovanje bude ekonomski opravdano i finansijski održivo, tj. oni koji imaju komercijalni interes da se bave društveno odgovornim poslovanjem. I drugi akteri su zainteresovani. Društveni aktivisti se brinu da li poslovni sektor može da podrži model društvenih inicijativa do kojih im je stalo. Potrošači se brinu jer žele da njihova kupovina odražava njihove vrednosti. Državni organi žele da i kompanije imaju pozitivan uticaj na društvo i da ostvaruju dobrobit na isplativiji način nego što je to slučaj kada se to ostvaruje samo putem regulatornog pristupa.

**Koji su prioriteti UNICEF-a u pogledu društveno odgovornog poslovanja i prava deteta?**

Poslovni sektor ima značajan direktan i indirektan uticaj u celokupnom spektru dečjih prava. Kompanije imaju obavezu da poštuju dečja prava, kao i šansu da budu moćni zago-

vornici i da podržavaju dečja prava kroz praksu koju primenjuju u svojoj osnovnoj delatnosti. Iz tog razloga se UNICEF strateški povezuje i utiče na partnere iz poslovnog sektora kako bi iskoristio njihov potencijal radi ostvarivanja rezultata u korist dece, kao i radi podržavanja Vlade u ostvarivanju njene obaveze da zaštiti dečja prava u smislu sprečavanja štetnih postupaka poslovnih aktera.

U okviru UNICEF-a, društveno odgovorno poslovanje se odnosi na napore ka ostvarivanju pozitivnih promena u poslovnom ponašanju i praksi u smislu njihovog uticaja na decu, a u saradnji sa nizom aktera, uključujući kompanije, Vladu, civilno društvo, decu i mlade. Cilj strategije UNICEF-a u pogledu društveno odgovornog poslovanja je promovisanje obaveze poslovnog sektora da poštuje i podržava dečja prava na radnom mestu, na tržištu i u zajednici.

U Srbiji promovisaćemo obavezu poslovnog sektora u pogledu društveno odgovornog poslovanja sa fokusom na decu kako bismo omogućili da se pitanje dečjih prava uključi u nacionalnu agendu za društveno odgovorno poslovanje, kako bismo povećali angažovanje na širenju inicijative Principi poslovanja i prava deteta, kao i seta alata neophodnih za društveno odgovorno poslovanje, kroz nacionalne forumе i manifestacije posvećene društveno odgovornom poslovanju, i kako bismo prikazali primere dobre prakse kroz poslovne inicijative i digitalne kanale.

**Koji su programi podrške UNICEF-a u Srbiji, koji se sprovode sa korporativnim sektorom, značajni u ovoj godini?**

Ove godine nastavljamo naše korporativno partnerstvo sa kompanijom Telenor Srbija i uz podršku Telenor Grupe na proširenju jednog veoma značajnog i uspešnog projekta pod nazivom „Povezivanje“. Taj projekat se sprovodi zajedno sa Ministarstvom zdravlja i predstavlja primer kako saradnja sa IKT industrijom može dovesti do novih rešenja za unapređenje, zaštitu i praćenje dečjih prava sa fokusom na pravičnost.



Takođe, u okviru tripartitnog partnerstva sa Ministarstvom prosvete i kompanijom Telenor Srbija, zajedno radimo na prevenciji digitalnog nasilja kroz projekat „Biraj reči, hejt spreči“. Pored toga što je to prvo urađeno istraživanje o izloženosti dece digitalnom nasilju u Srbiji, počeli smo zajedno da razvijamo i program edukacije za učenike, nastavnike i roditelje o prevenciji ove vrste nasilja i odgovarajućim intervencijama.

Ove godine UNICEF u Srbiji je dobio podršku od Elektroprivrede Srbije za program Razvoj u ranom detinjstvu. Ovaj program se fokusira na prve tri godine života deteta koje su od suštinske važnosti za fizički, senzorni, kognitivni i emocionalni razvoj deteta. Deca koja ne dobiju odgovarajuću stimulaciju tokom ovog osetljivog perioda imaju manje šanse da razviju sve svoje potencijale. Očekujemo da nam se pridruže i druge kompanije i da doprinesu razvoju i sprovođenju programa koji se tiče najznačajnije strateške investicije u decu Srbije – a to su prve tri godine njihovog života.

Privatne fondacije su takođe naši strateški partneri. Sa Fondacijom Novak Đoković, UNICEF je kreirao novu uslugu kojom se dopire do najugroženijih porodica sa malom decom,

onim porodicama koje se suočavaju sa složenim problemima i kojima je neophodna pomoć kako bi se osiguralo pravo dece da odrastaju u stabilnom i podsticajnom porodičnom okruženju. Rezultat ovog trogodišnjeg projekta je da ova usluga sada postaje deo redovnog državnog sistema dečje zaštite u Srbiji.

Značajan aspekt naše saradnje sa korporativnim sektorom ostvaruje se kroz program članstva u Klubu prijatelja UNICEF-a. U ovom klubu ima 174 malih, srednjih i velikih kompanija, kao što je IMLEK na primer, koje nam pomažu u radu redovnim uplaćivanjem mesečnih donacija. Na taj način, kompanije nam omogućavaju da sprovodimo redovan program za Srbiju, a i da brzo reagujemo u vanrednim situacijama, kao na primer prošle godine tokom poplava u Srbiji i ove godine kada je došlo do velikog priliva izbeglica i migranata.

UNICEF je zainteresovan da s poslovnim sektorom zajedno radi na unapređenju prakse koja se primenjuje u osnovnoj delatnosti kompanije i korišćenju korporativnih znanja, veština i mreža – a sve u cilju otklanjanja izazova sa kojima se suočavaju deca iz ugroženih kategorija, pritom jačajući i temelj za održivi i inkluzivni razvoj sve dece.

## MICHEL SAINT-LOT, direktor UNICEF-a u Republici Srbiji

### Šta pokazuju istraživanja, koji su to problemi najviše izraženi sa kojima se suočavaju deca i mladi u Srbiji?

Prema poslednjem istraživanju višestrukih pokazatelja za Srbiju, rezultati nam pokazuju da u oblasti zdravlja možemo biti zadovoljni što je stopa smrtnosti odojčadi drastično smanjena, ali ne možemo biti zadovoljni što je samo 80 procenata dece dobilo sve neophodne vakcine za svoju starosnu grupu i što je samo 40 procenata romske dece vakcinisano.

Zabrinjava nas i mali procenat majki koje isključivo doje svoje bebe tokom prvih šest meseci – samo 13 procenata mladih majki u Srbiji je svesno da je majčino mleko najbolja hrana za bebu. U opštoj populaciji, čak 14 procenata dece ima preveliku telesnu masu, dok stopa zaostajanja u rastu iznosi šest procenata. U romskoj populaciji, čak 19 procenata dece je previše nisko za svoj uzrast zbog neuhranjenosti. Ukoliko dete zaostaje u rastu tokom prve tri godine života, kada je razvoj mozga intenzivan, organizam nikad ne može da se oporavi – ono što se tad izgubi izgubljeno je zauvek, a čak šest procenata dece iz opšte populacije se ne razvije do punog potencijala. Kvalitetna ishrana i kvalitetno obrazovanje jačaju kvalitet nacije.

Skoro polovina dece u Srbiji pohađa predškolske pripremne programe – što je napredak u odnosu na jednu trećinu dece koja su pohađala predškolsku nastavu tokom 2000. godine, ali taj procenat je još uvek nizak u poređenju sa zemljama EU u kojima pokrivenost predškolskim obrazovanjem iznosi 85 procenata. Međutim, veoma nas brine činjenica da samo devet procenata dece iz siromašnih domaćinstava pohađa predškolske programe, naročito zato što je pre samo četiri godine 22 procenta dece iz siromašnih domaćinstava pohađalo predškolsko. Veličinu društvenog jaza najbolje ilustruje činjenica da 82 procenta dece iz bogatih domaćinstava i samo šest procenata romske dece pohađaju predškolsko. Povećan je broj dece obuhvaćene obrazovnim sistemom, ali kvalitet obrazovanja još uvek predstavlja izazov. Generacije dece završavaju školu, a da prito nisu stekla neophodna

znanja i veštine koji se traže na tržištu – jer ih nisu naučili da razmišljaju nezavisno i da logički povezuju sadržaje. Zato smatramo da treba revidirati nastavni plan i program, kao i metodologiju.

Zabrinuti smo zbog nasilja nad decom i nasilja koje čine deca. Nijedno dete se ne rađa kao nasilnik. Dete koje je izloženo nasilju može postati nasilnik – on ili ona može maltretirati svoje vršnjake u školi ili svog partnera u braku. U istraživanju koje smo sproveli u martu ove godine, više od 40 procenata dece dalo je potvrđan odgovor na pitanje da li su bili žrtve fizičkog ili verbalnog nasilja u školi ili u porodici. U Konvenciji o pravima deteta, čiji je Srbija potpisnik, jasno je navedeno da sva deca moraju biti zaštićena od nasilja. Iako je fizičko kažnjavanje dece zabranjeno u obrazovnim ustanovama, zakon još uvek ne štiti decu od fizičkog kažnjavanja od strane roditelja.

Pored toga, prema jednoj studiji čiju je izradu podržao UNICEF, 70% dečaka i 68% devojčica (6-8. razred) doživelo je rodno nasilje u školi, dok je 17% srednjoškolaca doživelo maltretiranje na društvenim mrežama. Nevladine organizacije su sprovele istraživanje o seksualnom nasilju, koje pokazuje da je 13% dece uzrasta od 10 do 18 godina doživelo neki oblik seksualnog nasilja, ali zvanični podaci jasno pokazuju da se ova vrsta nasilja ne prijavljuje u adekvatnoj meri. Nepotpuno prijavljivanje je očigledno i u slučaju zlostavljanja dece na internetu, jer kod roditelja, nastavnika, socijalnih radnika, policije i zdravstvenih radnika ne postoji dovoljna svest o postojanju i opasnostima ove vrste nasilja. Već deset godina UNICEF u Srbiji podržava Vladu pri definisanju identifikacije nasilja, daljeg upućivanja i strategiji reagovanja, kao i u njihovom sprovođenju u lokalnim zajednicama u celoj zemlji. Socijalni radnici sada imaju ključnu ulogu i uključeni su u sve prijavljene slučajeve kako bi se postarali da se, u okviru procedure, slučaj zlostavljanja deteta tretira na način koji je u najboljem interesu deteta, kao i da sudski ili administrativni postupak ne dovede do sekundarne viktimizacije. Zdravstvene ustanove i škole imaju obavezu da



prijavljuju slučajeve zlostavljanja, ali još uvek je konstantno prisutno smanjeno prijavljivanje u mnogim zajednicama. UNICEF je imao ključnu ulogu u pilotiranju programa „Škola bez nasilja“, čiji su glavni elementi sada poboljšani i koji predstavlja sastavni deo obaveznih obrazovnih politika na nivou škole.

### **Da li je, prema vašoj oceni, potrebno raditi mnogo više na razvoju CSR u Srbiji i koje su prepreke razvoju društveno odgovornog poslovanja?**

Kao što sam već napomenuo, društveno odgovorno poslovanje u Srbiji je u porastu. Vlada ima svoju ulogu u tome i treba da nađe modele za bolju saradnju sa poslovnim sektorom. U najmanju ruku, poslovni sektor treba da promovise dobru upravu, da se pridržava nacionalnih i međunarodnih zakona i standarda, da uplaćuje porez na transparentan način, kao i da se bori s korupcijom. Ove aktivnosti ne samo da opravdavaju njihovu dozvolu za rad, već i na najmanju meru svode rizik po njihov ugled, a mogu i da poboljšaju njihovu lidersku poziciju po pitanju održivosti i tako podignu standarde za sve ostale. Poslovni sektor ima i ogroman potencijal da doprinese održivom razvoju u lokalnim zajednicama u kojima posluju. Takođe, može dati značajan doprinos u vidu podrške radu Vlade kroz strateška ulaganja u društvo koja su povezana sa osnovnim delatnostima kompanije, kao i kroz zagovaranje i angažovanje po pitanju javnih politika. Kad govorimo o društveno odgovornom poslovanju koje se

fokusira na decu, iako su zaštita i ostvarivanje dečjih prava obaveza Vlade, poslovni sektor ima značajnu ulogu imajući u vidu njegov potencijalni ekonomski, politički i društveni uticaj u državama u kojima posluje.

Društvo u kojem se dečja prava štite i ostvaruju je društvo koje za kompanije može biti i okruženje u kojem je moguće i održivo poslovanje. Deca koja su bezbedna, zdrava i obrazovana mogu obezbediti stabilnost i biti pokretači pozitivnih primena u svojim zajednicama, kao i doprineti osiguranju kontinuiteta poslovanja.

### **Koje programe u oblasti sporta podržavate?**

UNICEF je lider u oblasti korišćenja sporta u cilju razvoja i sklapa nova partnerstva sa širokim spektrom sportskih organizacija, sportista i mreža, koja utiču na opstanak, razvoj, obrazovanje i zaštitu deteta, a u cilju mobilisanja sredstava za decu.

Partnerstvo sa sportistima i sportskim organizacijama se zasniva na prepoznavanju neosporne moći sporta da angažuje decu i odrasle širom sveta. Decu prirodno privlače sport, rekreacija i igra, koji su sastavni deo detinjstva. Dopiranje do dece putem sporta je logičan potez jer se na taj način deca sreću tamo gde jesu ili treba da budu – u procesu igre.

U Srbiji koristimo sportske događaje i sklapamo partnerstva sa sportskim organizacijama i sportistima kako bismo kroz učešće u sportskim događajima promovisali pravo na igru, učestvovanje, fer-plej, nediskriminaciju i solidarnost.

# AKTIVNE ZAJEDNICE SU KIČMA NAŠEG PROGRAMA

## **Kome su namenjene donacije Trag fondacije, koji su vaši ciljevi?**

Trag fondacija je nastala pre šesnaest godina, kao odgovor na potrebu da se građanke i građani aktivno uključe u društvene promene u Srbiji. Naša misija je od početka bila jasno usmerena na izgradnju aktivnih i otvorenih lokalnih zajednica kroz podršku inicijativama udruženih građana. Verujemo u pristup promenama "odozdo", u sposobnost i želju ljudi da učine mnogo za sebe i za druge. Ovakav proces doprinosi izgradnji pravednog i odgovornog društva, zasnovanog na principima tolerancije, solidarnosti i saradnje. Zato neprestano ohrabrujemo građane da se aktivno uključe u poboljšanje života u svom okruženju i svojim angažmanom doprinesu razvoju Srbije. U prethodnom periodu smo uložili više od pet miliona evra u direktnu podršku za više od 1.200 građanskih inicijativa u 200 lokalnih zajednica.

