

LIDERI DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI I ODRŽIVOSTI

LD O
2025





Pružamo.
Jer vas razumemo.

LDOO 2025

**LIDERI
DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI
I ODRŽIVOSTI**

SADRŽAJ

8	A1, TEHNOLOGIJA KOJA POVEZUJE LJUDE I DOPRINOSI BOLJEM DRUŠTVU	106	NESTLE SRBIJA, DVE DECENIJE ODGOVORNOG POSLOVANJA U SRBIJI
12	APATINSKA PIVARA, KREIRAMO SVET VREDAN SLAVLJENJA	108	OMV SRBIJA, INOVACIJE, ENERGIJA I ODGOVORNOST ZA ODRŽIVU BUDUĆNOST
16	ASTRAZENECA, POSVEĆENOST PRIRODI, DRUŠTVU I ZDRAVLJU BUDUĆIH GENERACIJA	112	OTP BANKA, DELA UMEŠTO REČI, JER JE BUDUĆNOST U NAŠIM RUKAMA
20	ATLANTIC GRUPA, LJUDI KAO POKRETAČ ZELENE TRANSFORMACIJE	116	PEPSICO, NA PUTU POZITIVNIH PROMENA, UVEK I SVUDA
24	CARLSBERG SRBIJA, ODRŽIVOST U FOKUSU	118	PROCREDIT BANK, ODRŽIVO BANKARSTVO JE ODLUKA DA RADIMO DUGOROČNO, ODGOVORNO I U INTERESU CELE ZAJEDNICE
26	DELEZ SRBIJA, KROZ SOLIDARNOST DO ODRŽIVOSTI	120	TREESURY, SADIMO LESKE ZA ZELENIJU BUDUĆNOST
30	DELTA HOLDING, ZNANJE, INOVACIJE I ODGOVORNOST SU TEMELJ ODRŽIVE BUDUĆNOSTI	124	WIENERBERGER, ODGOVORNO GRADIMO BUDUĆNOST
34	DM DROGERIE MARKT, ZAJEDNO ZA BOLJE DRUŠTVO	128	WIENER STADTISCHE OSIGURANJE, ZAJEDNICA KOJA RASTE UZ PODRŠKU
36	DR. OETKER, UDRUŽENIM AKCIJAMA U BORBI ZA OČUVANJE PLANETE	132	YETTEL, ODRŽIVA POVEZANOST ZA BUDUĆNOST
40	ELIXIR GROUP, SRCEM ZA LJUDE, ZNANJEM ZA BUDUĆNOST		
44	ERSTE BANKA SRBIJA, DVADESET GODINA POVERENJA I ODGOVORNOSTI	136	GRAĐANI LIDERI DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI
48	GALENKA, ZDRAVO DVADESETE - PET GODINA POVERENJA, ZAJEDNIŠTVA I ISTINE O ZDRAVLJU MLADIH		
52	GENERALI OSIGURANJE SRBIJA, SUŠTINA OSIGURANJA JE ODGOVORNOST	138	HUMANITARNI RAD MI DAJE OSEĆAJ SMISLA NEJRA ŠKRIJELJ, volonterka humanitarnog udruženja Otvorena ruka iz Novog Pazara
54	HEINEKEN, ODGOVORNOST KAO NEIZOSTAVNI SASTOJAK SVAKOG USPEHA	140	NIKO NE SME DA BUDE GLADAN MAJA PISTOLIĆ, Kuhinja solidarnosti iz Novog Sada
58	HEMOFARM, GODINA U ZNAKU ODRŽIVOSTI	144	UVAŽAVANJE RAZLIČITOSTI PROMENILO BI CEO SVET PREDRAG STARČEVIĆ, nastavnik u Osnovnoj školi „Jovan Jovanović Zmaj“ u Pančevu
62	HENKEL SRBIJA, MEĐU GLOBALNIM LIDERIMA U ODRŽIVOM POSLOVANJU	146	DA NIJEDNA ŠAPIKA VIŠE NE BUDE NA ULICI TATJANA LAKETA, Udruženje „Tražim zauvek dom“ iz Beograda
66	IMLEK, KONTINUIRANA POSVEĆENOST DRUŠTVENO ODGOVORNOM POSLOVANJU I BRIZI U ZAJEDNICI	148	PUT KA DRUŠTVU U KOJEM SVAKO DETE IMA PORODICU BILJANA ZORIĆ DIMIĆ, direktorka SOS Dečijeg sela u Kraljevu
70	JYSK, KADA BRIGA O DOMU POSTANE BRIGA O SVETU	150	NAUČIO SAM PRAVU VREDNOST PODRŠKE I ZAJEDNIŠTVA NEBOJŠA MILJEVIĆ, koordinator tima za psihosocijalnu podršku Udruženja NURDOR
74	LIDL, DOBRO ZA PLANETU	154	KULTURA NIJE PRIVILEGIJA, VEĆ PRAVO VLADA BELJIĆ, Kulturni centar Talas iz Smedereva
78	L’OREAL, STVARAMO LEHOTU KOJA POKREĆE SVET	158	POKRENIMO TALAS DOBROTE ANASTASIJA VUJIĆ, studentkinja Fakulteta organizacionih nauka u Beogradu
82	LUKOIL SRBIJA, KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST SVAKI DAN	160	UVEK JE BOLJE DARIVATI NEGO PRIMATI RADICA BLAGOJEVIĆ, potpredsednica udruženja „Drug sa drumu“
86	MARERA INVESTMENT GROUP, JAČA ZAJEDNICU ZAHVALJUJUĆI SNAŽNIM PARTNERSTVIMA		
88	MASTERCARD, OSNAŽIVANJE DEVOJČICA U STEM NAUKAMA		
90	MCDONALD’S, POSVEĆENOST ZAJEDNICI KOJA TRAJE		
92	MILŠPED GROUP, LIDER ODRŽIVE TRANSFORMACIJE LOGISTIKE		
96	MK GROUP, ULAGANJE U ZAJEDNICU I ZNANJE JE SNAGA ODGOVORNOG POSLOVANJA		
100	MOL SRBIJA, SNAGA ZAJEDNIŠTVA ZA ODRŽIVU BUDUĆNOST		
102	MPC PROPERTIES, ODGOVORNI PROSTORI - ODRŽIVA BUDUĆNOST		
104	NELT GRUPA, INVESTICIJA ZA BOLJU BUDUĆNOST DECE I MLADIH		

IMPRESUM

NAZIV IZDANJA

Lideri društvene odgovornosti i održivosti 2025

UREDNIK

Ana Krajnc

UREDNIK FOTOGRAFIJE

Dušan Đorđević

DIZAJN

Naslovna: Jovana Bogdanović

Prelom: Jovana Bogdanović

LEKTURA I KOREKTURA

Mirjana Radaković

MARKETING

Tanja Milanović, Miša Rašković

ŠTAMPA

Štamparija Caligraph

IZDAVAČ

Business Info Group

Strahinjića bana 31a, Beograd

www.novaekonomija.rs

Sva prava rezervisana

Tiraž

4.000

Petnaest godina. Toliko je prošlo otkako je Business Info Group 2010. godine objavila prvu ediciju „Lideri društvene odgovornosti“. U to vreme u javnosti je preovlađivalo mišljenje da je društveno odgovorno poslovanje prolazni trend, a kompanije su često posmatrane kao akteri koji „ne daju dovoljno za opšte dobro“. Danas, u 2025. godini, percepcija se značajno promenila jer je postalo vidljivo da su, uprkos globalnim ekonomskim usporavanjima i političkim tenzijama, odgovornost i održivost postale neizostavni deo poslovnih strategija.

Globalni podaci to i potvrđuju. Prema OECD-ovom Izveštaju o korporativnoj održivosti za 2025. godinu, čak 91% kompanija širom sveta (u Evropi rekordnih 98%) objavilo je podatke o svojim održivim praksama tokom 2024, što je skok u odnosu na 86% u 2022. Izveštaj Deloitte-a pokazuje da je više od 80% kompanija u 2025. povećalo ulaganja u održivost, dok 14% njih tvrdi da je investiralo preko 20% više nego prethodne godine.

Napredak je vidljiv i na regionalnom nivou. Najnoviji Globalni indeks filantropskog okruženja (GPEI 2025) pokazuje da Balkan beleži kontinuirani rast i nalazi se na 7. mestu među 15 svetskih regiona, odmah iza Južne Evrope, a ispred Istočne Azije i Centralne i Istočne Evrope. Kako navodi Catalyst Balkans, autor regionalnog izveštaja o Balkanu, sve zemlje regiona unapredile su svoje rezultate u odnosu na 2022, pre svega zahvaljujući uvođenju ili povećanju poreskih olakšica koje se odnose na filantropiju.

Tokom proteklih 15 godina trudili smo se da, kroz svako izdanje, ispričamo priče o dobrim delima i održivoj praksi u Srbiji i time doprinesemo većoj vidljivosti korporativne društvene odgovornosti. Promena je i u tom segmentu postala očigledna. Dok su istraživanja 2010. pokazivala da svega 2% građana može da navede ime kompanije koja sprovodi društveno odgovornu akciju, danas se doprinos kompanija prepoznaje u široj javnosti, lokalnim zajednicama i u svakodnevnom životu ljudi.

Ovogodišnji, 16. broj edicije donosi pregled kompanija koje pokazuju da je moguće biti uspešan i istovremeno delovati odgovorno i održivo, čak i u kompleksnim vremenima. Ove godine posebno se ističe rast investicija u održive modele poslovanja, obnovljive izvore energije i zelene tehnologije, dok podrška deci, mladima, ranjivim grupama, obrazovanju, zdravlju ostaje stub korporativne filantropije. Posebnu pažnju svake godine, pa tako i ove, posvećujemo civilnom sektoru i građanima koji svojim delovanjem, solidarnošću i posvećenošću svakodnevno doprinose boljem društvu.

Ako povučemo paralelu sa 2010. godinom, čini se da smo kolektivno postali svesniji da ekonomski napredak nema pravu vrednost ako nije praćen odgovornošću prema ljudima, zajednici i planeti. Odgovornost nije trend niti PR aktivnost, već dugotrajan proces. Ovogodišnjom edicijom, koja obiluje primerima dobre prakse i filantropije, želimo da pokažemo da zajednica može da se menja kada se udruže privreda, civilni sektor, građani i zajednička vizija da svet može biti bolji. Ne savršen — ali bolji.

TEHNOLOGIJA KOJA POVEZUJE LJUDE I DOPRINOSI BOLJEM DRUŠTVU

A1 Srbija gradi održivu budućnost kroz digitalnu pismenost, zdrav način života, očuvanje kulturnog nasleđa i brigu o zajednici

U vremenu u kojem tehnologija određuje način na koji učimo, komuniciramo i brinemo o sebi, pravo pitanje više nije da li je koristimo – već kako. Kompanija A1 Srbija već godinama pokazuje da tehnologija može biti snaga dobra: da povezuje ljude, inspiriše zajednice i doprinosi zdravijem, bezbednijem i zelenijem društvu. Kroz projekte koji obuhvataju edukaciju, kulturu, ekologiju i sport, A1 kontinuirano potvrđuje da društvena odgovornost nije samo sastavni deo poslovanja, već i njegova suština.

#BOLJIONLINE – ODGOVORNA UPOTREBA TEHNOLOGIJE

Platforma **#BoljiOnline**, koju je pokrenuo A1, postala je centralno mesto za razvoj digitalne pismenosti i bezbednosti na internetu, sa preko **500.000 poseta** u prethodnoj godini. Nastala iz potrebe da decu, roditelje, nastavnike i kreatore sadržaja osnaži za bezbedno snalaženje u digitalnom okruženju, danas okuplja institucije, stručnjake, digitalne kreatore i zajednicu oko zajedničkog cilja – da podigne nivo digitalne pismenosti i bezbednosti i da internet postane sigurnije i pozitivnije mesto za sve generacije.

Kroz edukativni program u školama širom Srbije, u kojem je tokom poslednje četiri godine učestvovalo oko **16.500 učesnika u više od 80 škola**, platforma aktivno pokreće dijalog o različitim izazovima odrastanja, roditeljstva i obrazovanja u digitalnom dobu. Nastavnicima

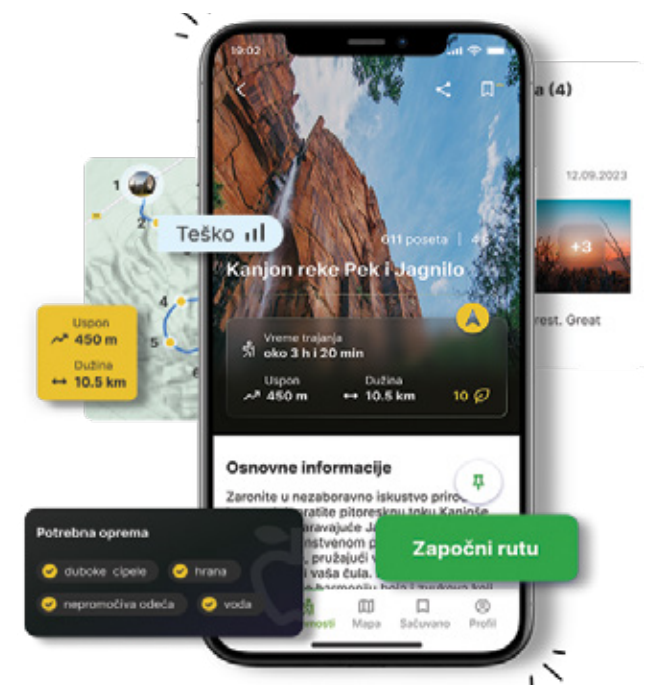
se nude alati i resursi koji im pomažu da temu digitalne bezbednosti prirodno uvode u učionicu kao deo razgovora o vrednostima, a sama platforma objedinjuje preko **1.000 tekstova, 60 videa i 30 kvizova**. Za roditelje su tu praktični saveti i primeri iz svakodnevice koji im pomažu da postave granice i zadrže poverenje, dok se sa decom razgovara kroz igru i formate koji su im bliski. Platforma objedinjuje sve ove edukativne sadržaje, uključujući i onlajn igrice „**BoljiOnline svet**“, koja na zabavan način upoznaje decu sa temama digitalne bezbednosti, dezinformacija i odgovornog korišćenja tehnologije. Kroz interaktivne zadatke i situacije iz stvarnog života, igra promoviše kritičko razmišljanje, balans u korišćenju interneta i empatiju u digitalnom svetu, pokazujući da digitalno okruženje može biti prostor učenja, saradnje i solidarnosti. Svoj doprinos daju i učesnici programa „**Škola odgovornog influensa**“, koji uči kreatore sadržaja kako da koriste svoj uticaj na pozitivan i etički način, promovišući vrednosti koje podižu svest i inspirišu mlade.

TEHNOLOGIJA U SLUŽBI ZDRAVOG NAČINA ŽIVOTA

Ranije ove godine, A1 je lansirao mobilnu aplikaciju **Via normale** - digitalni vodič za samostalno snalaženje u prirodi koji motiviše korisnike da više vremena provode na otvorenom, kroz proverene **planinarske, pešačke i biciklističke rute** širom Srbije, kao i piknik zone na



najaktraktivnijim prirodnim lokalitetima. Aplikaciju je preuzelo više od 10.000 korisnika koji imaju na raspolaganju **39 ruta** na šest lokacija (Avala, Divčibare, Fruška gora, Zlatibor, Kopaonik, Kosmaj), sa ukupnom pokrivenošću od **286 km staza**. Aplikacija omogućava pristup proverenim rutama, jednostavno planiranje izleta, nudi navigaciju, savete i informacije o opremi, parkingu i atraktivnim lokacijama, a dostupna je svima – od rekreativaca do iskusnih sportista i planinara. Korisnici aplikacije svojim aktivnostima zajedno sakupljaju poene koji doprinose razvoju projekata u prirodi – formiranje novih odmarališta. Upravo zahvaljujući toj zajedničkoj energiji, **otvorena je prva Via normale piknik zona** u Nacionalnom parku Fruška gora – uređeni prostor za boravak i igru na otvorenom, osmišljen u saradnji sa JP „Nacionalni park Fruška gora“ i kompanijom Eko Teretana. Ova zelena oaza sa poligonima, edukativnim tablama i interaktivnim igrama pokazuje kako zajednička energija pojedinaca i kompanija može da donese stvarne promene u zajednici. Pored toga, A1 je prošle godine podržao otvaranje **najveće penjačke stene na otvorenom u Srbiji – Utopia Wall** u prostoru Silosa u Beogradu.





Ovaj sportsko-rekreacioni centar, nastao u saradnji sa organizacijama „Gaia pokret” i „Utopia”, pruža jedinstveno iskustvo za sve posetioce, od početnika do iskusnih penjača. Projekat promoviše fizičku aktivnost, zdrav život i zajedništvo – vrednosti koje su neraskidivo povezane sa misijom A1 da doprinese kvalitetnijem životu u zajednici.

A1 KINOTEKA – ČUVANJE KULTURNOG NASLEĐA

Projekat **A1 Kinoteka**, pokrenut 2017. godine u saradnji sa Jugoslovenskom kinotekom, ove godine obeležio je jubilej – **digitalno je restaurisan 40. kultni domaći film**, a među dosadašnjim restaurisanim delima su klasici poput „Maratonci trče počasni krug“, „Ko to tamo peva“, „Lepota poroka“ i „Petrijin venac“. Jubilarni naslov bio je remek-delo Živka Nikolića „**Čudo neviđeno**“, prikazano u Jugoslovenskoj kinoteci pred publikom i autorima koji su obeležili zlatno doba jugoslovenskog filma.

A1 Kinoteka Letnji bioskop je manifestacija koja publici, u letnjim mesecima, donosi besplatne projekcije digitalno restaurisanih domaćih filmskih klasika, pod otvorenim nebom. Ovogodišnje izdanje Letnjeg bioskopa prvi put je izašlo van Beograda – projekcije su održane i u Nišu i Kragujevcu, čime je filmska umetnost približena

novoj publici. Tokom četiri godine, Letnji bioskop A1 Kinoteke posetilo je **više od 35.000 gledalaca**, što potvrđuje da je ovaj projekat postao deo kulturne tradicije Srbije – mesto na kojem se spajaju umetnost, zajedništvo i digitalna inovacija.

SOLARNA MREŽA I KLIMATSKA TRANZICIJA

Kao pionir u primeni obnovljivih izvora energije, A1 Srbija danas koristi **6.470 solarnih panela** na više od 330 lokacija širom zemlje, a ta količina energije bi mogla da napaja oko 750 domaćinstava tokom cele godine. Tokom 2025. godine, kompanija je završila instalaciju **152 solarna panela na krovu A1 Data centra u Kragujevcu**, koji godišnje proizvode preko **100.000 kWh zelene energije**, smanjujući emisiju CO2 za 46 tona.

Time je A1 dodatno ojačao poziciju Kragujevca kao centra digitalne i energetske transformacije u Srbiji, kombinujući ulaganja u zelenu energiju, optičku infrastrukturu i projekte koji doprinose održivom razvoju lokalne zajednice. A1 nastavlja svoju saradnju i sa mrežom **Bikeep** promoviše ekološki prihvatljiv način transporta u urbanim sredinama – 12 stanica za parkiranje i punjenje bicikala i električnih trotineta nalaze se na lokacijama širom Beograda.



A1 je takođe prva kompanija u Srbiji koja koristi **Eco Rating** za mobilne telefone i meri ekološki otisak uređaja, istovremeno podstičući korisnike na reciklažu (više od **158.000 starih mobilnih uređaja** reciklirano je od septembra 2024) i smanjenje upotrebe papira - trenutno **87,5% računa** se dostavlja kao e-račun.

NIKLO KAO JA – ZELENE OAZE U URBANIM SREDINAMA

Inovativni projekat „**Niklo kao ja**” tokom 2025. godine doneo je nova unapređenja u 20 urbanim vrtova formiranih širom Srbije. U Kragujevcu, Nišu, Valjevu, Gornjem Milanovcu i drugim gradovima, u blizini vrtova, postavljene su **solarne klupe SmartBeam** koje omogućavaju bežično punjenje uređaja i LED osvetljenje, kao i **male biblioteke na otvorenom** za razmenu knjiga – oslikane radovima srpske street-art umetnice Jane Danilović. Ovi prostori predstavljaju spoj umetnosti, ekologije i tehnologije, i deo su šire vizije A1 o održivim gradovima u kojima građani aktivno učestvuju u stvaranju zelenih zajednica. Urbani vrtovi



imaju višestruku ekološku i društvenu ulogu, predstavljajući korak ka unapređenju kvaliteta življenja. Kroz sadnju biljaka, bašte deluju kao **prirodni filteri** u urbanim sredinama: pročišćavaju vazduh, sakupljaju prašinu i mikročestice, i usvajaju veliku količinu kišnice. Osim toga, doprinose **povećanju biodiverziteta** – postaju stanište za pčele, druge insekte i ptice, stvarajući povoljniju mikroklimu i estetski oplemenjujući gradske lokacije. U delovima gde su formirani ovi vrtovi primećeno je povećanje mikroorganizama, ptica i insekata za **30-40%**, dok je broj invazivnih vrsta smanjen za **60-70%**.

RAVNOPRAVNOST, INKLUZIJA I BRIGA O ZAPOSLENIMA

A1 Srbija je prepoznata kao kompanija koja dosledno promovise ravnopravnost, inkluziju i podršku zaposlenima. Više od **64% zaposlenih čine žene**, a gotovo polovinu rukovodilačkih pozicija u kompaniji takođe zauzimaju žene, što A1 svrstava među najravnopravnije kompanije u domaćem poslovnom okruženju.

Kompanija je dobitnik priznanja „**Rodno najsenzitivnija kompanija**”, koje dodeljuje Udruženje poslovnih žena Srbije, što je potvrda sistemskog pristupa rodnoj ravnopravnosti i stvaranju jednakih mogućnosti u okviru organizacije. Osim rodne ravnopravnosti, A1 podjednako ulaže u podsticajno radno okruženje za sve zaposlene. **Family Friendly Enterprise sertifikat** dodatno potvrđuje posvećenost stvaranju fleksibilnih modela rada i sistema podrške koji omogućavaju zdrav balans između privatnog i poslovnog života.

Pristupačnost svojih usluga A1 unapređuje i kroz sistem **Inclusio**, koji osobama sa invaliditetom omogućava da unapred najave dolazak u prodajna mesta i dobiju uslugu prilagođenu svojim potrebama. Posvećenost zajednici pokazuju i zaposleni kroz volontersku zajednicu „**Niko kao mi**”. U poslednjih godinu dana organizovano je **14 volonterskih akcija** u kojima je učestvovalo **405 zaposlenih**.

TEHNOLOGIJA U SLUŽBI DOBRA

Od digitalne pismenosti i kulturnog nasleđa do obnovljive energije i zdravih životnih navika - svi projekti A1 Srbija imaju zajednički imenitelj: tehnologiju u službi dobra. Kroz spoj inovacija, empatije i odgovornosti, A1 pokazuje da razvoj nije samo u brzini prenosa podataka, već u snazi veze koju gradimo sa ljudima, zajednicom i planetom.

KREIRAMO SVET VREDAN SLAVLJENJA

13



dogđajima cilj je bio da se potrošači podsete da, i pored uţivanja, ne zaborave na odgovornu konzumaciju i bezbednost u saobraćaju.

RECIKLAŹA U FOKUSU

Teme reciklaŹe, oćuvanja Źivotne sredine, kao i odgovorne konzumacije alkohola bile su u fokusu Apatinske pivare i na ovogodišnjoj 31. Drinskoj reġati. Jedan od glavnih ciljeva reġate je oćuvanje i promovisanje ekologije i prirodnih lepota reke Drine, i u skladu sa tim Apatinska pivara godinama zajedno sa operaterom ambalaŹnog otpada, Sekopakom, tokom svoje akcije „**Recikliraj, uŹivaj i Drinu od otpada saćuvaj**“ skreće paŹnju na znaćaj reciklaŹe i oćuvanja Źivotne sredine. U okviru ove akcije na reciklaŹu je i ove godine poslato viŹe stotina kilograma ambalaŹnog otpada.

JELEN KARAVAN - PORUKA ZAJEDNIŹTVA I SOLIDARNOSTI

Jelen karavan ovog leta poslao je posebnu poruku zajedniŹtva i solidarnosti - pored bogatog programa i druŹenja uz omiljeno pivo, Jelen karavan u Kragujevcu i Ćačku nosio je i vaŹnu humanitarnu misiju u vidu pomoći porodicama poġoćenim poŹarima koji su tokom leta poġodili Kragujevac i okolinu. Jelen pivo i Apatinska pivara su ovom prilikom donirali sredstva Crvenom krstu za pomoć porodicama koje su poġoćene poŹarima.



ZAJEDNO PRAVIMO RAZLIKU - ZAPOSLENI UVEK AKTIVNI NA HUMANITARNIM TURNIRIMA

APA tim tradicionalno je ućestvovao i na 16. humanitarnom BELhospice turniru u malom fudbalu i 7. turniru u basketu, odrŹanom na fudbalskim terenima u Staroj Pazovi. Humanost je, kao i uvek, na prvom mestu na BELhospice turniru, a ove godine tim Apatinske pivare osvojio je treće mesto u basketu. Zajednićkim snagama sa drugim kompanijama i partnerima prikupljena su sredstva za besplatno palijativno zbrinjavanje onkoloŹkih pacijenata. Turniri su uvek dobra prilika da se pokaŹu fizićka kondicija i timski duh, a zaposleni se uvek rado odazivaju ovakvim manifestacijama koje ih dodatno zbliŹe u humanoj misiji donacije za onkoloŹke pacijente.

TOP EMPLOYER

Apatinska pivara je i ove godine dobila prestiŹni sertifikat Top Employer. Dobijanje ovog znaćajnog sertifikata znaći da je kompanija globalno priznata po svojoj izvrсноj praksi sa zaposlenima, kao i kulturi „Ljudi na prvom mestu“. Stvaranje okruŹenja za rast zaposlenih i razvoj zajednice u kojoj posluje su vrednosti koje su ugraćene u kulturu poslovanja Apatinske pivare. Pored priznanja dobijenog na lokalnom nivou, evropski logo na nivou Molson Coorsa potvrćuje da u celoj kompaniji neġuju kulturu u kojoj cene i poŹuju razlike i veruju da su razlićitost i inkluzija kljuć za promovisanje porednićke timske kulture.



APATINSKA PIVARA KONTINUIRANO DOKAZUJE DA JE ODRŹIVOST VIŹE OD OBAVEZE – TO JE INVESTICIJA U BOLJU BUDUĆNOST

FAMILY FRIENDLY KOMPANIJA

PodrŹka porodici, odnosno ravnoteŹi izmeću privatnog i poslovnog Źivota, u Apatinskoj pivari je veoma vaŹna, tako da je pivara već Ćetiri godine nosilac prestiŹnog Family Friendly Enterprise (FFE) sertifikata, i to kao prva kompanija u Srbiji u sektoru robe Źiroke potroŹnje (FMCG sektor). Uvedeni su brojni benefiti za zaposlene, kao Źto su viŹe slobodnih dana za zaposlene Ćija deca polaze u prvi razred osnovne Źkole ili prvi put u vrtić, Źirok koncept rada na daljinu, „letnji petak“, viŹe slobodnih dana za novopećene tate ili briga o majkama koje se vraćaju na posao nakon porodiljskog, koriŹćenje plaćenog odsustva kako bi bili uz

svoje maliŹane na poćetku njihovih novih poglavlja, dodatno penzijsko osiġuranje, i mnoge druge.

IMPRINT MESEC U APATINU SA ZAPOSLENIMA

Ove godine ponovo je proslavljen Imprint mesec septembar i vreme posvećeno stvaranju pozitivnog uticaja zajedno sa naŹim zaposlenima. Koleġe su sadile dekorativno drveće i ulepŹavale okolinu pivare u Apatinu sa zasaćenim sadnicama u obliku broja 270, uoći obeŹavanja jubileja - 270 godina pivare. Tradicionalno, APA Coolinari - kulinariski doġađaji u Apatinu i Beogradu bili su ispunjeni sjajnom energijom i velikoduŹnoŹću, ġde je dobra atmosfera bila kljućni sastojak u svakom loncu tradicionalnog ribljeġ paprikaŹa ili pećenog kolaća. Ovo je ujedno bila prilika da se promoviuŹu naporu u oblasti odrŹivosti meću zaposlenima, uz predstavljanje Ćetvrtog izveŹtaja o odrŹivosti. Apatinska pivara kontinuirano dokazuje da je odrŹivost viŹe od obaveze – to je **investicija u bolju budućnost**. Kompletan IzveŹtaj o odrŹivosti moŹete pogledati na sajtu Apatinske pivare.

POSVEĆENOST PRIRODI, DRUŠTVU I ZDRAVLJU BUDUĆIH GENERACIJA

Kroz održive inicijative i aktivan volonterizam, kompanija AstraZeneca nastavlja da gradi okruženje u kojem priroda, društvo i zdravlje budućih generacija napreduju zajedno

Društvena odgovornost danas je merilo zrelosti i vizije jedne kompanije. Odgovorno poslovanje podrazumeva svesno ulaganje u zajednicu, očuvanje prirodnih resursa i dugoročnu brigu o dobrobiti ljudi i planete. Kroz održive inicijative i aktivan volonterizam, kompanija AstraZeneca nastavlja da gradi okruženje u kojem priroda, društvo i zdravlje budućih generacija napreduju zajedno.

AKCIJE ČIŠĆENJA GRADSKIH OAZA

U maju 2025. zaposleni kompanije udružili su snage u akciji čišćenja Košutnjaka, ponovo skrećući pažnju na značaj odgovornog odnosa prema životnoj sredini i očuvanju prirodnih resursa. Naše „uniforme“ bile su majice humanitarne organizacije „Dečije srce“, jasna poruka da se briga o planeti prirodno povezuje sa brigom o zajednici. Ovakvim akcijama podstičemo kulturu lične odgovornosti i pokazujemo da je održivo delovanje ulaganje u napredak društva koje razume vrednost budućnosti.

AZ FOREST - SADNJOM NOVIH SADNICA DO ZELENIJEG OKRUŽENJA

U 2025. godini nastavljamo AZ Forest - višegodišnji program pošumljavanja i obnove degradiranog zemljišta, osmišljen da doprinese smanjenju emisije CO2, očuvanju biodiverziteta i kvalitetu života u urbanim i prigradskim sredinama. Sa

verom u održivu budućnost, delujemo tamo gde je uticaj najkonkretniji: kroz odgovorno upravljanje prirodnim resursima, ublažavanje klimatskih rizika i jačanje ekološke bezbednosti. Naš cilj ostaje jasan – zdravi gradovi rastu na zdravim temeljima prirode. Ovaj program predstavlja deo sveobuhvatne strategije kompanije da do 2025. zasađi 50 miliona stabala, sa namerom da ublaži posledice klimatskih promena i doprinese očuvanju planete. Taj cilj se dosledno ostvaruje kroz lokalne akcije i volonterski doprinos zaposlenih, koji prepoznaju moć zajedničkog delovanja za održiviju budućnost.