U tom periodu smo menjali i sebe, i način na koji plasiramo svoje ciljeve i aktivnosti zainteresovanim građanima, partnerima i donatorima. BCIF je postao Trag, jer smo na tragu dobrih ideja, jer neprestano tragamo za novim inicijativama i želimo da ostavimo trag u široj zajednici.

## **Koje su aktivnosti Trag fondacije u 2015. godini i na kojim projektima radite?**

Svoj rad na razvoju lokalnih zajednica sprovodimo u tri programska segmenta – dodeli donacija, razvoju filantropije i zagovaranju za unapređenje javnih politika. Kao domaća fondacija, trudimo se da obezbedimo značajnu finansijsku podršku lokalnim grupama – kao ilustracija, u prethodnih pet godina smo u proseku dodeljivali oko 110 grantova godišnje.

Jedni smo od pionira u promociji i razvoju filantropije, kako bismo razvili lokalne potencijale i jačali društvenu odgovornost. Razgovaramo i sa građanima o značaju davanja za opšte dobro, kako bismo izgradili poverenje u rad fondacija. U okviru ovog programa razvili smo i nekoliko formata namenjenih obuci i tehničkoj podršci organizacijama kako bi što

uspešnije prikupljale sredstva iz lokalnih izvora. Za mnoge od njih to je bilo transformativno iskustvo jer su shvatili da mogu i umeju da se za podršku obrate najbližoj zajednici koja će ih podržavati ne samo tokom kampanje, već i ubuduće.

Da bi naši napori imali dugoročan efekat, aktivno zagovarujemo promene zakonskog okvira i značajnije podsticaje korporativnoj i individualnoj filantropiji, naročito u oblastima kao što je pružanje socijalnih usluga. Srbija je jedna od retkih zemalja u okruženju gde ne postoje poreske olakšice za davanja pojedinaca. U tim aktivnostima blisko saradujemo i sa vladinim telima kao što su Kancelarija za saradnju sa organizacijama civilnog društva i Tim za smanjenje siromaštva i socijalno uključivanje.

Tokom godina smo uspostavili i dugoročna partnerstva i razvili čitav segment pružanja usluga kompanijama za sprovođenje njihovih programa podrške zajednicama i lokalnim projektima. Imamo lepu saradnju sa Erste bankom, NIS-om, Delta fondacijom; saradivali smo sa Bankom Intesa, Lutrijom Srbije, Holcimom i drugima.

Pored Tragovih tradicionalnih programa kao što su Aktivne zajednice, Forum za zelene ideje ili dodela godišnjih VIRTUS nagrada, u 2015. smo pokrenuli dvogodišnji program Filantropija u lokalnim zajednicama, koji dodatno osnažuje mlade fondacije u zajednicama. U maju smo ugostili tim međunarodnih volontera iz IBM-a koji su nam pomogli da postavimo osnove programa profesionalnog korporativnog volontiranja za organizacije koje podržavamo i do kraja godine očekujemo prve aktivnosti. Započeli smo i višegodišnji regionalni program podrške ženskim organizacijama koje se bore protiv nasilja nad ženama u Srbiji, Bosni i Hercegovini i Crnoj Gori.

## **U kojim oblastima je pomoć u razvoju lokalnih zajednica najpotrebnija?**

Naše društvo je siromašno i ograničenih resursa. Zahteva za podršku uvek ima mnogo i mi se trudimo da naše dnevne





kontakte sa lokalnim grupama i građanima pretočimo u korisne informacije o specifičnim potrebama. Oblasti u kojima smo tradicionalno aktivni u velikoj meri se odnose na razvoj i pružanje socijalnih usluga, podršku revitalizaciji javnih prostora koji svojim aktiviranjem u velikoj meri menjaju život zajednice, ulaganje u omladinski aktivizam u oblastima kao što je ekologija, kultura, i drugo. U skorije vreme ulažemo napore u podršku različitim inicijativama, ali i u poboljšanje zakonskih predloga koji se tiču društvenog preduzetništva i razvoja socijalne ekonomije. Smatramo da je to jedan od načina da aktivni građani direktno doprinesu održivosti svojih organizacija i aktivnosti.

**Imate program aktivne zajednice, na koga se odnosi taj program i koliko iznosi finansijska podrška za koju se može konkurisati?**

Aktivne zajednice su kičma našeg programa, to je bio prvi program donacija u fondaciji i do danas ostaje "rasadnik"

dobrih građanskih inicijativa za rešavanje konkretnih problema. Ti problemi su vrlo različiti; različita su i rešenja koja se mogu primeniti, pa ovaj program ostaje tematski neograničen. Konkurs je otvoren tokom cele godine za registrovane ali i neformalne grupe, a projekte primamo na čak četiri jezika – srpskom, mađarskom, albanskom i romskom. Kroz podršku koju im pružamo u iznosu do 350.000 dinara, oni uspešno prelaze prve stepenice i prepreke; stiču nova znanja, veštine i kontakte; grade samopouzdanje i poverenje zajednice. Rezultati koje postižu lokalne grupe – bez obzira na to da li grade bunar u selu, pretvaraju zapušteni bioskop u kulturni centar za mlade, organizuju eko-kamp, obnavljaju dečje igralište od recikliranih materijala – pokazuju da su pozitivne promene moguće i da ne zavise toliko od količine novca, koliko od volje, entuzijazma i znanja. Naravno da su sredstva potrebna i često nedovoljna. Stoga uvek ohrabrujemo grupe da koriste lokalne resurse i grade lokalna partnerstva sa kompanijama i lokalnim samoupravama. Na

# BILJANA DAKIĆ ĐORĐEVIĆ, Trag fondacija

kraju dana, lepo je čuti da neko kaže: "Da nema Traga, ne bi bilo ni nas...", čak i ako to nije sasvim tačno. Ali jeste istina da smo kroz Aktivne zajednice i druge programe podrške bili uz grupe građana u ključnim trenucima kada su im bili potrebni ohrabrenje i podrška. Ostalo su znali sami i, u većini slučajeva, daleko prevazišli naša i sopstvena očekivanja.

## **Kakva je procedura za dodelu donacija i koliko traje?**

Organizacije koje se prijavljuju za podršku Trag fondacije prolaze sveobuhvatnu proceduru koja se odvija na nekoliko nivoa i obično traje nekoliko nedelja, u zavisnosti od složenosti programa. Svaki program ima specifične kriterijume koji su jasno navedeni na našoj internet-stranici. Za male organizacije je važna i savetodavna podrška koju im pružamo u procesu apliciranja, kako bi bolje formulisali svoje ideje i pretočili ih u predloge projekata. Ono što karakteriše Trag, bez obzira na program dodele donacija, jesu posvećenost lokalnom poznavanju okolnosti i nezavisnost i transparentnost odlučivanja. Ponosni smo na svoju mrežu devet regionalnih savetnika koji nam pomažu da organizacije i perspektivnost njihovih ideja procenimo tokom samog procesa prijavljivanja. Na osnovu svega toga, nezavisne konkursne komisije za svaki od programa donacija donose kvalitetne i utemeljene odluke, biraju najbolje i one sa najviše potencijala za dalji razvoj. Po dobijanju sredstava, nastavljamo sa pružanjem aktivne podrške – redovno obilazimo grupe i pratimo njihov rad, savetujemo ih kako da bolje sprovedu planirane aktivnosti, obezbeđujemo dodatne kontakte sa potencijalnim donatorima i drugim važnim akterima, promovišemo ih na svojim društvenim mrežama.

## **Zašto je važna korporativna filantropija i kako ocenjujete njen razvoj u Srbiji?**

Kroz podršku lokalnim inicijativama i organizacijama civilnog društva, kompanije direktno pomažu razvoj zajednica u kojima deluju. Ova podrška se može iskazati u vidu materijalnih donacija ili volonterskog rada zaposlenih i svakako doprinosi rešavanju ključnih problema u zajednici i razvoju lokalne ekonomije. Kompanije koje posluju odgovorno i same imaju koristi od toga jer beleže bolji imidž u javnosti, veću motivisanost zaposlenih i unapređenu lojalnost partnera i klijenata sa kojima posluju. Dosadašnji razvoj korpo-

rativne filantropije u Srbiji ukazuje na postojanje sve većeg broja kompanija sa razvijenom strategijom za korporativna davanja i programima u okviru kojih doniraju finansijsku podršku, proizvode ili vreme svojih zaposlenih. Ovaj razvoj se dešava uprkos finansijskoj krizi i proceni kompanija da su, u svojim naporima, nedovoljno podržane od strane države i medija. Pravi uspon je vidljiv, posebno kod malih i srednjih preduzeća koja se sve više uključuju u inicijative za opšte dobro i doprinose pozitivnim promenama u društvu. Ohrabruje i činjenica da se grade sve jače veze između kompanija i organizacija civilnog društva i da je sve više zajedničkih programa koji se implementiraju kroz višegodišnje partnerstvo između ova dva sektora.

## **Da li poslovni sektor dovoljno ulaže u filantropiju i opšte korisne svrhe?**

Kompanije su značajno angažovane u podršci razvoju zajednica, i to sve više čine na strateški način i gradeći dugoročna partnerstva. Da li je to dovoljno, teško je proceniti, jer mi najčešće vidimo i pozdravljamo ono što je učinjeno. Sa druge strane, evidentno je da i dalje preovlađuju ulaganja i pomoć koja je socijalno-humanitarnog karaktera – kompanije su spremne da se brzo angažuju i nesebično obezbede traženu podršku u novcu ili u robi. To smo videli na primeru prošlogodišnjih poplava, kao i u slučaju rastuće izbegličke krize. Čini se da i dalje preovlađuje pomoć koja premošćuje nedostatke u socijalnim davanjima ili je humanitarnog karaktera; ona koja odgovara na neposredno iskazane potrebe. Svakako bi trebalo pozdraviti napore kompanija koje strateški pomažu lokalne zajednice, planski i dugoročno. Kao Trag fondacija, saradivali smo i nastavljamo da sa kompanijama saradujemo na ovim programima i dajemo svoje preporuke.

## **Kakvo je poređenje Srbije sa zemljama regiona u oblasti korporativnog davanja?**

Situacija zavisi od zemlje do zemlje, ali se mogu izvući neki opšti zaključci. Na osnovu podataka koje je za 2013. prikupila Fondacija Katalist, vidimo da Srbija spada u grupu zemalja gde su kompanije na drugom mestu po davanjima (iza građana), dok u Crnoj Gori i Makedoniji korporativna filantropija zadržava primat. Osim u Hrvatskoj i na Kosovu, u svim dru-



gim zemljama na prvom mestu kao primaoci korporativnih donacija su institucije, a tek onda neprofitne organizacije. U Hrvatskoj, neprofitne organizacije su na prvom mestu, a na Kosovu su to ipak pojedinci i porodice. Kada biraju kome će da doniraju sredstva, u svim zemljama, uključujući i Srbiju, kompanije se odlučuju da deluju i daju u zajednicama u kojima obavljaju svoju poslovnu delatnost. Deca i mladi prednjače kao korisnici korporativnih davanja kod nas, u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Makedoniji. Kompanije na Kosovu biraju ekonomske kriterijume i pomažu u smanjenju siromaštva, a u Hrvatskoj podrška najviše ide osobama sa invaliditetom. U celom regionu više od 80% donacija se daje direktno korisnicima, a u 70% slučajeva je u pitanju novac, a ne donacije u robi i slično.

#### **Kakva je regionalna saradnja fondacija i postoje li neke zajedničke aktivnosti sa susednim zemljama?**

U saradnji sa kolegama iz Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Kosova i Makedonije, 2009. godine smo osnovali SIGN – mrežu domaćih fondacija Jugoistočne Evrope. Blisko saradujemo u mnogim pitanjima, a naročito smo zajedno fokusirani na proces zagovaranja za pozitivne zakonodavne promene i uspostavljanje viših standarda u radu organizacija građanskog društva. Na osnovu detaljne analize pravnog okruženja, u svakoj od zemalja predlažemo dodatne podsticaje i poreske olakšice u davanju za opšte dobro. Na drugoj strani, radimo na jačanju građanskog aktivizma tako što unapređujemo njihova znanja o prikupljanju sredstava, uz svest o tome da taj proces mora biti odgovoran i transparentan da bi dugoročno bio održiv. Naše standarde u ovoj

oblasti je prihvatilo više od 150 organizacija u regionu, obuhvatili smo preko 70 organizacija, i u stalnom smo dijalogu sa vladama i poreskim upravama u regionu. Iako smo formalni lider ovih aktivnosti, mnogo učimo od sestrinskih fondacija i koristimo svaku mogućnost da ojačamo partnerstvo i regionalnu saradnju kako bismo pridobili podršku i Evropske unije i institucija za naš rad u javnom interesu.

#### **Uskoro imate deveti konkurs za nagradu VIRTUS. U kojim sve kategorijama se nagrada dodeljuje?**

VIRTUS nagrada je za devet godina postojanja izrasla u vrlo prestižno nacionalno priznanje, jer na objektivan i transparentan način prepoznaje i javno ističe kompanije, preduzeća i pojedinačne darodavce koji na strateški način dugoročno podržavaju razvoj zajednica i tako daju najbolji primer drugima. Ovogodišnji konkurs za korporativne i individualne filantropije je otvoren početkom septembra i trajeće šest nedelja, a nagrade ćemo dodeliti na javnom događaju krajem januara 2016. Ključnih pet kategorija u kojima dodeljujemo nagrade su glavna nagrada za doprinos kompanije na nacionalnom nivou, nagrada za doprinos lokalnoj zajednici u kojoj kompanija posluje, nagrada za malo i srednje preduzeće, nagrada za dugoročno partnerstvo između poslovnog i neprofitnog sektora, kao i nagrada za individualni doprinos filantropiji. Naš nezavisni žiri će i ove godine imati izuzetno težak posao, pa su moguće i neke specijalne nagrade kako bismo zaista promovisali one najbolje. Drago nam je što nas u ovom poduhvatu već godinama prate i podržavaju Evropska komisija, Balkanski fond za demokratiju i, od ove godine, Američka agencija za međunarodni razvoj – USAID.

**VERAN MATIĆ**, glavni i odgovorni urednik informativnog programa B92

## ZDRAVSTVO I OBRAZOVANJE PRIORITETI

Naša dugoročna ideja je da stvorimo u društvu mnogo šire aktivnosti solidarnosti, da razvijemo dobročinstvo, filantropiju, proširimo frontove, ali i da ujedinito snage. Želeli bismo da otvorimo i akademiju za dobročinstvo, filantropiju, gde bismo edukovali kako pojedince tako i predstavnike različitih kompanija i društvenih organizacija za društveno odgovoran rad

Najpoznatije akcije Fonda B92, koji je prošle godine obeležio deset godina rada, jesu: „Bitka za bebe“, „Pokret 65 plus“, „Sigurna kuća“, „Hrana za sve“. Fond je pokrenuo i akciju „Bitka za škole“. „Jedno društvo se najbolje ceni po tome kakvi su mu zdravstvo i obrazovanje. Nažalost, tu smo na dnu evropskih i svetskih tabela. Zbog toga naš Fond ta dva sektora shvata kao prioritete svog rada“, kaže Veran Matić, glavni i odgovorni urednik informativnog programa B92. Ovo je jedna od trajnih akcija koje mogu da okupe najšire slojeve društva, od pojedinaca, preko kompanija, fondacija, lokalnih samouprava, jer su potrebe velike, poručuje Matić koji je i predsednik Upravnog odbora Fonda B92.

### **Kad ste počeli akciju „Bitka za škole“ i kojim školama je potrebna rekonstrukcija?**

Pre nekoliko godina, prolazeći pored osnovne škole koju sam pohađao od petog do osmog razreda, koja se nalazi u mestu Debrč, samo 50 kilometara od Beograda prema Šapcu, video sam da se još koristi poljski WC koji je napravljen kada sam ja išao u školu, sa izvaljenim vratima. Raspitao sam se kod dece i uglavnom kažu da trpe dok ne dođu do kuće. Zamolio sam direktora da mi pošalje predračune radova da se izgradi mokri čvor, i kada sam dobio procene, počeo sam da prikupljam sredstva. Za nekoliko nedelja prikupio sam neophodnih tridesetak hiljada evra i taj mokri čvor je dograđen. Čistoća je pola zdravlja, pranje ruku je preventiva za brojne bolesti. Uzdržavanje od odlaska u toalet proizvodi i tegobe i bolesti. To nisu uslovi za vaspitanje i obrazovanje. Raspitujući se, shvatio sam da ogroman broj škola u Srbiji ima slične probleme. Zbog toga smo od-

lučili da pokrenemo širu akciju „Bitka za škole“. U junu ove godine, Unicef me je obavestio da postoji veliki problem sa OŠ „Sveti Sava“ u mesnoj zajednici Bare, sa isturenim odeljenjem u Vrbnici. Kada sam pogledao na karti, shvatio sam da je to „kraj sveta“ i da bi to mogao biti prioritet. Poslali smo dopisnika iz Sjenice, koji je napravio potresnu reportažu i o poljskim toaletima i o bubnjarama na kojima se često ošteti odeća učenika koja se zimi suši (priroda surova, na 1.300 metara nadmorske visine), prozorima koji više propuštaju hladnoću nego što je zadržavaju. Pokrenuli smo akciju i u rekordnom roku (Kompanija BIC i Nordeus) prikupili smo sredstva u vrednosti od oko 25.000 evra, odabrali izvođača i uradili odličnu rekonstrukciju učionica. Zatim, izgradili mokri čvor u samoj zgradi, uveli grejanje, promenili prozore, vrata, napravili salu za fizičko za zimu i doneli savremenu opremu za učenje. Sve za mesec i po dana, do prvog dana škole. Voleli bismo kada bismo mogli da pomognemo u animiranju vlasti da asfaltira makadamski put u dužini od 25 kilometara, što bi veoma pomoglo đacima. Ali i njihovim roditeljima u ovom prelepom kraju koji bi mogao sa svojim proizvodima da ima šansu da se osnaže proizvođači, samo kad bi mogli da sve to iznesu na pijace i u prodavnice kako treba. Nastavljamo akciju, već imamo prikupljena sredstva za još jednu školu, a jedna se paralelno popravlja. Akcija, međutim, sa sobom povlači i animiranje za rešavanje brojnih drugih pitanja.

**Porodilišta, škole, stari ljudi... izgleda da je humanitarna pomoć potrebna na svakom koraku. Koje će ugrožene grupe ubuduće biti u fokusu Fonda B92?**

Fond je svoju pažnju u ovom trenutku posvetio izbeglica-



ma, jer je to nešto što se trenutno dešava, a i neka vrsta je prelomnog događaja koji pokreće i brojna druga pitanja. Prvenstveno smo usmereni na prvu pomoć, koja je neophodna na punktovima gde se okupljaju izbeglice. Siguran sam da je i aktivnost naših predstavnika i niza sugrađana doprinela da svi budemo ponosni na sveukupni odnos naše države prema izbeglicama. Posle prve impulsivne reakcije, pripremamo se za naredne mesecе koji će biti komplikovaniji. Prvenstveno kroz uspostavljanje info punkta u samom parku kod autobuske stanice, koji bi trebalo da povezuje preko informacija na svim bitnim jezicima: arapskom, urdu, paštu, engleskom, sve institucije i njihove aktivnosti sa samim izbeglicama. Kao i da im u najkraćem roku pomaže da dođu do potrebnih informacija, želimo da i u toj populaciji, u prvom redu pomognemo deci, pa ženama i naravno svima koji su bolesni ili imaju druga ograničenja. Veoma je važno proizvesti namenske mape, omogućiti im besplatni internet, što smo već na ovoj jednoj lokaciji uradili u saradnji sa Telenorom. Sada se radi i na mobilnoj aplikaciji i za sve koji budu koristili wi-fi, ali i druge, takođe

sa osnovnim informacijama, punkt za punjenje mobilnih telefona, zatim polovne telefone koji će biti na raspolaganju onima koji ih nemaju da se jave porodicama itd.

### **Koliko su inače kompanije u Srbiji spremne da pomognu i učestvuju u humanitarnim akcijama?**

Mislim da je veoma važno kako će aktivisti, organizacije koje se bave izbeglicama, raditi i na koji način će vršiti tu animaciju. Proteste 1996. godine je obeležio slogan „Beograd je svet“. Želeo bih da ono što se sada događa pretvorimo u novi brend Srbije: Srbija je humana, Srbija je svet, onaj bolji deo. Želeo bih da naši volonteri i svi koji dolaze u dodir sa izbeglicama nose majice i bedževe sa natpisom „Dobro došli u Srbiju“ na svim jezicima. I voleo bih da vidim i majice i ono što se često može čuti od izbeglica „Hvala Srbijo, hvala građani Srbije, mi nikoga ne ugrožavamo, želimo samo da se sklonimo od rata, sačuvamo živote našoj deci“. Siguran sam da treba jačati ovakvu komunikaciju. Naravno, i dati više informacija o tome gde se mogu zaposliti u Srbiji, koje veštine i zanati nedostaju (time se nikome

## VERAN MATIĆ, glavni i odgovorni urednik informativnog programa B92

ne bi uzelo radno mesto), sigurno među izbeglicama ima i informatičara koji su potrebni našoj IT industriji koja raste, kako bi zamenili one koji svakodnevno odlaze. Beograd je bio svet i kada je imao veliki broj studenata iz Afrike, Azije, i drugih delova sveta. Lepo je gajiti različitost kultura. Naše kompanije, kao što su se prošle godine uspešno preorijentisale na rešavanje problema poplava, sada bi trebalo da se dodatno fokusiraju na probleme izbeglica. I da pomognu njima, ali i našoj zemlji kako bi napravila sve ono što jedno humano društvo treba da uradi u ovakvim prilikama. Životno je važno da razvijamo i unapređujemo ovaj pozitivni odnos prema izbeglicama.

### **Koliko je obnovljeno porodilišta i imate li i dalje planove za tu kampanju?**

Do sada smo u potpunosti opremili 25 porodilišta u Srbiji i ona neće imati veće potrebe za savremenom tehnikom u narednih desetak godina koliko traju garancije i koliki je vek trajanja većine aparata. Ostaje nam još toliko. Naravno, prošle godine je usporeno prikupljanje sredstava, jer se 90 odsto novca usmerilo ka rešavanju elementarne nepogode, poplava. Ipak, imamo i dalje favorite donatore. Kada je pao helikopter koji je prevezio bebu iz porodilišta u Novom Pazaru, sledećeg dana nazvao me je najveći donator ove akcije Milan Popović i tražio spisak šta je sve potrebno ovom porodilištu da bi se smanjila potreba za ovakvim rizičnim akcijama. Mi smo spremili ubrzo spisak i ovih dana je uručena oprema vredna 90.000 evra, koju je on u potpunosti finansirao. Često animiramo ovom akcijom i druge organizacije, tako da je ovo porodilište paralelno dobilo sredstva za građevinsku rekonstrukciju i zamenu instalacija, što se upravo radi, tako da će uz novi prostor dobiti i novu opremu. Naravno, animiraćemo nadležne i da omogućće kadrovsko jačanje, naročito u neonatološkom sektoru, jer sam se i sam uverio da je put do Kragujevca gde je referentni centar za neonatologiju koji pokriva Pazar, udaljen oko dva i po sata vožnje po prilično lošem

putu. I to prevremeno rođenoj bebi od jednog kilograma može biti nepremostiv podvig da ostane u životu do prve ozbiljne zdravstvene pomoći. Da bi se smanjila smrtnost, neophodno je ojačati tu zdravstvenu ekspertsku uslugu odmah na licu mesta.

### **Kakvi su dosadašnji rezultati akcije za porodilišta i „Bitke za bebe“ u tom pogledu?**

Obnavljanje porodilišta daje jasne rezultate, kroz smanjenje smrtnosti beba, kroz bolju zdravstvenu negu i pažnju kako bi se smanjili svi problemi i oštećenja koji se javljaju u rizičnim trudnoćama, porođajima. Zdravstveno osoblje bolje radi kada ima uslove, kada ne mora samo da improvizuje. Uveli smo u red i redovno održavanje opreme, što kontrolišemo, kako bi se produžio vek trajanja te opreme. Imam utisak da smo uspeali da podstaknemo i druge organizacije da se sa različitih aspekata bave ovim problemima i verujem da ćemo za nekoliko godina imati zdravu nultu poziciju kada je reč o tehnološkoj uređenosti naših porodilišta. Verujem da će to pratiti i razvoj zdravstvene usluge, osoblja i ostalog.

### **Koji su dugoročni ciljevi Fonda B92?**

Sve ove akcije su dugoročne. Kao što vidite, baveći se porodičnim nasiljem ne samo da smo uspeali da izgradimo sedam sigurnih kuća, već i da nametnemo ovu temu kao jednu od najvažnijih u zemlji. I kad napravimo još dve, od kojih je prva u Sremskoj Mitrovici u završnoj fazi izgradnje, biće to adekvatna mreža ovakvih ustanova za celu teritoriju Srbije. Nasilje prema deci i prema ženama zaista je kancer društva i neophodno je da pored spasavanja živih glava, intenzivnije radimo na preventivi, rigoroznijoj i efikasnijoj pravnoj zaštiti, udaljavanju nasilnika iz kuće, odmah po prijavljenom nasilju. Radimo na projektima osnaživanja žena koje su doživele nasilje u porodici, kako bi mogle da ostvare ekonomsku samostalnost i kako bi se u potpunosti eliminisala potreba da se vraćaju mužu nasilniku. Taj

eksperimentalni projekat radimo sa UN Trust fondom i UN Women u Somborskoj kući kroz edukaciju za gajenje organskog povrća, ali i za niz zanata koji im mogu pomoći da same pokrenu neki biznis. Direct Media je donela odluku da u potpunosti rekonstruiše tri sigurne kuće koje su već nagrizli vreme i velika fluktuacija. U ovoj komunikaciji se često rešava niz svakakvih problema koje imaju i žene i deca. Ovo je model i za druge kompanije na koje bi sve načine mogle da se bave društveno odgovornim aktivnostima, poslovanjem. Ovo je viši nivo od onog „hladnog“ planiranja budžeta za ovu delatnost i uplaćivanja nekome ko bi to potrošio na najpametniji način. Ovako i direktno pomažemo, a i oplemenjujemo i druge i sebe.

### **Imate li podršku institucija u tim aktivnostima?**

Isto tako, u saradnji sa Avonom i ambasadam Sjedinjenih Američkih Država svakog oktobra obeležavamo tzv. Roze dan, skrećući pažnju javnosti na probleme sa kojima se susreću žene obolele od raka dojke i pomažući organizacijama širom Srbije da pokažu svoje aktivnosti i vrednosti za koje se bore. Ovo je nastavak naše davne akcije nabavke digitalnog pokretnog mamografa, koji će uskoro opet biti u funkciji. Decom i mladima se bavimo kroz niz svojih akcija i projekata, od saradnje sa MUP-om, Ministarstvom telekomunikacija i Ministarstvom obrazovanja, sa kojima radimo na bezbednom korišćenju interneta, preko „Bitke za bebe“ i porodilišta koje javnost jako dobro poznaje, pa sve do „Slobodne zone junior“ i „ReGeneracije“. I na taj način pružamo mladima i njihovim nastavnicima znanja i alate za korišćenje alternativnih metoda u nastavi, ali i aktiviranju mladih u društvu kroz odgovorno ponašanje prema sebi i prema svojoj zajednici. „Bitka za škole“ samo je prirodan nastavak svih ovih dugogodišnjih napora Fonda B92. Naša dugoročna ideja je da stvorimo u društvu mnogo šire aktivnosti solidarnosti, da razvijemo dobročinstvo, filantropiju, proširimo frontove, ali i da ujedinito snage, edukujemo, senzibiliramo za dobrotu. Želeli bismo

da otvorimo i akademiju za dobročinstvo, filantropiju, gde bismo edukovali i pojedince, ali i predstavnike različitih kompanija i društvenih organizacija, za društveno odgovoran rad, da stvorimo rasadnik.