ASTRAZENECA ĆE I DALJE ISTRAJAVATI U NAPORIMA DA UNAPREDI ZDRAVLJE LJUDI I OČUVA ZDRAVLJE PLANETE

Projekat pošumljavanja sprovodiće se na teritoriji Lazarevca i okolnih naselja, a glavna aktivnost biće sadnja 4.500 novih sadnica na područjima gde nedostaje vegetacija i gde je potrebna ekološka obnova. Cilj projekta je da se ožive zapuštene i degradirane lokacije, čime se stvara zdravije i održivije okruženje za lokalno stanovništvo.

Očekivani efekti prevazilaze samu sadnju drveća – projekat treba da doprinese poboljšanju kvaliteta života građana kroz uređenje zapuštenih površina i smanjenje nivoa ugljen-dioksida u vazduhu. Zbog brze urbanizacije, lokalna zajednica je izgubila mnoge zelene površine važne za odmor i kontakt s prirodom, pa je cilj ove inicijative da kroz partnerstvo postignemo merljive rezultate i dugoročan pozitivan uticaj na zajednicu i životnu sredinu.

Smanjenje karbonskog otiska kao strateški fokus Jedan od ključnih pravaca delovanja kompanije AstraZeneca u zaštiti okoline je program Ambition Zero Carbon. Njezova svrha je umanjeње emisija kroz šire korišćenje obnovljivih izvora energije u proizvodnji i grejanju, kao i kroz kontinuirano podizanje energetske efikasnosti postrojenja. Imajući u vidu da je aerozaagađenje rasprostranjen globalni izazov i vodeći faktor rizika po javno zdravlje, koji je povezan sa karcinomom pluća i brojnim hroničnim oboljenjima, jasno je zbog čega ovoj temi pristupamo prioritarno. U skladu s tim opredeljenjem, kompanija je fazno prešla sa hibridnih na potpuno električna vozila, tako da je naš kompletan vozni park u Srbiji danas električni. Ovim iskorakom dodatno smanjujemo emisije iz saobraćaja i potvrđujemo posvećenost dekarbonizaciji u praksi.





PODRŠKA ZA NAJMLAĐE

Briga o zajednici ima posebno mesto u našim aktivnostima tokom 2025. Dana 31. januara posetili smo Spomenak – Dom za napuštenu decu u Pančevu, gde trenutno boravi 35 dece uzrasta od 7 do 17 godina, od kojih neka imaju posebne potrebe. Tokom posete, deca su nam poklonila ručno rađene poklone – gest koji je snažno podsetio na moć međusobne podrške. Prikupljenim sredstvima obezbeđeni su najneophodniji proizvodi za ličnu higijenu, a u julu je naš tim ponovo posetio Spomenak i dopremio dodatne potrepštine. Ovakve posete podsećaju koliko malo ulaganje vremena i pažnje može značiti u nečijem svakodnevnom životu, ali i koliko nas darivanje uči zahvalnosti i zajedništvu.

ZAJEDNO ZA ČISTIJU BUDUĆNOST

Održivo delovanje nije samo ulaganje u prirodu – to je ulaganje u rast i napredak društva koje razume vrednost budućnosti. Zato u 2025. nastavljamo da smanjujemo negativan uticaj na okolinu, ulažemo u prirodu i biodiverzitet i povezujemo ekološke aktivnosti sa brigom o najranjivijima u zajednici. Naš kompas ostaje isti: zdravlje planete znači i zdravlje društva.



10.000 UČENIKA KROZ „BUSTUJ ZDRAVE NAVIKE“

Uspešno završen trogodišnji projekat „Bustuj zdrave navike“, koji je udruženje Uvek zdrav stav realizovalo uz podršku kompanije AstraZeneca, obuhvatio je više od 10.000 učenika širom Srbije. Okosnica programa bila je vršnjačka edukacija: obučeno je 300+ učenika viših razreda da kao edukatori prenose znanje o zdravim navikama svojim vršnjacima u odeljenjima od petog do osmog razreda, uz paralelne obuke nastavnika. Prve godine učestvovalo je pet beogradskih škola, a druge godine deset škola iz Čačka, Subotice, Novog Sada, Kruševca i Sombora. Program je realizovan uz podršku Ministarstva prosvete i pokazao se efikasnim u promociji prevencije gojaznosti u detinjstvu. Iako je projekat završen, usvojene navike i osnažene škole nastavljaju da donose dugoročne benefite za fizičko i mentalno zdravlje dece.



SPORTSKI DOGAĐAJI KAO ZNAK ZAJEDNIŠTVA

U skladu s misijom promovisanja zdravih stilova života, lokalni tim kompanije AstraZeneca tokom godine je aktivno učestvovao na nizu humanitarnih i sportskih manifestacija. U septembru je pružena podrška „Race for the Cure“, najvećem evropskom sportskom događaju posvećenom zdravlju žena, usmerenog na podizanje svesti o raku dojke i prikupljanje sredstava za borbu protiv bolesti. Zaposleni su takođe trčali na Belgrade Business Run na Adi Ciganliji, ističući značaj redovne fizičke aktivnosti i zdravih navika u poslovnoj zajednici.

Podržali smo i 11. biciklističku vožnju podrške „Daj pedalu raku“ na Kalemegdanu, održanoj u subotu, 11. oktobra, u organizaciji Ženskog centra Milica. Manifestacija je okupila bicikliste, građane, porodice i brojne volontere, sa zajedničkom porukom o značaju prevencije, ranog otkrivanja i podrške ženama koje se bore protiv raka dojke i ginekoloških karcinoma.

Najskorije učešće bilo je na „14. maratonu & Trci podrške Plavi krug oko Ade 2025“, održanom 9. novembra 2025. Ovaj događaj je bio posebno značajan jer je, uz rekreativce i takmičare, uključio i osobe koje žive sa dijabetesom, čime je dodatno skrenuta pažnja na bolest i važnost pravovremene prevencije i adekvatne kontrole.

AstraZeneca će i dalje istrajavati u naporima da unapredi zdravlje ljudi i očuva zdravlje planete. Posvećenost održivosti, društvenoj odgovornosti i javnom zdravlju svrstava kompaniju među predvodnike pozitivnih promena, a misija boljeg sveta, zdravije planete i društva ostaje trajna inspiracija.



LJUDI KAO POKRETAČ ZELENE TRANSFORMACIJE

U vremenu kada potrošači sve više vrednuju autentičnost i društvenu odgovornost, kompanije poput Atlantic Grupe postavljaju standarde održivog poslovanja u regionu, integrišući održivost u sve segmente poslovanja – od proizvodnje i lanca snabdevanja, do razvoja zaposlenih i inovacija u proizvodima

Održivost danas postaje ključna za dugoročnu konkurentnost, a Atlantic Grupa svojim načinom rada potvrđuje da ESG nije samo regulatorna obaveza, već strateška investicija u poslovnu, društvenu i ekološku budućnost. Atlantic Grupa je integrisala održivost u sve segmente poslovanja – od proizvodnje i lanca snabdevanja, do razvoja zaposlenih i inovacija u proizvodima. ESG ciljevi su sastavni deo korporativne strategije „**Profitabilni rast**“, a ostvarenje **Sustainability Indexa** direktno utiče na sistem nagrađivanja menadžmenta i zaposlenih na ključnim funkcijama.

STRATEŠKI PRISTUP ODRŽIVIM CILJEVIMA

U središtu ove održive transformacije, u okviru Atlantic Grupe, nalazi se **GreenWave tim** – interna, multidisciplinarna grupa stručnjaka i entuzijasta koja je ESG teme izvela iz okvira izveštavanja i regulatornih zahteva i pozicionirala ih kao pokretač inovacija, saradnje i otpornosti. GreenWave motiviše zaposlene da se ukrcaju na „zeleni talas“, čineći održivost svakodnevnom poslovnom praksom. GreenWave je postao simbol strateške i kulturne

promene unutar kompanije omogućavajući kolegama pre svega edukacije u oblasti ESG tema. Umesto klasične ESG akademije, održivost je postala sastavni deo svih funkcionalnih akademija – od marketinga i prodaje do finansija i R&D sektora.

GREENDAY KONFERENCIJA

Interna **GreenDay konferencija**, u organizaciji GreenWave tima, za cilj ima dodatno osnaživanje svakog pojedinca, internu edukaciju i razmenu znanja u okviru ESG oblasti. Samo potpuno razumevanje ciljeva i planova kompanije, njihova jasna komunikacija i osveščivanje šta sve u svakodnevnom poslu možemo da promenimo i primenimo, mogu omogućiti da održivost postane deo korporativne kulture.

Upravo ova vizija, u 2025. godini, okupila je preko 150 kolega kao i gostujuće predavače i partnere iz lanca vrednosti, poput dobavljača kaka Barry Callebaut, maloprodajnog lanca Delhaize Srbija, ali i najvećeg regionalnog festivala Greencajt koji je postao globalna platforma za razmenu iskustva i implementaciju dobrih praksi u održivom poslovanju.





DAN VREDNOSTI

Još jedan važan projekat je **Value Day**, koji već gotovo deceniju okuplja zaposlene u akcijama podrške lokalnim zajednicama. U poslednje dve godine, fokus je stavljen na održivost kroz jasno fokusirane aktivnosti. Ove godine više od 990 kolega učestvovalo je u Danu vrednosti u 20 gradova naših lokacija, posvetivši deo svog radnog dana društveno odgovornim aktivnostima koje promovišu održivost, zajedništvo i humanitarnu pomoć. U okviru outdoor aktivnosti, uređivala se okolina, čistili parkove i priroda, te zasadilo ukupno 452 sadnice. Prikupljena je i 151 kesa otpada, čime smo dali konkretan doprinos lepšem i zdravijem okruženju u našim zajednicama. Kancelarijske aktivnosti bile su jednako snažne, a u okviru kojih i humanitarnog bazara, čiji je prihod namenjen u humanitarne svrhe, edukativne radionice i vebinari, kao i dobrovoljno davanje krvi za koje se odazvalo 149 kolega.



ODRŽIVOST KAO TEMELJ KORPORATIVNE KULTURE

Komunikacija je ključna za uspeh održive transformacije. Atlantic Grupa transparentno komunicira vrednosti, ciljeve i rezultate – od internih radionica do objave korporativnog ESRS izveštaja. Održiva strategija Atlantic Grupe se zasniva na pet operativnih prioriteta u oblasti životne sredine: smanjenje **gasova** staklene bašte, odgovorno korišćenje **vode**, i mogućnost potpunog **recikliranja** ambalaže, a u oblasti društvene odgovornosti to su **zaposleni** (angažovani i sposobni zaposleni, bez povreda i ravnopravnost polova) i **proizvodi** (stalno poboljšavanje receptura i nutritivnih vrednosti, čista etiketa (clean labels) i smanjenje pakerskog materijala).

ESG IZVEŠTAVANJE

Naši brendovi ključni su za postizanje globalnih ciljeva održivosti i svaki doprinosi na jedinstven način, suočavajući se sa različitim izazovima i prilikama.

Rezultati su jasno vidljivi i u ESRS izveštaju za 2024. godinu. Više od 93% ambalažnih materijala je reciklabilno, a cilj je da do 2030. godine taj procenat dostigne 100%. Donat se već pakuje u 100% reciklirane PET boce, dok su Argeta i Grand kafa uvele inovativne ambalaže bez aluminijuma. Upotreba palminog ulja, jednog od glavnih uzroka deforestacije, smanjena je za 60% u odnosu na 2023. godinu, zahvaljujući prelasku brenda Smoki i Prima na druge opcije. U recepturi Smokija, palmino ulje je zamenjeno suncokretovim uljem iz lokalnih izvora. Sa ovom promenom Smoki ukus je ostao nepromenjen, ali smo zato prepoznatljivi kvalitet dodatno potvrdili sertifikatima Vegan i Halal. Zbog prisustva naših brendova na mnogim tržištima i lojalnih potrošača sa različitim zahtevima u ishrani, Smoki je sertifikovan za Halal i Vegan. Iako je Smoki oduvek bio proizvod napravljen od sastojaka biljnog porekla, prepoznatljivi kvalitet dodatno je potvrđen Vegan sertifikatom. Oba sertifikata su istaknuta na ambalaži, jer kada naši potrošači imaju pristup temeljnim i jasnim informacijama o proizvodu, mogu donositi bolje odluke usklađene sa svojim prehranbenim preferencijama, moralnim načelima i zdravstvenim potrebama. Ova unapređenja na brendu Smoki su donela i priznanje „Šampion održivosti“ u kategoriji Održivo upravljanje prirodnim resursima. Takođe, kompanija beleži 88% angažovanosti zaposlenih, a više od polovine, tačnije 55% rukovodećih pozicija zauzimaju žene. Atlantic Grupa je i potpisnica *Povelje različitosti* i ima priznanje *Equal Pay Champion* za ravnotežu plata. Broj povreda na radu smanjen je za 51%, dok svaki zaposleni u proseku provede više od 40 sati godišnje na edukacijama (rast od skoro 250% u odnosu na 2023. godinu). Atlantic Grupa pokazuje da održivost nije trošak, već **investicija koja donosi konkurentsku prednost, inovacije i dugoročnu stabilnost**. U narednom periodu, planiraju se dalje investicije u solarne elektrane i zelenu energiju, investicije u energetska efikasnost, zamenu energenata, upotrebu recikliranih materijala, održivu ambalažu koja omogućava recikliranje i investicije u smanjenje potrošnje vode. U vremenu kada potrošači sve više vrednuju autentičnost i društvenu odgovornost, kompanije poput Atlantic Grupe postavljaju standarde održivog poslovanja u regionu.

ODRŽIVOST U FOKUSU

Program „Zajedno ka nuli“ deo je globalne poslovne strategije kompanije. Smatramo da jedino strateškim pristupom pitanju održivosti možemo zaista da budemo društveno odgovorni, ali i da budemo pioniri u mnogim oblastima na domaćem tržištu

Željko Bačkulić, menadžer održavanja, investicija i infrastrukture, Carlsberg Srbija

Željko Bačkulić radi punih osam godina u kompaniji Carlsberg Srbija. Najpre je radio na poziciji supervizora elektroodržavanja, gde je došao sa više od 10 godina iskustva na poslovima održavanja. Nakon godina profesionalnog i leaderskog razvoja u Carlsbergu, danas se nalazi na poziciji menadžera održavanja, investicija i infrastrukture. Prvi posao nakon fakulteta dobio je u Vitalu iz Vrbasa, gde se nije dugo zadržao, jer je vrlo brzo dobio priliku u Tarkettu iz Bačke Palanke na poziciji elektroinženjera. Nakon tih, kako kaže, zaista značajnih devet godina za njegovu karijeru, nastavio je da se bavi održavanjem u kompaniji BOSCH u Šimanovcima. „Jako lepe uspomene me vežu za auto-industriju i posebno za poznanstva koja sam tamo napravio. Svaka od ovih kompanija je ostavila trağa na meni, uticala na moj način razmišljanja i stavove i pružila mi mogućnosti da se razvijam“, kaže Bačkulić.

Carlsberg ima ambiciju dostizanja nula ugljeničnog otiska u pivarama. Koje inicijative u vašoj pivari u Čelarevu sprovodite tim povodom?

Kompanija Carlsberg, kao jedan od sledbenika Pariskog sporazuma postavila je ambiciozne ciljeve još 2015. godine. Ti ciljevi su sa globalnog „spušteni“ na lokalni nivo kako bi se postigla nulta emisija štetnih gasova. Konkretno, pivara u Čelarevu iz godine u godinu ulaže u smanjenje potrošnje prirodnog gasa kao našeg najvećeg generatora CO2. Kontinuirano radimo na smanjenju potreba za toplotnom energijom kako bismo uspjeli da pokrijemo što više potrošnje iz sopstvenih obnovljivih izvora – biomase i biogasa. Trenutno naši obnovljivi izvori pokrivaju 35 odsto potreba za toplotnom energijom.

Pokrenuto je više projekata da bi se dobilo na efikasnosti mašina i eliminaciji potreba za toplotnom energijom: izolacija cevovoda, unapređenje energetske efikasnosti toplotnih podstanica za grejanje, eliminacija upotrebe toplotne energije u proizvodnji deaerisane vode, efikasnije kuvanje piva u varionici u pivari, optimizacija CIP-ova. Ono što planiramo i gde posebno očekujemo veliki uticaj su fotovoltaični paneli čiji je cilj postizanje nezavisnosti u snabdevanju električnom energijom od 25 odsto.

Na koji način radite na optimizaciji potrošnje vode?

Paralelno sa nultom CO2 emisijom, kompanija se obavezala i na smanjenje potrošnje vode. Ovom resursu se pridaje veliki značaj, jer je za pravljenje piva jedan od četiri najvažnija sastojka upravo voda. Kao što se radi na efikasnosti toplotne energije, tako se radi i na različitim modelima ponovne upotrebe i prečišćavanju već korišćene vode u tehnološkim procesima. Potrošnja se meri po hektolitrima proizvedenog piva, a naš cilj za sledeću godinu jeste da postojeću potrošnju smanjimo za 0.3 hl/hl, odnosno za 10 odsto. Cilj jeste ambiciozan, ali imamo u planu velike projekte koje smo već pokrenuli. Planiramo da regenerišemo veliku količinu vode iz postrojenja za hemijsku pripremu, da se optimizuje potrošnja tunelskih pastera i perione povratne staklene ambalaže. Takođe, veliki deo vode koja se troši je u procesu CIP-ova i tu zajedno sa partnerima unosimo velike promene u tehnologiji pranja sudova.

Šta su planovi kompanije u narednom periodu kada je u pitanju program „Zajedno ka nuli“?



Program „Zajedno ka nuli“ deo je globalne poslovne strategije kompanije, što dokazuje da nam je održivost u fokusu. Smatramo da jedino strateškim pristupom ovom pitanju možemo zaista da budemo društveno odgovorni, ali i da budemo pioniri u mnogim oblastima na domaćem tržištu. Sam program obuhvata nekoliko aspekata koji se tiču ne samo energenata i vode već i ambalažnog otpada koji generišemo plasiranjem naših proizvoda, odgovorne konzumacije, regenerativne agrikulture, ali i zdravlja i bezbednosti na radu.

Godinama podržavate lokalnu zajednicu u Čelarevu. Koji su poslednje aktivnosti na kojima ste radili?

Veliki broj naših zaposlenih dolazi iz Čelareva i slobodno mogu reći da oni pivaru posmatraju kao svoju drugu kuću, pre svega zbog tradicije pivarstva u ovom kraju, koja datira još od 1892. godine. Carlsberg je ulaskom na tržište Srbije i kupovinom pivare u Čelarevu postao deo lokalne zajednice i svakodnevno se trudimo da doprinesemo njenom boljitku

u svakom smislu. Godinama podržavamo lokalne sportske klubove, kulturne asocijacije, obrazovne institucije, a ove godine smo značajnu donaciju usmerili na opremanje lokalne ambulante.

Da li zaposleni prepoznaju društvenu odgovornost kompanije i koliko je taj aspekt značajan kandidatima pri zapošljavanju?

Svakako da zaposleni cene to što kompanija čini kako za lokalnu zajednicu, tako i na globalnom nivou, kroz program „Zajedno ka nuli“. Pored tog, kada na razgovorima za posao kandidati čuju šta sve radimo u oblasti zaštite životne sredine, veoma često prokomentarišu da je to jedan od bitnijih razloga zašto žele da postanu deo Carlsberg tima. Novim generacijama je pristup podacima mnogo lakši nego ranije i zato više razmišljaju o sredini u kojoj žele da žive. Dosta su svesniji od nas „starijih“ koliko su resursi značajni i u kolikoj je opasnosti cela planeta i, vodeći se tim, ne žele da daju podršku onima koji njihov opstanak dovode u pitanje neodgovornim ponašanjem.

KROZ SOLIDARNOST DO ODRŽIVOSTI

Od inicijative „Hrana za sve“ do programa „Zdrava hrana svakog dana“, Delez Srbija pokazuje da briga o društvu počinje od svakog obroka i svake odluke koja čuva resurse, ljude i planetu

Kroz pružanje pomoći onima kojima je najpotrebnija i ulaganje u znanje i zdrave navike koje oblikuju budućnost, kompanija Delez Srbija godinama nastoji da pruži svoj doprinos stvaranju zdravijeg i pravičnijeg društva. Vođena željom da bude dobar komšija i pokaže kako odgovorno poslovanje može imati stvarni društveni uticaj, kompanija razvija inicijative koje povezuju humanost i obrazovanje. Dok se kroz direktne donacije hrane svakodnevno pomaže velikom broju građana u stanju socijalne potrebe, program „Zdrava hrana svakog dana“ deci širom Srbije približava značaj pravilne ishrane i brige o zdravlju. Kroz ove dve važne inicijative, Delez Srbija spaja brigu o sadašnjosti i ulaganje u budućnost, odnosno u zajednicu u kojoj svako ima priliku za bolji i zdraviji život.

„HRANA ZA SVE“

Kroz sistemski pristup i stratešku saradnju sa bankama hrane i njihovim korisnicima, trgovinski lanac MAXI duže od decenije donira viškove hrane. Sa željom da proširi obim pomoći najugroženijima, kompanija kontinuirano unapređuje sistem donacija hrane koji je postao neodvojiv deo njenog svakodnevnog poslovanja. U središtu tih aktivnosti nalazi se program „Hrana za sve“.

Kreiran s ciljem da svakog dana pruži direktnu podršku u hrani onima kojima je potrebna, ovaj inovativni program realizuje se prvi put u našoj zemlji. Program je započet u septembru 2023. godine, a humanitarni paketi hrane delili su se sa jedne lokacije u Beogradu. Uvođenjem mobilnih punktova za donacije program je u julu 2024. godine proširen na sedam lokacija u Beogradu i jednu u prigradskoj opštini Obrenovac, kao i na druge gradove - Novi Sad, Sremsku Mitrovicu, Šabac, Arandelovac, Topolu i Staru Pazovu.

Zahvaljujući ovom unapređenju, građani na 14 lokacija širom zemlje mogu da preuzmu pakete hrane koji sadrže oko osam kilograma raznovrsnih namirnica, uključujući dnevno pecivo, voće, povrće, kao i suve namirnice kojima se približava istek roka trajanja ili su oštećene originalne ambalaže.

Da bi ovi paketi stigli do onih kojima su namenjeni, u ceo proces uključeni su brojni zaposleni, ali i volonteri izvan kompanije. Namirnice svakodnevno stižu iz 60 MAXI prodavnica i Maxi Online distributivnog centra, gde ih vredne ruke saradnika Banke hrane Vojvodine uredno pakuju u kutije koje obezbeđuje kompanija Smurfit WestRock i pripremaju za distribuciju. Samo kroz ovaj program, prošle godine donirano je 589 tona hrane, dok je u prvih deset meseci ove godine direktno u ruke sugrađana u potrebi stiglo više od 700 tona namirnica.

Osim humanitarnog karaktera, različiti programi donacija hrane doprinose i smanjenju viškova, umanjuju emisije gasova sa efektom staklene bašte i podižu svest o odgovornom korišćenju resursa. Tokom 2024. godine,



kompanija je pojedincima i humanitarnim organizacijama donirala gotovo 1.800 tona hrane, a već u prvih deset meseci 2025. obezbeđeno je više od 1.790 tona. Značaj ove inicijative prepoznala je i Privredna komora Srbije, gde ju je u sklopu dodele nacionalne nagrade za društveno odgovorno poslovanje „Đorđe Vajfert“ za 2024. godinu i nagradila. Gubici i viškovi hrane nisu samo izazov u našoj zemlji, već predstavljaju globalni problem sa ozbiljnim društvenim i ekološkim posledicama. Direktno ugrožavajući bezbednost snabdevanja hranom, oni istovremeno negativno utiču na životnu sredinu, jer hrana koja se odbacuje i završi na deponijama stvara metan, gas koji doprinosi efektu staklene bašte i klimatskim promenama. Pored toga, bacanjem hrane gube se i svi resursi uloženi u njen uzgoj i proizvodnju, uključujući energiju i vodu.

Kao maloprodajni lanac, kompanija Delez Srbija prepoznala je svoju odgovornost i opredelila se za dugoročan, održiv pristup ovom izazovu, zasnovan na tri ključna pravca. Prvi je smanjenje viškova hrane gde god je to moguće u okviru sopstvenih operacija. Drugi podrazumeva preusmeravanje

TOKOM 2024. GODINE, KOMPANIJA JE POJEDINCIMA I HUMANITARNIM ORGANIZACIJAMA DONIRALA GOTOVO 1.800 TONA HRANE, A VEĆ U PRVIH DESET MESECI 2025. OBEZBEĐENO JE VIŠE OD 1.790 TONA

viškova hrane ka bankama hrane i humanitarnim organizacijama, dok se treći odnosi na zbrinjavanje namirnica koje više nisu pogodne za ljudsku upotrebu kroz donacije Zoološkom vrtu Beograd.

„Pokretanjem programa direktnih donacija viškova hrane ‘Hrana za sve’ želeli smo da pokažemo da solidarnost može biti deo svakodnevnog poslovanja. Naš cilj nije samo da pomognemo, već da izgradimo sistem koji povezuje ljude, partnere i zajednice oko zajedničke ideje, da nijedna porcija



hrane ne bude izgubljena, već da stigne do onih kojima znači najviše. Ovaj program za nas u kompaniji ima veliki značaj, jer pokazuje kako poslovne odluke mogu imati stvarne i vidljive koristi po kvalitet života ljudi. Kada znamo da hrana koju svakodnevno prikupljamo i delimo, donosi sigurnost i dostojanstvo onima kojima je najpotrebnija, tada naša društvena odgovornost dobija svoje pravo značenje. Upravo u toj povezanosti solidarnosti i odgovornog poslovanja vidimo najvažniji rezultat - zajednicu koja raste na temeljima podrške, empatije i brige jednih za druge“, poručuju iz kompanije Delez Srbija.

„ZDRAVA HRANA SVAKOG DANA“

Sa vizijom da je dobra i dostupna hrana preduslov za dobar život, Delez Srbija ima za cilj da svojim potrošačima donese jedinstveno iskustvo svakodnevne kupovine u koje su istovremeno integrisani kvalitet, zdraviji izbori namirnica i održivost. To je ujedno i odgovor na rastuću želju kupaca za proizvodima koji ne samo što unapređuju njihovu ličnu dobrobit, već doprinose i zdravlju naše zajednice i planete. Sa verom da je stvaranje zdravijih navika u ishrani još u detinjstvu ključno za zdrav i kvalitetan život, MAXI je

pokrenuo i edukativni program „Zdrava hrana svakog dana“, koji već treću godinu zaredom sprovodi u osnovnim školama širom Srbije.

Program koji trgovinski lanac MAXI realizuje u saradnji sa Ministarstvom prosvete namenjen je učenicima četvrtog razreda osnovnih škola, s ciljem da im na zanimljiv i njima prilagođen način približi osnovne principe pravilne i uravnotežene ishrane. Tokom prethodne dve školske godine, zaključno sa junom, „Zdrava hrana svakog dana“ stigla je do 235 škola u 68 mesta širom Srbije i obuhvatila više od 23.000 učenika četvrtog razreda, približavajući im značaj voća i povrća, pravilne hidratacije, doručka i fizičke aktivnosti.

U novoj fazi koja je započeta ove godine, posetiće još 106 škola. Prvo predavanje organizovano je u septembru u OŠ „Đura Daničić“ u Novom Sadu, a do kraja školske godine program će obuhvatiti i sve osnovne škole u Novom Sadu, Kragujevcu, Nišu i Beogradu - u kojima do sada nije bilo održano predavanje.

Program „Zdrava hrana svakog dana“ osmišljen je kao dugoročna inicijativa sa jasnim ciljem da deca već od najranijeg uzrasta neгуju zdrave navike i prenose ih dalje, u svoje buduće porodice i zajednice. Ova inicijativa ostaje

jedan od ključnih stubova društvene odgovornosti u oblasti promocije zdravog životnog stila među najmlađima. U središtu ovog programa edukacije nalazi se interaktivni čas Ivane Mišić, strukovnog nutricioniste-dijetetičara. Osmišljena tako da budu zanimljiva, podsticajna i prilagođena uzrastu dece od 10 godina, predavanja na zabavan i poučan način prenose važne poruke o osnovnim principima pravilne ishrane, važnosti svakodnevnog unosa voća i povrća, adekvatne hidratacije, ali i neophodnosti redovne fizičke aktivnosti. Jedan od ključnih kvaliteta programa ogleda se u njegovoj neposrednosti i pristupu prilagođenom deci. Kroz otvoren dijalog sa nutricionistom, učenici ne samo da uče osnovne principe pravilne ishrane, već imaju priliku da postavljaju pitanja, iznose nedoumice i razmenjuju svoja iskustva.

Đaci pažljivo i sa interesovanjem prate predavanja koja vodi nutricionista, ali nisu samo posmatrači već i aktivni učesnici. Na pitanja odgovaraju pomoću daljinskih tastera, čime se prikupljaju podaci o njihovim navikama. Dosadašnji rezultati, prikupljeni tokom prethodne dve školske godine, pokazuju da čak 85 odsto četvrtaka doručkuje svakog jutra, da bi polovina đaka za školsku užinu pre odabrala slatkiš nego voće, ali i da se većina njih bavi sportom i van redovnog časa fizičkog vaspitanja. Inicijativa je dodatno proširena otvaranjem TikTok naloga „Zdrava hrana svakog dana“ koji kroz edukativne i zabavne sadržaje nastoji da podigne svest o ovoj važnoj temi i kod tinejdžera. Novi format u okviru programa je i podcast koji donosi inspirativne razgovore sa stručnjacima iz oblasti nutricionizma, medicine i sporta. Kroz raznovrsne teme koje osvetljavaju vezu između ishrane i zdravlja, podcast ima za cilj da motiviše širu javnost na usvajanje zdravijih životnih navika, kako u ishrani tako i u svakodnevi.



ZREONICA

Kompanija Delez Srbija nastavlja da ulaže i u modernizaciju poslovanja i savremene tehnologije kako bi potrošačima obezbedila proizvode najvišeg kvaliteta. Krajem januara otvorila je novu, moderno opremljenu zreonicu banana u okviru Distributivnog centra u VGP parku u Dobanovcima, pogon površine 4.800 kvadrata koji nedeljno može da dozre više od 620 tona banana. Nova zreonica koristi napredni sistem dozrevanja sa minimalnom potrošnjom energije, uz potpuni nadzor svakog koraka procesa putem savremenog softvera. Fokus je na očuvanju svežine i kvaliteta plodova, što omogućava da do kupaca stižu banane vrhunskog kvaliteta, dozrele pod najstrožim standardima bezbednosti. Projekat izgradnje je realizovan u saradnji sa kompanijama VGP Park i EHO d. o. o., čiji savremeni sistemi za dozrevanje voća čine osnovu ove tehnologije. Zreonica u Dobanovcima sertifikovana je po BREEAM standardu sa najvišom ocenom Outstanding što predstavlja prvo priznanje tog nivoa u Srbiji i potvrdu posvećenosti kompanije energetske efikasnim i ekološki odgovornim rešenjima.

ZNANJE, INOVACIJE I ODGOVORNOST SU TEMELJ ODRŽIVE BUDUĆNOSTI DELTA HOLDINGA

Delta Holding već više od tri decenije gradi poslovni sistem koji prevazilazi granice profita i meri se prema uticaju na zajednicu i životnu sredinu. Objavljivanjem šesnaestog Izveštaja o održivom poslovanju, kompanija potvrđuje da je održivost postala deo njenog identiteta – vrednost koja oblikuje strategiju, projekte i svakodnevne poslovne prakse

Članice Delta Holdinga nastavile su da ulažu u obnovljive izvore energije. Zahvaljujući radu solarnih elektrana i postrojenja na biomasu, emisija ugljen-dioksida smanjena je za gotovo 40.000 tona u odnosu na prethodnu godinu – što je ekvivalent godišnjoj apsorpciji oko milion i po stabala. Strateški cilj kompanije je da do 2030. godine 60% ukupne energije potiče iz obnovljivih izvora, uz istovremeno smanjenje emisije štetnih gasova za 50%. Ovaj cilj biće ostvaren investicijama u zelenu gradnju, preciznu poljoprivredu i obnovljive izvore energije. Primer zelene gradnje su projekti Delta Real Estate Grupe – Delta District i Delta Iron. Delta District, u okviru kojeg nastaju luksuzni rezidencijalni apartmani, poslovni prostor i hotel InterContinental, poseban je po tome što kombinuje vrhunski komfor sa najvišim standardima održivosti. Reč je o

STRATEŠKI CILJ KOMPANIJE JE DA DO 2030. GODINE 60% UKUPNE ENERGIJE POTIČE IZ OBNOVLJIVIH IZVORA, UZ ISTOVREMENO SMANJENJE EMISIJE ŠTETNIH GASOVA ZA 50%

jedinstvenoj brendiranoj rezidenciji u ovom delu Evrope, koja postavlja nove standarde modernog urbanog života. Delta Iron, inovativna poslovna zgrada u Novom Sadu, koristiće čak 60% energije iz sopstvenih obnovljivih izvora, potvrđujući stratešku posvećenost kompanije energetskej efikasnosti i zelenim tehnologijama. Verujući da održivost počinje od znanja, Delta Holding je tokom 2024. obezbedio više od 23.000 sati edukacije zaposlenih. Paralelno, razvijeno je više od dvadeset inicijativa u oblasti veštačke inteligencije koje unapređuju efikasnost i preciznost procesa – od energetskeg menadžmenta do izveštavanja. Kompanija je prepoznata i kao lider u razvoju kulture poštovanja različitosti i omogućavanju jednakih šansi za razvoj karijere svih zaposlenih. U bordu je jednak broj žena i muškaraca, a u ukupnom broju zaposlenih izbalansirana rodna struktura – 46% žena i 54% muškaraca. Od 2009. godine, pre donošenja Zakona o zapošljavanju osoba sa invaliditetom, Delta Holding je ostvario saradnju sa udruženjem Forum mladih sa invaliditetom (FMI) u cilju kreiranja strategije za zapošljavanje osoba sa invaliditetom. U saradnji sa FMI organizovani su treninzi za menadžment i zaposlene u čije timove se osobe sa invaliditetom zapošljavaju. Cilj treninga je prevazilaženje predrasuda o



moogućnostima osoba sa invaliditetom, kao i prilagođavanje komunikacije. Na internom portalu kompanije dostupan je i „Kodeks u komunikaciji sa osobama sa invaliditetom“. Zaposlene u HR sektoru Delta Holdinga učestvuju i u programu za edukaciju osoba sa invaliditetom „Karijerni centar“, u okviru kojeg održavaju stručne obuke ženama sa invaliditetom za razvoj poslovnih veština. Kompanija godinama podržava i platformu za zapošljavanje osoba sa invaliditetom Forum mladih sa invaliditetom.

DRUŠTVENA ODGOVORNOST I ULAGANJE U ZAJEDNICU

Društvena odgovornost predstavlja snažan stub ESG strategije Delta Holdinga. Kroz Delta Fondaciju, osnovanu pre 18 godina, do sada je u zajednicu investirano više od 40 miliona evra. Najznačajniji programi – „Naše selo“, „Digitalno selo“ i „Treći roditelj“ – doprinose razvoju ruralnih sredina i podršci porodicama kojima je pomoć najpotrebnija. Projekat „Naše selo“ nastao je sa ciljem da znanje i iskustvo stručnjaka Delta Agrara budu preneti malim proizvođačima

kako bi unapredili i modernizovali svoju proizvodnju. Zahvaljujući velikom broju predavanja i praktičnih obuka, meštani su unapredili način rada. Proizvodnja je modernizovana i kroz investicije iz kredita Erste banke, za koje Delta Agrar plaća kamatu. Voćnjaci su sada opremljeni sistemima za navodnjavanje i zaštićeni ogradama, a biljke se gaje u skladu sa preporukama stručnjaka Delta Agrara. Domaćini koji se bave stočarstvom renovirali su objekte, čime su obezbeđeni zdraviji uslovi za životinje i bolje radno okruženje. Prinosi su veći i do 20%, a poslovi se obavljaju brže i efikasnije. Do sada je u projekat uključeno više od 180 gazdinstava, a rezultati su vidljivi – od povećanih prinosa i modernizovanih voćnjaka do renoviranih objekata i efikasnijeg upravljanja proizvodnjom. Poseban fokus stavljen je i na unapređenje života u selima kroz obnovu škola i razvoj kulturnih i sportskih sadržaja. Projekat „Digitalno selo“, pokrenut 2022. u Mokrinu, približava poljoprivrednicima značaj digitalizacije u održivoj proizvodnji. U saradnji sa partnerima BioSense institutom i Mokrin House-om razvijena je aplikacija Mokrin Sense.



Ona omogućava uvid u ključne podatke o proizvodnji i pruža online savetodavstvo stručnjaka Delta Agrara. Digitalni alati koji prate potrebe biljaka – navodnjavanje, prihranu, zaštitu i đubrenje – omogućavaju racionalnije korišćenje vode, energenata i resursa, kao i očuvanje kvaliteta zemljišta. Aplikaciju trenutno koriste proizvođači iz Mokrina i Bačkog Novog Sela, a u narednom periodu planirano je njeno širenje na ostala domaćinstva uključena u projekat „Naše selo“. Program „Treći roditelj“ ima posebnu težinu kao humanitarno-edukativna inicijativa koja deci i porodicama u riziku pruža podršku kroz obrazovanje, psihološku pomoć i kulturne aktivnosti. Idejni tvorac programa je Vidoje Radulović, dugogodišnji rukovodilac SOS Dečijeg sela u Sremskoj Kamenici, koji je kroz udruženje Putokaz stvorio model osnaživanja porodica u cilju sprečavanja njihovog razdvajanja. Delta Fondacija se programu pridružila 2015. godine, finansirajući rad stručnih timova i dodatne aktivnosti podrške.

Zaposleni Delta Holdinga aktivno učestvuju u programu kroz volonterske akcije i materijalnu pomoć – od pripreme paketića za praznike i početak školske godine, do finansiranja sportskih i vannastavnih aktivnosti. Do danas je u program uključeno 83 dece, a 53 porodice su u potpunosti osnažene.

ZADUŽBINARSTVO I PODRŠKA ZAJEDNICI

Negovanje srpske tradicije zadužbinarstva zauzima značajno mesto u delovanju Delta Fondacije. Tokom protekle decenije, Fondacija je podigla tri značajna zadužbinska objekta: dnevni boravak za mlade sa invaliditetom „Sunce“, centar za sport i rekreaciju osoba sa invaliditetom „Iskra“ i umetničko delo „Oдавде donde“, koje krasi pasarelu na Savskom keju.



Dnevni boravak „Sunce“, izgrađen 2012. godine, danas je mesto za boravak 80 dece i mladih sa invaliditetom. Sa osam dnevnih boravaka, devet radno-terapeutskih radionica, senzornom sobom, fiskulturnom salom i dodatnim prostorijama, ovaj objekat pruža sigurno okruženje za učenje, razvoj i druženje. Centar za sport i rekreaciju osoba sa invaliditetom „Iskra“, izgrađen 2016. godine u Kragujevcu, jedinstven je u regionu. Prostire se na 660 m² i ima kapacitet za 88 korisnika.



Objekat je u potpunosti pristupačan, bez barijera, sa taktilnim stazama, indukcionom petljom, Brajevim oznakama i prilagođenim svlačionicama. Koncept centra omogućava višednevni boravak i realizaciju sportskih i rekreativnih aktivnosti koje doprinose rehabilitaciji i inkluziji osoba sa invaliditetom, uz podršku stručnog osoblja. Opremljen je multifunkcionalnim prostorima za edukaciju i inkluzivna druženja.

Ove rezultate i strateške ciljeve prati snaga sistema. Delta Holding je osnovan 1991. godine u Beogradu i danas zapošljava više od 4.600 ljudi u Srbiji i regionu. Posluje kroz svoje članice – Delta Agrar, Delta Real Estate, Delta Auto, Delta DMD, DTS, Ananas e-commerce, Delta Hospitality, Delta Food Processing i diviziju novih tehnologija. Širok portfolio delatnosti obuhvata hotelski biznis, agrarnu proizvodnju, prehrambenu industriju, međunarodnu trgovinu, distribuciju robe široke potrošnje, auto-industriju, razvoj nekretnina, e-commerce i inovacije u tehnologiji.

Vođen vizijom održivog rasta i inovacija, Delta Holding nastavlja da postavlja standarde u različitim industrijama i da gradi poslovne modele sa dugoročnim uticajem na društvo i životnu sredinu.

ZAJEDNO ZA BOLJE DRUŠTVO: dm KAO POKRETAČ POZITIVNIH PROMENA

Kompanija dm drogerie markt poznata je po kontinuiranim društveno odgovornim inicijativama koje nisu vezane samo za datume i povode, već su rezultat dugoročne strategije i svakodnevne posvećenosti zajednici. Već više od dve decenije, dm pruža podršku deci, porodicama, ženama, kao i projektima iz oblasti zaštite životne sredine i dobrobiti životinja



ODRŽIVO POSLOVANJE KAO TRAJNA VREDNOST

Održivost je u samom središtu poslovne filozofije dm-a. Kompanija je svoje globalne principe pretočila u lokalne akcije, kreirajući inicijative koje povezuju odgovornost prema planeti, zajednici i ekonomiji. U okviru prvog Izveštaja o održivosti dm Grupe, objavljenog u junu 2025, koji obuhvata rezultate iz 14 zemalja, definisani su ciljevi u oblastima energetske efikasnosti, smanjenja CO₂

otiska i zaštite resursa. Ti principi u Srbiji dobijaju konkretnu primenu u podršci projektima koji doprinose održivijem društvu. Jedan od takvih primera je konkurs **{ZAJEDNO} za održive ideje**, kojim je dm podržao sedam projekata ukupne vrednosti **od preko pet miliona dinara**. Od zaštite ugrožene sive vetruške i mapiranja ambrozije uz pomoć veštačke inteligencije, do stvaranja edukativnih bašta i voćnjaka starih sorti – ovi projekti pokazuju koliko snage za promene postoji u zajednici. Istovremeno, dm kontinuirano unapređuje sopstveni asortiman, pa je, u skladu s tim, među prvima uklonio mikroplastiku iz kozmetičkih proizvoda svojih robnih marki – cilj je da do kraja 2025. godine **90% ambalaže** bude reciklabilno. Kupci već dugo na policama mogu da pronađu proizvode sa oznakama kao što su **Plavi andeo** i razne druge ekološki prihvatljivije alternative, čime i svakodnevna kupovina postaje deo lanca pozitivnih promena.

GIVING FRIDAY – PRAZNIK SOLIDARNOSTI

Već šest godina zaredom, dm menja percepciju Crnog petka svojom inicijativom **Giving Friday**, pretvarajući dan šoping groznice u dan humanosti. Tako je, zahvaljujući toj inicijativi i kupcima, u 2024. godini donirano **6.051.843 dinara** Narodnim kuhinjama Crvenog krsta Srbije i, samo u



okviru te akcije, za korisnike Narodnih kuhinja obezbeđeno je **32.139 kilograma hrane**. Od 2020. godine do danas, zahvaljujući **Giving Friday** kampanji, dm je Crvenom krstu Srbije donirao **više od 21 milion dinara**, čime je obezbeđeno preko **154 tone hrane** za korisnike Narodnih kuhinja u više od **70 gradova i opština** širom zemlje. Danas ove kuhinje svakodnevno obezbeđuju obroke za oko **31.000 korisnika**, a podrška dm-a dodatno doprinosi da ti obroci budu raznovrsniji i nutritivno bogatiji.

PODRŠKA DECI, PORODICAMA I ŽENAMA

U 2024. godini dm je donirao **5 miliona dinara** Nacionalnom udruženju roditelja dece obolele od raka (NURDOR) za uređenje i opremanje roditeljskih kuća u Beogradu, Novom Sadu i Nišu, kao i za podmirivanje pratećih



troškova. Ove kuće pružaju porodicama mogućnost da ostanu zajedno tokom lečenja dece, čime im donose sigurnost i osećaj podrške. Povodom **Dana žena**, dm je i ove godine donirao proizvode sigurnim kućama širom Srbije, u vrednosti od skoro **milion dinara**, kao znak pažnje i podrške ženama koje su se suočile s teškim životnim okolnostima. Ovo je višegodišnja tradicija koja je postala simbol dm-ove dosledne brige o ženama i njihovoj bezbednosti.

DOBROČINSTVO NA DELU – OD OTVARANJA PRODAVNICA DO HUMANITARNE dmLIVE EMISIJE

Humanost u dm-u dobija i nove, savremene oblike. Krajem 2024. godine, na digitalnoj platformi **dmLIVE** realizovana je humanitarna emisija koju je pratilo više od 24.800 gledalaca, što je pretočeno u donaciju od **2,9 miliona dinara** za domove za decu i omladinu bez roditeljskog staranja. Posebnost dm-ovog modela poslovanja ogleda se i u tome što svako otvaranje nove ili renovirane prodavnice ima humanitarni karakter. Naime, svako otvaranje prati i donacija lokalnim udruženjima i ustanovama: vrtićima, školama i udruženjima koja pomažu deci, osobama sa invaliditetom ili obolelima od teških bolesti. Samo u te svrhe, tokom protekle poslovne godine donirano je više od **9 miliona dinara**.

KONSTANTNA BRIGA O ZAJEDNICI I ZAŠTITA ŽIVOTINJA

U poslovnoj godini 24/25. dm je nastavio da pruža stalnu podršku zajednici robnim donacijama namenjenim brojnim udruženjima i ustanovama – od domova za decu bez roditeljskog staranja do centara socijalne zaštite. Takođe, veliki deo ove brige predstavlja i podrška udruženjima koja se bave zaštitom životinja. Tokom cele godine dm obezbeđuje udruženjima posip za mace koje se nalaze u njihovim prihvatilištima – od početka 2025. donirano je 20 paleta posipa. U osnovi svih dm-ovih inicijativa počiva jednostavan, ali snažan princip – čovek u centru svake odluke i svakog projekta. Za dm društvena odgovornost je svakodnevna praksa koja povezuje kompaniju i zajednicu. Kontinuiranim koracima i podrškom, dm gradi poverenje i pokazuje da solidarnost treba da bude sastavni deo uspeha kompanije.

UDRUŽENIM AKCIJAMA U BORBI ZA OČUVANJE PLANETE

Kompanija Dr. Oetker, poštujući svoju dugogodišnju tradiciju, kontinuirano ulaže u poslovne procese u nameri da ostanu odgovorni i održivi. Održivost je satkana u okviru naše globalne strategije koja se prenosi i na lokalne aktivnosti, a sve u cilju proizvodnje nutritivno sadržajnih proizvoda i očuvanja resursa za buduće generacije

Iz godine u godinu ekološki izazovi sa kojima se društvo susreće postaju sve brojniji, vrlo često i nepredvidljivi. Uvek govorimo kako kultura svakog pojedinca i njegovo ophođenje prema okolini u kojoj živi utiču na obim izazova – a ta kultura je i te kako u bliskoj vezi sa poslovanjem i postupcima kompanija. Potrošači se sve više opredeljuju za one opcije koje imaju pozitivan efekat na ekološki sistem, a mi smo, s druge strane, tu da im obezbedimo te opcije i pružimo im podršku.

Kompanija Dr. Oetker, poštujući svoju dugogodišnju tradiciju, kontinuirano ulaže u svoje poslovne procese u nameri da ostanu odgovorni i održivi u odnosu sa svim zainteresovanim stranama. Održivost nije ništa novo za nas – ona predstavlja prioritet poslovanja, kako sa poslovnim partnerima tako i u odnosu sa potrošačima, koji to uvek prepoznaju i cene. Ona je utkana u okvir naše globalne strategije koja se prenosi i na lokalne aktivnosti, a sve u cilju proizvodnje nutritivno sadržajnih proizvoda i očuvanja resursa za buduće generacije.

POSLOVNI PROCESI KOJI POŠTUJU PRIRODU

Prateći procedure i zakone koji se sprovode na nivou Evropske unije, Dr. Oetker sprovodi sopstvenu Povelju održivog razvoja. U tom pogledu, naša kompanija nastoji da svoje poslovanje zasniva na cilju Evropske unije u pogledu smanjenja emisije štetnih gasova, odnosno nulte neutralnosti do 2050. godine i misija pomenute Povelje je

dostizanje nulte emisije ugljen-dioksida. Od prvih koraka u okviru procesa proizvodnje, koji podrazumeva upotrebu sirovina iz održivih izvora, preko odgovornog upravljanja resursima, korišćenja materijala za ambalažu koji ostavljaju minimalni otisak na okruženje, pa sve do distribucije i postavljanja proizvoda na tržište, možemo se pohvaliti izuzetnim nivoom predostrožnosti i pravila koje sprovodimo u cilju očuvanja životne sredine. Naše investicije su aktivno usmerene u pravcu zaštite životne sredine: pored smanjenja emisije ugljen-dioksida, tu se podrazumeva i smanjenje količine otpada, podsticanje lanca snabdevanja koji nema negativan uticaj na šume i ne doprinosi njihovom krčenju, ali i ono najvažnije, racionalno i adekvatno korišćenje najvrednijeg prirodnog resursa na našoj planeti – vode.



CILJ NAM JE DA DO KRAJA 2025. GODINE POSTIGNEMO SMANJENJE OD 25 ODSTO KADA JE REČ O OTPADU U PROIZVODNJI

Prateći ove principe, na globalnom nivou, uneli smo nekoliko noviteta i ciljeva – pa tako imamo u planu da, do 2030. godine, kompletna proizvodnja asortimana smrznutih pica bude isključivo iz obnovljivih izvora. Ovaj standard želimo da prenesemo i primenimo i u kategoriji proizvodnje kolača i deserta. Činjenica je da najveći deo našeg otiska na prirodu i okruženje, čak 81 odsto, potiče upravo iz nabavke sirovina, gotovih proizvoda i ambalaže – da bismo doprineli smanjenju negativnog uticaja u okviru celokupnog lanca snabdevanja, razvili smo Climate Supplier Program. Prateći načela programa uspeli smo da u prethodnoj godini postignemo da 92 odsto sirovina koje nabavljamo za proizvodnju ne predstavljaju rizik od visokog krčenja šuma, i nastavili smo da radimo na unapređenju ovog segmenta kako bismo ispunili i preostalih osam odsto. S druge strane, kada



govorimo o upotrebi palminog ulja, 96 odsto ove sirovine nabavljamo u skladu sa RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) sertifikatom održivosti, kao i kakao prah. Birajući jaja iz podnog uzgoja, Dr. Oetker podržava humaniji pristup životinjama i podstiče bolje uslove u uzgoju, čime se obezbeđuje odgovornija i pažljivija upotreba sastojaka životinjskog porekla. Kada biramo pileće meso iz uzgoja koji je u skladu sa European Chicken Commitment standardima, biramo bolje uslove za životinje i odgovorniji odnos prema hrani koju stvaramo. Danas je 63 odsto naše nabavke u Evropi u skladu sa ovim principima, što potvrđuje da se trudimo da humani pristup bude deo naših svakodnevnih odluka i u praksi.

Od 2025. godine obezbeđujemo da i lešnici potiču iz Rainforest Alliance sertifikovanog uzgoja, pružajući podršku poljoprivrednicima i zajednicama koje ih proizvode. Dodatno, radimo na povećanju korišćenja vanile koja potiče iz održivih izvora, a koja je u 2024. godini bila sertifikovana u udelu od 13 odsto, sa postavljenim jasnim ciljem daljeg rasta u godinama koje nam predstoje.

Jedan od velikih izazova čitave industrije je smanjenje otpada hrane - zato smo postavili cilj da do kraja 2025.



DA BISMO DOPRINELI SMANJENJU NEGATIVNOG UTICAJA U OKVIRU CELOKUPNOG LANCA SNABDEVANJA, RAZVILI SMO CLIMATE SUPPLIER PROGRAM

godine postignemo smanjenje od 25 odsto kada je reč o otpadu u proizvodnji. U 2024 godini ostvaren je značajan napredak – otpad u proizvodnji asortimana kolača i deserta je smanjen za 20 odsto u odnosu na 2001. godinu, dok je u pogledu proizvodnje pica zabeležen pad od 35 odsto upoređujući sa 2019. godinom. Takođe, u pogledu ambalaže, postavljen je cilj da do 2030. godine sva ambalaža postane 100 odsto reciklabilna. Kontinuirano unapređenje i ulaganje u tehnologiju i tehnološke procese je uslov za održavanje energetske efikasnosti, a Dr. Oetker ovim putem nastoji pruži svoj doprinos u očuvanju planete.

ODRŽIVI TRENDovi – SAVREMENE POTREBE POTROŠAČA

Prateći celokupan poslovni proces, naš doprinos očuvanju životne sredine ne završava se na upotrebi sirovina iz održivih izvora. Potrošači su svesniji u pogledu kvaliteta namirnica koje konzumiraju i nastoje da u svoju ishranu uvrste one proizvode koji im pružaju mogućnost da imaju nutritivno izbalansiran obrok i prate njihov trend zdravog načina života. U tom pogledu, Dr. Oetker u svom asortimanu im nudi proizvode koji u svom sastavu imaju manje soli ili šećera (ili nemaju uopšte šećera), zatim proizvode sa dodatnim izvorima proteina ili opcije koje su isključivo na bazi biljnog porekla. Obožanim asortimanima nastojimo da odgovorimo na promene u navikama potrošača, koje se takođe kreću u pravcu održivosti. Tradicija i kvalitet je ono što stoji iza Dr. Oetker imena – međutim, pored kvalitetnih proizvoda, koje potrošači uvek prepoznaju i zbog kojih nam daruju svoju lojalnost, oni će uvek pomno pratiti i akcije koje brend koji vole sprovodi i na lokalnom nivou. Već dugi niz godina, potrošači su vrlo svesni



ovog pristupa i cene kada njihov omiljeni brend sprovodi društveno odgovornu inicijativu kojom nastoji da poboljša uslove okruženja u kojem žive. Pod ovim se podrazumeva i saradnja sa lokalnim dobavljačima, a naša kompanija se upravo može pohvaliti ulaganjem i u okviru ovog segmenta. Lokalna partnerstva obožavaju naše poslovanje i čine ga efikasnijim, a ujedno doprinose zajednici u kojoj poslujemo. S druge strane, kampanje u kojima učestvujemo na lokalnom nivou, a koje imaju za cilj da učine kvalitet života boljim takođe predstavljaju deo naše održive strategije poslovanja. Jedna od takvih kampanja je „Kreiramo ukus doma“ organizovana u saradnji sa SOS Dečijim selima i koja obuhvata udružene akcije i donacije u cilju obezbeđivanja kvalitetnijeg života dece u SOS Dečijim selima.

POSLOVNA KULTURA KOJA OBEZBEĐUJE RAVNOPRAVNE USLOVE

Ono što našu kompaniju čini još bogatijom je naša poslovna kultura – bezbedna i na poštovanju zasnovana radna kultura koja obezbeđuje jednake uslove za sve zaposlene. Pružanjem prilika za ispoljavanje kreativnosti i iznošenje ideja, ali i

kritičkog mišljenja naših zaposlenih doprinosimo osećaju zajedništva i dajemo mogućnost svim našim zaposlenima da ostave svoj pečat u poslovanju. Cilj je da svako ima priliku da izrazi svoju ideju i u skladu sa tim, potencijalno je realizuje, doprinoseći na taj način direktnom razvoju kompanije i uspostavljanju jačih veza sa potrošačima. Naša politika nulte tolerancije podrazumeva i to da su sloboda udruživanja i kolektivnog pregovaranja osnovna prava svakog našeg zaposlenog, a sve to sprovodimo poštujući inkluziju i jednakost, jer jedino tako možemo da izađemo u susret različitim tržišnim potrebama i izazovima. Raznolikost je princip naše poslovne kulture, a bez nje nemoguće je kretati se u pravcu donošenja održivih i po okruženje pozitivnih odluka. Kada govorimo o bezbednosti zaposlenih, moramo da pomenemo i cilj predviđen za 2025. Godinu, prema kojem će oko 10.000 zaposlenih u 26 naših internih proizvodnih pogona raditi u skladu sa međunarodno priznatim standardom upravljanja bezbednošću i zdravljem na radu ISO 45001. Ovo dodatno potvrđuje našu posvećenost zaštiti zaposlenih u koju kontinuirano nastavljamo da ulažemo. Kao kompanija sa dugogodišnjom tradicijom, svesni smo koliko vrednost ima istorijsko nasleđe – prenosimo ga s kolena na kolena i trudimo se da u tom prenošenju ostane neokrnjeno, i dodatno unapređeno. Na isti način posmatramo i okruženje u kojem živimo, sa celokupnim njegovim ekosistemom i biodiverzitetom, i u skladu sa tim, nastavljamo i u budućnosti da sprovodimo strategiju održivog poslovanja. Jedino zahvaljujući njoj možemo uticati na pozitivne promene u društvu i osigurati bolju budućnost za generacije koje dolaze.



SRCEM ZA LJUDE, ZNANJEM ZA BUDUĆNOST

Poslovni sistem Elixir Group tri i po decenije rada zasniva na očuvanju tradicije, znanju, inovativnosti, fleksibilnosti i konstantnom razvoju

Na četiri poslovne lokacije, od kojih dve proizvodne u Šapcu i Prahovu kod Negotina, Elixir je nastavljajući duge tradicije hemijske industrije. U 2025. godini navršilo se 35 godina rada Elixir-a i 65 godina od osnivanja Industrije hemijskih proizvoda Prahovo. Simbioza tradicije i savremenih, održivih rešenja simbolično je obeležene sintagmom „100 godina zajedno“. Vek znanja i iskustva pouzdan je temelj daljeg rasta.

- 35 GODINA RASTA I RAZVOJA
- 2.000+ ZAPOSLENIH
- SARADNJA SA 5.000+ POSLOVNIH PARTNERA
- 50+ PROIZVODA
- IZVOZIMO U PRIBLIŽNO 80 ZEMALJA

KADA INOVACIJA POSTANE SEME PROMENE

Sa rastom svetske populacije, koja će do 2050. godine dostići skoro 10 milijardi, potrebe za hranom, a samim tim i za đubrivima koja će omogućiti njenu proizvodnju, naglo rastu. Procene pokazuju da će globalna proizvodnja hrane morati da se poveća za čak 70 odsto u odnosu na danas, što dodatno opterećuje sistem. Poljoprivreda je jedan od sektora koji najviše zavise od prirodnih resursa, a istovremeno ima ogroman potencijal za unapređenje cirkularnosti.



IZ SRCA DOMAĆE INDUSTRIJE VIZIJA ODRŽIVE POLJOPRIVREDE

Cirkularna ekonomija u praksi podrazumeva inovativna rešenja, kao što su reciklaža i ponovna upotreba hranljivih materija – azota, fosfora i kalijuma – iz otpadnih tokova. Na ovaj način se ne samo smanjuje zavisnost od primarnih sirovina, već se jača i otpornost lanaca snabdevanja. Politike na evropskom nivou podržavaju ovaj koncept – Regulativa (EU) 2019/1009 podstiče primenu CE u proizvodnji sredstava za ishranu bilja i oplemenjivača zemljišta i ključna je EU regulativa sa kojom se usklađuju sve EU članice i proizvođači koji svoje proizvode plasiraju na tržište EU. U skladu sa savremenim izazovima i zahtevima tržišta, **Elixir Group** aktivno radi na implementaciji inovativnih i održivih rešenja i unapređuje cirkularnost svojih proizvodnih procesa. Kroz dizajn proizvoda, optimizaciju procesa i korišćenje alternativnih sirovina, kompanija direktno doprinosi očuvanju prirodnih resursa.

PRVE ZELENE OBVEZNICE ZA INDUSTRIJU BUDUĆNOSTI

U okviru investicionog ciklusa Prahovo 2027, Elixir Group je postavila nove standarde i u načinu finansiranja industrijskog razvoja. Kao prva kompanija u Srbiji, Elixir Group je u aprilu 2025. godine uspešno emitovala zelene korporativne obveznice u ukupnoj vrednosti od 35 miliona evra, sa ciljem finansiranja izgradnje fabrike kristalnog đubriva monoamonijum-fosfata – **TMAP projekta**. Projekat je realizovan u saradnji sa Svetskom bankom i Ministarstvom finansija Republike Srbije, u okviru inicijative „Razvoj tržišta kapitala u Srbiji“, što dodatno potvrđuje značaj ovog iskoraka za nacionalnu ekonomiju. Zelene obveznice predstavljaju finansijski instrument koji povezuje investicije sa održivošću, jer su dostupne isključivo za projekte koji ispunjavaju jasne ekološke kriterijume i imaju dokaziv pozitivan uticaj na životnu sredinu. Potvrda zelenog karaktera projekta (tzv. Second Party Opinion) dobijena je od renomirane međunarodne revizorske kuće *Sustainalytics*, a agencija Scope Ratings dodelila je kreditni rejting BB za Elixir Group i BB+ za sam projekat, što predstavlja najviši mogući rejting, ograničeno rejtingom domicilne države kompanije.