### **Takođe, osim humanitarnih aktivnosti bavite se veoma važnim pitanjem istrage ubistava novinara. Predsednik ste Komisije za istraživanje ubistava novinara. Do sada je Apelacioni sud potvrdio optužnicu za ubistvo novinara Slavka Ćuruvija. Koliko je urađeno na ostalim slučajevima kojima se Komisija bavi, ima li novih dokaza?**

I ovo je vrsta društveno odgovornog angažmana. Kao novinar, nisam mogao da ostanem po strani gledajući kako ne uspejaju istrage. Bilo mi je jasno da je nešto potrebno promeniti, da je potrebno uključiti različite posvećenike u rešavanje ovih slučajeva i predložio sam osnivanje Komisije. Kao što vidite, urađeno je nešto što je donedavno bilo nezamislivo, slučaj Ćuruvija je doveden do sudskog epiloga. Verujem da će slučaj Pantić, takođe, rezultirati sudskim epilogom. Počelo je i superveštačenje u slučaju Dade Vujasinović, obezbeđena su sredstva za ekspertizu u Nacionalnom forenzičkom institutu u Hagu. Sada ćemo se mnogo više posvetiti najkomplikovanijem slučaju, stradalima u bombardovanju RTS.

### **Šta su najveći problemi na koje nailazite tokom istrage?**

Najveći problem je taj što je previše vremena prošlo i opstrukcije su učinile previše da se zametnu tragovi, kompromituju dokazi, podmetnu lažni tragovi i pravci, itd. Na drugom mestu, rasparčana dokumentacija koju je veoma teško prikupiti u autentičnom obliku. I ljudi, svedoci kojih je sve manje, umiru, neki nisu dostupni, a neki su pod ozbiljnim pretnjama. Svakako, najveći problem je pravosudna inercija, premalo ambicioznih poletnih tužilaca, hrabrih i beskompromisnih sudija i snažnih zaštitnika pravne države.

**RADOICA RSTIĆ, upravitelj Fondacije „Podrži život“**

## **PRIKUPILI SMO 60 MILIONA DINARA**

Fondacija je za godinu dana samo od SMS poruka prikupila oko 30 miliona dinara, što čini 50 odsto ukupnih donacija. U Srbiji ima 10 miliona mobilnih telefona, kada bi svaki građanin jednom u tri meseca poslao jednu SMS poruku, bilo bi dovoljno novca za svu bolesnu decu u Srbiji

Svakodnevno čitamo u štampi ili čujemo na televiziji da je potrebna pomoć bolesnoj deci čije je zdravlje ozbiljno ugroženo i neophodno je lečenje u inostranstvu, za koje njihovi roditelji nemaju novca. Fondacija „Podrži život“ osnovana je prošle godine sa ciljem da pomogne deci kojoj je potrebno lečenje i njihovim porodicama. Jedan od osnivača fondacije je glumac Sergej Trifunović. Na sajtu fondacije, između ostalog, istaknuto je: „Verujemo samo u jednu budućnost. Budućnost u kojoj deca odrastaju dostojanstveno“. Radoica Rstić, upravitelj fondacije „Podrži život“ kaže da su u prethodnih godinu dana, od osnivanja, uspeli da prikupe 60 miliona dinara donacija. I obezbedili novac za lečenje 33 dece u zemlji i inostranstvu, za koje su na osnovu izdatih računa direktno platili troškove klinikama.

### **Da li ste zadovoljni prvom godinom rada fondacije i koliko često vam se ljudi obraćaju za pomoć?**

Veoma smo zadovoljni prvom godinom rada fondacije. Naime, fondacija „Podrži život“, osnovana pre godinu dana, uspešno radi na jednom od najtežih i najosetljivijih pitanja društvene odgovornosti, a to je pomoć deci oboleloj od teških bolesti. Sergej Trifunović nas je sve okupio, jer je prepoznao koliko je to veliki problem i osnovali smo fondaciju sa ciljem da prikupljamo novac i pomažemo deci. Nama svakodnevno stižu zahtevi za pomoć iz cele Srbije, molbe za pokretanje humanitarnih akcija i pružanje finansijske pomoći za lečenje, kako u Srbiji tako i u inostranstvu. Dakle, javljaju se roditelji dece kojoj nažalost Republički fond za zdrav-

stveno osiguranje (RFZO) nije mogao da pomogne i obezbedi sredstva za lečenje, te su oni prinudeni da se obrate nama za pomoć.

### **Koje su aktivnosti i kampanje fondacije trenutno aktuelne?**

Na poslednjoj sednici Upravnog odbora, donete su odluke da se pokrene akcija pomoći za šestoro dece, od čega su troje sa teškim oštećenjem vida, koji se upućuju na klinike u Rusiju. Zatim, dvoje dece obolele od cerebralne paralize i jedno dete sa teškim opekotinama za potrebnu terapiju. Uz pomoć naših donatora, spremni smo da u veoma kratkom roku pokrenemo akciju i obezbedimo novac u iznosu od 50.000 evra za pomoć devojčici Dorotei Stamenković iz Smedereva. Dorotea ima samo dve godine i obolela je od tumora bešike. Osim našoj fondaciji, roditelji su se obratili i Republičkom fondu za zdravstveno osiguranje. Još čekamo odgovor od RFZO i ukoliko budu odbijeni, mi ćemo obezbediti potrebna sredstva. Istakao bih, takođe, da smo u avgustu uspešno realizovali akciju sa kompanijom „Gomex“ iz Zrenjanina, koja se odrekla dela svoje marže na artikle „gileta“ i „head and shoulders“. Tako smo obezbedili donaciju u vrednosti od 500.000 dinara. Takođe, potpisan je ugovor sa kompanijom „Taktik 011“ iz Beograda, zastupnikom proizvođača maslinovog ulja „Monini“ u Srbiji, koji od svakog prodatog artikla ustupaju fondaciji iznos od 100 dinara. Odnosno, štampano je 30.000 etiketa sa logom naše fondacije i očekuje se donacija u iznosu od tri miliona dinara.





**Ko su najveći donatori, koliko su građani spremni da pomognu i kakav je odziv?**

Građani aktivno učestvuju u akcijama za pomoć deci, oni su naši najveći donatori, na taj način što šalju SMS poruke na humanitarni broj 5757, koji važi za sve mobilne mreže u Srbiji. Zadovoljni smo odzivom. Cena poruke je 100 dinara, što većina može da izdvoji bez većih poteškoća. Napominjem da je fondacija samo od SMS poruka preko humanitarnog broja 5757 za godinu dana prikupila oko 30 miliona dinara, što čini pedeset odsto ukupnih donacija. U Srbiji ima 10 miliona mobil-

nih telefona, kad bi svaki građanin jednom u tri meseca poslao jednu SMS poruku, bilo bi dovoljno novca za svu bolesnu decu u Srbiji.

**Ima zanimljivih ideja, kao što je humanitarna vožnja biciklima od Beograda do Budimpešte, da li je ta akcija bila uspešna?**

Da, u pitanju je divna akcija dve humane devojkice, Line Bošković i Ivane Radojković, koje su želele da dodatno pomognu detetu Lazaru Majstoroviću. On je oboleo od tumora na malom mozgu i fondacija «Podrži život» obezbedila je sredstva

## RADOICA RSTIĆ, upravitelj Fondacije „Podrži život“



za operaciju u Parizu i on je danas zdravo i živahno dete. Njih dve su biciklima prešle ukupno 559 kilometara od Beograda do Budimpešte kako bi skrenule pažnju na problem i preko društvenih mreža apelovale na slanje SMS poruka na broj 5757. Zahvaljujem im na uspešnoj akciji. Akcija je bila originalna, uspešna i moram da istaknem da nam se javlja sve više volontera, uglavnom studenata koji su spremni da pomognu.

**Osim građana, kako ocenjujete doprinos kompanija u Srbiji, pomažu li dovoljno u humanitarnim akcijama?**

Za humanitarni rad je najvažnije poverenje donatora. Članovi Upravnog odbora naše fondacije su poznate javne ličnosti iz Srbije, ljudi koji su svoj lični autoritet ugradili u fondaciju i svakodnevno jačaju poverenje kod donatora. Velike kompanije imaju svoje korporativne fondacije preko kojih iskazuju svoju društvenu odgovornost. Naše iskustvo je pozitivno, jer smo naišli na saradnju u većini kompanija kojima smo se obratili za pomoć. I smatramo da bi kompanije u Srbiji mogle

da pokažu još veću društvenu odgovornost ukoliko bi bile stimulisane kroz neke poreske olakšice.

### **Verujete li da se društvo može promeniti, postati humanije?**

Verujem da su ljudi dobri i humani i verujem da se društvo uvek može i mora menjati nabolje. Potrebno je više govoriti o potrebi da se bude human i da se humanost što više podstiče, promoviše i populariše u društvu, pogotovu kod mlađe populacije, koju tek treba podučavati o humanim vrednostima. Takođe, treba donositi normativne akte kojima se humanost podstiče i stvara zakonski okvir za realizaciju humanitarnih akcija. Država treba da prepozna fondacije poput naše kao svog partnera. Da društvo može biti humanije dokazuju pozitivni primeri. Jedan od takvih je postupak Aleksandra Savića, koji je fondaciji donirao 140.000 evra koliko je preostalo od lečenja njegove ćerke Une. Kao i postupak našeg mladog glumca Ivana Mihailovića koji je fondaciji donirao iznos od 25.000 evra, koliko je dobio kao nagradu za učešće u emisiji "Plesom do snova".

### **Humanitarne akcije su postale jedina nada roditeljima koji nemaju novca za lečenje bolesne dece u inostranstvu, jer je kvalitet zdravstvenih usluga u Srbiji na niskom nivou, bolnice su u lošem stanju, o korupciji u zdravstvu svakodnevno saznajemo iz medija. Možemo li imati budućnost kad nam je ovako loš zdravstveni sistem?**

Mislim da ovo pitanje nije upućeno pravom sagovorniku, jer nije na meni kao upravitelju jedne fondacije da kritikujem zdravstveni sistem u Srbiji. Svakako da naše zdravstvo nije na zavidnom nivou i da treba mnogo raditi na njegovom unapređenju, ali to zahteva nacionalnu strategiju i jedan dugoročan i iscrpan proces koji se ne može lako sprovesti. Dugo godina

nije se dovoljno ulagalo u zdravstvo u Srbiji, danas su vidljivi pomaci. Iskreno se nadam da će jednog dana zdravstveni sistem u Srbiji biti na takvom nivou da će većina operacija koje mi danas finansiramo u inostranstvu, moći da se izvode i u našoj zemlji.

### **U poslednjih godinu dana bilo je mnogo nasilja nad decom. Šta se može promeniti na zakonodavnom nivou? Pozitivan primer u tom pogledu jeste da je usvojen Tijanin zakon.**

Slučaj Tijane Jurić je mobilisao celu javnost u Srbiji na adekvatan način. Njen ubica je doživeo ne samo pravnu, već i društvenu osudu kakvu je zaslužio. Tijanin zakon na pravi način postavlja pitanje odnosa prema onima koji napadaju, siluju i ubijaju decu, a sa druge strane na pravi način reguliše reakciju policije u slučajevima nestanka dece i mladih, a što je dodatno regulisano i izmenama i dopunama Zakona o policiji. Takođe, pohvalna novina Tijaninog zakona jesu i odredbe o bezbednosnoj proveru kriminološki interesantnih lica i osoba koje spadaju u kriminološki rizične zbog njihovih ranijih inkriminiranih postupaka. Tijanin zakon jasno i nedvosmisleno podiže na mnogo viši nivo odnos celog društva prema nestanku i teškim krivičnim delima prema deci i mladima u Srbiji. Fondacija "Podrži život" takođe se zalaže i za usvajanje izmena i dopuna zakona o roditeljima - negovateljima koje bi dale poseban status onim roditeljima čija su deca teško obolela. Zato što su oni onemogućeni da svakodnevno izvršavaju svoje radne obaveze. Teško obolela deca zahtevaju posebnu pažnju i njihovi roditelji moraju biti stalno pored njih, zbog čega su onemogućeni da obavljaju svoje radne obaveze. Stoga, bilo bi neophodno ovim roditeljima dodeliti jedan poseban status zakonskim putem, kako bi im se pomoglo u prevazilaženju teških porodičnih i finansijskih prilika.

**IVAN LALIĆ**, izvršni direktor "Mikser House"

# PRAVDA, SOLIDARNOST I HUMANOST

Akciju za prikupljanje pomoći izbeglicama počeli smo na dan kad je pre tačno 20 godina iz Hrvatske proterano više od 200.000 naših ljudi. Odlučili smo da na taj dan pozovemo na solidarnost i pomoć. Podršku smo dobili od pojedinaca i humanitarnih organizacija, koji donose hranu, vodu, garderobu i higijenska sredstva

Kulturna organizacija „Mikser“ je među prvima u Srbiji organizovano počela da prikuplja pomoć za izbeglice sa Bliskog istoka. Letnja scena je početkom avgusta pretvorena u mesto gde se prikuplja neophodna pomoć: hrana, voda i osnovna higijenska sredstva. Organizatori su pozvali i sve zainteresovane kompanije, institucije i nevladine organizacije da se pridruže i pomognu svojim donacijama za nabavku osnovnih higijenskih sredstava. Ivan Lalić, izvršni direktor "Mikser House" kaže da u proseku 500 izbeglica dnevno prođe kroz njihov servisni centar za pomoć u Savamali.

## **Na koji način pomažete izbeglicama?**

Nedavno smo procenili da primamo između 350 i 600 ljudi dnevno. I u tom poslu učestvuje oko pet stalno zaposlenih iz „Mikser House“ i angažovano je oko 50 volontera. Našu letnju scenu pretvorili smo u servisni centar za izbeglice, gde prikupljamo pomoć u robi: hranu, vodu, garderobu i pružamo im medicinske usluge. Zajedno sa mnogo pojedinaca i humanitarnih organizacija koje su nam se priključile, napravili smo mesto za pomoć na kojem udruženo i solidarno pomažemo izbeglicama. I to je za nas bilo nekako normalno, ne vidim u tome nekakvu originalnost. Izbeglice se nalaze u parku



kod autobuske stanice, u našoj su blizini, gledamo ih svaki dan i jednostavno odlučili smo da ne okrećemo glavu nego nešto da uradimo.