RADNA GRUPA ZA ODRŽIVO FINANSIRANJE – GLOBALNI DOGOVOR UN U SRBIJI

Održivo finansiranje preduslov je daljeg razvoja privrede i održivosti celog društva. Sa ciljem edukacije i ohrabrenja malih i srednjih preduzeća u oblasti zelenog i održivog finansiranja Elixir Group je postala član *Radne grupe za održivo finansiranje* koju je oformila Mreža Globalnog dogovora UN u Srbiji u saradnji i uz podršku Privredne komore Srbije. Prva edukacija predstavnika MSP održana je u Negotinu, u Galeriji Elixir Fondacije.



Mreža Globalnog dogovora UN u Srbiji, prezentacija u Negotinu



Zorica Popović, CEO Elixir Group i Srđan Kolaković, direktor Naučno-tehnološkog parka Novi Sad

PARTNERSTVA ZA NOVA ZNANJA – SINERGIJA OBRAZOVANJA I NAUKE

INOVACIJE – POKRETAČ ODRŽIVOG NAPRETKA

Kao jedan od ključnih pokretača inovacija u domaćoj industriji, Elixir Group potpisala je Sporazum o saradnji sa Naučno-tehnološkim parkom Novi Sad. „*Za Elixir Group ovo partnerstvo predstavlja važan korak jer u Naučno-tehnološkom parku Novi Sad vidimo prirodno partnera, mesto gde se susreću znanje, ideje i energija mladih talenata. Uverena sam da će zajednički projekti i nova rešenja koja proisteknu iz ove saradnje prevazilaziti granice industrije, jačati vezu između privrede, akademske zajednice i startup ekosistema, i time stvarati vrednost za šire društvo. Na svom putu daljeg razvoja, Elixir Group jasno prepoznaje tehnološke inovacije kao ključni pravac i motor rasta, a upravo ovakva partnerstva pokazuju da domaće znanje i kreativnost mogu biti pokretač takvog rasta i održivog napretka.*“

Zorica Popović, generalna direktorka Elixir Group



Ljuba Stojčić, direktor Elixir Prahova

PROCESING '25 – GDE SE DELE ZNANJA NASTAJE INDUSTRIJA BUDUĆNOSTI

U Negotinu je održan 38. međunarodni kongres o procesnoj industriji – Processing '25, u partnerstvu Društva za procesnu tehniku, pri SMEITS-u, Katedre za procesnu tehniku Mašinskog fakulteta u Beogradu i kompanije Elixir Prahovo.

„Inovacije i razvoj naši su strateški prioriteti. Imajući to u vidu, ostvarujemo izuzetnu saradnju sa brojnim stručnjacima i visokoškolskim ustanovama, verujući u moć znanja i obrazovanja. S ponosom ističemo da je svaki peti zaposleni u Elixiru inženjer! Kroz projekat „Prahovo 2027“ primenjujemo najmodernije tehnologije od kojih će neke prvi put biti primenjene u ovom delu Evrope, na taj način ćemo doprineti održivosti, racionalnoj potrošnji resursa i zapošljavanju novih generacija inženjera. Ovaj skup je izuzetno značajan jer smo ga organizovali u godini velikog jubileja - 65 godina tradicije Hemijske industrije u Prahovu i 35 godina postojanja kompanije Elixir Group.“

Ljuba Stojčić, direktor Elixir Prahova

„Društveno odgovorno poslovanje više nije samo tema korporativnih izveštaja, već predstavlja suštinu modernog liderstva. Među kompanijama koje to razumeju i sprovode u praksi posebno se izdvaja Elixir Group, pravi primer kako industrija može biti pokretač znanja, razvoja i inspiracija za generacije koje dolaze. Elixir Group ne gradi samo fabrike, već i mostove između nauke i prakse. Tu vezu između privrede i obrazovanja najlepše osvetljava međunarodni kongres o procesnoj industriji - Processing, koji okuplja stručnjake, profesore i predstavnike privrede iz zemlje i regiona. Elixir je dva puta bio u naš partner u Šapcu 2023, a zatim 2025. godine u Negotinu. Broj prisutnih predstavnika privrede, inženjera, profesora i studenata premašio je sva očekivanja, a mnogi su istakli da skup već dugo nije imao toliku energiju, otvorenost i istinski duh zajedništva, čemu je umnogome doprineo Elixir svojim prisustvom i entuzijazmom.

Pored toga, saradnja sa Katedrom za procesnu tehniku, Mašinskog fakulteta u Beogradu, i SMEITS-om pokazuje da Elixir Group ne ulaže samo u tehnologije, već i u ljude. Programi prakse, mentorskog rada i zajedničkih istraživanja studentima omogućavaju da teorijska znanja pretoče u konkretno iskustvo, dok profesori i istraživači dobijaju dragocen uvid u potrebe moderne industrije. Takva saradnja nije formalna, ona živi kroz svakog studenta, svaku laboratoriju i svaku fabriku koja otvara vrata znanju. U njoj se vidi ono najvažnije, a to je spremnost da se gradi budućnost u kojoj industrija i obrazovanje zajedno stvaraju održiv razvoj. Zato se Elixir Group s pravom ubraja među lidere društvene odgovornosti, kompanije koje razumeju da ulaganje u znanje, obrazovanje i ljude nije trošak, već najvrednija investicija. Jer samo tamo gde se uči i dele znanja, nastaju i industrije koje traju.“

Prof. dr Nikola Karličić, predsednik OO Processing-a



Prof. dr Nikola Karličić



Elixir za znanje - prvak u Urovici



Elixir za znanje - susret sa prvacima u Radujevcu

SINERGIJA I ODGOVORNOST. DOBAR KOMŠIJA.

Preko svoje Fondacije Elixir je u proteklih šest godina podržao više od 350 inicijativa i projekata, sa ciljem doprinosa razvoju lokalnih zajednica u kojima posluje na brojnim poljima od razvoja infrastrukture, unapređenja obrazovanja, javnog zdravlja, zdravstvene i socijalne zaštite, kulture, edukacije građana, sportskih aktivnosti.

Elixir za znanje

Treću godinu zaredom najmlađi školari na području opštine Negotin na dar su dobili svoje prve udžbenike. Karavan „Elixir za znanje“ posetio je deset škola u ovoj opštini, pružajući podršku prvacima i njihovim porodicama na početku školovanja.

Da jednaka prava budu i jednake šanse - socijalna i zdravstvena zaštita.

Senzibilisanost za potrebe građana, rezultirala je nastavkom podrške ZC Negotin. Donacija vozila za prevoz najtežih bolesnika do zdravstvenih ustanova u većim gradovima, učiniće zdravstvenu zaštitu dostupnijom i kvalitetnijom. Podrška Elixir Fondacije brojnim udruženjima osoba sa invaliditetom, kao i strateškom partneru Fondaciji Humano srce Šapca, doprinosi inkluziji i poboljšanju položaja članova i njihovih porodica.

Očuvanje kulture.

Likovni salon zavičajnih umetnika u Negotinu, rekonstruisan i otvoren u okviru 59. Mokranjčevih dana, znak je podrške očuvanju kulturne baštine i afirmaciji umetnosti, kao i negovanju multikulturalnosti. Više od 40 inicijativa i projekata u oblasti kulture i umetnosti dobilo je podršku i pronašlo partnera u Elixir Fondaciji.

MESTO SUSRETA - KANCELARIJA ZA SARADNJU SA LOKALNOM ZAJEDNICOM U NEGOTINU

Nastala sa ciljem uspostavljanja saradnje, Kancelarija za saradnju sa lokalnom zajednicom i Galerija Fondacije u Negotinu postali su mesto susreta i okupljanja. Na više od 30 događaja, radionica, izložbi i edukacija kroz ovaj prostor prošlo je preko 2.000 ljudi. Ovo mesto je i domaćin akcijama DDK u okviru kojih je samo tokom prvih devet meseci 2025. sakupljeno oko 1.000 jedinica krvi – koje su nekom pružile šansu za novi život.



Likovni salon zavičajnih umetnika u Negotinu

DVADESET GODINA POVERENJA I ODGOVORNOSTI: ERSTE BANKA GRADI ODRŽIVU BUDUĆNOST SRBIJE

Dve decenije prisustva na domaćem tržištu Erste Banka obeležava kao predvodnik održivih praksi, gde su ljudi, zajednica i priroda u središtu svake odluke

Sonja Konakov Svirčev, menadžerka za društveno odgovorno poslovanje, diverzitet i inkluziju, Erste Banka Srbija

Dve decenije nakon što je ušla na srpsko tržište, Erste Banka danas je jedan od najprepoznatljivijih primera odgovornog poslovanja u domaćem bankarskom sektoru. U godini kada obeležavamo 20 godina rada u Srbiji, potvrđujemo da uspeh nije samo u brojkama, već i u načinu na koji poslujemo – u odnosu prema zaposlenima, zajednici i okolini.

Filozofija Erste Banke, sažeta u poruci „**Banka – to su ljudi**“, nije samo interni moto, već strateški okvir koji oblikuje svaku odluku. U središtu našeg poslovanja nalaze se principi održivog razvoja – ekološka svest, društvena uključenost i odgovorno upravljanje. Održivo bankarstvo, kako ga mi u Erste-u vidimo, znači da istovremeno brinemo o finansijskoj stabilnosti klijenata i o svetu koji im ostavljamo. Kroz stratešku primenu ESG standarda – od smanjenja emisija CO2 i ulaganja u zelene projekte, do podrške inkluziji i finansijskom obrazovanju građana – Erste Banka gradi sistem u kojem odgovornost nije zasebna inicijativa, već deo poslovne kulture.

ZELENA PROMENA POČINJE IZNUTRA

U vremenu kada je klimatska odgovornost postala globalni prioritet, Erste Banka dokazuje da održivo poslovanje počinje u sopstvenim redovima. Kroz pažljivo planirane investicije i unapređenje infrastrukture, kontinuirano smanjujemo svoj ekološki otisak i doprinosimo ciljevima zelene tranzicije Srbije.

Jedan od najvidljivijih primera je zgrada **Sirius Offices** u Beogradu, u čijem je razvoju učestvovala kompanija Erste Group Immorent. Ovaj poslovni kompleks ponosi se međunarodnim sertifikatom **BREEAM Excellent**, koji potvrđuje da su svi aspekti gradnje i korišćenja prostora zasnovani na principima energetske efikasnosti i zaštite životne sredine. Upotreba obnovljivih materijala, racionalno korišćenje vode i sistema grejanja i hlađenja čine ga jednim od najekološkijih poslovnih objekata u regionu. Pored toga, na krovu ove poslovne zgrade na Novom Beogradu imamo



USPEH NIJE SAMO U BROJKAMA, VEĆ I U NAČINU NA KOJI POSLUJEMO – U ODNOSU PREMA ZAPOSLENIMA, ZAJEDNICI I OKOLINI

košnice sa oko 150.000 pčela, u čijoj blizini smo, na istom krovu, posadili medonosne biljke. Istovremeno, aktivno radimo na smanjenju potrošnje energije i resursa u svojim filijalama i centralnim prostorima. Tokom 2024. godine, u okviru programa „Green Office“, sprovedene su mere optimizacije potrošnje električne energije, prelaska na LED rasvetu i automatizovanih sistema za kontrolu osvetljenja i klimatizacije. Sve veći deo dokumentacije prelazi u digitalni format, što ne samo da povećava efikasnost, već i smanjuje potrošnju papira i količinu otpada.

Kada je reč o našoj osnovnoj delatnosti – finansiranju, i tu prepoznavamo svoju odgovornost i mogućnost da budemo pokretač promena. Kroz **zelene kredite** i posebne kreditne linije za **energetski efikasne projekte**, već godinama podržavamo pojedince i kompanije koji investiraju u obnovljive izvore energije, izolaciju objekata i smanjenje emisije gasova sa efektom staklene bašte. Takođe, kroz saradnju sa međunarodnim partnerima i razvojnim institucijama, učestvujemo u finansiranju korporativnih projekata koji doprinose zaštiti prirode, razvoju cirkularne ekonomije i uvođenju održivih tehnologija u domaću

privredu. Do sada smo finansirali preko 80 projekata iz ovih oblasti poput vetroparkova „Kovačica“, „Krivača“, „Košava“, „Kula“, „Pupin“ i „Čibuk 2“, solarnih elektrana i biogasnih postrojenja. Samostalno ili u saradnji sa drugim finansijskim institucijama, sa preko 400 miliona evra učestvovali smo u finansiranju 800 MW zelene energije, što trenutno predstavlja više od dve trećine svih novoizgrađenih kapaciteta OIE u Srbiji.

Kulturu održivosti negujemo i unutar Banke – kroz **edukaciju zaposlenih** i programe informisanja o načinima na koje svako može doprineti očuvanju prirode. Zaposleni se podstiču da koriste digitalne izvode, recikliraju i biraju ekološki prihvatljive oblike prevoza. Volonterizam zaposlenih deo je identiteta Banke već gotovo dve decenije. Više od **50 volonterskih akcija tokom proteklih 17 godina** pokazuje koliko su naši timovi spremni da svoje vreme, znanje i energiju ulože u dobrobit zajednice i prirode. U akcijama širom Srbije, Erste volonteri – hiljade njih, uz podršku svojih porodica – obnavljali su i uređivali zelene površine, nacionalne parkove, omiljena izletišta, sadili drveće, obnavljali drveni mobilijar i pomagali ustanovama i organizacijama koje brinu o ranjivim grupama. Kroz ovakve aktivnosti, Erste Banka jača duh zajedništva i solidarnosti, dok zaposlenima pruža priliku da konkretno doprinesu vrednostima u koje veruju. Održivi razvoj tako postaje deo svakodnevice – ne samo kroz poslovne odluke, već i kroz lične primere.

Za Erste, održivost nije samo aktuelni trend, već način razmišljanja koji spaja ekonomsku racionalnost i brigu o planeti.





LJUDI SU OSNOVA SVAKE PROMENE

U središtu svih aktivnosti Erste Banke nalaze se ljudi – zaposleni, klijenti i zajednice u kojima posluje. Tokom 2024. godine, ova posvećenost prepoznata je i na nacionalnom nivou: Erste Banka je proglašena „Najinkluzivnijim poslodavcem u Srbiji“ na CSR & ESG Forumu u Beogradu. Nagrada je priznanje našem višegodišnjem radu na izgradnji kulture jednakih šansi, različitosti i inkluzije. Unutar kompanije, inkluzija nije samo reč na papiru – trudimo se da nam ona bude svakodnevna praksa. Kroz interne obuke i mrežu kolega koji promovišu dobre prakse, zajedno gradimo kulturu prihvatanja i psihološke sigurnosti, uz jasno definisane principe i odgovornu osobu za diverzitet i inkluziju u poslovnom okruženju. Poseban akcenat stavljamo na zdravlje i dobrobit zaposlenih – uz privatno zdravstveno osiguranje, besplatnu i anonimnu psihološku podršku, kao i programe koji promovišu ravnotežu između poslovnog i privatnog života. Vodeći se već prepoznatljivim sloganom **#verujusebe**, kroz brojne aktivnosti i inicijative naša Banka godinama podržava **žensko preduzetništvo, socijalna preduzeća i početnike u poslovanju**. Samo tokom proteklih godina, stotine žena prošle su kroz programe edukacije, radionice finansijske pismenosti i mentorsku podršku namenjenu onima koje žele da pokrenu sopstveni biznis. Banka takođe sarađuje sa udruženjima i organizacijama koje promovišu ekonomsko osnaživanje

žena i razvoj preduzetništva, kao što su **Udruženje poslovnih žena Srbije** i platforma **Osnažene**. Na ovaj način, Erste ne samo da pomaže stvaranje održivih poslova, već i jača samopouzdanje i ekonomski uticaj žena širom zemlje, pokazujući da finansijska nezavisnost predstavlja temelj inkluzivnog društva. Od **2017. godine**, kroz program **socijalnog bankarstva Erste Banke**, finansijsku podršku putem različitih kreditnih proizvoda dobilo je više od **750 pravnih subjekata** – od početnika u poslovanju, preko socijalnih preduzeća, do fondacija i neprofitnih organizacija. Ukupna vrednost odobrenih kredita iznosi gotovo **8,5 miliona evra**, dok je kroz programe nefinansijske podrške – edukacije, mentorstvo i savetovanje – prošlo više od **7.500 korisnika**. Zahvaljujući ovom programu, **kreirano je i sačuvano oko 1.500 radnih mesta**, a više od **80% korisnika** unapredilo je svoje poslovanje i povećalo prihode. Socijalno bankarstvo Erste Banke time je postalo prepoznatljiv model finansijske inkluzije koji doprinosi razvoju lokalnih zajednica širom Srbije, što dokazuje da bankarstvo može biti istovremeno **održivo i dostupno onima kojima je podrška najpotrebnija**. U fokusu Banke je i **finansijsko zdravlje građana** – kao dugoročna misija da klijenti razumeju, planiraju i upravljaju svojim novcem na odgovoran način. Sprovodimo radionice finansijske pismenosti u saradnji sa školama, fakultetima i udruženjima, podižući svest o značaju štednje, planiranja i ulaganja. Kao nastavak ovog opredeljenja, pokrenuli smo i digitalnu platformu **#ErsteZnali**, koja kroz pristupačne savete, interaktivne



sadržaje i primere iz svakodnevnog života pomaže građanima da bolje razumeju finansijske odluke i unaprede svoje navike upravljanja novcem. Na ovaj način, gradimo **finansijski informisane, osnažene i otpornije pojedince i zajednice**, pokazujući da finansijska edukacija predstavlja temelj dugoročne sigurnosti i odgovornog društva. U saradnji sa brojnim partnerima – od Srpskog filantropskog foruma i Forum za odgovorno poslovanje, do organizacija civilnog društva širom zemlje – Erste Banka podržava projekte iz oblasti kulture, obrazovanja i lokalnog razvoja. U 2024. godini podržali smo više od 50 manifestacija i inicijativa, među kojima su **Guitar Art Festival, BITEF, Festival autorskog filma**, kao i mnogi programi namenjeni mladima i preduzetnicama, pri čemu je zajednički imenitelj svih aktivnosti koje podržavamo u ovom domenu vera u ljude i njihovu sposobnost da menjaju svet.

INTEGRITET KAO GARANCIJA POVERENJA

Održivo poslovanje ne može postojati bez poverenja. Zato je **etičko upravljanje** stub na kojem Erste Banka gradi svoj ugled i odnose sa svim zainteresovanim stranama – zaposlenima, klijentima, partnerima, investitorima i regulatorima. Na vrhu tog sistema nalazi se **Kodeks poslovnog ponašanja**, koji definiše principe poštenja, integriteta, odgovornosti i profesionalizma za sve zaposlene. Kodeks je podržan nizom politika: **Politikom sprečavanja mita i korupcije, Politikom sukoba interesa, Politikom o poklonima i Procedurom o zaštiti uzbunjivača**. Ovim dokumentima Banka jasno potvrđuje princip **nulte tolerancije prema korupciji, prevarama i neetičkom ponašanju**, a svi zaposleni redovno prolaze obuke o etičkom postupanju i usklađenosti sa propisima. Transparentnost je još jedan od temelja poverenja. Erste Banka redovno objavljuje izveštaje o održivosti u skladu sa **Global Reporting Initiative (GRI)** standardima, kao i principima **UN Global Compact i Ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih nacija**. Na taj način ne samo da pratimo svoj napredak, već i javno preuzimamo odgovornost za svoje rezultate i uticaj. Ono što uvek s ponosom ističemo jeste činjenica da se



upravna struktura Erste Banke odlikuje **raznolikošću i ravnopravnošću**. Žene čine polovinu članova našeg Izvršnog odbora, što potvrđuje da su rodna ravnoteža i uključivanje različitih perspektiva vrednosti utkane u naš sistem odlučivanja. Kao osnivač i aktivni član **Forum za odgovorno poslovanje, UN Global Compact Srbija i Srpskog filantropskog foruma**, Erste Banka ima važnu ulogu u širenju standarda odgovornosti i etičnosti na nivou čitave privrede. Na taj način, doprinosimo razvoju sistema u kojem održivost postaje zajednički jezik poslovnih zajednica.

Dvadeset godina prisustva Erste Banke u Srbiji obeleženo je stalnim rastom, ali, što je još važnije – doslednošću u vrednostima. Od ulaganja u zelenu energiju i modernizaciju prostora, preko podrške zaposlenima i ranjivim grupama, do najviših standarda upravljanja – svaka naša aktivnost ima isti cilj: da doprinesemo društvu u kojem finansijski rast ide ruku pod ruku sa odgovornošću. Za nas u Erste Banci, održivost nije projekat sa rokom **trajanja, već trajna obaveza i zalog za budućnost**. Jer naša misija je da gradimo zajednicu u kojoj napredak nikada ne ide nauštrb ljudi i prirode. U svetu koji se brzo menja, ostajemo oslonac – dokaz da održivost nije prepreka rastu, već njegov najstabilniji temelj. Za nas odgovornost nije obaveza, već izbor – i način da svaka sledeća godina bude vredna poverenja.

ZDRAVO DVADESETE - PET GODINA POVERENJA, ZAJEDNIŠTVA I ISTINE O ZDRAVLJU MLADIH

U dobu kada su informacije dostupne na samo jedan dodir, a poverenje se vrlo teško stiče, platforma *Zdravo dvadesete*, društveno odgovorni projekat farmaceutske kompanije Galenika, postala je pouzdan izvor znanja, podrške i inspiracije za mlade

Platforma *Zdravo dvadesete* pokrenuta je pre tačno pet godina, kao jedinstvena platforma koja pruža informacije o preduzimanju preventivnih koraka kada je u pitanju očuvanje zdravlja i danas okuplja zajednicu od desetine hiljada mladih. Kroz kreativan sadržaj i otvoren razgovor platforma je uspeła da pristupi generaciji Z i stekne njihovo poverenje.

ZAJEDNICA ZA FORMIRANJE ZDRAVIH NAVIKA U PRESUDNIM GODINAMA

Dvadesete su najzujbudljivija decenija u životnom veku – vreme kada se najviše istražuje i eksperimentiše, ali i period kada se mladi suočavaju sa različitim izazovima na koje ponekad ne znaju ni sami kako da odgovore. Inicijalna ideja projekta ogledala se u tome da je potrebno kreirati poseban prostor za mlade u kojem oni mogu pronaći tačne i proverene informacije o brojnim zdravstvenim temama i načinima kako da održavaju balans. Kroz saradnju sa lekarima specijalistima iz ukupno dvanaest zdravstvenih grana, kreirana su dva edukativna vodiča u cilju da mladima pomognu da bolje razumeju svoje telo, emocije i kako da reaguju na svakodnevne izazove.

Danas, *Zdravo dvadesete* su više od projekta – to je pokret, zajednica i digitalni prostor u kojem se o zdravlju govori jezikom mladih i u kojem nema tabu tema. Kroz sadržaj prilagođen mladima – rilove, mimeove i interaktivne formate na platformi su komunicirane teme poput mentalnog zdravlja, samopouzdanja, odnosa prema telu, zatim o ishrani, nezi kože i lica i brojnim drugim. Na taj način je uspostavljen iskren dijalog između mladih i stručnjaka angažovanih u okviru platforme.



ŠTA MLADI U SRBIJI ZAISTA MISLE O ZDRAVLJU – REZULTATI ISTRAŽIVANJA 2025.

Naše prošlogodišnje nacionalno istraživanje dalo nam jako dobre uvide u to kako mladi u Srbiji percipiraju zdrave navike i koje mehanizme primenjuju kako bi uspostavili balans sa svakodnevnim izazovima. Zato smo odlučili da i u 2025. godini sprovedemo još jedno nacionalno istraživanje na uzorku od 600 ispitanika starosti od 19 do 25, i od 26 do 30 godina iz urbanih i ruralnih područja iz čitave Srbije. Rezultati su pokazali da mladi u Srbiji pretežno vode računa o svom zdravlju i uvođenju zdravih svakodnevnih rutina, ali su takođe pokazali i da se 62% dvadesetogodišnjaka povremeno prejedaju. Uglavnom se prejedaju kada su pod stresom (60%), devojke kada su u



PMS-u (45%), kao i kada se osećaju tužno i neraspoloženo (36%). Kada se radi o fizičkoj aktivnosti, više od polovine mladih je izjavilo da redovno vežba, a na to ih podstiče želja za boljim zdravstvenim stanjem, dobrom formom i fizičkim izgledom. Ovogodišnje istraživanje je pokazalo i to da fizički izgled i dalje ima veliki uticaj na samopouzdanje dvadesetogodišnjaka, naročito kod devojaka. Iako se objektivno nalaze u zdravim granicama telesne mase, devojke često izražavaju nezadovoljstvo i žele da izgube koji kilogram više. Čak 67% ispitanih devojaka se nalazi u granicama BMI (Body Mass Index), dok su muškarci češće u grupi sa višim BMI i skloni gojaznosti. Kada je reč o mentalnom zdravlju, rezultati istraživanja su ove godine pokazali da više od 80% ispitanih smatra da psihoterapija može u velikoj meri pomoći ljudima, dok skepsu i dalje izražava nešto manji procenat mladih. Ovakvi uvidi upućuju na to da mentalno zdravlje više nije tabu tema i da se odlazak na terapiju sve manje doživljava kao znak poremećaja, a više kao kontinuiran rad na unapređenju sopstvenog zdravstvenog stanja.

ZDRAVO DVADESETE PRAKSA – PROSTOR ZA ISKUSTVO, KREATIVNOST I RAST

Posebno mesto u okviru projekta zauzima i praksa *Zdravo dvadesete* koja se tradicionalno realizuje svake godine. Već petu godinu zaredom, kada nastupi proleće, mladi očekuju i

raspisivanje novog konkursa *Zdravo dvadesete* prakse – to je šestomesečna praksa namenjena studentima završnih godina fakulteta i master studija. Ova praksa predstavlja posebnu priliku za mlade da osmišljavaju sadržaj za svoje vršnjake, kreiraju tekstove, vizuale i ostale prateće formate koji su zastupljeni u okviru platforme i na taj način doprinesu *Zdravo dvadesete* zajednici. U okviru programa prakse predviđene su obuke iz oblasti digitalnog marketinga, menadžerskih veština i PR-a, a od ove godine učestvuju u rešavanju studije slučaja konkretnog zadatka na realnom projektu kompanije Galenika. Uz mentorsku podršku, a kroz timski rad sa svojim vršnjacima, praktikanti imaju priliku da izraze svoju kreativnost i učestvuju u realizaciji sopstvenih ideja, što čini ovo iskustvo jedinstvenim na našem području i prevazilazi klasične studentske prakse. Praksa je dala posebnu draž platformi *Zdravo dvadesete* i omogućila joj da postane mesto gde se mladi mogu profesionalno razvijati, sticati nove veštine i učiti kako se teorija pretvara u praksu. U 2025. godini ubacili smo jednu novinu u okviru programa, a to je odlazak praktikanata u Galeniku i jednonedeljno iskustvo u radu sa Galenikinim timovima. Kroz druženje



sa timom, obilazak različitih sektora i zanimljive zadatke, praktikantkinje su imale priliku da iskuse i vide koliko su posvećenost, inovacija i timski duh važni za svaku uspešnu kompaniju.

**PODKAST KAO NOVI PROSTOR I
INSPIRACIJA ZA RAZMENU ZNANJA**

Tokom 2024. godine pokrenut je i *Zdravo dvadesete* podkast, sa čijim snimanjem smo nastavili i u ovoj godini. Od trenutka lansiranja podkasta platforma je ugostila niz stručnjaka iz različitih oblasti poput psihologije, dermatologije, ishrane i sporta. Pored zdravstvenih tema, kroz podkast su obrađene i druge teme o kojima smo razgovarali sa relevantnim osobama od uticaja, pevačima i glumcima - oni su nam

govorili o tome kako su izgledale njihove dvadesete i na koji način su se suočavali sa raznim izazovima u mladosti. U *Zdravo dvadesete* podkastu posebne gošće su bile i praktikantkinje *Zdravo dvadesete* prakse koje su imale priliku da sa našim voditeljicama razgovaraju o različitim životnim temama, ali i o svom iskustvu u okviru prakse. Kroz godine, platforma je evoluirala u interaktivni digitalni medij koji objedinjuje teme zdravlja, lajfstajla i društvenih izazova. Možemo reći da su danas *Zdravo dvadesete* pokret generacije koja uči da balans između zdravlja, obaveza i zadovoljstva nije ideal, već svakodnevnica. Zajednica okupljena oko platforme pokazuje da kada su informacije kredibilne, ton iskren, a pristup topao – mladi ne traže savršene odgovore, već iskrene saveznike.

GALENIKA ŠESTU GODINU ZAREDOM UZ ŽENE U BORBI PROTIV RAKA DOJKE

Farmaceutska kompanija Galenika donirala je sredstva u iznosu od ukupno deset hiljada evra, u dinarskoj protivvrednosti, Opštoj bolnici u Vrbasu i Ženskom centru „Milica“. Cilj donacije je unapređenje uslova lečenja onkoloških pacijenata u Opštoj bolnici u Vrbasu, kao i podrška projektu „Onkološko-socijalni navigacioni sistem“ koji sprovodi Ženski centar „Milica“ i koji se odnosi na razvoj nacionalne mreže centara za pružanje iskustvene podrške obolelima od raka dojke i ginekoloških karcinoma

Tokom oktobra 2025. godine, Galenika je šestu godinu zaredom realizovala društveno odgovornu kampanju „Pantenol Roze oktobar“, posvećenu podizanju svesti o važnosti prevencije, rane dijagnostike i redovnih samopregleda, istovremeno izdvajajući sredstva od prodaje svakog od proizvoda iz Galenikinog Pantenol portfolija, za potrebe donacije. Ovogodišnji slogan kampanje „**Skini kamen sa srca, obavi pregled grudi**“ preneo je snažnu poruku ženama da se oslobode straha od pregleda ili dijagnoze naprave konkretan korak u prevenciji.

„Smatramo da su edukacija i informisanje od ključnog značaja na putu do boljih rezultata u borbi protiv karcinoma dojke. Širenje svesti je od ključnog značaja. Ponosni smo što smo i ovog oktobra posvetili posebnu pažnju borbi protiv raka dojke. Zahvalni smo svima koji su se odazvali Galenikinom pozivu i podržali akciju, jer zajedno doprinosimo podizanju svesti o važnosti prevencije i redovnih pregleda, ali i pomažemo unapređenju uslova lečenja“, izjavio je Nenad Burazor, direktor za prodaju i marketing u kompaniji Galenika.



„Opšta bolnica u Vrbasu obavlja zdravstvene delatnosti za region koji broji približno 220.000 stanovnika. U okviru Onkološke ambulante naše ustanove, vrše se pregledi onkoloških pacijenata i upućuju se na potrebnu dijagnostiku, dok se putem dnevne Onkološke bolnice pruža stručna pomoć u domenu hemioterapije, hormonske i biološke terapije, transfuzije krvi i terapije bisfosfonatima. Želim da se zahvalim kompaniji Galenika na donaciji, jer će nam omogućiti da nabavimo medicinsku opremu koja će dodatno doprineti poboljšanju uslova lečenja onkoloških pacijenata“, izjavila je direktorka Opšte bolnice u Vrbasu dr Cveta Rožanović.

i njihove porodice susreću“, izjavila je Emilija Vuković, podpredsednica Ženskog centra „Milica“.

Tokom prethodnih pet godina, kroz aktivnost „Pantenol Roze oktobar“, Galenika je donirala više od 52.000 evra za potrebe onkoloških ustanova širom Srbije.

„Ispred Ženskog centra 'Milica' želim da zahvalim kompaniji Galenika na donaciji za potrebe daljeg razvoja i širenja mreže centara za iskustvenu podršku ženama obolelima od raka dojke i ginekoloških karcinoma. Galenika je pre tri godine bila među prvim donatorima koji su podržali formiranje prvog centra za iskustvenu pomoć u Beogradu, a sada nastavlja da nam pruža podršku da ovakav tip centara implementiramo na nacionalnom nivou. Ovo će ženama širom Srbije omogućiti jednaku dostupnost tačnim informacijama i podršku u prevazilaženju izazova sa kojima se pacijentkinje



SUŠTINA OSIGURANJA JE ODGOVORNOST

Svet se danas menja brže nego ikad, neizvesnost je prisutna na svakom koraku. Zato odgovornost i održivost čine temelj na koji možemo da se oslonimo i da na njemu gradimo budućnost

U biznisu osiguranja društvena odgovornost ima posebno značenje. Kada posao koji radiš nisu samo apstraktni podaci, već pitanje sigurnosti porodice, života, planova za budućnost ili opstanka firme, onda je odgovornost deo svakog dana i svakog poteza koji napraviš: u proceni rizika, definisanju procedura i načinu na koji komuniciraš. Odgovornost je suština našeg posla, ona je način razmišljanja. Zato u Generaliju često kažemo da je posao osiguranja više od profesije: to je prilika i obaveza da o tuđoj budućnosti brineš kao o svojoj sopstvenoj. Ako je briga iskrena, nastaje poverenje, a na poverenju se gradi dugotrajan i dubok poslovni odnos.

ODGOVORNOST U CORE BUSINESS-U

Sama suština osiguranja je briga o drugima i prodaja proizvoda tek je poslednja karika u tom poslovnom lancu. Ono što joj prethodi i što je za nas mnogo značajnije je edukacija ljudi, građana i privrede, pomažanjem da shvate važnost i potrebu osiguranja. Uz razumevanje ljudske želje da živimo sada i ovde, mi ih istovremeno podsećamo na važnost dobrog planiranja finansijske budućnosti. Na to da se rizici mogu sprečiti ili preduprediti, posledice smanjiti, a životni planovi učiniti ostvarivijim, ako smo finansijsku budućnost dobro isplanirali.

U redovnom poslovanju ovo načelo postaje krajnje konkretna briga o pojedinačnom čoveku, porodici, biznisu. Sa partnerima vodimo detaljne razgovore, postajemo deo njihovih života kao neko ko brine o tome da budu sigurniji u to kakva će im biti zdravstvena zaštita, da bezbrižno otputuju na odmor svesni da su zaštićeni i oni, i imovina koju ostavljaju; da planiraju školovanje ili mirno starije doba; da posao zaštite od nepredviđenih prirodnih ili tržišnih događaja.



Nataša Đurđević, direktor Direkcije za korporativne komunikacije

FOKUS NA ODRŽIVE PROIZVODE

Kroz politiku osiguranja, procene rizika i formiranja proizvoda, Generali u kontinuitetu motiviše svoje partnere i klijente na ponašanje koje je održivo i odgovorno prema zajednici. Ta politika je takva da destimuliše one koji svojim ponašanjem narušavaju društvenu i ekološku stabilnost. Čitav niz naših proizvoda formiran je tako da odgovara na potrebe specifičnih društvenih grupa. U domenu privrede fokus je na malim i srednjim preduzećima i preduzetništvu. U radu sa stanovništvom nudimo proizvode koji omogućavaju planiranje finansijske budućnosti, štednju za starost, sigurnost u slučaju gubitka posla, obezbeđivanje sredstava za školovanje dece, zaštitu poljoprivredne proizvodnje od vremenskih nepogoda, finansijska sredstva u slučaju nastupanja težih bolesti ili hirurških intervencija i zaštitu imovine.

Politikom premija dajemo prednost uslugama i proizvodima koji u sebi imaju ekološku komponentu ili su socijalno odgovorni. Mi sami, kroz sve širu digitalizaciju usluga, smanjujemo na minimum negativan uticaj na prirodu.

ODGOVORNO INVESTIRANJE

Briga o održivosti zajednice nastavlja se i kroz plasiranje kapitala. Generali čuva vrednost imovine pametnim investiranjem, favorizujući investicije koje imaju pozitivan uticaj na okolinu. Pre ulaganja analiziramo ekološke, upravljačke i društvene kvalitete potencijalnog portfolija, pri čemu isključujemo iz razmatranja akcije od vrednosti koje emituju subjekti koji imaju nepovoljan uticaj na društvo i životnu sredinu.

STALNA BRIGA O LJUDIMA

Kvalitet života naših saradnika, njihov lični i poslovni razvoj deo su svakog dana u životu kompanije. Svi danas znamo da biznis počiva na snazi tima koji ga pokreće. Naša briga je da ljudima stvorimo okruženje u kojem se osećaju bezbedno, koje im daje dovoljno fleksibilnosti da usklade svoje želje i potrebe. Kroz aktivnosti menadžera, ali i sektora ljudskih resursa i komunikacije, gradimo kulturu koja uvažava i podstiče različitost, jednakost i inkluzivnost. Kada usavršavamo zaposlene i negujemo njihove talente, znamo da to doprinosi napretku kompanije, ali i ličnom razvoju svakog od nas. To znanje ostaje vrednost za ceo život.



THE HUMAN SAFETY NET

Kada jedan biznis ostvari ulogu zbog koje je osnovan – da realizuje određeni posao i da to učini uspešno i profitabilno – onda ima i priliku da deo onog što je postignuto podeli sa zajednicom u kojoj živi. Generali Osiguranje to čini kroz inicijativu The Human Safety Net koju je Generali Grupa pokrenula na globalnom nivou. The Human Safety Net (THSN) postoji u 26 zemalja. Ima misiju da oslobodi potencijal porodica i izbeglih ljudi, kako bi oni mogli da promene i unaprede svoje živote. Generali Osiguranje ovaj program realizuje u saradnji sa Fondacijom „Novak Đoković“, kroz radionice Podrška, a ne perfekcija i Centrom za interaktivnu pedagogiju, kroz radionice Snažni od početka. Ovim programima podržavamo i osnažujemo roditelje i staratelje da omoguće bolju budućnost deci.

ŠTA NOSI BUDUĆNOST

Svet se danas menja brže nego ikad, neizvesnost je prisutna na svakom koraku. Zato odgovornost i održivost čine temelj na koji možemo da se oslonimo i da na njemu gradimo budućnost. Naša vizija je takav biznis osiguranja: koji predviđa rizike, štiti ljude i podržava stabilnost zajednice. To je naš odgovor na promenljivost i nepredvidivost sveta.

ODGOVORNOST KAO NEIZOSTAVNI SASTOJAK SVAKOG USPEHA

Kao jedan od globalnih lidera, HEINEKEN je već više od veka sinonim za tradiciju, inovaciju i kvalitet. Ono što danas posebno izdvaja ovu kompaniju i na lokalnom podneblju jeste način na koji gradi budućnost pивske industrije, čineći je zelenijom i odgovornijom kroz prizmu održivosti i postignuća definisana globalnom strategijom EverGreen 2030. Sastavni deo ove strategije je i program održivog poslovanja „Stvarajmo bolji svet“, koji predstavlja ključnu okosnicu nastojanja kompanije HEINEKEN ka stvaranju inkluzivne, ekološki odgovorne i održive budućnosti

U vremenu u kojem se od vodećih kompanija na tržištu očekuje mnogo više od uspešnih poslovnih performansi, kompanija HEINEKEN Srbija, koja je tokom 2024. godine proglašena najuspešnijom HEINEKEN kompanijom u Evropi, predstavlja primer kako odgovorno poslovanje može biti pokretač rasta, poverenja i pozitivnih društvenih promena. Ovaj rezultat ne proizlazi samo iz ekonomskih faktora, već iz holističkog pristupa koji obuhvata proizvodnju, distribuciju, brigu o zaposlenima i očuvanje životne sredine. Kroz konkretne korake, HEINEKEN Srbija dosledno dokazuje da održivost, briga o zajednici i odgovorna konzumacija nisu samo deo komunikacije – već su sastavni deo njenog identiteta.

EVERGREEN 2030

EverGreen predstavlja višegodišnju globalnu strategiju kompanije HEINEKEN koja omogućava prilagođavanje svetu koji se brzo menja. Cilj je da se obezbedi superioran i uravnotežen rast uz fokus na ispunjavanje potreba potrošača i kupaca, stalno unapređenje portfolija proizvoda i jačanje prisustva na tržištu. Kroz sveobuhvatnu digitalnu transformaciju i sa ambicijom da postane najbolje povezani proizvođač piva, HEINEKEN kontinuirano unapređuje svoju produktivnost i podiže standarde ekoloških i društvenih ciljeva održivosti.

Za kompaniju HEINEKEN Srbija, ova strategija predstavlja i svojevrsni manifest za svakodnevno poslovanje. Svaka

odluka, od procesa proizvodnje, preko logistike do marketinga, razmatra se kroz koncept održivosti. To podrazumeva pažljivo upravljanje resursima, smanjenje štetnih emisija i upotrebe vode, ali i ulaganje u ljude – u razvoj zaposlenih, poštovanje različitosti i jednake šanse za sve.

EverGreen je putovanje koje spaja kontinuitet i promene i obezbeđuje dugoročnu održivost poslovanja kako bi se stvorila trajna vrednost za sve zainteresovane strane.



KAKO IZGLEDA ODRŽIVOST U PRAKSI? PROJEKTI REZERVOAR I EQUITHERM

Svojim delovanjem i projektima smanjenja potrošnje vode, toplotne energije i uvođenja alternativnih izvora tzv. zelene energije, kompanija HEINEKEN Srbija pokazuje da budućnost dolazi u vidu implementacije pametnih rešenja, digitalizacije i cirkularne ekonomije.

Kroz svoj program „Stvarajmo bolji svet“, pokrenula je i projekat REZERVOAR, sa ciljem da ojača zaštitu i obnovu prirodnih vodenih resursa u zemlji. U partnerstvu sa NALED-om, Gradom Zaječarom i Udruženjem „Za Česme“, kompanija je revitalizovala sedam arteških bunara i deset javnih česama u Zaječaru. Svaka obnovljena česma sadrži i QR kod uz ključne informacije o istoriji česme i ispravnosti vode, čime se istovremeno neguje lokalna istorija i osnažuje svest građana o važnosti prirodnih izvora vode.

Tokom poslednje decenije smanjena je potrošnja vode u okviru proizvodnih procesa za 75 odsto i obe pivare, u Zaječaru i Novom Sadu, poseduju posebna postrojenja za industrijsko prečišćavanje otpadne vode, čija je funkcija da prečiste vodu i učine je bezbednom po okolinu, a pre krajnjeg puštanja u prirodu. Kroz volonterske aktivnosti, edukativne radionice i posete pivarama, zaposlenima, ali i eksternim stakeholderima je omogućeno da se lično angažuju u očuvanju prirodnih resursa, čime HEINEKEN

Srbija potvrđuje svoju ulogu pouzdanog i dugoročnog partnera zajednice u kojoj posluje. Klimatske promene i smanjenje prirodnih resursa promenili su način poslovanja i definisanja daljih planova. Kompanija kontinuirano radi na smanjenju emisije ugljen-dioksida u svojim pivarama do postizanja nultog uticaja na životnu sredinu, uz podršku cirkularnoj ekonomiji i očuvanju lokalnih vodotoka i prirodnih ekosistema. U poslednjih dvanaest godina, emisija ugljen-dioksida po hektolitr u obe pivare umanjena je za 65 odsto, uz cilj da se ovaj trend održi. Tokom 2024. godine kompanija je započela primenu inovativnog energetskeg sistema Equitherm u pivari u Novom Sadu, koji predstavlja važno unapređenje u okviru NetZero strategije. Implementacijom ovog rešenja



omogućeno je efikasnije upravljanje toplotnom energijom, zahvaljujući ponovnom iskorišćenju otpadne toplote u procesu proizvodnje, čime se smanjila potrošnja toplotne energije i emisija CO₂, ali i ostvarila dodatna optimizacija procesa i povećala energetska efikasnost. Uporedo sa tim, kompanija nastavlja svoja ulaganja u prelazak na obnovljive izvore energije, pa je u planu postavljanje solarnih panela u pivari u Novom Sadu, kao i uvođenje novog sistema toplotne energije - kotlarnica na biomasu u pivari u Zaječaru, čime će se dodatno doprineti smanjenju emisije ugljen-dioksida, većoj energetskej nezavisnosti i ubrzanom napretku ka postavljenim ciljevima.

KAD IDE TURA, NE IDE GAS – NOVA GENERACIJA ODGOVORNIH HEROJA NA PUTEVIMA

Jedan od najprepoznatljivijih projekata kompanije u Srbiji je kampanja „Kad ide tura, ne ide gas“, koja je tokom prethodne četiri godine trajanja, postala sinonim za odgovornu konzumaciju alkohola. Poruka koju su do sada videli milioni ljudi je jasna: kada uživamo u omiljenom pivu, ključeve automobila ostavljamo po strani. Kampanja se realizuje u saradnji sa Auto-moto savezom Srbije, a nastala je sa ciljem da se podigne svest o važnosti bezbednosti u saobraćaju, u dobu kada je vožnja pod dejstvom alkohola i dalje jedan od vodećih uzroka saobraćajnih nesreća u zemlji. Ono što je ovu inicijativu izdvojilo od mnogih drugih jeste njena doslednost i uvidi sa kojima mnogi mogu da se poistovete, ali i njene različite adaptacije u skladu s potrebama i navikama potrošača. Ove godine, nadograđena je jedinstvenim konceptom ZERO HERO – posvećenom svim



vozačima koji biraju bezbednost i odlučuju da sednu za volan isključivo kada su „na nuli“. Sa ciljem da dodatno podigne svest o ovoj značajnoj temi, HEINEKEN je realizovao niz aktivnosti tokom letnjih meseci. Posebnu pažnju javnosti privukla je aktivacija u popularnom beogradskom mestu za izlaske, Gastrošoru, gde su posetioci, na bravama automobila, zaticali simbolične „katance“. Poruke na istim jasno su poručile da ZERO HERO ne vozi ni kad popije samo jedno pivo, ni kad živi tu na pet minuta, ni kad je dobro jeo, ni kad nema žive duše na ulicama. Uz to, sprovedena je i anketa o navikama u vožnji, koja je dodatno „osvestila“ vozače. Tokom trajanja projekta objavljeni su brojni članci i TV prilozi o značaju odgovorne vožnje, uz ključne poruke na bilbordima širom Srbije, a važan kanal komunikacije bile su i društvene mreže. Podršku su pružila i poznata lica, poput novinara Mladena Alvirovića, glumca Slavena Došla i influensera Marte Lović i Miće Ašćerića. Kombinacija različitih komunikacionih kanala doprinela je velikoj vidljivosti kampanje koja je dosegla do više od četiri miliona ljudi.

ZAPOSLENI KAO OGLEDALO VREDNOSTI KOMPANIJE

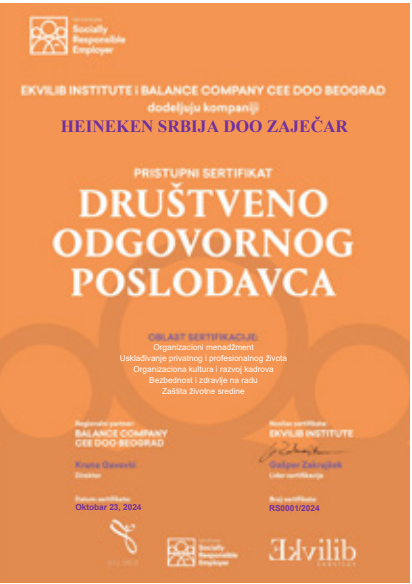
U središtu HEINEKEN filozofije čvrsto stoji uverenje da održivo poslovanje ne može postojati bez zadovoljnih i motivisanih zaposlenih. Zato je briga o ljudima jedan od najvažnijih postulata kompanijskog društveno odgovornog principa. HEINEKEN Srbija je prva kompanija u zemlji koja je dobila evropski priznat krovni sertifikat „Socially Responsible Employer“, potvrdu da zadovoljava najviše standarde u svih pet oblasti: organizacioni menadžment, usklađivanje privatnog i profesionalnog života, organizaciona kultura



i razvoj zaposlenih, bezbednost i zdravlje na radnom mestu i uticaj na životnu sredinu. Transparentan i društveno odgovoran lanac snabdevanja, dodatni bonusi za povećanje socijalne sigurnosti zaposlenih, radno vreme u skladu sa životnim okolnostima, transparentno oglašavanje mogućnosti za karijeru unutar organizacije, pokloni i refundacija osnovnoškolskih udžbenika za decu zaposlenih, zelena i ekološki prihvatljiva kancelarija, individualizovani planovi za povratak na posao nakon dugotrajnog bolovanja ili porodijskog odsustva, promovisanje održive i odgovorne potrošnje energije, vode i emisije CO₂, cirkularna ekonomija i zero waste, dodatni slobodni dani i privatno zdravstveno osiguranje, samo su neki od benefita i niza mera koje pokazuju kako benefiti za zaposlene postaju benefiti za samu kompaniju i usmereni su na podršku u rešavanju važnih pitanja zaposlenih i posvećenosti ostvarivanju pozitivnog uticaja na svet oko nas kroz očuvanje životne sredine, društvenu održivost i odgovornu konzumaciju. Posebna pažnja posvećena je zdravlju i bezbednosti na radu – od modernizacije proizvodnih postrojenja do kontinuiranih obuka i kampanja koje promovišu brigu o sebi i kolegama. Ovakav pristup ne samo da povećava produktivnost, već i gradi dugoročnu lojalnost i osećaj pripadnosti, što je u današnjem poslovnom svetu od velikog značaja.

LIDERSTVO JE ODGOVORNOST

HEINEKEN Srbija danas predstavlja pozitivan primer da liderstvo znači odgovornost – prema ljudima, zajednici i prirodi. Osluškujući potrebe potrošača i partnera, kompanija nudi održiva rešenja, verujući da zajedno možemo ostaviti bolji svet generacijama koje dolaze.



GODINA U ZNAKU ODRŽIVOSTI

Od festivala koji spaja nauku, održivost i zdravlje, 1.800 stolica na Trgu republike u Beogradu na kojima sede pacijenti koji čekaju „najvažniji poziv u životu“, do kampanja koje ruše tabue i stvaraju prostor za dijaloge o nasilju i humanosti u društvu

Ako bismo morali da nađemo zajednički imenilac svih projekata kompanije Hemofarm u poslednjih godinu dana, to bi bilo: promena kroz saradnju. Kompanija se tokom godina pozicionirala kao partner šire zajednice u suočavanju sa najosetljivijim društvenim temama, kombinujući sistematske pristupe i lične, ljudske priče.

ESG FESTIVAL 2.0: MOĆ SINERGIJE

Kako bi podstakla poslovnu i stručnu zajednicu u Srbiji da na rešenjima održivog razvoja rade zajednički, kompanija Hemofarm je drugu godinu zaredom organizovala ESG festival. Održan u Muzeju nauke i tehnike u Beogradu u

periodu od 23. do 26. oktobra festival je okupio preko 20 kompanija, organizacija i institucija i više od 40 istaknutih pojedinaca koji su učestvovali na panelima i radionicama.

Prvog dana festivala, 23. oktobra, organizovano je preko osam sati stručnog programa podeljenog u tri panel-diskusije, tri radionice i tri ESG razgovora koji su se pokazali kao sjajna platforma za otvoreni dijalog, razmenu iskustava i prikaz najboljih praksi koje će podstaći nove inicijative sa merljivim rezultatima. Govorilo se o konkretnim ESG rešenjima za neposrednu primenu u praksi, konkretnim projektima u srpskoj ESG zajednici, klimatskim strategijama koje zapravo „rade“,

o simbiozi preventivnog zdravlja, lične i društvene odgovornosti i održivog razvoja, uticaju veštačke inteligencije na mentalno zdravlje, ali i načinima kako ta tehnologija može da se sinhronizuje sa održivim razvojem...

„Održivost je zapravo baza za sve u budućnosti. Ne radi se o tome da sada uložimo milione evra pa da sledeće godine budemo 'super'. Radi se o postepenom pristupu i putovanju na kojem se nalazimo. Mi smo ovde da, zajedno sa drugim kompanijama i ekspertima, prikazemo šta zajedno možemo da uradimo na ekonomskom i društvenom planu sa donosiocima odluka“, istakao je **Ronald Zeliğer, generalni direktor kompanije Hemofarm.**

Na ovogodišnjem festivalu prvi put su uručena i priznanja ESG Stars kompanijama i organizacijama za dugoročni doprinos održivom razvoju na lokalnom nivou. Kao poklon javnosti Srbije Hemofarm je na Svetski dan održivog razvoja, 26. oktobra, otvorio vrata muzeja, i tokom celog dana je ulaz bio besplatan. Posetioci su



imali priliku da uživaju, pored vođenih tura po stalnoj postavci muzeja, u različitim pratećim sadržajima. Program je bio koncipiran tako da informiše i edukuje odrasle, a najmlađe inspiriše i upozna sa naukom, zdravljem i održivošću.



HEMOFARM ESG LEADER



Kompanija PwC Srbija nagradila je Hemofarm sa „ESG Lider“ priznanjem u 2025. godini u kategoriji S za održive socijalne politike, u potkategoriji uključivanje zainteresovanih strana, upravo za organizovanje ESG festivala. „ESG festival za koji smo nagrađeni je naš dodatni pokušaj da svi zajedno razmišljamo, pričamo, razmenimo ideje i iskustva, a što je još važnije, da ohrabrimo sve one koji se još uvek nisu zaljubili u održivi razvoj. Mi smo svi samo kap u moru, a zajedno možemo da pokrenemo veliki talas“, istakla je Sanda Savić, senior direktorka korporativnih poslova i komunikacija.



„NAJVAŽNIJI POZIV U ŽIVOTU“

Instalacijom 1.800 stolica na Trgu republike u Beogradu na kojima su sedeli pacijenti koji čekaju „**najvažniji poziv u životu**“ i na kojima su njihove lične poruke koje svedoče težini i neizvesnosti života dok se čeka

transplantacija, obeležen je Nacionalni dan donora, 6. juna ove godine. Na ovaj način, kompanija Hemofarm nastavila je sa radom na kampanji „Najvažniji poziv u životu“ koju su još 2016. godine zajedno pokrenuli Ministarstvo zdravlja Republike Srbije, Hemofarm i Hemofarm Fondacija sa

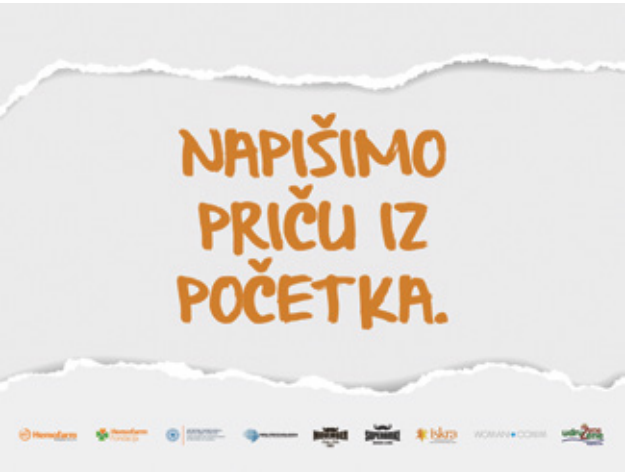
HEMOFARMOVE „BRKE“

Sada već tradicionalno, svakog novembra u okviru globalnog pokreta Movember zaposleni u Hemofarmu u Srbiji i Bosni i Hercegovini puštajući brkove i bradu pokazuju solidarnost i podršku muškom zdravlju. Cilj inicijative je podizanje svesti o važnosti prevencije i destigmatizacija medicinskih pregleda u očima muškaraca. Preporuke stručnjaka sugerišu da muškarci već u dvadesetim treba da krenu sa redovnim preventivnim pregledima, te da se važnost istih sa starošću samo raste. Hemofarmove „Brke“ i ove godine ističu da je poseta lekaru sastavni deo brige o zdravlju i pozivaju muškarce da ne čekaju novembar da bi zakazali preventivni pregled.

ciljem povećanja broja donora i transplantacija, kao i usvajanja zakona koji reguliše ovu oblast i članstva Srbije u organizaciji Eurotransplant. Nakon što je u 2022. godini zabeleženo samo dve transplantacije, godinu dana kasnije ponovo je pokrenuta kampanja te je broj transplantacija u Srbiji porastao na 38. Od početka do danas broj donora se utrostručio, a samo u 2025. godini obavljeno je 96 intervencija. „Od 2016. godine vodimo kampanju za povećanje broja donora i transplantacija organa. Kao pojedinac, duboko verujem u to da svako od nas može da pruži ogroman doprinos svetu oko nas. Govorim o malim i velikim stvarima koje svako od nas čini za svoje najvoljenije, ali i za ljude koje ne poznaje. Humanost ne sme i ne može da ima granice, a doniranje organa svakako predstavlja najveći primer humanosti kojim pomažete drugima da nastave život“, istakao je Zeliğer tokom događaja održanog 6. juna 2025. godine.

„ZDRAVSTVENI IZVEŠTAJ ŠTADA GRUPE 2025“

Zdravstveni izveštaj Štada grupe, u okviru koje Hemofarm posluje, za 2025. godinu je jedno od najobimnijih godišnjih istraživanja o zdravstvenim navikama Evropljana. Sprovodi se već 11 godina. Ovogodišnja studija obuhvatila je 27.000 ispitanika iz 22 evropske zemlje, među kojima je Srbija, i pokriva širok spektar tema: od toga kako Evropljani doživljavaju stanje svog mentalnog i fizičkog zdravlja, preventivnih zdravstvenih navika, otvorenost prema digitalnim inovacijama u zdravstvu, poverenju prema akterima unutar jednog zdravstvenog sistema. „Cilj svih zaposlenih u Štada grupi je da brinemo o zdravlju ljudi kao pouzdan partner. Kroz naš najnoviji Zdravstveni izveštaj želimo da steknemo dragocene uvide i istražimo buduće trendove i inovacije. Deljenjem ovih podataka sa svim relevantnim institucijama u sektoru zdravstva, želimo da doprinosimo donošenju boljih odluka za unapređenje kvaliteta života“, istakao je **Peter Goldschmidt, generalni direktor Štada grupe.** Centralna tema istraživanja za 2025. godinu bila je koliko se Evropljani zapravo pridržavaju popularnog trenda „zdravog života“, tj. koliko su mu dosledni, i otkrila



je dvostruku sliku zdravstvenih navika u Evropi. Dok Evropljani zaista vrednuju zdravlje i sve više vode računa o sebi i svojim navikama, tek polovina ispitanih, suočeni sa različitim barijerama, zapravo živi zdravim životom. Uklapajući naučno verifikovane podatke sa praktičnim uvidima, Zdravstveni izveštaj se danas smatra strateškim resursom, ne samo za kompaniju, već i za zdravstvene radnike, donosiocje odluka i javnost širom Evrope.

„NAPIŠIMO PRIČU IZ POČETKA“

U martu ove godine kompanija Hemofarm pokrenula je kampanju pod nazivom „**Napišimo priču iz početka**“ sa ciljem da se skrene pažnja na štetne narative u društvu koji normalizuju nasilje prema ženama. Prikazane su dve strane „priče“: jedna loša i ona kojoj svi treba da težimo, naracija u kojoj je ljubav vodilja. Kroz video-priču, saopštenja za javnost, tekstove na temu nasilja i panel-diskusije, otvoren je prostor za razgovor na temu i ukazano je na predrasude i štetne narative oko svih nas. „Cilj je da devojčicama, devojka, dečacima i mladim muškarcima skrenemo pažnju da nasilje nikada nije šala i da, čak i kad je najbezazlenije, može ostaviti posledice. Važno je da radimo na promeni percepcije mladih o zdravim odnosima i njihovom razumevanju važnosti poštovanja i empatije prema drugima“, poručila je **Sanda Savić, senior direktorka korporativnih poslova i komunikacija u Hemofarmu.**

HENKEL MEĐU GLOBALNIM LIDERIMA U ODRŽIVOM POSLOVANJU

U „Strateškom okviru za ostvarenje ambicije održivog poslovanja 2030+“ kompanija Henkel je razvila dugoročne ambicije u tri dimenzije – Regenerativna planeta, Uspešne zajednice i Partner od poverenja

Kompanija Henkel, kao jedan od lidera u održivosti, bila je među prvim kompanijama koje su još davne 1992. godine počele da izveštavaju o održivom poslovanju, integrišući društvenu odgovornost u sve aspekte poslovanja. Prvu Strategiju održivosti sa ambicioznim i merljivim kratkoročnim i dugoročnim ciljevima, kompanija je predstavila 2010. godine. Globalna Strategija održivosti primenjuje se u svim državama u kojima Henkel posluje i to kroz čitav lanac vrednosti.

U „Strateškom okviru za ostvarenje ambicije održivog poslovanja 2030+“ kompanija je razvila dugoročne ambicije u tri dimenzije – Regenerativna planeta, Uspešne zajednice i Partner od poverenja.