## **Koje vam službe pomažu prilikom pružanja medicinske pomoći izbeglicama?**

Medicinsku pomoć pružamo u saradnji sa nekoliko privatnih klinika. Pored toga, prikupljamo hranu i sredstva za higijenu. Voda nam brzo nestaje, pa su nam potrebne veće količine, zatim konzervisana hrana i higijenska sredstva. I to mali šamponi i sapuni, jer oni ostaju ovde svega nekoliko dana. Srbija je za njih tranzitna zemlja i



kod nas u servisni centar dolaze da se okrepe. Takođe nam je potrebna hrana za bebe, pelene i vlažne maramice, jer ima mnogo roditelja sa bebama. Planiramo da pravimo tuševе i jedan veliki šator kad počne lošije vreme da može više ljudi da se skloni.

**Nedavno, moglo se čuti u medijima da je u Minhenu na autobuskoj i železničkoj stanici toliko prikupljeno humanitarne pomoći da je nemačka policija zamolila građane da ne donose pomoć za izbeglice iz Sirije u robi, zato što je prepuno hrane, odeće, pelena i sredstava za higijenu. Da**

**li ste zadovoljni odzivom ljudi koji su spremni da pomognu?**

Kod nas sve što dođe vrlo brzo se distribuira. Veliki broj dnevno dolazi i sve se brzo potroši. Zaista je divno videti da ima mnogo pojedinaca, građana koji dolaze i raspituju se šta nam je potrebno, šta mogu da kupe i donesu. Građani su reagovali dobro, a isto tako i javni sektor. Na nivou države je, dakle, poslata poruka da smo spremni da pomognemo izbeglicama i da je to politika države. I to je ono što je važno, poslali smo poruku da smo prijateljska zemlja i takav odnos se prenosi i na kompanije. Ovu akciju smo počeli na dan kada je pre

## IVAN LALIĆ, izvršni direktor "Mikser House"

tačno 20 godina iz Hrvatske proterano više od 200.000 naših ljudi, baš na taj dan kad je naš narod preživeo golgotu odlučili smo da pozovemo građane na solidarnost. Da podržimo izbeglice sa Bliskog istoka, kojih je u našem gradu, a posebno u Savamali, sve više. Neverovatno je da imamo volontere iz 17 zemalja iz cele Evrope, kao i iz Iraka, Libana, došli su inspirisani potrebom da pomognu ljudima koji beže sa ratnih područja.

**"Mikser" je osmišljen kao platforma koja podstiče razvoj kreativnosti, pokrenuli ste „Mikser festival“. Šta je trenutno aktuelno u „Mikseru“ i da li se bavite još nekim društvenim aktivnostima?**

„Mikser“ je jedna kreativna platforma sa velikim brojem programa, koncerata, predstava. Dakle, jedna multidisciplinarna platforma koja podstiče razvoj kreativne ekonomije zemlje i regiona i uspostavlja dijalog između savremenih globalnih tendencija i domaće i regionalne prakse. Pokrenuli smo „Mikser festival“, najveću regio-

**IZBEGLICAMA PRUŽAMO I MEDICINSKU POMOĆ, U SARADNJI SA NEKOLIKO PRIVATNIH KLINIKA. ZAISTA JE DIVNO VIDETI DA IMA MNOGO POJEDINACA, GRAĐANA KOJI DOLAZE I RASPITUJU SE ŠTA NAM JE POTREBNO, ŠTA MOGU DA KUPE I DONESU**

nalnu smotru kreativnosti i inovacija i osnovali "Mikser House" kao dizajn centar, multifunkcionalni prostor za kulturne, edukativne i komercijalne aktivnosti. I sve to ne mogu da odvojim od ovoga što se trenutno dešava u „Mikseru“ gde pomažemo izbeglicama, jer je „Mikser“ zapravo jedno polje slobode. Jedno kreativno polje koje



afirmiše vrhunske ljudske ideale kao što su pravda, solidarnost i humanost. „Mikser“ je postao vidljiv 2009, kad je održan prvi festival, a od 2012. je aktuelan u Savamali. I ranije smo bili društveno aktivni, učestvovali smo u sređivanju parkova, fasada, animirali građane i pravili projekte zajedno sa njima.

**„Mikser House“ je smešten u nekadašnjoj industrijskoj garaži od koje je napravljen jedan prijatan, urbani prostor namenjen kulturnim i edukativnim aktivnostima. Kako je nezaposlenost jedan od najvećih ekonomskih problema u Srbiji, postoji**

**veliki broj kreativnih mladih ljudi, umetnika koji su bez posla, da li zapošljavate nove ljude, dolaze li kod vas da traže posao?**

Da, naravno, zapošljavamo i angažujemo radnike za različite pozicije. Na primer, imali smo nedavno konkurs za fotografa i javilo nam se 150 ljudi. Takođe, imali



smo i konkurs za producente. I primetili smo kod onih koji dolaze na razgovor jednu zajedničku reakciju, da dolaze sa nevericom, čudeći se da li je moguće da ne zapošljavamo preko veze i da konkursi nisu namešteni. Mi odgovaramo: pa što bismo onda raspisali oglas za posao ako je konkurs namešten. Mi poštujemo javni interes, takođe, često imamo raspisane konkurse za dizajnere, vizuelne umetnike. Trudimo se da uključimo stručne i kreativne ljude u sve što radimo.

**Najavljeno je da će krajem septembra biti održan Fest „Nova svest“, kakav je to festival i ko su učesnici?**

Taj festival je zapravo odličan primer kako mi saradujemo sa drugima, organizovaćemo taj događaj sa porukom „Transformacija počinje - Masovno buđenje“. Fest će na jednom mestu okupiti sve ljude koji svojim znanjem, radom, uslugom i proizvodima doprinose zdravijim, svesnijim i kvalitetnijim



stilovima života. Učesnici programa biće stručni predavači iz zemlje i inostranstva, koji svojim delovanjem promovišu profesionalni i društveni razvoj u harmoniji sa prirodom. Program festivala osmišljen je tako da ćemo imati predavanja eminentnih stručnjaka iz oblasti samorazvoja, zdravog života, motivacije, energetskog rada, duhovnosti i primenjene psihologije. Potom, biće postavljen i izlagački deo sa proizvodima i uslugama koji se zasnivaju na zdravom i holističkom pristupu životu, kao i performans na bini i predstavljanje veština za očuvanje zdravlja.

**ANA KOESHALL, direktorka „Ana i Vlade Divac fondacije“**

# PODRŠKA I POMOĆ ZA NAJUGROŽENIJE

Od početka godine, Fondacija je zbrinula 136 izbegličkih porodica, obnovila još 21 kuću u poplavljenim područjima, četiri škole, osam sportskih objekata, dodelila 202 ekonomska granta i podržala 107 omladinskih projekata

Fondacija "Ana i Vlade Divac" i u 2015. godini posvećena je deci i mladima, izbeglim i raseljenim licima, ekonomskom osnaživanju i samozapošljavanju najranjivijih društvenih grupa i pomoći u obnovi poplavljenih područja.

U okviru projekta podrške izbeglim i raseljenim licima, od početka godine do danas, Fondacija je u saradnji sa partnerskom organizacijom ASB obezbedila montažne kuće u Smederevu za 45 porodica, a u saradnji sa organizacijom DRC stambeno zbrinula još 91 porodicu (53 stana u socijalnom stanovanju i 38 montažnih kuća u Pančevu, Rači, Beloj Palanci i Kladovu). U cilju unapređenja položaja mladih i njihovog većeg uključivanja u lokalnu zajednicu, u okviru projekta "Divac omladinski fondovi" koji Fondacija realizuje uz podršku USAID-a i u saradnji sa devet opština u Srbiji, u ovoj godini pokrenuto je 107 omladinskih projekata, kaže Ana Koeshall, direktorka „Ana i Vlade Divac fondacije“. Projekti su pokrenuti u saradnji sa partnerskim opštinama: Vršac, Kanjiža, Obrenovac, Lazarevac, Arandelovac, Prijepolje, Blace, Vladičin Han, Vlasotince.

## **Koliko je Fondacija od početka osnivanja prikupila novca?**

Za osam godina, od kada je Fondacija osnovana, prikupljeno je 15 miliona dolara. Imamo našu organizaciju u Americi, koja je osnovana u Čikagu i postoji već 22 godine. Fondacija ima tri glavna programa u okviru kojih imamo projekte. Prvi program odnosi se na humanitarne aktivnosti usmerene na izbegla i raseljena lica, poplavljena područja i samohrane roditelje. Drugi program našeg rada odnosi se na brigu o deci i mladima i treći je razvoj filantropije. Sva tri dela su nam podjednako važna, ali od glavnih projekata koje radimo

u 2015. godini istakla bih „Jedan u milion“, obnovu i opremanje osnovnih škola u Srbiji. Oprema je veoma važna za školovanje dece, tako imaju motivaciju da bolje uče i postanu kreativniji. Zahvaljujući velikom broju donatora, Fondacija je od početka godine do danas stambeno zbrinula 136 izbegličkih porodica, obnovila još 21 kuću u poplavljenim područjima, tri osnovne škole, osam sportskih objekata oštećenih u poplavama, jednu školu za decu sa smetnjama u razvoju i podržala 107 omladinskih projekata. Pored toga, Fondacija je dodelila 202 ekonomska i poljoprivredna granta, od čega 125 grantova za obnovu poljoprivredne proizvodnje i biznisa u poplavljenim područjima.

## **Kakvi su rezultati akcije "Jedan u million", koliko škola je obnovljeno?**

Pokrenuli smo projekat "Jedan u million" pre dve godine, ideja je da opremimo i rekonstruišemo škole i da se okupi milion ljudi i ako svako donira jedan evro mesečno, stvarno možemo da radimo velike stvari. U okviru ovog projekta koji je Fondacija pokrenula u saradnji sa Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja sa ciljem unapređenja uslova u osnovnim školama u Srbiji, tokom leta do početka nove školske godine obnovljene su tri osnovne škole. U Vranju osnovna škola "Vuk Karadžić", "Josif Pančić" u Baljevcu na Ibru i "Petar Kočić" u Indiji. Od početka ovog projekta, krajem 2013. godine do danas, zahvaljujući brojnim donatorima, Fondacija je obnovila i opremila 16 osnovnih škola širom Srbije. Pored toga, Fondacija je u okviru projekta "Veliko srce" obnovila i dečje igralište i obezbedila Montessori kabinet u školi za decu sa smetnjama u razvoju "Radivoj Popović" u Zemunu. Inače, za pet godina trajanja tog projekta, obnovili smo 25 dečjih igrališta.





### **Koje su ove godine ugrožene grupe u fokusu Fondacije?**

Fondacija i u ovoj godini posebnu pažnju posvećuje ekonomskom osnaživanju najugroženijih društvenih grupa, a posebno mladih i samohranih roditelja, ali i porodica koje su u majskim poplavama izgubile svoje poljoprivredne pogone, mehanizaciju ili poljoprivredna dobra. Od početka godine do da-

nas, Fondacija je dodelila ukupno 202 ekonomska i poljoprivredna granta. Fondacija je i u 2015. godini nastavila da pomaže u obnovi porodičnih kuća oštećenih u poplavama, pa je tako od početka godine obnovila još 21 porodičnu kuću kroz dodelu građevinskog materijala u prosečnoj vrednosti do 4.500 evra po porodici. U saradnji sa Olimpijskim komitetom Srbije, Fondacija je u ovoj godini obnovi-

## ANA KOESHALL, direktorka „Ana i Vlade Divac fondacije“



la i osam sportskih objekata oštećenih u poplavama 2014. godine.

### **Šta je ideja projekta „Divac omladinski fondovi“?**

Bitno nam je da pomognemo i aktiviramo mlade i da naša inicijativa pomogne da oni promene nešto u svojim životima. Kao što sam spomenula, samo u ovoj godini pokrenuto je 107 inicijativa mladih ljudi i oni imaju intenzivne treninge i sastanke sa lokalnim samoupravama. Takođe, radimo nekoliko regionalnih projekata, pomažemo mladima u Srbiji i Bosni. Zapravo, naša ideja je da mladi kažu koji su to problemi ključni u njihovoj lokalnoj zajednici i šta su njihove potrebe. Tako da mladi dolaze sa idejom, a potrebe su različite, sve zavisi u

kojoj opštini se pokreće inicijativa. Recimo, u Vojvodini imamo dosta inicijativa za kulturološke projekte, zatim zdravstvene ili se odnose na sport, dok na jugu imamo dosta inicijativa za opremanje domova kulture.

Pokrenuli ste humanitarni projekat za pomoć izbeglicama sa Bliskog istoka, da li ste zadovoljni odzivom poslovnog sektora da se priključi toj akciji?

Problem izbeglica je veliki i trenutno Evropa nema neko konkretno rešenje. Opet, mi nemamo iskustva sa ovakvim problemom, svaki dan učimo šta možemo da uradimo bolje, jer dnevno najmanje hiljadu ljudi uđe u Srbiju. Naš zadatak kao fondacije, zadatak države i medija jeste da im na jedan human način omogućimo da najdostojanstvenije prođu kroz Srbiju. Radimo do-

sta, postavili smo mobilne toalete u parku, kabine za majke sa decom, radimo distribuciju hrane i higijenskih sredstava. Situacija se pogoršava, prošlo je leto, dolazi hladno vreme i biće još teže i apelujem na kompanije da im pomognemo. Naša fondacija ima ogromno iskustvo u pomoći izbeglim i raseljenim licima, ali tada smo znali šta da radimo, bilo je drugačije, bili su u izbegličkim kampovima i trebalo je da ih integrišemo i da im nađemo smeštaj. Sa izbeglicama iz Sirije je drugačije, pre svega, njima je potrebna humanitarna pomoć. Od 2007. od osnivanja Fondacije naša misija je pomoć izbeglicama iz kolektivnih centra, da zbrinemo te porodice. Ali, još nismo završili taj zadatak jer postoji još ljudi u kolektivnim centrima u Srbiji, koji su izbegli iz Bosne, Hrvatske i Kosova. Samo ove godine zbrinuli smo 136 porodica, koje su dobile stambeno rešenje. I dalje radimo na tome, nadamo se da ćemo do kraja septembra završiti zgradu za socijalno stanovanje u Velikom Mokrom Lugu i udomiti novih 25 porodica.