REGENERATIVNA PLANETA

Dimenzija Regenerativna planeta obuhvata sprovođenje principa cirkularne ekonomije, uz istovremenu zaštitu prirodnih resursa i očuvanje biodiverziteta. Klimatske promene predstavljaju jedan od ključnih izazova današnjice, a u skladu sa svojom dugoročnom posvećenošću održivom razvoju, kompanija Henkel je krajem 2024. godine proširila svoju agendu za svrsishodan rast i postavila nove ciljeve ka ostvarenju nulte neto emisije. Ambicija kompanije je da do 2045. godine dostigne nultu neto emisiju gasova sa efektom staklene bašte, u skladu sa naučno zasnovanim ciljevima koje je potvrdila inicijativa Science Based Targets (SBTi).

Ostvarenje ovog cilja zahteva sveobuhvatan i višeslojan pristup koji se prožima kroz čitav lanac vrednosti. Henkel je na ovaj način nadgradio prethodne obaveze, proširujući obuhvat na emisije koje potiču iz proizvodnih procesa, kancelarijskih zgrada, skladišta, istraživačko-razvojnih centara i voznog parka. Novi ciljevi obuhvataju i emisije uzvodno i nizvodno u lancu vrednosti - od sirovina i ambalaže, preko logistike, pa sve do tretmana proizvoda nakon upotrebe. Na taj način, kompanija obuhvata svih sedam gasova sa efektom staklene bašte (GHG) definisanih Protokolom iz Kjota, čime potvrđuje svoju posvećenost sveukupnom smanjenju štetnog uticaja na životnu sredinu. U Kruševcu se nalazi jedna od najuspešnijih fabrika u Henkelovom sistemu, koja ima značajnu ulogu u sprovođenju globalne strategije održivosti. Ova fabrika je među prvim u Srbiji stekla ISO 50001 sertifikat za energetske efikasnost i postala prva proizvodna lokacija u Srbiji sa međunarodnim



Gold LEED sertifikatom za liderstvo u oblasti zelene gradnje. Tokom 2025. godine, u fabrici Henkela u Kruševcu je počela sa radom najveća solarna elektrana u Henkelovom sistemu, koja proizvodi više od 6000 MWh obnovljive električne energije godišnje. Henkel u Kruševcu već koristi električnu energiju iz obnovljivih izvora, a ovaj projekat dodatno potvrđuje posvećenost kompanije održivosti.

Još jedan primer očuvanja okoline predstavlja vozilo koje se koristi u fabrici, takozvani „CO₂ neutralan šat!“ koji ne emituje ugljen-dioksid, čime se dodatno smanjuje ekološki otisak fabrike.

Kompanija Henkel kroz svoje brendove i u saradnji sa lokalnim partnerima sprovodi brojne društveno odgovorne inicijative širom Srbije.

Već šestu godinu zaredom realizuje se projekat „Volim reku, a ti?“ u saradnji sa Savezom organizacija podvodnih aktivnosti Republike Srbije (SOPAS), sa ciljem očuvanja vodenih površina naše zemlje. Ovaj projekat podržava Henkelov poslovni sektor Consumer Brands, u okviru kampanje „Promena počinje od nas“. Tokom proteklih šest godina realizovano je više od 30 akcija čišćenja, pri čemu je uklonjeno više od 12 tona otpada. Akcija se tradicionalno započinje čišćenjem jezera Čelije u Kruševcu i predstavlja pravi primer posvećenosti očuvanju šuma, zemljišta i voda.

TOKOM 2025. GODINE, U FABRICI HENKELA U KRUŠEVCU JE POČELA SA RADOM NAJVEĆA SOLARNA ELEKTRANA U HENKELOVOM SISTEMU

U saradnji sa Društvom za zaštitu i proučavanje ptica Srbije (DZPPS) i Turističkom organizacijom opštine Surdulica, Henkel je ove godine podržao postavljanje prve platforme za gnežđenje čigri. Na Vlasinskom jezeru izgrađen je i postavljen jedinstveni splav gde će od proleća moći da se gnezde obične čigre – strogo zaštićena i ugrožena vrsta ptica. Ovim projektom Henkel podstiče očuvanje prirode podižući svest o značaju čiste vode i zdravih ekosistema za sve, pružajući svoj doprinos očuvanju biodiverziteta u Srbiji.

USPEŠNE ZAJEDNICE

U okviru dimenzije Uspešne zajednice, kompanija se fokusira na unapređenje kvaliteta života kroz zajedničko delovanje privrede i brendova. Ova dimenzija podrazumeva podršku jednakosti, obrazovanju i društvenoj dobrobiti, uz stalnu težnju ka pozitivnom uticaju na lokalne zajednice.



Jedan od najboljih primera dobre prakse u ovoj oblasti jeste MIT inicijativa (Make an Impact on Tomorrow) – program koji aktivno podstiče i podržava volontiranje zaposlenih. Kroz ovu inicijativu, zaposleni dobijaju sredstva za realizaciju projekata koji doprinose razvoju obrazovanja, nauke, kulture, sporta, zaštite životne sredine i zdravlja. Jedan od primera doprinosa razvoju zajednice i očuvanju kulture, tradicije i društvenih vrednosti predstavlja finansiranje izrade tradicionalnih narodnih nošnji za AKUD „Ivo Lola Ribar“, koje je realizovano uz aktivno učešće i volontiranje Henkel zaposlenih.

Kompanija Henkel u Srbiji uspešno sprovodi MIT inicijativu već 18 godina. Tokom tog perioda, više od 100 zaposlenih u ulozi volontera učestvovalo je u realizaciji preko 200

projekata širom zemlje, ukupne vrednosti od oko 800.000 evra.

Sa brendom Perwoll, kompanija već duži niz godina podržava Beogradsku nedelju mode. Sa željom da podrži mlade dizajnere i istakne njihov rad, Perwoll organizuje konkurs pod nazivom „Fashion Incubator by Perwoll“. Cilj konkursa je da najboljim studentima i diplomcima pruži priliku da predstave svoje radove i da osvoje samostalnu reviju. Konkurs nosi globalno aktuelnu temu „Rethink New“, koja podstiče dizajnere da istražuju inovativne ideje i koncepte u savremenoj modi. Poseban fokus je na sporog, održivoj modi, koja promovise odgovoran pristup dizajniranju, proizvodnji i upotrebi odeće, sa naglaskom na smanjenje otpada.

U 2025. godini, brendovi Schwarzkopf Gliss i Schauma nastavili su sa realizacijom inicijativa pokrenutih prethodne godine, koje pružaju podršku zajednici osvetljavajući važne društvene teme i doprinoseći pozitivnim promenama u društvu.

Brend Schwarzkopf Gliss, kroz svoj Program samopouzdanja „Zablistaj uz Gliss“ podržava žene u ličnom i profesionalnom razvoju. Polaznice programa učestvuju u jedinstvenim radionicama osmišljenim da ih osnaže kako u profesionalnom, tako i u privatnom životu.

Porodični brend Schauma realizovao je projekat „Vreme je za porodicu“, sa ciljem unapređenja porodične komunikacije. Besplatne interaktivne predstave održane su u Kući umetnica, a uloge su tumačili mladi i talentovani glumci koji su publici predstavili emotivne i logične izazove porodične dinamike.



Sa brendom Ceresit, kompanija Henkel se od samog početka uključila u projekat NORDEUS fondacije i Grupe za obrazovanje koji podržava obrazovanje mladih. Zaključno sa 2025. godinom, širom Srbije je izgrađeno i opremljeno ukupno 42 Mejkers laba. Mejkers labovi su inovativni, multidisciplinarni prostori u kojima učenici i nastavnici zajedno istražuju, stvaraju i povezuju se sa lokalnom i širom zajednicom.

Ove godine, Henkel je podržao otvaranje prvog Mejkers laba u Kruševcu kao Kompanija partner u Hemijsko-tehnološkoj školi, gde će više od 670 učenika u 31 odeljenju moći da eksperimentišu, istražuju i povezuje znanja iz hemije, IT-a, poljoprivrede i dizajna.

Pružajući podršku mladima i podstičući njihovu želju za učenjem, sticanjem znanja i praktičnih veština iz različitih oblasti, kompanija potvrđuje svoju posvećenost podršci lokalnoj zajednici u kojoj posluje.

Brend Persil i ove godine podržava žene i to kao generalni pokrovitelj kampanje za preventivne ultrazvučne preglede dojke, koju organizuje Udruženje za podršku ženama „Heroine“. Pod sloganom „Kontrola je u tvojim rukama – jer uvek daješ sve od sebe“, kampanja podstiče žene na redovne preglede i brigu o sopstvenom zdravlju. Persil ovom inicijativom potvrđuje svoju posvećenost društvenoj odgovornosti, pružajući konkretnu podršku i istovremeno naglašavajući koliko je važno da žene imaju resurse i osnaženje za zdrav i siguran život.

Henkel je i ove godine pokazao svoju posvećenost zajednici i društveno odgovornom poslovanju podržavajući tradicionalnu humanitarnu akciju Run and Walk for BELhospice. Učestvujući u kampanji, zaposleni su zajednički prikupili više od 10.000 pređenih kilometara, čime su dali lični doprinos obezbeđivanju besplatne, profesionalne i sveobuhvatne podrške pacijentima obolelim od malignih i neizlečivih bolesti, koju BELhospice tim svakodnevno pruža.



VIŠE OD 100 VOLONTERA UČESTVOVALO JE U REALIZACIJI PREKO 200 PROJEKATA ŠIROM SRBIJE, UKUPNE VREDNOSTI OD OKO 800.000 EVRA

Prethodno pomenuti projekti istakli su se i na Festivalu Kampanje sa svrhom, koji tradicionalno organizuje Udruženje građana „Žute Patalone“, gde su osvojili nagrade u tri kategorije: u ECO kategoriji za projekat „Volim reku, a ti?“, u SOCIAL kategoriji za projekat „Vreme je za porodicu“ i u GENDER kategoriji za „Schwarzkopf Gliss program samopouzdanja“. Festival Kampanje sa svrhom je prvi festival društveno odgovorne komunikacije u Srbiji i regionu, koji se održava svakog 20. novembra na Međunarodni dan deteta i nagrađuje kampanje koje doprinose dobrobiti deteta, pojedinca i društva.

PARTNER OD POVERENJA

Treća dimenzija Henkelove Strategije održivosti, Partner od poverenja, podrazumeva to da kompanija kroz čitav lanac vrednosti zajedno sa svojim partnerima integriše održivost u svoj portfolio kao i u poslovne procese. Kompanija Henkel je zajedno sa još pet kompanija pokrenula inicijativu „Together for Sustainability – Chemical Supply Chains for a Better World (TfS)“, čiji je cilj usklađivanje standarda održivosti u lancima snabdevanja, unapređenje saradnje među partnerima širom sveta i efikasnije upravljanje resursima. Posvećenost ovim principima dodatno je potvrđena 2024. godine, kada je kompanija dobila priznanje „Gold Medal“ međunarodne agencije EcoVadis, svrstavajući se tako među TOP 5% najodrživijih kompanija na globalnom nivou.



KONTINUIRANA POSVEĆENOST DRUŠTVENO ODGOVORNOM POSLOVANJU I BRIZI O ZAJEDNICI

Kao vodeći proizvođač mlečnih proizvoda na domaćem i regionalnom tržištu, kompanija Imlek dosledno neguje principe društveno odgovornog poslovanja i kontinuirano unapređuje taj segment svoje strategije

Jedan od ključnih ciljeva kompanije Imlek jeste promovisanje zdravih navika u ishrani kroz obezbeđivanje kvalitetnih, ukusnih i nutritivno bogatih proizvoda. Imlek sarađuje sa hiljadama farmera-kooperanata širom regiona, primenjujući najviše evropske standarde kvaliteta u otkupu i preradi mleka. Zahvaljujući toj saradnji i posvećenosti, potrošačima je danas dostupno više od 200 različitih mlečnih proizvoda koji zadovoljavaju potrebe savremenog potrošača.

MOJA KRAVICA BREND ZDRAVOG ODRASTANJA

Kompanija Imlek dugoročno usmerava društveno odgovorne aktivnosti kroz svoje projekte ka podršci najugroženijim kategorijama stanovništva, promociji zdravih životnih navika, očuvanju životne sredine i razvoju lokalnih zajednica. Posebno mesto u tim naporima zauzimaju projekti koji su posvećeni deci, stvaranju sigurnijeg okruženja i podsticanju zdravijeg odrastanja.

U okviru svojih inicijativa, Imlek je kroz godine realizovao brojne humanitarne akcije i donacije namenjene mališanima i socijalno ugroženim porodicama. Povodom Svetskog dana mleka, kompanija je tradicionalno donirala Moja Kravica čokoladno mleko i šejkove deci koja borave u ustanovama poput: Prihvatilišta za decu Beograda, Doma za decu ometenu u razvoju „Kolevka“ u Subotici, Ustanove „Vitezovi osmeha“ u Novom Sadu, Doma „Duško Radović“ u Nišu i Dečijeg sela „Dr Milorad Pavlović“ u Sremskoj Kamenici. Jedna od misija kompanije jeste podizanje svesti o važnosti zdrave i izbalansirane ishrane kroz ponudu kvalitetnih,

hranljivih i ukusnih mlečnih proizvoda. Tokom prethodnih godina, Imlek je realizovao brojne donacije domovima za decu bez roditeljskog staranja, među kojima su: „Kolevka“ u Subotici, „Spomenak“ u Pančevu, „Jefimija“ u Kruševcu, SOS Dečije selo u Kraljevu, Svratište za decu i mlade u Novom Sadu i udruženje „Anđeli Severa“ u Bačkoj Topoli.

Kao i svake godine, povodom Uskrsa, Imlek je najmlađe obradovao mlečnim paketićima i prazničnim aktivnostima, uključujući tradicionalno kucanje jajima ukrašenim motivima brenda Moja Kravica čime je doprineo stvaranju posebnih trenutaka za decu iz ustanova: SOS Dečije selo Sremska Kamenica, Prihvatilište za decu Beograda i Centar za zaštitu odojčadi, dece i omladine u Zvečanskoj.

Početak školske godine obeležen je donacijama školskog pribora i mlečnih proizvoda, uz posete predstavnika kompanije domovima za decu bez roditeljskog staranja, koji su đacima poželili uspešan i srećan početak nove školske godine.

Imlek je, i ove godine, obeležio Svetski dan hrane donacijom mlečnih proizvoda Verskom dobrotvornom starateljstvu Arhiepiskopije beogradsko-karlovačke, ističući značaj solidarnosti i zajedništva u borbi protiv gladi. Kompanija tradicionalno obeležava i Božićne i Novogodišnje praznike donacijama, podsećajući javnost na značaj brige o najmlađima i problemima sa kojima se deca suočavaju. Imlek doprinosi boljem i kvalitetnijem životu stanovnika Srbije, sistematično ulažući u društveno odgovorne akcije, u kojima prednjače one koje za cilj imaju da najmlađima obezbede srećno i bezbrižno detinjstvo. Ove godine, započete su aktivnosti rekonstrukcije dečjih igrališta u



Kruševcu, Novom Sadu i Nišu, koje je Imlek 2016. i 2017. godine donirao gradovima, a sve sa ciljem da se postojeća igrališta obnove i usklade sa novim Pravilnikom i pruži sigurna i bezbedna igra mališanima. Dosledno ulažući u društveno odgovorne projekte, kompanija Imlek nastavlja da doprinosi boljem kvalitetu



života u Srbiji, kako bi obezbedila sigurno okruženje i zdravije odrastanje najmlađih. Kao nastavak dugogodišnje podrške deci, ove godine započete su aktivnosti rekonstrukcije dečjih igrališta u Kruševcu, Novom Sadu i Nišu, koje je kompanija donirala 2016. i 2017. godine, s ciljem da se postojeća igrališta obnove i usklade sa najnovijim bezbednosnim standardima i pruži sigurna i bezbedna igra mališanima.

OČUVANJE PRIRODNOG BOGATSTVA SRBIJE

Kompanija Imlek dosledno promoviše poslovanje zasnovano na etičkim i ekološkim principima, uz aktivno učešće svojih zaposlenih u akcijama čišćenja i pošumljavanja. Brend Moja Kravica posebno se izdvaja kao prvi domaći brend mleka u Tetra Pak ambalaži koja je čak 86% biljnog porekla, čime Imlek značajno doprinosi očuvanju prirode i smanjenju ekološkog otiska. U okviru projekta posvećenog zaštiti



životne sredine i biodiverziteta, kompanija je ove godine podržala očuvanje jedne od najugroženijih ptica u Srbiji – beloglavog supa, simbolično usvojivši mužjaka kome su zaposleni dali ime Perun. Na taj način Imlek pruža doprinos programu zaštite ove vrste na području Specijalnog rezervata prirode Uvac, poznatog po svojoj izuzetnoj prirodnoj i pejzažnoj vrednosti. Ovim gestom kompanija ne samo da potvrđuje svoju dugoročnu posvećenost održivom razvoju, već i aktivno učestvuje u očuvanju prirodnog bogatstva Srbije, ističući važnost odgovornog odnosa prema životnoj sredini.

KRUNA DUGOGODIŠNJEG RADA I POTVRDA KVALITETA

Kompanija Imlek uspešno je završila proces dobijanja integrisane IPPS dozvole za Mlekaru Subotica, koja posluje u okviru Imlek grupe, čime je još jednom potvrđena njena dugogodišnja posvećenost poslovanju u skladu sa najvišim ekološkim standardima.

Ova dozvola, prva izdata u okviru AD Imlek, ima poseban značaj jer Mlekaru Subotica svrstava među najodgovornije industrijske pogone u zemlji. Time je postala jedini mlečni pogon u Srbiji koji poseduje ovakav sertifikat, kao i jedna od svega 60 lokacija u Republici Srbiji koje su uspešno prošle kroz ovaj složeni postupak.

KOMPANIJA IMLEK DOSLEDNO PROMIVIŠE POSLOVANJE ZASNOVANO NA ETIČKIM I EKOLOŠKIM PRINCIPIMA, UZ AKTIVNO UČEŠĆE SVOJIH ZAPOSLENIH

Dobijanje IPPS dozvole predstavlja značajan korak napred ne samo za kompaniju Imlek, već i za domaću industriju u celini, jer doprinosi usklađivanju sa evropskim ekološkim standardima i jačanju nacionalnog kapaciteta za održiv i odgovoran razvoj.

PRVO MESTO NA UNICEF FER-PLEJ TURNIRU

Humana misija kompanije Imlek ogleda se u svakodnevnom radu njenih zaposlenih, koji svojim angažovanjem potvrđuju vrednosti solidarnosti i zajedništva. Jedan od primera te posvećenosti je i tradicionalno učešće Imlek tima na UNICEF-ovom humanitarnom košarkaškom turniru „Fer-plej“. Ove godine, ekipa Imlek osvojila je zasluženno prvo mesto i time dala doprinos važnoj misiji - jačanju sistema podrške



deci i mladima kako bi odrastali u zdravijem i podsticajnijem okruženju. Turnir „Fer-plej“ svake godine okuplja timove različitih kompanija i promoviše vrednosti fer igre, timskog duha i humanosti. Ovogodišnje izdanje bilo je posvećeno programu „Unapređenje mentalnog zdravlja i psihosocijalnih usluga za decu i mlade u Srbiji“, koji UNICEF sprovodi širom zemlje. Saradnja kompanije Imlek i UNICEF-a traje još od 1957. godine i obuhvata brojne uspešno realizovane projekte i inicijative, među kojima su „Škola bez nasilja“, serijal priručnika za roditelje „Pametne knjige za mame i tate“ i mnoge druge akcije koje doprinose stvaranju boljih uslova za odrastanje dece u Srbiji.

PRILAGOĐAVANJE POTREBAMA SAVREMENOG POTROŠAČA

Kao kompanija koja shvata značaj potrošača i njihovog mišljenja, Imlek kontinuirano ulaže napore u očuvanje najvišeg nivoa kvaliteta i bezbednosti svojih proizvoda, uz stalno uvođenje inovacija i unapređenje poslovnih procesa i tehnologije. Kompanija pažljivo osluškuje potrebe kupaca i unapređuje kvalitet usluga kroz stalno preispitivanje i prilagođavanje njihovim očekivanjima. U cilju očuvanja i jačanja svoje liderske pozicije na tržištu, Imlek dosledno unapređuje sisteme upravljanja kvalitetom, bezbednošću

hrane, zaštitom životne sredine, kao i zdravljem i bezbednošću na radu. Sa više od sedam decenija iskustva, Imlek iza sebe ima bogatu istoriju uspeha i postignuća. Danas kompanija uživa ugled simbola vrhunskog kvaliteta, poverenja potrošača i očuvanja porodičnih vrednosti. Ova tradicija predstavlja temelj nasleđa koje Imlek pažljivo neguje, potvrđujući svoju poziciju lidera u proizvodnji mlečnih proizvoda i doprinosi svakodnevnom kvalitetu života svojih potrošača. Dosledna posvećenost transparentnosti, kvalitetu i društvenoj odgovornosti garantuje da će Imlek i ubuduće ostati ne samo najpouzdaniji izbor na tržištu, već i partner koji se stalno razvija i prilagođava potrebama savremenog društva.



KADA BRIGA O DOMU POSTANE BRIGA O SVETU

U svetu u kojem klimatske promene, društvena odgovornost i rastuća očekivanja potrošača oblikuju poslovanje, JYSK prepoznaje da uređenje doma više nije samo pitanje estetike, već i svesnog izbora

ODRŽIVI DOM POČINJE DANAS

Misija je jasna: omogućiti pristupačne, kvalitetne i dugotrajne proizvode koji istovremeno vode računa o ljudima i planeti.

Kako stoji u globalnoj strategiji „A Great Offer for

Generations“, održivost nije dodatak JYSKovom poslovanju – ona je njegov temelj.

U Srbiji, ta posvećenost postaje vidljiva kroz konkretne akcije: edukacije i svesnu borbu protiv klimatskih promena, donacije, ozelenjavanje javnih prostora i potpuni prelazak na materijale iz odgovornijih izvora.



JYSK DOSTIGAO VELIKI CILJ: SVI PROIZVODI OD DRVETA, KARTONA I PAPIRA IZ ODRŽIVIH IZVORA

Danski maloprodajni lanac JYSK u 2025. godini ostvario je jedan od svojih najvažnijih ciljeva u oblasti održivosti – svi proizvodi i ambalaža od drveta, kartona i papira sada potiču isključivo iz FSC®-sertifikovanih izvora (FSC® N001715). FSC® sertifikat garantuje da drvo dolazi iz šuma kojima se upravlja odgovorno – tako da se zadovolje današnje potrebe, a šume sačuvaju za buduće generacije kroz plansku seču, pošumljavanje, zaštitu biodiverziteta i očuvanje zemljišta i voda.

Kao član FSC Danske od 2006. godine, JYSK ovim korakom potvrđuje svoju dugoročnu posvećenost odgovornom upravljanju šumama. Postizanje 100% FSC® sertifikacije predstavlja važan doprinos očuvanju prirodnih resursa i zdravlju planete.

ODRŽIVI TEKSTIL I ODGOVORNA MODA: OEKO-TEX® I BETTER COTTON

Pored proizvoda od drveta, JYSK aktivno unapređuje održivost u tekstilnom segmentu. Danas svi tekstilni proizvodi u JYSK asortimanu nose oznaku OEKO-TEX®, što znači da ne sadrže štetne hemikalije i zadovoljavaju stroge zdravstvene i ekološke standarde. JYSK je i ponosni partner inicijative Better Cotton, koja promovise uzgoj pamuka sa smanjenom upotrebom pesticida i veštačkih đubriva, racionalnijom potrošnjom vode i zaštitom zemljišta.

Better Cotton pomaže poljoprivrednicima da razviju održivije metode rada, smanje zagađenje i očuvaju biodiverzitet – čineći pamuk boljim i za planetu i za zajednice koje ga uzgajaju.





NA PUTU KA NULTOJ STOPI EMISIJA: GLOBALNO PRIZNANJE ZA JYSKOVE KLIMATSKE CILJEVE

Kompanija JYSK dobila je međunarodno priznanje za svoje ciljeve smanjenja emisija gasova sa efektom staklene bašte od Science Based Targets initiative (SBTi) – jedne od najvažnijih svjetskih inicijativa za borbu protiv klimatskih promena.

JYSK se obavezao da će do 2032. godine smanjiti sopstvene emisije za 50,4%, kao i da će raditi sa dobavljačima kako bi i oni postavili ciljeve odobrene od SBTi do kraja 2028. godine. Oko 93% emisija potiče iz proizvoda i usluga dobavljača, pa su saradnja i edukacija partnera ključne za ostvarenje stvarne promene.

„Izuzetno smo ponosni što smo dobili priznanje za naše klimatske ciljeve. Održivost je deo naše odgovornosti prema kupcima, zaposlenima i planeti. Radimo na tome da smanjimo svoj uticaj na klimu i da podržimo dobavljače na

istom putu“, izjavio je **Rami Jensen, predsednik i izvršni direktor kompanije JYSK.**

PODRŠKA ZAJEDNICI: ZELENIJI GRADOVI, POVEZANIJI LJUDI

Održivost za JYSK nije samo ekologija – to je ulaganje u ljude i zajednice.

Projekat „JYSK za moj zeleni grad“ širom Srbije okuplja zaposlene, škole i lokalne organizacije u zajedničkoj misiji ozelenjavanja, uređenja i oplemenjivanja prostora. Svaka nova prodavnica donosi podršku lokalnim inicijativama – od uređenja školskih dvorišta do donacija sportskim ustanovama.

Zaposleni koji učestvuju u ovim aktivnostima dobijaju i dodatni slobodan dan kao znak zahvalnosti za njihovu posvećenost stvaranju pozitivnih promena. To su ulaganja u zajedništvo, kvalitet života i vrednosti koje ostaju generacijama.

VIZIJA ZA BUDUĆNOST: ODRŽIVOST DOSTUPNA SVIMA

Strategija JYSKa „Sjajna ponuda za generacije“ obuhvata pet ključnih oblasti:

- klimatske akcije
- odgovoran lanac vrednosti
- proizvodi proverenog kvaliteta
- inkluzivno i bezbedno radno mesto
- transparentnost poslovanja

U Srbiji, svi ovi principi već daju rezultate:

- 100% proizvoda od drveta, kartona i papira dolazi iz FSC® izvora
 - Svi tekstilni proizvodi imaju OEKO-TEX® oznaku
 - JYSK podržava Better Cotton inicijativu
 - Postavljeni su i potvrđeni SBTi klimatski ciljevi
 - Lokalni projekti doprinose zelenijim i povezanim zajednicama
- U JYSKu održivost ne znači skuplje – znači odgovornije. Zajedno gradimo domove koji ne samo da izgledaju lepo, već i čine dobro. Jer u svakoj prodavnici, svakom gradu i komšiluku – održivost je stvar izbora.





Isplati se.

Generalni
podaci o
kompaniji:

80+
prodavnica

Oko
3100
zaposlenih

Oko
3100
proizvoda

Više od
700
domaćih proizvoda

80% prodavnica
sertifikovano EDGE
sertifikatom zelene gradnje

Top Employer
petu godinu
zaredom



Klimatske promene



Zaštita
klime

Kao deo Švarc grupacije, koja se obavezala na ciljeve za klimu u skladu sa Inicijativom za ciljeve zasnovane na naučnim parametrima - Science Based Targets Initiative (SBTi), Lidl Srbija svojim delovanjem doprinosi ispunjenju tih ciljeva i smanjenju negativnog uticaja na klimatske promene.

Ciljevi:

- Net Zero **do 2050.**
- Smanjenje emisija gasova staklene bašte 'FLAG' (emisije u poljoprivredi, šumarstvu i drugom korišćenju zemljišta) u opsegu **3 za 42,4% do 2034.**
- Smanjenje **35%** svojih 'E+I emisija' (emisije u energetici i industriji) **do 2034.**
- Najveći dobavljači, odgovorni za **75%** emisija povezanih sa proizvodima u opsegu 3, obavezani na ciljeve redukcije **do 2026.** u skladu sa SBTi

Palić Ludaš

Početkom godine Lidl Srbija je obezbedila donaciju JP Palić Ludaš u cilju pružanja podrške njihovom programu vraćanja vlažnih staništa u prvobitno stanje i očuvanju biodiverziteta na lokalnu. Kroz dva krda vođenih bivola i podolaca, JP Palić Ludaš održava funkcionalnost vlažnih staništa pri jezerima Palić i Ludaš i time doprinosi očuvanju i rastu biološke raznovrsnosti.



Kroz ispašu goveda, ograničava se rasad invazivnih biljnih vrsta koje imaju negativan uticaj na vlažna staništa čime se omogućava povratak autohtonih biljaka i životinja.



Podrška kompanije usmerena je na upravljanje krdima, ali i doprinos edukativnoj ponudi u zaštićenom području. Saradnja sa JP Palić Ludaš otvorila je mogućnost aktivnog učenja na terenu za posetioce, kao i za Lidl zaposlene. CSR HUB kompanije imao je priliku za edukativnu posetu JP Palić Ludaš.



Poštovanje
biodiverziteta



Čisto iz ljubavi

● Rezultati **2025.**

Broj radionica: Broj organizacija:

5

14

Broj učesnika
na radionicama:

137

Broj volontera:

749

Broj akcija:

19

Količina
prikupljenog otpada:

63+ tone

Projekat Čisto iz ljubavi kompanija Lidl sprovodi 6. godinu zaredom. U 2025. godini uveden je novitet, pored akcija čišćenja, održane su i edukativne radionice za lokalne organizacije civilnog društva. Radionicama u Novom Sadu, Nišu, Zaječaru, Novom Pazaru i Beogradu prisustvovalo je 68 organizacija koje su imale mogućnost da unaprede svoje kapacitete u segmentu ekoloških akcija i saradnji sa relevantnim interesnim grupama.

Kompanija Lidl Srbija doprinela je osnaživanju civilnog sektora, a organizacije, učesnice radionica, dobile su priliku da prijave svoje akcije čišćenja i obezbede akciji finansijsku podršku kompanije.

- PET/plastika – **2.753,16 kg,**
- Staklo – **1.225 kg,**
- Papir/karton – **204 kg,**
- Metal – **812 kg,**
- Komunalni otpad – **58.147 kg**



Očuvanje
resursa



Animal Rescue Serbia

Dugoročna saradnja sa Animal Rescue Serbia nastavljena je ove godine aktivacijom usmerenom na podizanje svesti javnosti o potrebi pružanja pomoći napuštenim životinjama. Influenseri i poznate ličnosti su zajedno sa volonterima ARSa pravili hranilice za napuštene životinje, a dodatno benefit aktivacije bio je i povećana vidljivost spašenih životinja u ARS prihvatilištu putem društvenih mreža, medija i drugih kanala.

Lidl Srbija je i ove godine ARS-u i spašenim životinjama donirao proizvode poput hrane i posipa za mačke iz svog asortima.

Pružam ti šapu



Donacije

više od **19 miliona dinara** donirano od decembra 2024. do oktobra 2025.

Ukupno podržane 54 organizacije od decembra 2024. do oktobra 2025.

Hoćeš da menjamo mesta?



Tokom 2025. godine nastavljen je projekat Hoćeš da menjamo mesta? Pomeri se s mesta, ovaj put unapređen saradnjom sa Savezom paraplegičara i kvadriplegičara Srbije. U saradnji sa SPIKS-om, a sa ciljem podizanja svesti o značaju poštovanja prava i potreba osoba sa invaliditetom u saobraćaju, sa fokusom na temu nepropisnog parkiranja na mesta za osobe sa invaliditetom, održani su časovi u autoškolama. Inicijativa je započeta sa časovima u Čačku i Rumi, u okviru kojih su učesnici imali priliku da se edukuju i osveste zašto je važno da kreiraju prave navike, još dok su na početku svog vozačkog puta.

Dodatno, Lidl je u saradnji sa SPIKS-om kreirao i promovisao 4 edukativna videa, u okviru kojih su članovi SPIKS-a predstavili izazove sa kojima se svakodnevno suočavaju osobe sa invaliditetom, a sa ciljem dodatnog osvešćivanja šireg društva i ukazivanja na potrebu za zajedničkim delanjem u pravcu pronalaženja adekvatnih rešenja.

Mala dela - velika magija

• Rezultati **2025.**

Kompanija je za svakog prodatog rakuna Rašu, koji je plišani heroj kampanje, donirala po 100 dinara - ukupna donacija ka Crvenom Krstu Srbije je iznosila

1.800.000 dinara.

Potrošači su istovremeno donirali u prodavnicama više od 30 tona osnovnih životnih namirnica i proizvoda za ličnu higijenu za korisnike CKRS.



Kao nastavak internog projekta YOU, koji je usmeren na podizanje svesti i osnaživanje zaposlenih na temu društveno odgovornog i održivog delovanja kompanije, Lidl Srbija osnovao je i YOU Community. Kao prvi korak sprovedena je anketa zaposlenih kako bi se utvrdila spremnost za uključivanje u aktivnosti kompanije i želje zaposlenih na koji način i na koju temu bi se uključivali. Na osnovu rezultata pripremljene su aktivnosti za narednu godinu.

Dobrovoljno davanje krvi

• Rezultati **2025.**

#mojsitip

Lidl Srbija je i ove godine obezbedio finansijsku donaciju za program dobrovoljnog davalaštva krvi Crvenom Krstu Srbije, uz podršku i kroz letnju kampanju usmerenu na prikupljanje adekvatnih zaliha krvi.

• oko **1.335.000 dinara** u robi donirano za letnju kampanju

Podrška je pružena i za tradicionalnu nedelju Crvenog Krsta.

• oko **940.000 dinara** u robi donirano za nedelju Crvenog Krsta

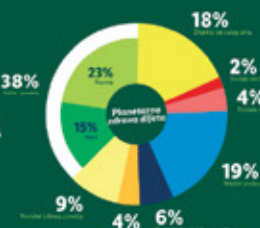
Finansijska donacija:
1.500.000 dinara



Osvešćena ishrana

Sa više od 80 prodavnica širom Srbije, Lidl je deo života mnogih porodica. Kao maloprodajni lanac, deo je osnovne ponude hrane u Srbiji i zato veruje da je na kompaniji odgovornost da kupcima ponudi najbolje proizvode za zdrav i održiv način života.

Lidl asortiman proizvoda oblikuje prema Planetarno zdravoj dijeti



Zbog toga nastoji da do 2050. godine, u skladu sa PHD, stalno širi asortiman biljnih proizvoda. Do 2030. godine, Lidl će povećati udeo prodaje biljnih proizvoda - kao što su biljni izvori proteina, integralne žitarice, voće i povrće - za 20% u svih 31 zemalja sa Lidl prodavnicama. Pored toga, biće prvi prodavac hrane koji će stvoriti transparentnost za sve kategorije hrane u svom asortimanu u 31 zemlji sa prodavnicama. Lidl kupci će zadržati mogućnost izbora - sa održivijim asortimanom cilj je da se olakša svesniji, zdraviji i ekološki prihvatljiviji način života.

Sprovedene aktivnosti:

1. Interna kampanja
2. Eksterna kampanja
3. Izdavanje knjige Planeta Spelta



STVARAMO LEPOTU KOJA POKREĆE SVET

Prava lepota ne dolazi iz onoga što trošimo, već iz onoga što nećemo i čuvamo za budućnost

L'ORÉAL FOR THE FUTURE – BUDUĆNOST LEPOTE JE ODRŽIVA

Od osnivanja kompanije 1909. godine, L'Oréal je sinonim za lepotu i inovaciju, osiguravajući vrhunski kvalitet, efikasnost i bezbednost proizvoda. Danas, taj isti inovatorski duh nastavlja da inspiriše izgradnju održivije i lepše budućnosti. Kroz program L'Oréal for the Future, pokrenut 2020. godine, L'Oréal Grupa je aktivno posvećena održivom razvoju, očuvanju životne sredine i osnaživanju zajednica širom sveta. U srcu ovog programa su nastojanja da se smanje emisije štetnih gasova, očuvaju prirodni resursi, primene principi cirkularne ekonomije, te podrže lokalne i ranjive zajednice. U osnovi svega nalaze se inovacije i pionirski naučni procesi, poput „zelenih nauka“ (Green sciences), koje predstavljaju skup interdisciplinarnih pristupa koji omogućavaju razvoj novih sastojaka i formula na način koji poštuje prirodu. Održiva lepota više nije trend. To je novi standard - lepota koja ne ostavlja trag, već postavlja primer.



SMANJENJE UPOTREBE PLASTIKE, KAO JEDNA OD OSNOVNIH TAČAKA CIRKULARNE EKONOMIJE

Zdravko Đogić, član uprave i direktor operacija, L'Oréal Adria-Balkan

Vaša pozicija u okviru L'Oréal Grupe, zadužena za regiju Adria-Balkan, podrazumeva upravljanje složenim sistemom operacija u zemljama u kojima nužno ne važi isti set regulacija. Kako ipak doživljavate zajedničku budućnost u industriji lepote, bez obzira na to gde ona posluje?

Tačno je da je naša regija fragmentirana i neujednačena kada su u pitanju regulacije, ali smo svedoci značajnih pomaka u proteklih nekoliko godina. Većina zemalja pokušava da bude što više usklađena sa direktivama koje se donose na nivou Evropske unije, što otvara put i ka jačoj posvećenosti principima održivosti. Kad je reč o zajedničkoj budućnosti u industriji lepote, živimo u eri globalizacije, gde su informacije dostupne svima širom sveta, i već sada se primećuju slični trendovi i u zemljama naše regije. Platforme poput TikTok-a generišu sadržaj za različite afinitete potrošača, koji postaje popularan bez obzira na to iz koje zemlje dolazite. Održivost je postala univerzalni kriterijum pri odabiru proizvoda, potrošači sve više traže proizvode koji su biorazgradivi, čija ambalaža sadrži što manje plastike ili je u potpunosti reciklabilna, i čiji celokupni životni ciklus odražava brigu o planeti. To je jasan pokazatelj rastuće svesti i odgovornosti. Budućnost nam nesumnjivo donosi još širi spektar održivih proizvoda i inovacija, sa naglaskom na različite potrebe potrošača, zavisno od starosti, tipova kože, kose,



ili individualnih navika. Pred nama je uzbuđljiv period transformacije u industriji lepote, gde će inovacije i održivost ići ruku pod ruku.

U tom pogledu L'Oréal Grupa ima dosta jasno, ali i ambiciozno definisan put poslovanja, kroz L'Oréal for the Future program. Koje biste ciljeve posebno istakli kao bitne za regiju koju vodite?

Jedan od glavnih ali istovremeno i najizazovnijih ciljeva je smanjenje emisija ugljen-dioksida (CO2), posebno u segmentu transporta. Zapadna i Centralna Evropa beleže izuzetne rezultate u ovom domenu, prvenstveno zahvaljujući razvijenoj železničkoj infrastrukturi i širokoj primeni alternativa fosilnim gorivima, poput biogoriva („BIO-fuel“) i električne energije. Nažalost, u našoj regiji, železnička infrastruktura je decenijama bila zapostavljena, te će biti potreban dugotrajan i posvećen napor da se dovede na željeni nivo. Međutim, mi ne gubimo nadu i ne odustajemo od inovacija, te aktivno tražimo lokalna rešenja. Pokušavamo da u većim gradovima implementiramo dostavu sa električnim vozilima (EV), za duže rute koristimo tzv. double deck kamione, koji omogućavaju veću i optimalnu popunjenost i transport veće količine robe u jednom potezu, čime direktno doprinosimo smanjenju broja vožnji i, posledično, emisija.

Značajne napore i naglasak L'Oréal Grupa stavlja i na „Refill“ program čiji je glavni cilj podsticanje ponovne upotrebe proizvoda kroz mogućnost dopunjavanja sadržaja. Ovde bih kao primer izdvojio mogućnost dopune odabranih parfema direktno na prodajnom mestu. Ova inicijativa ima veliki uticaj na smanjenje proizvodnje, ali i zbrinjavanja ambalaže u celom lancu snabdevanja. Kroz ovakve programe ne samo da smanjujemo ekološki otisak, već i osnažujemo potrošače da budu deo rešenja, podstičući ih na odgovornije izbore.

Zašto je cilj smanjenja jednokratnog korišćenja plastične ambalaže posebno bitan u industriji lepote, odnosno u okviru ovog programa kompanije L'Oréal? Koje biste ciljeve i inovacije, koje će do njih dovesti, posebno istakli?

Nesporno je da je otisak koji čovek ostavlja na okolinu načinom na koji kupuje, koristi, te odlaze svaki proizvod, dugoročno neodrživ za našu planetu, a samim tim i za samog čoveka. Svest o ovom izazovu podstakla je globalnu transformaciju. Većina industrija u svetu nastoji da fundamentalno promeni način na koji nabavljaju sirovine, dizajniraju, proizvode i prodaju svoju robu i/ili usluge. Tako je L'Oréal Grupa u svojoj strategiji postavila ambiciozne ciljeve da smanji plastiku u ambalaži, značajno poveća udeo biorazgradivih komponenti u formulama, i u svim našim fabrikama koristi energiju iz obnovljivih izvora. Trenutno smo u fazi intenzivnog testiranja alternativnih materijala koji bi zamenili plastiku, a do 2030. godine nam je cilj da 100% plastike koju koristimo za ambalažu dolazi iz obnovljivih ili biobaziranih izvora. Ovde je važno naglasiti i da mi kao pojedinci, odnosno potrošači, nosimo veliku odgovornost da sve proizvode zbrinjavamo na ispravan način, čime aktivno doprinosimo zatvaranju kruga održivosti i čuvanju naše planete.





15 GODINA PROGRAMA „ZA ŽENE U NAUCI“

Inovacije i strategije za održivu budućnost nezamislive su bez dubokog znanja i ekspertize. Da bi to znanje i ekspertiza bili zaista sveobuhvatni, neophodno je da budu zasnovani i na principima jednake i ravnopravne zastupljenosti žena, kako u društvu, tako i u svim granama nauke.

Vođen ovom vizijom, L'Oréal je, u partnerstvu sa UNESCO-m, davne 1998. godine pokrenuo danas čuveni međunarodni program „Za žene u nauci“. Njegov cilj je bio i ostao da prepozna, podrži i promoviše izvanredne naučnice, njihovu viziju i rezultate koje postižu, ističući njihova dostignuća i doprinos napretku nauke i društva.

Program „Za žene u nauci“ se danas realizuje širom sveta, formirajući jednu od najvećih svetskih mreža naučnica koju čini više od 4.700 žena iz 140 zemalja.

Međunarodne nagrade L'Oréal - UNESCO „Za žene u nauci“ se dodeljuju već 27 godina, a čak 137 naučnica je nagrađeno za izuzetna dostignuća na globalnom nivou i doprinos čovečanstvu, među kojima je čak sedam dobitnica Nobelove nagrade – snažan dokaz vizionarske prirode programa.

U više od 50 zemalja širom sveta, uključujući i našu zemlju, postoje regionalni i lokalni programi podrške posvećeni razvoju mladih talenata.

Program „Za žene u nauci“ je u Srbiji pokrenut 2010. godine u partnerstvu Komisije Republike Srbije za saradnju sa UNESCO-m, Ministarstva nauke, tehnološkog razvoja i inovacija, i kompanije L'Oréal Balkan. Svake godine, nacionalnim priznanjima i finansijskim podsticajem nagrađuju se tri najbolje mlade naučnice u oblasti prirodnih nauka, koje se smatraju „naučnicima sutrašnjice“. Tokom 15 godina, program je podržao 41 mladu naučnicu i privukao više od 700 mladih talenata, značajno doprinoseći



poboljšanju rodne ravnopravnosti u nauci, omogućavajući dalja istraživanja i povezivanje sa globalnom naučnom zajednicom. Ovaj program je ženama u nauci nesumnjivo doneo veću vidljivost, kako u naučnoj zajednici, tako i u društvu. Jer - svetu je potrebna nauka, a nauci su potrebne žene!

L'ORÉAL CITIZEN DAY – DAN KADA POMAŽEMO DRUGIMA

Od 2009. godine, globalna inicijativa „Citizen Day“ transformiše jedan radni dan L'Oréal zaposlenih širom sveta u praznik solidarnosti i zajedništva. Umesto redovnih obaveza, više od 30.000 volontera iz preko 75 zemalja radni dan provode angažovani u korist drugih i za opšte dobro u partnerstvu sa neprofitnim organizacijama koje se bave društvenim ili ekološkim pitanjima. Od renoviranja prostora i uređenja okoline, do pripreme higijenskih setova i organizovanja radionica za ranjive grupe, „Citizen Day“ stvara opipljivu razliku.



U Srbiji, ovaj projekat već 16 godina ostavlja trajan pečat. Podržane su brojne inicijative i institucije, poput Centra za zaštitu odojčadi, dece i omladine u Beogradu, Doma za decu i omladinu sa oštećenjem sluha „Stefan Dečanski“, Gerontološkog centra Karaburma, Doma „Jovan Jovanović Zmaj“, organizacije Dečije srce i drugih. Kroz ovakve projekte, L'Oréal ne samo da pruža direktnu pomoć, već i podstiče saradnju između privatnog, javnog i neprofitnog sektora, gradeći mostove i unapređujući kvalitet zajedničkog života. To je dan kada se posvećenost pretvara u konkretno dobro, ostavljajući iza sebe mnogo više od renoviranih prostora – inspiraciju, motivaciju i zajedništvo.

BRENDovi SA SVRHOM

L'Oréal brendovi, kroz svoje inicijative, posvećeni su stvaranju pozitivnog uticaja na društvo i planetu:

Garnier Green Beauty: Inicijativa koja se fokusira na smanjenje ekološkog otiska, recikliranje, upravljanje otpadom i značajno smanjenje uticaja na životnu sredinu kroz inovativnu ambalažu i formulacije proizvoda.

#SaveYourSkin sa La Roche-Posay: Brend fokusiran na brigu o zdravlju kože, u Srbiji svake godine organizuje besplatne preventivne preglede mladeža i edukaciju o pravilnoj zaštiti od sunca, postavljajući mobilne ambulante širom gradova. Priliku za pregled je tokom protekle tri godine iskoristilo više od 8.500 građana.

Maybelline New York X UNICEF – Hrabri zajedno!

Sa ciljem podsticanja otvorenih razgovora o mentalnom zdravlju i osnaživanja mladih u suočavanju sa životnim izazovima, Maybelline New York u saradnji sa UNICEF-om, podržava veb platformu „Sve je OK“, koja mladima uzrasta od 15 do 30 godina pruža besplatnu i anonimnu psihološku podršku.

L'Oréal Professionnel – „Head Up“: Studije pokazuju da se čak 65% frizera susrelo sa anksioznošću, sagorevanjem ili depresijom tokom svoje karijere, a ovaj projekat ima za cilj da pruži podršku, podigne svest i inicira konkretne akcije u vezi sa mentalnim zdravljem i dobrobiti profesionalaca u frizerskoj industriji.



KORPORATIVNA DRUŠTVENA ODGOVORNOST SVAKI DAN

Odgovoran odnos kompanije „Lukoil Srbija“ prema zajednici ogleda se kroz učestvovanje u njenim aktivnostima i prepoznavanje njenih potreba, kao i kroz vreme provedeno u okruženju u kome kompanija posluje

Posvećenost kompanije „Lukoil Srbija“ etičkom ponašanju i doprinosu ekonomskom razvoju zemlje, pokazujući pritom poštovanje prema ljudima, zajednici, društvu i životnoj sredini, važan je deo strategije poslovanja kompanije. Kroz zajednička zalaganja u svim procesima i pravcima rada glavni cilj je održivost privrednog razvoja, a zatim i poboljšanje kvaliteta života zaposlenih, njihovih porodica, lokalne zajednice i društva. Odnos prema zajednici ne oličava se samo kroz doniranje novčanih sredstava ili kupovinu elemenata neophodnih za rad ustanova ili organizacija. Odgovoran odnos prema zajednici ogleda se kroz vreme provedeno u okruženju u kome kompanija posluje, učestvovanje u aktivnostima zajednice i prepoznavanje njenih potreba.

Dugogodišnji donatorski programi i različiti oblici podrške širokom spektru ustanova u Srbiji stvorili su jake veze sa okruženjem i unele neophodnu uverenost korisnika ovih donacija da će određeni deo njihovih potreba biti obezbeđen, što im pruža dodatnu sigurnost i stabilnost u radu, pogotovo kada je taj rad posvećen najranjivijim kategorijama društva.

Počev od 2021. godine „Lukoil Srbija“ realizuje poseban program društveno odgovornih projekata, koji je projektovan da zadovolji potrebe određenog broja vaspitno-obrazovnih ustanova, uključujući i one koje se brinu o deci sa posebnim potrebama i smetnjama u razvoju. Za pet godina je realizovano preko 50 humanitarnih projekata u cilju podrške razvoju dece i mladih.

Tokom 2025. godine više kabineta i prostorija u vaspitno-obrazovnim ustanovama opremljeno je nameštajem,



uređajima i nastavnim sredstvima.

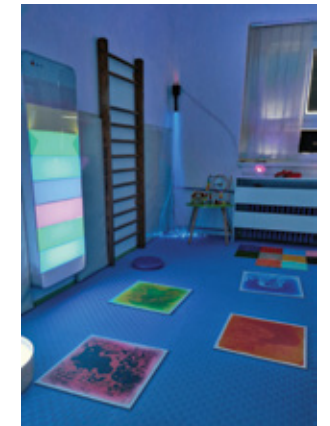
U Banatskom Brestovcu Osnovna škola „Nikola Tesla“ dobila je kompletan nameštaj, interaktivnu tablu i monitor za kabinet ruskoj jezika. Kabinet za strane jezike u Osnovnoj školi „Dragoljub Ilić“ u selu Dračić kod Valjeva opremljen je interaktivnom tablom. Vrtiću „Duća“ u Prijepolju donirana je kompletna oprema za senzornu sobu, prvu u tom regionu Srbije. Svi prvaci osnovne škole „Žarko Zrenjanin“ iz Banatskog Novog Sela dobili su ormariće za knjige, dok je vrtić „Neven“ iz Bajine Bašte opremljen novim krevetićima koji pružaju bolje i udobnije uslove mališanima za svakodnevni odmor. Muzičkoj školi „Kosta Manojlović“ u Beogradu, koja neguje 80-godišnju tradiciju, donirane su stolice za kabinete i zbornicu, a za Osnovnu školu „Milica Pavlović“ iz Čačka nabavljena je interaktivna tabla za kabinet računarstva i informatike.

U okviru svog programa društveno odgovornih aktivnosti „Lukoil Srbija“ nastavlja da podržava humanitarnu



organizaciju „Dečje srce“ i njene raznovrsne projekte, koji su usmereni na razvoj socijalnih i komunikacijskih veština, kao i na radno osposobljavanje osoba sa smetnjama u razvoju. Kroz različite edukativno-razvojne programe „Dečjeg srca“, koje kompanija podržava već punih pet godina, prošlo je nekoliko stotina dece i mladih sa smetnjama u razvoju, kao i njihovih roditelja. Tokom letnjih meseci na Zlatiboru se održavaju „Škola životnih veština“ i „Škola roditeljstva“ namenjene osobama sa smetnjama u razvoju i njihovim roditeljima. Ovi programi imaju za cilj da na zanimljiv i prihvatljiv način osobama sa smetnjama približe programske sadržaje koji će im pomoći da se pripreme za samostalan život i istovremeno osnaže roditelje kao pojedince, i obezbeđuju mrežu socijalne podrške.

U okviru radnog centra „Zvuci srca“ u Beogradu realizuje se program edukacije u oblasti radnog osposobljavanja osoba sa smetnjama u razvoju, a koja se sprovodi u skladu sa Zakonom o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba sa invaliditetom Republike Srbije. Kroz simulaciju radnih



uslova u kafiću, radionici i prodavnici u sklopu radnog centra obuka u prvom delu ima za cilj sticanje socijalnih veština i kompetencija, poput poštovanja dnevnog ritma, poslovnog kodeksa oblačenja, higijene i komunikacije. Druga faza obuke fokusira se na primeni konkretnih radnih veština u obavljanju poslova šankera, konobara, prodavca, te poslova za rad na presi i mašini za šivenje. Sa željom da doprinese kreiranju podstičućeg radnog i prirodnog okruženja i time pomogne u uspostavljanju poverenja i otvorenosti, što omogućava učesnicima ovih programa da unaprede svoje radne veštine,





steknu nove uvide i spremno se suoče sa svakodnevnim izazovima, donirana je i kućica za čuvanje opreme i alata na imanju u Vrčinu, na kome se radno osposobljavaju korisnici ovog centra.

Kompanija je dugogodišnji pokrovitelj Osnovne škole „Boško Buha“ za decu sa posebnim potrebama i redovno obezbeđuje novogodišnje paketiće u cilju podsticanja i razvoja dečje kreativnosti i motorike.

Najboljem mladom plivaču Srbije u pionirskoj konkurenciji i kadetskom reprezentativcu Bošku Đekiću je podrška „LUKOIL Srbija“ omogućila učešće u brojnim međunarodnim i domaćim takmičenjima tokom ove godine.

Pomoć je upućena Udruženju za zaštitu i odgoj sitnih životinja i ptica „Kikirez“ za potrebe održavanja Sedme međunarodne izložbe sitnih životinja i ptica, specijalizovane za autohtone rase. Kompanija je donacijom podržala održavanje međunarodne manifestacije „Dani hleba i sira“ u sklopu obeležavanja jubileja - 80 godina postojanja i rada Mlekarske škole sa domom učenika „Dr Obren Pejić“ iz Pirota.

Važno mesto imaju projekti koji su usmereni za očuvanje kulturne baštine Srbije putem ulaganja u rekonstrukciju



spomenika, nabavku opreme i omogućavanje učešća na međunarodnim festivalima na kojima se predstavljaju srpska tradicija i kultura.

Svoju ekološku svest zaposleni u direkciji kompanije zajedno sa posadom jednog od najvećih objekata Lukoilove maloprodajne mreže, benzinske stanice „Dobanovci-jug“ na auto-putu nadomak Beograda, pokazali su kroz veliku



ZA PET GODINA JE REALIZOVANO PREKO 50 HUMANITARNIH PROJEKATA U CILJU PODRŠKE RAZVOJU DECE I MLADIH

prolećnu akciju čišćenja otpada i uređenja njene teritorije od košenja zelenih površina, pranja stakala na objektu, farbanja ivičnjaka, do pranja piste i agregata. Kolektiv „Lukoil Srbija“ se uključio u više humanitarnih akcija pomoći u lečenju dece i mladih. Podrška zdravstvenim ustanovama širom Srbije takođe nalazi mesto među sprovedenim projektima kompanije, pa je ove godine na molbu Opšte bolnice „Studenica“ iz Kraljeva nabavljen termalni bar-kod štampač za potrebe Službe laboratorijske dijagnostike.

Od početka 2020. godine „Lukoil Srbija“ je za društveno odgovorne projekte izdvojila više od 1.150.000 dolara. Među ovim projektima su bile kompleksne obnove gradskih parkova kroz sporazume sa Gradom Beogradom, pokroviteljstvo međunarodnih filmskih i muzičkih festivala, kulturno-istorijskih manifestacija i rekonstrukcija spomenika, podrška Republičkom fondu za zdravstvenu zaštitu, obrazovno-vaspitnim i zdravstvenim ustanovama. Za 22 godine poslovanja u Srbiji kompanija „Lukoil Srbija“ se saživila sa zajednicom u kojoj radi. Ljudi koji rade u kompaniji ili u dilerskoj maloprodajnoj mreži svakog dana daju svoj pečat. Jednaka pažnja koja se poklanja društvenoj zajednici, poklanja se i zaposlenima kroz organizaciju priredbi za decu zaposlenih, tim-bilding i korporativne proslave, sportsko-rekreativne aktivnosti, obuke i stručna usavršavanja. Veoma važan deo poslovanja je socijalno partnerstvo koje se ogleda kroz zaključeni Kolektivni ugovor sa reprezentativnim sindikatom „Lukoil Srbija“.

MARERA JAČA ZAJEDNICU ZAHVALJUJUĆI SNAŽNIM PARTNERSTVIMA

Kompanija Marera dosledno gradi svoju ulogu odgovornog partnera zajednice. Naša posvećenost održivosti, solidarnosti i humanosti nije deklarativna – ona je deo načina na koji radimo i odluka koje donosimo svakog dana. Kroz naše programe razvoja nastojimo da zajednici vratimo što više: da pružimo podršku tamo gde je najpotrebnija i da podstaknemo stvaranje inkluzivnijeg i pravednijeg okruženja

IZ SRCA MARERINOG INDUSTRIJSKOG PARKA PODRŠKA STIŽE DO ONIH KOJIMA JE NAJPOTREBNIJA

Marera u okviru Industrijskog parka Pobeda stvara prostor koji ne brine samo o industrijskim kapacitetima, već i o dobrobiti zajednice. Rekonstruisali smo i besplatno ustupili magacinski prostor od 1.600 m² Crvenom krstu Novi Sad, što ukupno iznosi milion evra donacija za inicijalni period od deset godina. Sa ove strateške lokacije redovno se distribuiraju paketi hrane, higijene, ogrev i druga pomoć



najugroženijima širom Vojvodine i Srbije. Samo u prva tri kvartala ove godine vrednost isporučene pomoći iznosila je blizu milion evra. Dražan Lazić, sekretar Crvenog krsta Novi Sad, istakao je da su rezultati saradnje sa Marerom više nego uspešni. „Donacija kompanije Marera omogućava nam da pomoć koju svakodnevno pripremamo za građane u stanju socijalne potrebe skladištimo na siguran i organizovan način, što čini naš rad bržim, jednostavnijim i efikasnijim. Zahvaljujući tome, građani kojima pomažemo dobijaju podršku u kraćem roku i u većem obimu. Napominjem da se prostor nalazi u okviru Marera Industrijskog parka Pobeda u Petrovaradinu, na svega tri kilometra od centra Novog Sada i, što je najvažnije, dostupan je korisnicima“, poručio je Dražan Lazić.

MARERINI POSLOVNI PROSTORI – TAMO GDE ZAJEDNICA STVARA, POVEZUJE SE I PODRŽAVA ŽIVOT

Svesni da u našem objektima svakodnevno boravi veliki broj zaposlenih i posetilaca, pre tri godine smo, u saradnji sa Crvenim krstom Beograd, pokrenuli kampanju „Vrediš za troje, kada daš krv“. Cilj je bio da podignemo svest o važnosti dobrovoljnog davanja krvi kod naših zakupaca i posetilaca i da čin doniranja učinimo dostupnim, bez potrebe odlaska u



zdravstvenu ustanovu. Od početka akcije do danas, uspeali smo da pribavimo krv za više od hiljadu života kroz brojne kampanje sprovedene na našim lokacijama. Ovi rezultati potvrđuju naše uverenje da zajedništvo i briga za druge imaju ključnu ulogu u ostvarivanju najvažnijeg cilja: obezbeđivanja stabilnih zaliha krvi i podrške onima kojima je pomoć najpotrebnija. Upravo na to ukazuje i Zdravko Nerac, stručni saradnik za dobrovoljno davalatstvo krvi u okviru Crvenog krsta Beograd, sa kojim aktivno sarađujemo od početka kampanje.

„Najveći doprinos kampanje 'Vrediš za troje, kada daš krv' ogleda se u njenoj poruci – da je svaka donacija krvi čin solidarnosti koji spasava živote. Ta poruka dopire do velikog broja ljudi i motiviše ih da se prvi put odazovu, ali i da nastave da budu redovni davaoci krvi. Aktivno uključivanje kompanija poput Marere predstavlja ključni element u unapređenju sistema dobrovoljnog davanja krvi. Ovakva partnerstva pokazuju da poslovni subjekti mogu biti važni nosioci društvene odgovornosti i direktno doprineti zdravlju zajednice“, istakao je Zdravko Nerac.

MARERIN MALOPRODAJNI PORTFOLIO KAO TAČKA SUSRETA I ISKRENE PODRŠKE

Forum Park u Zemunu, poznat kao omiljeno mesto porodične kupovine, istovremeno je i prostor gde posetioci mogu otkriti posebne proizvode nastale iz velikog srca, posvećenosti i talenta. Njih stvaraju štićenici humanitarne

organizacije „Dečje srce“, koji svoje rukotvorine predstavljaju na prodajnoj izložbi „Dan velikog srca“. Cilj ove izložbe je da ojača osobe sa razvojnim poteškoćama, pruži im priliku da predstave svoj rad, podstakne inkluziju i poveća njihovu vidljivost u zajednici.

Koliko je partnerstvo sa Marerom važno za same štićenike, najbolje svedoče reči Katarine Rakić, radnog instruktora u organizaciji „Dečje srce“. „Posebno smo ponosni na saradnju sa Marerinim Forum Parkom, gde naši zaposleni svakog poslednjeg četvrtka u mesecu prodaju svoje rukotvorine. Drago nam je što je njihov rad prepoznat i što zajedno razvijamo svest o važnosti inkluzije. Atmosfera u Forum Parku uvek odiše toplinom i prihvatanjem, a naši korisnici se raduju svakom novom odlasku, jer se tamo osećaju kao kod kuće. Primetan je napredak u njihovom samopouzdanju i funkcionisanju“, istakla je Katarina Rakić.