**Fondacija se zalaže i za razvoj socijalnog preduzetništva. Na koji način podržavate socijalno preduzetništvo koje nije razvijeno u Srbiji?**

Preduzetništvo je veoma važan deo naše strategije. Jednostavno zbog toga što ako ljudi ne rade, ekonomija nam je slaba a samim time i ulaganje u društveno odgovorno poslovanje. Fondacija ulaže dosta u socijalna preduzeća i ulažemo dosta u samozapošljavanje i pokretanje biznisa. Dosta je pomoći umereno u poljoprivredu i pomoć mladima koji hoće da se bave poljoprivredom. Socijalno preduzetništvo podstičemo u saradnji sa UniCredit bankom i ove godine vrednost projekta iznosi 80.000 evra. Podržali smo sedam socijalnih preduzeća, a osim socijalne komponente cilj je da ta preduzeća posluju profitabilno i da budu konkurentna. Već nekoliko godina priprema se zakon o socijalnom preduzetništvu i nadam se da će u dogledno

vreme da se završi i da će te firme imati neke poreske olakšice.

**Koliko ima preduzeća zainteresovanih za socijalno preduzetništvo?**

Jednom godišnje imamo konkurs za dodelu bespovratnih sredstava, raspisujemo javni poziv i od 30 preduzeća koja se jave sedam preduzeća je dobilo bespovratnu pomoć. Naša ideja je da podstičemo firme koje imaju proizvod koji promovise Srbiju u inostranstvu. Zato je u ovom projektu naš glavni partner Turistička organizacija Srbije. Na primer, podržali smo jedno zanatsko preduzeće koje radi suvenire, zatim proizvodnju organske hrane, kozjeg mleka.

**Koliko je razvijeno društveno odgovorno poslovanje u Srbiji, da li kompanije i finansijske institucije ulažu dovoljno u CSR?**

Rekla bih da je danas mnogo bolja situacija kad je u pitanju ulaganje u društveno odgovorno poslovanje nego što je bio slučaj pre sedam godina. Kompanije i partneri sa kojima saradujemo na projektima imaju kreirane CSR strategije kojih se pridržavaju. Možda bi bilo još bolje da uključe više građane kad planiraju te strategije, pošto mi znamo koji su problemi na terenu i na koji način njihov novac može najbolje pomoći i doprineti rešavanju određenih problema. Činjenica je da kompanije daju, ali kriza je prilično uticala da smanje svoje budžete, ne samo u oblasti CSR već i za marketing i PR sektor. Verujem da je naše društvo humano, da postoji empatija i da se ljudi uključuju u aktivnosti. Volela bih da to ne budu samo humanitarne aktivnosti za koje se pokazalo da smo spremni, već je potrebno strateški delovati. Potrebni su nam razvojni projekti. Naša fondacija ima jedan humanitarni program, dok su svi ostali razvojni projekti. Zato ulažemo u mlade, obrazovanje, obnavljamo škole i razvijamo preduzetništvo.

**NINA MILOŠ, akcija "Solidarna klopica"**

# POTREBNO JE SAMO POKRENUTI LJUDE

Solidarnu akciju da svako ko uđe u pekaru može da kupi kiflu za siromašne građane pokrenuli smo u Vojvodini, tačnije u Subotici, kasnije je proširena širom Srbije. Od gradova su uključeni Beograd, Novi Sad, Subotica, Niš, Valjevo, Užice i Pančevo. Do danas se priključilo oko 60 pekara u Srbiji i 10 pekara u Makedoniji

Humanitarna akcija "Solidarna klopica" pokrenuta je da bi se smanjio broj gladnih ljudi, podigao nivo solidarnosti i empatije u Srbiji. Svako ko uđe u pekaru može da kupi dva ili više peciva, jedno ponese sa sobom, a drugo ostavi za beskućnike i siromašne građane koji nemaju novca ni za hleb. Pored pekara, u ovu akciju uključeni su i restorani, picerije, tezge na pijaci, hamburgerije, pa je moguće da se pored peciva kupe i drugi obroci. Organizatorka solidarne akcije je Nina Miloš, master komunikologije i marketing menadžer u SAE Institutu (The School of Audio Engineering). Pored toga, takođe, radi i na sličnim humanitarnim projektima. Trenutno sa prijateljima priprema jednu aplikaciju za android telefone i tablete koja bi se mogla nazvati digitalna filantropija. Ideja je da korisnici mobilnih telefona preko aplikacije mogu oglašiti stvari koje im nisu potrebne i koje hoće da poklone drugima.

## **Koliko se pekara u Srbiji do danas priključilo vašoj akciji i da li su ljudi spremni na saradnju?**

Do danas se priključilo oko 60 pekara u Srbiji i 10 pekara u Makedoniji. Ideju smo dobili kad smo čuli za uslovnu kafu koja je bila aktuelna u Italiji, međutim, u Srbiji je ljudima mnogo potrebna hrana, pa smo upravo

zato i osmislili "Solidarnu klopicu". Napravili smo dobro poznati plakat "Solidarna klopica" i obišli sve moguće pekare, pre svega u Beogradu, da pitamo za saradnju. Međutim, prva pekara priključena je tek u Subotici i čim smo to objavili na Facebook stranici, mediji i građani su pokazali veliko interesovanje, proširili vest o akciji i tako smo dobili i veći broj pekara.

## **Osim u Beogradu, u kojim još gradovima u Srbiji postoji akcija, mediji su preneli da je u Novom Sadu takav pokušaj bio neuspešan, ima li još takvih primera?**

Mediji su tu vest preneli bez prethodne provere. Kao organizator ove akcije, mogu reći da je Novi Sad jedan od najuspešnijih gradova u implementiranju „Solidarne klopice“. Inače, akcija je prvo i započeta u Vojvodini, tačnije u Subotici, pa je kasnije proširena širom Srbije. Od gradova su uključeni: Beograd, Novi Sad, Subotica, Niš, Valjevo, Užice i Pančevo.

## **Da li su građani solidarni, jeste li zadovoljni koliko njih učestvuje i kupuje pecivo za siromašne?**

Naši građani su veoma solidarni. Iako su ljudi bili skeptični da li će ova akcija uspeti u Srbiji, postala je aktuelna veoma brzo širom Srbije. Mislim da je naše ljude samo potrebno pokrenuti i motivisati i da su svi oni spremni za akciju. Ljudi hoće da pomognu, samo ih na to treba navesti. Rezultati pokazuju da jedan od 30 ljudi koji uđu u pekaru kupi to pecivo. Osim toga, ima pekara koje nam se jave da su sakupile novac, pa onda zovemo ustanove, na primer Svratište, i kupimo od tog novca sve što im je potrebno. Dakle, načini da se pomognu su različiti, samo je važno da su ljudi inspirisani i motivisani da to i učine.

## **Takav trend solidarnosti postoji u razvijenim zemljama na Zapadu, kakvo je poređenje i kakav je**



# NINA MILOŠ, akcija "Solidarna klopica"

## **nivo razvijenosti solidarnosti u tim zemljama i u Srbiji?**

U zapadnim zemljama postoji nešto slično, ali umesto hrane, tamo ljudi ostavljaju sitniš za kafu, namenjen onima koji nemaju. Mi smo veoma srećni što se vest o „Solidarnoj klopici“ proširila i preneli su je svetski mediji, kao što su Google News, Yahoo News, Franc Press, koji su pisali o našoj akciji. Time je i naša država prikazana u lepom svetlu. Nakon toga, ljudi su se udružili i u drugim zemljama da rade slične stvari.

## **U kojim zemljama je pokrenuta slična akcija, pozvali ste na solidarnost i susedne zemlje?**

Pokrenuta je u Makedoniji od strane naših prijatelja.

## **Kako pronalazite partnere koji su spremni na saradnju?**

Najviše ljudi za ovakvu mogućnost saznaje iz medija, zatim imamo saradnju sa svratištima za beskućnike i nevladinim organizacijama, takođe, lepimo plakate na pekarama. Za širenje akcije najviše uticaja imaju svakako mediji jer dosta ljudi tako saznaje o čemu se radi i javljaju nam se da se uključe u akciju. Pritom, saradnja sa Svratištem nam je ipak najznačajnija, jer uz pomoć te ustanove dolazimo do onih građana kojima je potrebna pomoć, odnosno do onih koji sebi ne mogu da priušte obrok. Pored toga, dobili smo i besplatne bilborde na kojima smo mogli da obavestimo ljude koji ne čitaju štampu, jer ne mogu sebi da priušte da kupuju novine ili nemaju televiziju i radio, kako bi čuli jednu takvu vest. Isto tako, ljudi nam pomažu da proširimo ovu akciju kroz svakodnevnu priču o tome. Ovaj intervju je, takođe, jedan vid širenja akcije. Kad smo pokrenuli ovaj projekat, ljudi iz okruženja su reagovali veoma pozitivno. To je onaj deo priče koji nam iz dana u dan daje vetar u leđa da nastavimo sa ovom akcijom, istim tempom svakog dana. Kada se rade ovakvi pro-

jekti, onda imate mogućnost da upoznate ono najbolje u ljudima, što i jeste pokretač i daje ogromnu energiju i volju za dalji humanitarni rad.

## **Koliko ima onih koji vam pomažu?**

Bilo je divnih ljudi koji su zvali, hvalili ideju, uključivali se i trudili se da akcija bude ono što je danas. Pamtim devojčicu iz srednje škole koja me je zvala, rekla da je najbolji đak i da hoće da se uključi u našu akciju. Takođe, pamtim novinarku Lidiju Radulović koja je pomogla da se u akciju uključi još desetak pekara. Osim njih, navešću i primer jednog dečka Milana, koji se priključio i pomogao nam u jednoj pekari koja je skupila novac za one kojima je to potrebno. Ima još mnogo primera i znam da će ih i biti u budućnosti.

## **Takođe ste osmislili još jednu akciju „Giveaway“ o čemu je reč i šta je ideja?**

Na tu ideju sam došla tako što sam se upoznala sa organizatorima akcije "Belgrade Giveaway" i zajedno smo odlučili da napravimo mobilnu aplikaciju "Giveaway" kako bismo još više motivisali ljudi da rade dobra dela preko mobilnih telefona. Ideja je da ako imate neku stvar koja vam ne treba, slikate je i postavite na aplikaciju, a onda se javi neko kome je ta stvar potrebna. Recimo, majka kojoj ne trebaju kolica za bebu ostavi oglaš na "Giveaway" aplikaciju, pa ih druga žena, koja je tek dobila bebu, preuzme. Ili bilo šta drugo što nekome više nije potrebno a smatra da može biti korisno. Trenutno aplikaciju privodimo kraju i kada se završi, na sajtu [www.giveaway.rs](http://www.giveaway.rs) mogu da se registruju svi koji žele da je preuzmu.

## **Možete li već da procenite ima li zainteresovanih "digitalnih filantropa"?**

Naša aplikacija još nije gotova, ali ljudi se interesuju i žele da je koriste. Takođe, već postoje razne Facebook



grupe, u okviru kojih ljudi daruju stvari koje im više nisu potrebne, što je još jedan dokaz za pozitivan odgovor na jednu ovakvu aktivnost. Preko naše mobilne aplikacije možemo da ujediniemo sve digitalne filantropce na jednom mestu.

**Da li mislite da kompanije i finansijske institucije ulažu dovoljno u društveno odgovorno poslovanje?**

Mislim da se kompanije i finansijske institucije uključuju u društveno odgovorno poslovanje na

jednom višem nivou. Možda u prvom planu njihove aktivnosti nisu vidljive običnim ljudima pa se čini da ne ulažu dovoljno. Ipak, mislim da ima prostora za saradnju sa kompanijama. Recimo, bilo bi interesantno da zajedno sa većim institucijama organizujemo akcije koje bi pokrenule građane da konstantno pokazuju solidarnost. Smatram da je građane potrebno motivisati da pomažu onoliko koliko mogu i onda su spremni da se priključe humanitarnim aktivnostima.

JOVAN SIMIĆ, organizator akcije "Sportski bazar"

## STVAR JE U VASPITANJU

Dečko koji je organizovao humanitarnu aukciju na kojoj su se prodavali fudbalski dresovi, takođe je pokrenuo i akciju "Sportski bazar". Nakon završenih studija želi da se bavi organizacijom događaja i skupova, a pokazao je do sada da je dorastao tom zadatku

Student Jovan Simić postao je prepoznatljiv u javnosti kao dečko koji prodaje dresove u humanitarne svrhe. Prošle godine je organizovao dobrotvornu aukciju da bi pomogao jednoj bolesnoj devojčici i njenoj porodici da sakupi novac za lečenje, a bilo je potrebno 300.000 evra.

Ove godine, u njegovoj organizaciji, takođe, održan je humanitarni "Sportski bazar", na kojem su poznati sportisti i javne ličnosti prodavali svoje sportske rekvizite. "Voleo bih da nastavim da se bavim humanitarnim radom. Imam još sličnih ideja koje mogu pokrenuti ljude da pomažu onima kojima je pomoć potrebna", kaže on.

Trenutno studira Visoku poslovnu školu u Beogradu, radio je u jednom restoranu brze hrane, i kad je počeo intenzivnije da priprema humanitarne akcije koje su zahtevale mnogo vremena, morao je da izabere između ta dva posla. On je odlučio da nastavi da se bavi humanitarnim akcijama.

**Kolekciju dresova sakupljali ste godinama i odlučili ste da prodate sve u humanitarne svrhe. Kako ste nabavljali te dresove i kako je danas devojčica kojoj ste pomogli?**

Operacija je prošla dobro, urađena je prošle godine transplantacija koštane srži devojčici Nađi Novako-

vić. Ona ima obavezu da ide na kontrolu u Nemačku dva puta godišnje. Inače, trenirao sam fudbal dugo vremena i sakupljao sam dresove odavno. Još kao klinac dobio sam nekoliko dresova i nastavio sam da ih skupljam. Zatim sam ih kupovao preko interneta i drugari su mi donosili iz inostranstva. Tako sam širio kolekciju, imao sam pedesetak komada, a kasnije kako se pročulo za akciju i ljudi su krenuli da se uključuju, skupili smo više do 200 dresova. Sve je počelo kad sam video da je devojčici potrebna pomoć i njenu sliku u medijima i prepoznao sam školu na slici, jer je to Osnovna škola „Ivo Andrić“ koju sam i ja pohađao. Setio sam se da bih mogao da animiram ljude iz lokalne zajednice da se organizujemo u školi i da napravimo aukciju dresova. Posle su mediji preneli vest, i tada sam shvatio kolika je zapravo moć medija. Onda su počeli neprekidno da me zovu novinari, sportisti i cela Srbija je čula. Primali smo pakete neprekidno, ljudi su samo slali dresove. U školi, u velikoj sali za fizičko, održali smo aukciju na kojoj je bilo dosta sportista i ljudi iz javnog života. Skupili smo 60.000 evra, a kasnije za desetak dana u Novom Sadu još 20.000 evra na aukciji.

**Da li je bilo još pokušaja da nekom pomognete?**

Kasnije su me pozvali za još jednu devojčicu Ninu, koja ima leukemiju, i pitali su me da li mogu da pomognem, trebalo je 150.000 evra skupiti za operaciju. Međutim, nisam mogao mnogo da uradim u tom trenutku, ali sam došao na ideju da bi bilo dobro da istaknem sportiste u prvi plan, jednostavno da oni svojom pojavom pomognu. I onda je poznati košarkaš Miroslav Raduljica dao neke svoje stvari i na sajtu "sportskibazar" napravio sam akciju "Kutak za humanitarni trenutak", gde je on snimio video-klip i pozvao ljude da učestvuju i kupuju stvari na aukciji. Svemu tome pridružili su se popularni voditelj Zoran Kesić i poznata odbojkašica





# JOVAN SIMIĆ, organizator akcije "Sportski bazar"

Jovana Bakočević. Iako nismo sakupili mnogo novca, svega nekoliko hiljada evra u tom trenutku, bio mi je cilj da skrenem pažnju javnosti. I ta devojčica je otišla na lečenje u Italiju.

## Šta za vas znače takve humane aktivnosti?

U pitanju je, pre svega, vaspitanje. Roditelji su me učili odmalena da kad neko ima problema, ne okrećem glavu, već da pokušam da pomognem na neki način. Svako treba da pomogne, razume se, nemamo svi novca, ali moj primer govori da neko ko ima ideje svako ko da može pomoći. Drago mi je da svoju kreativnost mogu da pretvorim u nešto dobro. Malo mi smeta što to izaziva oduševljenje i euforiju, a trebalo bi da bude normalno. Video sam da su ljudi spremni da pomognu i da su reakcije pozitivne, jer ljudi su opterećeni lošim vestima i na njih pozitivno deluje kad čuju da se nešto lepo događa. Od ljudi koje sam zvao da se priključe bazaru, retko ko je odbio, eventualno neko ko je bio van zemlje. Svi drugi su se odazvali.

## Na aukciji koju ste organizovali, na kojoj su sportisti sami prodavali svoje stvari, pomoć je namenjena Osnovnoj školi "Radivoj Popović" u Zemunu, koju pohađaju deca sa oštećenjem sluha, govorno-jezičkim problemima i deca sa autizmom. Koliko ste skupili novca i šta je od opreme potrebno?

Toj školi je nedostajala oprema koja je potrebna da bi ta deca imala adekvatne uslove. I takve probleme treba da rešavaju institucije koje toj deci treba da obezbede boravak u uslovima koji su potrebni, a ne da se pojavljuju pojedinci koji će da rešavaju takve probleme. Na „Sportskom bazaru“ skupili smo 850.000 dinara i pored toga bilo je mnogo donacija, jer su se priključile i firme koje su donirale opremu za decu. U školi se prave te dve sobe neophodne za njih, kao što je senzorna.

Senzorna soba sastoji se od različitih elemenata koji potpomažu stimulaciju čula sluha, vida, dodira i mirisa. Ona predstavlja mesto gde osobe sa poremećajem senzorne integracije mogu da istraže i razviju svoje senzorne veštine, ali i relaksiraju se, oslobode stresa i napetosti. Naime, senzorna integracija je, prema rečima stručnjaka, zapravo organizacija senzacija primljenih putem čula koje dolaze do centralnog nervnog sistema koji treba da obezbedi njihovu obradu i omogućiti nam da sprovedemo neku aktivnost. Terapija se sprovodi u senzornoj sobi i zasniva se na stimulaciji čula. Važno je istaći da njeno sprovođenje nije uslovljeno godinama starosti, već se može primenjivati kako kod dece, tako i kod odraslih. Ovaj vid terapije pogodan je za decu i odrasle sa autizmom, poremećajem koncentracije, osobe sa senzornim oštećenjima, mentalnom i nedovoljnom razvijenošću, govornim poteškoćama, smetnjama u učenju, kao i za one sa problemima u ponašanju.

## Da li nedostaje ista oprema i drugim školama za decu sa posebnim potrebama?

Tužno je što je to danas standard u svim školama i ustanovama ovakvog tipa, a škola u našem gradu, koja je i škola i dom za decu iz unutrašnjosti, nije opremljena ovim stvarima. U zemljama regiona, pa čak i u drugim školama u manjim gradovima naše zemlje, ovakav vid rada sa decom i ove sobe već postoje. Prikupljeni novac će ići za opremanje škole, kao što sam rekao sa dve sobe, senzornom sobom i snoelezen sobom, koje su neophodne za rad sa decom koja imaju smetnje. Sa takvom opremom stvara se bezbedna atmosfera koja detetu ili odraslom pacijentu pruža osećaj sigurnosti i daje mu mogućnost istraživanja same sobe, kao i svojih sposobnosti i ograničenja. Elementi mogu biti različiti. Recimo, svetlosni projektori koji na zidu stvaraju interesantne projekcije, rotirajuća disko-kugla koja



stvara tačkastu svetlost i različite svetlosne efekte. Pored vizuelnih, u sobi se nalaze i elementi za auditivnu stimulaciju. Posebno je interesantna vibraciona muzička fotelja prilagodljivog oblika u kojoj se nalazi zvučnik povezan sa muzičkim uređajem. Ležeći na njoj telo korisnika oseća vibracije u ritmu, sluša muziku i sve to doprinosi neobičnom senzornom iskustvu. Prema raspoloživim podacima, u Srbiji je registrovano oko 2.000 osoba sa autizmom, od čega je oko 800 dece. Iako ne postoje precizni podaci, veruje se da samo u Beogradu živi više od 700 porodica u kojima neki član ima takav razvojni poremećaj.

#### **Radite li trenutno na nekim sličnim projektima?**

Trenutno sam angažovan u Egzit fondaciji koja mi je izašla u susret, mesečno mi plaćaju za određene aktivnosti da bih mogao da nastavim da se bavim humanitarnim radom. Imam ugovor sa njima na godinu dana i predložio sam im neke projekte na kojima trenutno radimo. Tako razmišljamo da organizujemo jednu humanitarnu utakmicu. Imam još neke ideje, jer se pokazalo na dosadašnjim događajima da mogu da pokrenem ljude. Dakle, potrebno je da ponudite ljudima nešto što nisu videli, jer su humanitarne aktivnosti uglavnom slične, svode se na slanje SMS poruka. Zato je potreban neki drugačiji način, kako bi odziv bio bolji.

**MARGARETA KECMAN**, osnivač Kreativno-edukativnog centra (KEC)

# RAZVIJAMO SOCIJALNO PREDUZETNIŠTVO

Tokom deset godina realizacije programa zapošljavanja osoba sa intelektualnim teškoćama, radno su angažovane 124 osobe, 36 je zaposleno i više od 30 organizacija iz poslovnog sektora postali su naši partneri

Kreativno-edukativni centar (KEC) je udruženje građana, osnovano 2002. godine u cilju poboljšanja kvaliteta života osoba sa intelektualnim teškoćama. Korisnici centra su mlade i odrasle osobe sa intelektualnim teškoćama koje žive u Beogradu. „Centar obuhvata oko 160 osoba koje uglavnom žive u disfunkcionalnim porodicama, najčešće sa jednim roditeljem, imaju vrlo nizak socijalni status i žive od socijalnih primanja ili malih i nedovoljnih primanja roditelja“, kaže Margareta Kecman, osnivač Kreativno-edukativnog centra.

Korisnici centra su, takođe, bivši korisnici domova za decu bez roditeljskog staranja i beskućnici sa intelektualnim teškoćama. U sprovođenju programa rada sa korisnicima osnovna pravila su: poštovanje integriteta i dostojanstva korisnika, usmerenost na osobu i usklađivanje interesovanja, mogućnosti i sposobnosti naših korisnika, kaže Kecmanova.

## **Na koji način pomažete korisnicima centra, kakav je program rada?**

Tokom svakog radnog dana u periodu od 10 do 18 časova i subotom od 10 do 13 časova, KEC organizuje razne aktivnosti u prostoru u Ulici Kraljevića Marka 4, u Beogradu. Prostor je Gradska uprava grada Beograda, Sekretarijat za socijalnu zaštitu, dodelila centru na korišćenje, bez nadoknade, na dvadeset godina, a renovirala ga je i opremila Ambasada USA. Naš tim čine stručnjaci različitih profila

iz oblasti specijalne edukacije i rehabilitacije, psihologije, socijalnog rada, umetnosti, teologije. Oni u saradnji sa roditeljima, organizuju razne aktivnosti u dnevnom centru u kome se korisnici svakodnevno angažuju. Program rada usmeren je ka razvoju životnih i radnih veština korisnika u cilju njihovog osamostaljivanja, uspešne integracije u socijalnu sredinu i prevencije institucionalizacije. Program obuhvata: kreativne i edukativne radionice, pripremu za program radnog angažovanja, komunikacioni trening, socijalno inkluzivni trening, psihološku podršku. Zatim, domaćinstvo, brigu o sebi, muzičke radionice, igru i pokret uz muziku, rad na računarima, sportske aktivnosti, radionice glume, engleskog jezika, psihosocijalne podrške. Kao i aktivnosti van centra, posete muzejima, bioskopima, pozorištima, šetnje po gradu i izleti. Pored aktivnosti u okviru dnevnog boravka, KEC pruža i uslugu „Predah roditeljstva“ i na taj način pomaže, kako korisnicima, tako i roditeljima i ostalim članovima porodica osoba sa intelektualnim teškoćama.

## **Šta podrazumeva usluga „Predah roditeljstva“?**

Korisnici usluge „Predah“ borave u prostorijama centra po nekoliko dana i noći uz 24-časovnu brigu i pažnju negovateljica i stručnjaka. Pažljivo odabrane i osmišljene aktivnosti tokom realizacije usluge „Predah“, znatno doprinose procesu osamostaljivanja i socijalne inkluzije korisnika. Istovremeno, program obezbeđuje slobodno vreme za članove porodice koja može da se rastereti brige o svom članu sa smetnjama u razvoju i da svoje vreme iskoristi za zadovoljavanje svojih potreba. Poseban akcenat u radu stavili smo na program radnog angažovanja i zapošljavanja korisnika na otvorenom tržištu rada. Program je kreirao KEC i sprovodi ga uspešno tokom poslednjih 10 godina. Takođe, razvijamo socijalno preduzetništvo sa ciljem otvaranja novih radnih mesta za svoje korisnike i obezbeđivanja samoodrživosti rada udruženja. Svi pomenuti programi realizuju se u kontinuitetu i



obezbeđuju korisnicima mogućnost da vode ispunjen i kvalitetan život. Oni smatraju da je centar njihov drugi dom, porodica, tu imaju prijateljstvo, drugarstvo, prihvaćenost, sigurnost, osmišljen i ispunjen život.

#### **Da li se program socijalne inkluzije uspešan?**

KEC je započeo program radnog angažovanja i zapošljavanja na otvorenom tržištu rada 2004. godine i sprovodi ga u kontinuitetu sa konstantnim povećanjem broja korisnika i poslodavaca. Program je osmišljen u cilju doprinosa procesu socijalne inkluzije osoba sa intelektualnim teškoćama. Svako ljudsko biće je jedinstveno i dragoceno za zajednicu u kojoj živi i doprinosi joj svojim znanjem, radom, umećem ili samim svojim postojanjem. Verujemo u tu ideju i da bi je približili drugim ljudima, osmislili smo program radnog angažovanja osoba sa intelektualnim teškoćama (OIT) u dnevnom centru i van centra, u otvorenoj privredi.

#### **Na koji način radno angažovanje pomaže osobama sa intelektualnim teškoćama?**

Baš kroz rad odlučili smo da dokažemo vrednost naših korisnika društvu oko nas. Zato što od rada zavisi kvalitet

života svakog pojedinca, što se odnosi i na osobe sa intelektualnim teškoćama, kod kojih se kroz rad kao svrsishodnu delatnost, razvija pozitivna slika o sebi. Tako se ublažavaju nepoželjni oblici ponašanja i zadovoljava potreba za socijalnom inkluzijom. Želimo da pristupimo problemu izolovanosti tih ljudi na nov i radikalna način. Smatramo da je mnogo toga rečeno i napisano kako treba da prihvatimo i tolerišemo različitosti, ali je malo konkretnih koraka na putu prevazilaženja predrasuda i negativnih stavova prema ovim osobama. Malo je naših sugrađana verovalo da su oni sposobni da bilo šta rade, a još manje da mogu biti deo kolektiva velikih kompanija.

#### **Da li ste zadovoljni podrškom poslodavaca?**

Napravili smo korak u nepoznato, velikim kompanijama ponudili smo svoju veru u naše korisnike da će se uspešno dokazati na svojim radnim mestima. Zato dugujemo veliku zahvalnost upravi McDonald's restorana, koja je prva prepoznala potrebu i značaj socijalne inkluzije naših korisnika kroz radno angažovanje. Ubrzo nakon potpisivanja prvog Memoranduma o saradnji sa njima, u program su se uključili i drugi poslodavci. Sada su naši poslovni partneri: JKP Parking servis, Jevrejska opština, Delta Holding, Klinički

# MARGARETA KECMAN, osnivač Kreativno-edukativnog centra (KEC)

centar Srbije, Roggenart pekare, Xeikon štamparija, Home Center, Beogradska filharmonija, Narodno pozorište, KPMG Intenational, Delhaize Group – Maxi supermarketi. Zatim i Fruit Internaional, Hotel Excelsior, Moritz Eis, Ceragem plus, Gardenika, rezidencije Norveške, SAD, Portugalije, Indonezije, Delegacije EU i drugi. Svi su ti poslodavci krenuli u nepoznato, bez ikakvih zakonskih obaveza zapošljavanja osoba sa invaliditetom, mnogi od njih su se uključili u program pre donošenja Zakona o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju tih osoba. Tokom deset godina realizacije programa, radno su angažovane 124 osobe sa intelektualnim teškoćama, 36 je zaposleno i više od 30 organizacija iz poslovnog sektora su postali naši partneri. KEC je za program radnog angažovanja i zapošljavanja 2009. godine dobio od Erste fondacije treću nagradu za projekat Socijalne integracije, između 1.300 organizacija u Jugoistočnoj Evropi.

## **Kako ih zapošljavate, na kojim radnim mestima?**

Svoje korisnike zapošljavamo na veoma vidljivim mestima, jer je to način da se veliki broj građana susretne sa njima, da se uveri da oni mogu da rade i budu korisni članovi društva. Program zapošljavanja preko našeg centra ima nekoliko mogućnosti: regularno zapošljavanje, zatim zapošljavanje uz radnog asistenta, radno angažovanje sa radnim asistentom i bez radnog asistenta. U oblasti rada treba razlikovati termine radno angažovanje i zapošljavanje. Radno angažovanje je prva stepenica do zapošljavanja uz podršku, a zatim do regularnog zaposlenja. Zakonska regulativa u našoj zemlji ne omogućava OIT umereno ometenim u mentalnom razvoju zapošljavanje na otvorenom tržištu. Socijalna primanja su jedan od glavnih razloga nezaposlenosti osoba sa invaliditetom.

## **Šta treba promeniti da bi se poboljšala njihova društvena integracija?**

Jedino rešenje i put ka njihovoj integraciji u oblasti rada je radno angažovanje na otvorenom tržištu. Akcenat radnog

angažovanja nije na zaradi, već na socijalnoj uključenosti. Radno angažovanje, koje je osmislio centar je poseban vid neplaćenih ali nagrađenih svrsishodnih aktivnosti, koji se realizuje sa ciljem integracije i inkluzije u društvenu sredinu kroz rad na otvorenom tržištu. Dakle, u javnom državnom i privatnom sektoru, u privredi i uslužnim delatnostima. To je vid rešavanja problema njihove društvene izolacije, kao i način razvoja društva ka prihvatanju različitosti i prevazilaženju predrasuda. Osobe lako ometene u mentalnom razvoju u Srbiji mogu da zasnuju radni odnos preko Nacionalne službe zapošljavanja i kroz program zapošljavanja uz podršku koji je osmislio KEC.

## **Koje su to aktivnosti u oblasti socijalnog preduzetništva?**

Naši korisnici prave kvalitetne i umetnički oblikovane ukrasne i upotrebne predmete od gline, stakla, porcelana, drveta, fimo-mase, kartona i pruća. Prve korake ka razvoju socijalnog preduzetništva napravili smo 2006. godine započevši sa proizvodnjom hrane za kućne ljubimce pod nazivom „kuca keks“. Od 2009. počeli smo sa gajenjem žitarica i lekovitog bilja. Tako smo 2011. posejali i dobili 2.300 kilograma ovasa koji smo dodelili kao donaciju konjičkom klubu u Beogradu, da bismo zauzvrat dobili hipo-terapiju za naše korisnike. Zasadili smo 800 sadnica lekovitog bilja aronije, koju nameravamo da sušimo i prodajemo kao jedan od najzdravijih i najtraženijih čajeva. Tokom 2013. počeli smo sa proizvodnjom sušenog voća i voćnih rolnica, sto posto zdravog proizvoda od mlevenog svežeg a zatim sušenog voća. Bez dodatka šećera, aditiva i konzervansa, bez glutena. I sačuvani su svi vitamini i zdravi sastojci, jer proizvod nije termički obrađen.

## **Osnovali ste socijalno preduzeće „Gardenika“ koje proizvodi te voćne rolnice. Gde nabavljate voće i kakvi su vaši planovi?**

KEC je prošle godine osnovao socijalno preduzeće „Gardenika“ d.o.o za proizvodnju i prodaju voćnih rolnica,



u kome radno angažuje i zapošljava marginalizovane grupe građana. Planiramo da razvijemo proizvodnju voćnih rolnica sa ciljem otvaranja novih radnih mesta za naše korisnike, poboljšanja njihove finansijske situacije i doprinosa samoodrživosti centra. Proizvod sadrži kvalitetno voće iz Srbije, obrađeno na tradicionalan način. „Gardenika“ ima HACCP i sertifikat o ispravnosti i kvalitetu proizvoda od Zavoda za javno zdravlje u Beogradu i Centra za ispitivanje namirnica. Voćne rolnice su kvalitetna hrana za sve generacije, zdrava poslastica, umesto keksa, bombona i čokolada. U proizvodnom procesu pravljenja voćnih rolnica učestvuju osobe sa intelektualnim teškoćama, od nabavke materijala za proizvodnju, do pakovanja, promocije i distribucije. Proizvod se prodaje u prodavnicama zdrave hrane, ali to su male količine. Nekoliko PR agencija je koristilo voćne rolnice kao promotivni materijal na konferencijama, tribinama i drugim javnim događajima.

### **Šta očekujete od države da uradi kako bi se poboljšao položaj te grupe ljudi?**

Država treba da donese zakon o socijalnim preduzećima, dopuni i izmeni Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba sa invaliditetom i donese podzakonska akta. Takođe, potrebno je izmeni i dopuniti Porodični zakon da bi se regulisao problem poslovne sposobnosti osoba kojima je ona oduzeta, da se ubrza proces vraćanja delimične poslovne sposobnosti. Isto tako da se izmeni Zakon o porezu na dobit pravnih lica, da bi se motivisali poslodavci za program radnog angažovanja. Treba da promoviše ljudska prava osoba sa invaliditetom, kao i njihove potencijale da se uključe u život zajednice, promoviše društveno odgovorno poslovanje. Potrebno je da država podiže svest građana o toleranciji, prihvatanju različitosti i poštovanju svakog ljudskog bića kao ravnopravnog člana društvene zajednice.

**NEVEN MARINOVIĆ**, direktor Smart kolektiva i izvršni direktor  
Foruma za odgovorno poslovanje

# ODGOVORNO ZA PAMETNI RAST I RAZVOJ DRUŠTVA

Društveno odgovorne kompanije su nosioci novog modela poslovanja koji teži ka izvrsnom poslovanju i predstavljaju generator pametnog rasta i razvoja društva. Najveći broj direktora koji su učestvovali u istraživanju stavova top menadžera o CSR-u (83 odsto) smatra da je društveno odgovorno poslovanje u direktnoj vezi sa poslovnim uspehom

Društveno odgovorno poslovanje utiče na reputaciju kompanije ili brenda na tržištu, a samim tim i na odluke o kupovini ili saradnji sa određenom kompanijom. Rezultati istraživanja javnog mnjenja, koje su krajem 2013. uradili Smart kolektiv i Ipsos Strategic Marketing, govore da potrošači imaju izuzetno pozitivan stav prema društveno odgovornim kompanijama. „Iako faktori poput razvijenosti tržišta, kupovne moći, odnos cene i kvaliteta igraju veliku ulogu u odlukama o kupovini, ohrabrujuća je činjenica da sve veći broj potrošača uzima u obzir ekološke ili socijalne karakteristike proizvoda. Kao i reputaciju kompanije i brenda“, kaže Neven Marinović, direktor Smart kolektiva. Oko 60 odsto direktora koji su učestvovali u istraživanju stavova top menadžera o društveno odgovornom poslovanju veruje da se prilikom odluke o kupovini potrošači rukovode i kriterijumima odnosa odgovornosti kompanije prema zajednici, ukazuje Marinović, koji je ujedno i izvršni direktor Foruma za odgovorno poslovanje. Takođe, 67 odsto poslovnih lidera smatra da uključivanje principa održivosti omogućava dodatnu prednost prilikom zaključivanja poslova.

**Koliko je CSR važan kompanijama u Srbiji i u kojoj meri je takvo poslovanje deo kulture domaćih kompanija?**

Gotovo sve uspešne kompanije koje se mogu smatrati liderima u određenim industrijama, imaju ukorenjenu praksu društveno odgovornog poslovanja i CSR doživljavaju kao integralni deo svoje poslovne strategije. U tom smislu, CSR je za njih veoma važan i sve kompanije koje su učestvovala u istraživanju o stavovima najvišeg menadžmenta o CSR-u tako su i odgovorile na ovo pitanje. Ovo je ujedno i jedini način na koji se društveno odgovornim poslovanjem unutar kompanije treba baviti. Jedino na taj način, kroz integrisani pristup, omogućava se generisanje nove vrednosti koja pored uspeha pojedinačnoj kompaniji donosi i dobrobit za celo društvo.

**Koje su to oblasti društveno odgovornog poslovanja kojima su kompanije najviše posvećene u Srbiji?**

U fokusu kompanija u Srbiji koje posluju u skladu sa principima društvene odgovornosti, na prvom mestu su aktivnosti u vezi sa radnim okruženjem i zaposlenima. Potom zaštita životne sredine, koja se u ovom slučaju odnosi na smanjenje direktnih negativnih uticaja poslovanja kompanije na okruženje. Kad su u pitanju davanja zajednici, u redovnim okolnostima obrazovanje je oblast u koju ulaže najveći broj kompanija, zatim sledi podrška projektima koji se bave zaštitom životne sredine, promocija zdravih životnih stilova, kultura, umetnost i socijalna inkluzija. Nažalost, sve se češće dešavaju i neke vanredne situacije u kojima se očekuje reakcija kompanija. Prošlu godinu su u skladu sa vanrednim okolnostima obeležila davanja za sanaciju šteta od poplava. Čak 67 odsto od ukupnih davanja članica, koja su u 2014. godini iznosila nešto više od 644 miliona dinara, odnosilo se





na donacije u vezi sa poplavama. Tako očekujemo da ovu godinu u velikoj meri obeleži podrška izbeglicama koje prolaze kroz Srbiju.

### **Da li je primetan trend smanjenja investicija u društveno odgovorno poslovanje zbog krize?**

Kako ulaganje u društveno odgovorno poslovanje pored investicija u lokalnu zajednicu podrazumeva i ulaganja koja su tesno vezana za poslovne procese, odnosno tiču se zaposlenih i unapređenja odnosa sa potrošačima, investicioni ciklusi u kompanijama usklađuju se sa biznis strategijom. Kad su u pitanju davanja koja se odnose na lokalnu zajednicu, moglo bi se reći da se tu očitava trend smanjenja novčanih davanja koja potiču iz budžeta kompanija. Ali, primetno je i da je na neki način upravo kriza doprinela tome da se razvijaju novi modeli korporativne filantropije koji podrazumevaju veća nenovčana ulaganja, kao što su ulaganja u proizvode i usluge, ustupanja prostorija ili medijskog prostora. Dakle, jedan od preostalih načina za povećanje ukupnih ulaganja leži u nenovčanim ulaganjima. Godišnje istraživanje o doprinosu članica Foruma za odgovorno poslovanje društvu pokazuje da vrednost nenovčanih donacija iz godine u godinu

raste. Tako su u 2012. godini iznosile nešto više od 34 miliona dinara, u 2013. godini oko 38 miliona, a u 2014. godini, uzimajući u obzir specifične okolnosti zbog poplava, čak 246 miliona dinara.

### **Da li investicije u društveno odgovorno poslovanje utiču na profitabilnost kompanija?**

Najveći broj direktora koji su učestvovali u istraživanju stavova top menadžera o CSR-u (83 odsto) smatra da je društveno odgovorno poslovanje u direktnoj vezi sa poslovnim uspehom. Kao identifikovane koristi od integrisanja CSR-a u poslovanje oni su naveli, na prvom mestu, uvođenje inovativnih proizvoda i usluga. Takođe, povećanje efikasnosti i smanjenje troškova su među najčešće spominjanim koristima, kao što je slučaj prilikom uvođenja nekih energetski efikasnih proizvodnih linija. Činjenica je da kvantifikovanje uticaja društveno odgovornog poslovanja na poslovanje nije u direktnoj vezi sa finansijskim pokazateljima, niti su to primarni indikatori koje kompanije mere. Međutim, neophodno je da kompanije spoznaju koristi od uvođenja ovih praksi u poslovanje, i to je ono što kroz razna istraživanja i analize nastojimo da pokažemo. Trenutno, uz podršku USAID-a radimo na izradi nacionalnog CSR indeksa. Taj indeks će, između ostalog, prvi put ponuditi neke uporedne statistike koje se odnose na poslovne rezultate društveno odgovornih kompanija koje budu uključene na listu i proseka koji ostvaruje privreda Srbije. Društveno odgovorne kompanije su nosioci novog modela poslovanja koji teži ka izvrsnom poslovanju i predstavljaju generator pametnog rasta i razvoja društva.

### **Koje su prepreke razvoju CSR poslovanja u Srbiji?**

Najveća prepreka za razvoj CSR-a u Srbiji ogleda se, pre svega, u pogrešnom shvatanju i nedovoljnom poznavanju onoga što društveno odgovorno poslovanje podrazumeva. Nažalost, u Srbiji i dalje vlada uverenje da je CSR usko vezan samo za donacije, da je to dodatan trošak za kompaniju i da je rezervisan samo za velike kompanije. Takođe, činjenicu da društvo ne vrednuje i ne prepoznaje u dovoljnoj meri ove kompanije dodatno otežava širenje kruga kompanija koje su spremne da se zainteresuju i posvete društveno odgovornom poslovanju.

CIP - Каталогизација у публикацији -  
Народна библиотека Србије, Београд

005.35(497.11)"2015"  
347.72.032(497.11)"2015"  
061.23(497.11)"2015"

LIDERI društvene odgovornosti : 2015 / [glavni urednik Biljana  
Stepanović]. - 6. izd. - Beograd : Business Info Group, 2015 (Beograd :  
Caligraph). - 103 str. : ilustr. ; 26 cm

Tiraž 5.000.

ISBN 978-86-89139-09-9

1. Степановић, Биљана [главни уредник]  
а) Корпоративна друштвена одговорност - Србија - 2015  
COBISS.SR-ID 217784332