Kampanja u Forum Parku iz godine u godinu okuplja sve više posetilaca, a njen značaj prepoznaju i naši partneri koji podržavaju organizaciju donacijama, poklonima i vaučerima, dodatno podstičući posetioce da se i sami uključe. Posvećeni smo misiji da u svakom segmentu našeg portfolija razvijamo prostore koji donose održivu vrednost – mesta koja inspirišu, unapređuju kvalitet života i pokreću pozitivne društvene promene. A najviše postizemo kada udružimo snage sa partnerima koji dele naše vrednosti i veruju da se zajedno uvek postiže više.





MASTERCARD POKREĆE GLOBALNI MASTERCARD GIRLS4TECH™ PROGRAM U SRBIJI:

OSNAŽIVANJE DEVOJČICA U STEM NAUKAMA

Globalni, edukativni Mastercard Girls4Tech™ program, osmišljen je da inspiriše devojčice uzrasta od 8 do 16 godina da se povežu sa svetom nauke, tehnologije, inženjerstva i matematike, prepoznajući u njemu prostor za svoje ideje, kreativnost i lični razvoj

Učionice su danas pune znatiželjnih devojčica koje postavljaju pitanja o svemu - kako funkcioniše svemir, kako nastaje energija ili šta zapravo znači veštačka inteligencija. Ipak, negde na putu između osnovne škole i prvih ozbiljnih izbora o budućnosti, ta radoznalost često počne da se gubi. Iako devojčice u školama postižu jednako dobre, pa i bolje rezultate od dečaka, one se ređe odlučuju da nastave obrazovanje ili karijeru u oblastima nauke, tehnologije, inženjerstva i matematike. U Srbiji, na primer, žene čine manje od trećine zaposlenih u STEM profesijama, a u IT sektoru ih je svega oko 25 odsto. Na vodećim pozicijama u naučno-tehnološkim institucijama taj broj je još manji, što ukazuje na to da devojčice poseduju znanje, ali im je potrebna veća podrška da ostvare puni potencijal. Razlozi za to nisu samo brojke i statistika. Često su tihi i nevidljivi – nedostatak uzora, odsustvo podrške, neizgovorene poruke da nauka „nije ženska stvar“. U tom ključnom periodu važno je osluškivati potrebe devojčica, pružiti im podršku i pokazivati im primere žena koje su sledile snove i ostvarile svoje ideje. Upravo zato su programi koji povezuju znanje, radoznalost i uzore ključni za promenu percepcije koje devojčice imaju prema STEM oblastima. Jedan od takvih je **globalni,**

edukativni Mastercard Girls4Tech™ program, osmišljen da inspiriše devojčice uzrasta od 8 do 16 godina da se povežu sa svetom nauke, tehnologije, inženjerstva i matematike, prepoznajući u njemu prostor za svoje ideje, kreativnost i lični razvoj. Program pokazuje mladim učesnicama da STEM oblasti nisu apstraktne niti nedostižne, već uzbudljive i pune mogućnosti za istraživanje i učenje. Ovog novembra, uoči **Nacionalnog dana STEM nauka** (8. novembar) i **Svetskog dana nauke** (10. novembar), **program je prvi put lansiran u Srbiji, u partnerstvu sa Palatom nauke - Zadužbinom Miodraga Kostića,** dok je **ambasadorka programa dr Tijana Prodanović,** istaknuta astrofizičarka i profesorka na Matematičkom fakultetu u Beogradu. Kroz dinamične i interaktivne radionice, devojčice razvijaju radoznalost, kritičko mišljenje i kreativnost, dok zaposleni u kompaniji Mastercard, u ulozi volontera i mentora, prenose svoje profesionalno iskustvo i pokazuju koje mogućnosti STEM karijere mogu da ponude. Na događaju lansiranja, posebnu poruku poslala je **dr Dragana Ilić, istaknuta astrofizičarka i profesorka na Matematičkom fakultetu u Beogradu:** ističući važnost ranog upoznavanja devojčica



PROGRAM JE DOSEGAO VIŠE OD 12 MILIONA DEVOJČICA U 67 ZEMALJA I PREVEDEN JE NA 26 JEZIKA



sa STEM oblastima, naglasila je da su laboratorija, eksperimenti i inženjerstvo mesta gde i devojčice pripadaju i gde se njihov doprinos podjednako ceni, te da je pružanje vidljivih uzora ključan početak za njihove buduće izbore. U prvoj fazi programa u Srbiji, **više od 85 devojčica uzrasta od 9 do 13 godina** iz osnovnih škola „Jovan Miodragović“, „Veselin Masleša“ i „Vuk Karadžić“ učestvovala u radionicama koje se realizuju uz angažman **devet nastavnika i zaposlenih-volontera iz kompanije Mastercard.** Radionice će trajati od druge polovine novembra 2025. do aprila 2026. godine, a učesnice će kroz praktičan rad i eksperimente steći osnovna znanja iz oblasti kriptografije, veštačke inteligencije, analize podataka, zaštite informacija i digitalnih tehnologija. O značaju programa i njegovoj ulozi u osnaživanju devojčica, **Jelena Sretenović, direktorka kompanije Mastercard za tržišta Srbije, Bosne i Hercegovine i Crne Gore,** izjavila je: „U kompaniji Mastercard smatramo da je od ključnog značaja smanjivati rodnu nejednakost u STEM oblastima i pružati podršku devojčicama da postanu liderke budućnosti. Kroz Mastercard Girls4Tech™ program, naši zaposleni-volonteri prenose praktično znanje i iskustvo, omogućavajući učesnicama da kroz interaktivne radionice steknu konkretne veštine i samopouzdanje koje će im koristiti i danas, ali i u narednim koracima njihove obrazovne i profesionalne karijere.“

STEM oblasti predstavljaju jedan od najbrže rastućih sektora današnjice, ali učešće žena u njima i dalje je nedovoljno zastupljeno. Globalno istraživanje Mastercarda pokazuje da devojčice počinju da gube interesovanje za STEM između 8. i 16. godine - upravo u uzrastu kada je ključno negovati radoznalost, samopouzdanje i istraživački duh. Danas žene čine svega 33 odsto zaposlenih u tehnološkim profesijama, što jasno pokazuje koliko je važno pružiti podršku već u ranom obrazovanju. Sa tom idejom, Mastercard je 2014. godine razvio program Girls4Tech™, koji devojčicama širom sveta omogućava da kroz praktično iskustvo steknu osnovna znanja iz STEM oblasti, upoznaju se sa konceptima koji oblikuju digitalno doba i steknu samopouzdanje da u budućnosti biraju karijeru u nauci i tehnologiji. Do danas, program je dosegao **više od 12 miliona devojčica u 67 zemalja i preveden je na 26 jezika,** osnažujući ih da razvijaju znanje, samopouzdanje i ambiciju potrebne da postanu nosioci tehnoloških promena.

POSVEĆENOST ZAJEDNICI KOJA TRAJE

McDonald's Srbija je tokom 2025. godine još jednom pokazao da društvena odgovornost nije izdvojena aktivnost, već sastavni deo načina na koji kompanija posluje i doprinosi društvu. U fokusu su ostale dugoročne inicijative koje podržavaju inkluziju, obrazovanje, zdravlje dece i razvoj lokalnih zajednica, uz stalno širenje mreže partnerstava sa organizacijama koje brinu o najranjivijim grupama

Kompanija McDonald's Srbija je nastavila blisku saradnju sa Kreativno-edukativnim centrom – KEC, kroz proširenje broja restorana u kojima mladi sa intelektualnim smetnjama dobijaju priliku da ostvaruju svoje pravo na punu društvenu inkluziju. Ovaj model saradnje, koji već godinama donosi konkretne rezultate, Mek dodatno podržava i novčanim donacijama namenjenim programima osnaživanja mladih. Najposebniji trenutak ove godine bio je izlet na Divčibare, koji je McDonald's u celosti finansirao. Mladi iz KEC-a proveli su dan u prirodi, istražujući planinske staze, družeći se, učeći i stvarajući uspomene koje su za njih od neprocenjive vrednosti. Uz osmeh i zajedništvo, uživali su i u lokalnim gastronomskim specijalitetima koji su upotpunili njihov dan. McDonald's je i u 2025. nastavio tradiciju prikupljanja sredstava kroz „humanitarne kasice“ u restoranima širom zemlje. Zahvaljujući donacijama gostiju, prikupljeni iznos ove godine usmeren je ka deset udruženja koja se svakodnevno brinu o deci, pružajući im podršku, terapije i sigurno okruženje. Ovaj model mikrodonacija ponovo je dokazao da se velika dela stvaraju uz stalnu solidarnost brojnih građana. Povodom Svetskog dana deteta, McDonald's je od 1. do 20. novembra izdvajao po 10 dinara od svakog prodatog Happy Meal obroka, namenjujući celu sumu organizaciji NURDOR. Time je još jednom potvrđena dugoročna podrška deci koja se suočavaju sa najtežim zdravstvenim izazovima i njihovim porodicama.

U oblasti obrazovanja, kompanija je nastavila saradnju sa Fondacijom „Ana i Vlade Divac“. Četvoro talentovanih srednjoškolaca iz porodica slabijeg materijalnog stanja dobilo je stipendije koje će im pomoći da bez prepreka razvijaju svoje znanje i talente.



Pored toga, u Topličkom kraju donirano je 27 specijalizovanih naprtnjača za gašenje požara, čime je pružena podrška lokalnom stanovništvu u oblastima koje se tokom leta suočavaju sa čestim požarima. Kao i prethodnih godina, McDonald's volonteri su sadeći drveće u gradskim zonama nastavili da akcijama vezanim za zaštitu i očuvanje životne sredine. Takođe, kompanija je nastavila da bude oslonac brojnim organizacijama na terenu. Donirano je više od 1.000 obroka udruženjima kao što su Lice ulice, Forum mladih sa invaliditetom, Crveni krst i Svratište, koja brinu o deci i mladima u riziku. Ove donacije imaju dvostruku snagu – pružaju pomoć onima kojima je najpotrebnija, ali istovremeno podsećaju na solidarnost koja se gradi svakodnevno, tiho i postojano.

Za sveukupni doprinos, McDonald's Srbija je ove godine proglašen za jednog od dobitnika **Nacionalne nagrade za društvenu odgovornost „Đorđe Vajfert“** za 2024. godinu. Ovu prestižnu nagradu dodeljuje Privredna komora Srbije kompanijama koje svojim delovanjem doprinose društvu, zajednici i održivom razvoju. Kompanija je osvojila ovo priznanje za dugogodišnji projekat „Integracija mladih sa intelektualnim teškoćama u socijalnu sredinu“, koji više od 20 godina realizuje u saradnji sa Kreativno-edukativnim centrom (KEC). Mek je bio prva kompanija u Srbiji koja je mladima sa intelektualnim teškoćama pružila mogućnost da ostvare pravo na rad i aktivno učestvuju u životu zajednice, čime je istaknuta posvećenost kompanije razvoju i dobrobiti zajednice. Dodatno, 2025. godina donela je i posebno priznanje – titulu **Kampanje sa svrhom 2025**, u kategoriji SOCIAL. Ova nagrada dodeljuje se u okviru Festivala *Kampanje sa svrhom*, koji se održava svake godine na Međunarodni dan deteta, 20. novembra. Osnivač festivala je UG „Žute Patalone“. Ovo priznanje potvrđuje da aktivnosti McDonald'sa ne samo da dopiru do zajednice, već ostavljaju dubok i merljiv pozitivan trag.



Kroz sve ove aktivnosti, McDonald's potvrđuje da se društvena odgovornost ne meri samo visinom donacija, već kontinuitetom, brigom, partnerstvima i stvaranjem prilika. Kompanija nastavlja da gradi mostove prema zajednici u kojoj posluje, ostavljajući trag koji prevazilazi poslovne rezultate.



LIDER ODRŽIVE TRANSFORMACIJE LOGISTIKE

Kompanija Milšped je, u više od tri decenije rasta i inovacija, izgradila sistem koji povezuje kontinente i vrednosti kao što su efikasnost, znanje i briga o planeti



Kompanija Milšped stoji kao primer kako tradicija i tehnologija mogu da budu spojene u misiji da se logistika učini zelenijom, pametnijom i humanijom. Njihova filozofija je jednostavna, kretati se napred, ali sa svesnošću o tragovima koje ostavljamo iza sebe.

Danas kada brzina postaje merilo uspeha, a održivost nova valuta odgovornosti, Milšped je dokaz da logistika može da bude više od transporta, može da bude pokretač pozitivnih promena.

DIGITALIZACIJA I VEŠTAČKA INTELIGENCIJA U SLUŽBI ODRŽIVOSTI

Milšped je u prethodne dve godine značajno unapredio digitalnu transformaciju svojih logističkih procesa, potvrđujući da tehnološki razvoj i održivost mogu i moraju da idu zajedno. Automatizovani i robotizovani sistemi u logističkom centru u Krnješevcima danas predstavljaju jedno od najnaprednijih rešenja u regionu. Sistem AutoStore, koristi veštačku inteligenciju za optimizaciju skladištenja i preuzimanja robe. Tokom 2024. uveden je i Libiao sistem za automatsko razvrstavanje pošiljaka, koji je u međuvremenu instaliran u više skladišta, ne samo u Srbiji, već i širom regiona. Zahvaljujući ovim inovacijama, svakodnevno se precizno i energetski efikasno obrađuje do 45.000 jedinica robe, uz maksimalnu pouzdanost i brzinu.

Primena veštačke inteligencije (AI) i napredne analitike omogućava kompaniji da optimizuje rute kretanja vozila, smanji broj praznih vožnji i precizno planira resurse u realnom vremenu. Na taj način, svaka isporuka postaje deo šireg sistema koji smanjuje emisije CO2 i potrošnju goriva, dok istovremeno povećava brzinu, pouzdanost i efikasnost celog lanca snabdevanja.

Digitalna rešenja uvode i novu dimenziju bezbednosti i ergonomije rada. Implementacijom novih skladišnih tehnologija, Milšped unapređuje efikasnost i bezbednost skladišnih operacija – roboti preuzimaju najzahtevnije fizičke zadatke, olakšavajući rad zaposlenima koji sada mogu da se fokusiraju na upravljanje procesima, tehnologijama i podacima. Tako kompanija ne smanjuje ulogu ljudi, već ih osnažuje i razvija kroz nova zanimanja u oblasti visokih tehnologija.



U središtu Milšpedove strategije nalazi se ideja odgovornog rasta. Održive prakse postaju temelj svake odluke i dokaz da logistika, kada se vodi promišljeno, može biti pokretač dugoročnih društvenih i ekoloških promena.

ZELENA LOGISTIKA KAO STRATEŠKI PRAVAC

Tokom 2024. godine Milšped je značajno unapredio primenu zelene logističke strategije, sa jasnim fokusom na prelazak sa drumskog na održivije vidove transporta. Kroz kontinuirana ulaganja u železnički i intermodalni transport, kompanija direktno doprinosi smanjenju emisije gasova sa efektom staklene bašte, ali i povećanju efikasnosti lanaca snabdevanja. Ključnu ulogu u ovoj tranziciji ima MBOX intermodalni terminal u Popovcu kod Niša – jedinstven projekat u centralnoj i južnoj Srbiji, izgrađen po evropskim standardima, koji omogućava povezivanje drumske i železničke infrastrukture i ubrza transport robe na panevropskom Koridoru 10.



Kroz razvoj direktnih međunarodnih železničkih linija, poput one koja povezuje Srbiju i kinesku provinciju Hebei, Milšped otvara novi, brži i ekološki održiviji koridor između Evrope i Azije. U partnerstvu sa klijentima, kompanija menja logističke navike tržišta – do 2030. godine planirano je da se 38% drumskog transporta iz 2022. preusmeri na železnice, čime se zajednički doprinosi smanjenju emisija i ostvarenju održivih ciljeva.

Istovremeno, kompanija ulaže u modernizaciju flote i razvoj infrastrukture za korišćenje alternativnih goriva, uključujući mapiranje mreže HVO (hydrotreated vegetable oil) stanica duž evropskih ruta. Na taj način klijentima se nude održivija i energetska efikasnija rešenja u međunarodnom transportu. Ovi projekti deo su šireg plana dekarbonizacije i prelaska na obnovljive izvore energije, čiji je krajnji cilj smanjenje ugljeničnog otiska i postizanje karbonske neutralnosti do 2050. godine.

Za Milšped, zelena logistika nije privremeni trend, već strateški imperativ i dokaz da odgovorno poslovanje i ekonomska efikasnost mogu da idu ruku pod ruku, dok kompanija istovremeno pomera granice onoga što je moguće u savremenoj logistici.

ENERGIJA IZ OBNOVLJIVIH IZVORA - KORAK DALJE OD STANDARDA

Milšped je među prvim kompanijama u regionu koja je započela sistematsku primenu solarne energije u logističkim centrima, potvrđujući da energetska efikasnost može da bude temelj modernog poslovanja. Instalacijom solarnih panela na skladištima WH1 i WH2, u Krnješevcima, čak 34% ukupne potrošnje električne energije danas dolazi iz obnovljivih izvora, dok godišnja proizvodnja prelazi 618.000 kWh. Time je značajno smanjena zavisnost od električne mreže i ostvarena direktna redukcija emisija ugljen-dioksida. Ovaj projekat predstavlja samo prvi korak ka potpunoj energetske transformaciji, sa ciljem da se do 2030. godine kapacitet solarnih sistema višestruko poveća u Srbiji, ali i na lokacijama članica Grupe u regionu. Paralelno s tim, kompanija ulaže u energetske efikasne infrastrukture, modernizaciju osvetljenja kroz LED tehnologiju i implementaciju sistema za reciklažu i ponovnu upotrebu vode.

Na ovaj način, kompanija ne samo da smanjuje potrošnju iz fosilnih izvora, već i postavlja standarde održivog upravljanja energijom u logističkom sektoru. Projekti poput ovog pokazuju da odgovoran pristup energiji nije samo ekološki izbor, već strateška odluka koja donosi dugoročnu konkurentsku prednost.

LJUDI U CENTRU ODRŽIVOG RASTA

U fokusu Milšpedove ESG strategije nalaze se ljudi. Tokom 2024. godine održano je 1.324 sata onlajn obuka i 230 sati obuka uživo, kroz koje je prošlo više od 1.000 zaposlenih. Edukacija i razvoj kompetencija odvijaju se kroz „M Base Learning Center“ i digitalnu LMS platformu, koja obuhvata i program o održivosti. Kompanija posebno podstiče raznolikost, jednakost i inkluziju (DEI), te danas gotovo 30% zaposlenih čine žene, dok njihovo učešće u menadžmentu kontinuirano raste. Programi poput „First Time Manager Academy“ i radionica „I understand, I accept, I respect“ osnažuju žene i promovišu inkluzivnu kulturu zasnovanu na saradnji i međusobnom poštovanju.



Posebna pažnja posvećena je bezbednosti i zdravlju zaposlenih. Zahvaljujući primeni međunarodnih standarda ISO 45001, sprovedenim obukama i bezbednosnim procedurama u digitalnom obliku, u 2024. godini nije zabeležen nijedan slučaj povrede na radu sa trajnim posledicama, diskriminacije ili kršenja ljudskih prava.

KULTURA ODGOVORNOG POSLOVANJA

Milšped je kompanija koja svoje poslovanje gradi na principima etičnosti, transparentnosti i usklađenosti sa zakonima u svim zemljama u kojima posluje. Tokom 2024. godine formiran je ESG odbor unutar Upravnog odbora, koji se bavi strateškim pitanjima održivosti, bezbednosti, raznolikosti, jednakosti i inkluzije. Rezultat takvog pristupa je snažna korporativna kultura poverenja i odgovornosti. Interni i eksterni auditi sprovedeni u protekloj godini pokazali su 86% usklađenosti sa internim procedurama, dok su potvrđeni svi sertifikati u oblasti kvaliteta, zaštite životne sredine, bezbednosti i informacione sigurnosti - ISO 9001, 14001, 45001 i 27001. Kompanija poseduje i TAPA sertifikate za bezbednost u transportu i skladištenju, čime se potvrđuje usklađenost sa najvišim globalnim standardima.

U narednom periodu planirano je proširenje sertifikacija kroz uvođenje IFS Logistics standarda, kao i prelazak na GRI metodologiju izveštavanja o održivosti.

ODGOVORNOST PREMA ZAJEDNICI

Kroz dugogodišnju saradnju sa Olimpijskim i Paraolimpijskim komitetom Srbije, Milšped potvrđuje svoju posvećenost vrednostima sporta i solidarnosti, uz stalnu podršku mladim sportistima, obrazovnim projektima i humanitarnim inicijativama.

Kroz stipendije za studente, programe praksi i edukativne saradnje sa fakultetima, Milšped podstiče razvoj novih generacija stručnjaka u logistici, tehnologiji i održivom menadžmentu. Istovremeno, kompanija neguje duh podrške kroz interne volonterske akcije, sportske događaje i inicijative za zdrav život zaposlenih.

Posebna pažnja posvećena je roditeljima, obuhvata skraćeno radno vreme za majke po povratku sa porodijskog odsustva, slobodne dane za očeve povodom rođenja deteta, dodatne dane odmora za samohrane roditelje i roditelje dece sa posebnim potrebama, kao i slobodan dan za prvi dan škole ili vrtića. Zaposleni imaju pristup FitPassu, povoljnijem dobrovoljnom zdravstvenom osiguranju, plaćenim kotizacijama za sportske događaje i organizovanim sportskim danima. Kompanija omogućava i rad od kuće, slobodan dan za selidbu, tim buildinge, kao i karte za kulturne i sportske događaje. Pored toga, Milšped nagrađuje

jubileje zaposlenih, omogućava kupovinu avionskih karata po sniženim cenama, promoviše zdrav način života i zajedništvo kroz brojne događaje, a radno okruženje zasniva na principima podrške, jednakosti i inkluzije.

JASNA MAPA BUDUĆNOSTI

Milšped je postavio ambiciozne, ali merljive ESG ciljeve koji ga pozicioniraju kao jednog od lidera održivog poslovanja u regionu:

- karbonska neutralnost do 2050. godine,
- ISO 14001 sertifikacija za sve lokacije do 2030. godine,
- LMS program ESG obuka za sve zaposlene do 2026. godine,
- udvostručenje kapaciteta solarnih elektrana do 2030. godine

Ovi ciljevi deo su šire Sustainability Roadmap strategije, koja obuhvata inovacije, odgovornost i brigu o ljudima kao stubove dugoročnog razvoja. Milšped jasno pokazuje da logistika može biti motor održive tranzicije - spoj ekonomskog rasta, tehnološkog napretka i ekološke svesti. Milšped ne gradi samo logistiku budućnosti, on gradi održiv sistem vrednosti.

Kroz kombinaciju digitalizacije, obnovljive energije, edukacije i odgovornog upravljanja, kompanija dokazuje da su profit i održivost komplementarni ciljevi. U vremenu kada se svet suočava sa izazovima klimatskih promena, Milšped ostaje veran svojoj misiji - thinking sustainably, moving borders.



ULAGANJE U ZAJEDNICU I ZNANJE JE SNAGA ODGOVORNOG POSLOVANJA

MK Group više od 40 godina razvija poslovanje koje povezuju vrhunski projekti i društvena odgovornost, čime gradi reputaciju kompanije koja ima dugoročni uticaj na zajednice u kojima posluje

Kao jedan od regionalnih lidera, kompanija MK Group posluje u Srbiji, Crnoj Gori, Hrvatskoj i Sloveniji i zapošljava više od 4.000 ljudi. Fokusirana na ključne oblasti agrara, turizma, nekretnina i energetike, MK Group dosledno primenjuje principe koji rast kompanije povezuju sa razvojem zajednice, sa ciljem stvaranja dugoročnih vrednosti za zaposlene, partnere i društvo u celini.

SOS DEČIJA SELA SRBIJA

Kompanija MK Group, zajedno sa svojim kompanijama članicama, do sada je donirala više od 650.000 evra fondaciji SOS Dečija sela Srbija za brojne projekte i programe koji su realizovani, a koji su bili usmereni na decu i mlade bez roditeljskog staranja, fokusirajući se na njihovo zapošljavanje i osamostaljivanje, kao i na porodice kojima je bila neophodna podrška u poboljšanju uslova života. Povodom jubileja 20 godina postojanja koji je ova fondacija proslavila u Zadužbini Miodraga Kostića – Palati nauke, kompaniji MK Group i njenom predsedniku Aleksandru Kostiću dodeljene su posebne zahvalnice za kontinuiranu podršku, partnerstvo i saradnju. Međunarodna organizacija SOS Dečija sela dodelila je 2015. godine Bedž časti Miodragu Kostiću, osnivaču MK Group, što predstavlja jedno od najvećih priznanja za humanitarni doprinos.



Među najznačajnijima izdvajaju se donacije od 200.000 evra za izgradnju kuće za mlade u SOS Dečijem selu u Kraljevu. Kuća od 340 kvadratnih metara godinama je bila dom zajednici tinejdžera, koji su imali mogućnost za humaniji život. Kuća se danas koristi za „Program podrške za majke i bebe“ za čiju adaptaciju, opremanje i rad je kompanija donirala dodatnih 300.000 evra. U kući u Kraljevu, u kojoj može boraviti sedam majki sa svojom decom, obezbeđena je neophodna zdravstvena i materijalna podrška za majke i bebe, psihološka podrška, kao i podrška majkama u traženju posla i njihovom osamostaljivanju, kako bi po završetku programa bile osnažene da samostalno brinu o sebi i svojoj deci. Podrška je tradicionalno pružana i Centrima za jačanje porodice, zahvaljujući čemu su realizovane brojne aktivnosti za poboljšanje životnih uslova, roditeljskih kompetencija i obezbeđivanje bolje brige i uslova za odrastanje dece, kao i sprečavanje njihovog izdvajanja iz bioloških porodica. Samo za rad Centra za podršku porodici u Raški donirano



je preko 130.000 evra zahvaljujući hotelu Grand Kopaonik, koji posluje u okviru MK Group. Kompanija godinama pomaže rad i aktivnosti fondacije SOS Dečija sela Srbija, u okviru kojih su realizovani i brojni programi edukacija, inkluzivnih radionica, zimovanja na Kopaoniku i novogodišnjih paketića za najmlađe.



DONACIJE U CRNOJ GORI: ULAGANJE U ZAJEDNICU I OBRAZOVANJE

MK Group aktivno doprinosi društveno odgovornim inicijativama i u Crnoj Gori. Kompanija je 2025. godine ustupila na korišćenje Vladi Crne Gore i Ministarstvu dijasporе Crne Gore objekat u centru Vrbasa, na prostoru od skoro hiljadu kvadratnih metara. Ovim darivanjem crnogorska zajednica u Vrbasu dobila je novo mesto za susrete i kulturni razvoj, a za

radove i renoviranje kompanija je izdvojila 65.000 evra.

Pored ove, MK Group poznata je u Crnoj Gori i po svojim donacijama koje su usmerene na zdravstvo, obrazovanje, decu, mlade i porodice. Tako je porodilištu Opšte bolnice „Danilo I“ na Cetinju donirano 50.000 evra za nabavku savremene opreme u akušerskom odeljenju, gde se godišnje rodi oko 350 beba. Pored toga, MK Group je za tri vrtića u Podgorici i Budvi obezbedila 100.000 evra za poboljšanje boravišnih uslova dece. Prošle godine fokus je bio na donacijama obrazovnim ustanovama, sa ukupno više od 100.000 evra. Zahvaljujući njima, JU „Dom učenika i studenata Podgorica“ rekonstruisao je jedno krilo Studentskog doma „Plavi dvor“, u kojem boravi preko 130 studenata, dok je Osnovna škola „Dušan Bojović“ iz Župe Nikšićke obnovila fiskulturnu salu.

Posebno priznanje za angažman MK Group u Crnoj Gori dobio je osnivač Miodrag Kostić, kojem je Ministarstvo dijasporе posthumno dodelilo Nagradu za doprinos unapređenju privrednog partnerstva sa Crnom Gorom.

ZIMOVANJE ZA ĐAKE SA KOSOVA I
METOHIJE

Kompanija MK Group već 13 godina zaredom organizuje zimovanje za najbolje učenike iz osnovnih škola sa Kosova i Metohije u hotelu Grand na Kopaoniku. Osnovci iz južne srpske pokrajine tradicionalno uživaju u brojnim aktivnostima najlepše srpske planine, uz pažljivo osmišljen



zabavni i sportsko-rekreativni program. Zahvaljujući uspešnoj saradnji sa Kancelarijom za Kosovo i Metohiju, učenici uživaju u prirodnim lepotama najlepše srpske planine i aktivnostima prilagođenim njihovom uzrastu.

PODRŠKA PORODICI

Program „Podrška porodici“ pokrenut je 2017. godine kao interni program MK Group, sa željom da se nagrade zaposleni koji u tekućoj godini dobiju prinovu. Vremenom je proširen donacijama ustanovama i organizacijama koje pružaju podršku merama porodične politike, roditeljstvu i najmlađim članovima našeg društva. Za osam godina trajanja programa, MK Group donirala je blizu 600.000 evra za 1.640 beba, čime je podržano oko 1.000 porodica zaposlenih u MK Group i kompanijama članicama. Samo u narednih pet godina MK Group doniraće još pet miliona evra za društveno odgovorne aktivnosti, čime potvrđuje da društvena odgovornost nije samo deo poslovne strategije, već temelj korporativne kulture. Kroz ulaganja u zajednicu, podršku porodicama i brigu o najmlađima, kompanija pokazuje da je uspeh najvredniji onda kada ga delimo sa drugima.



ZADUŽBINA MIODRAGA KOSTIĆA
– PALATA NAUKE: ULAGANJE
U OBRAZOVANJE I BUDUĆE
GENERACIJE

Zadužbina Miodraga Kostića – Palata nauke predstavlja najznačajnije i kapitalno filantropsko darivanje u Srbiji i regionu poslednjih decenija. Nastala iz ideje i vizije osnivača da ostavi trajnu vrednost društvu, Palata nauke se nadovezuje na duđu tradiciju srpskog zadužbinarstva – velikih darodavaca koji su gradili škole, univerzitete, biblioteke i bolnice kao zalog budućim generacijama. Njena misija je da inspiriše decu i mlade, da ih podstakne na radoznalost, kritičko razmišljanje i istraživanje, ali i da ih motiviše da krenu stopama velikih naučnika. Palata nauke je prostor koji će iznedriti nove generacije istraživača, inovatora i vizionara koji će biti pokretač razvoja društva i postati novi svetski poznati i priznati naučnici poput Nikole Tesle, Milutina Milankovića i Mihaila Pupina. Palata nauke, otvorena krajem 2024. godine, brzo je postala simbol filantropije i ulaganja

u znanje, potvrđujući da Srbija može realizovati projekte svetskog nivoa. Važnost izuzetnog filantropskog čina Miodraga Kostića i kompanije MK Group prepoznale su brojne nacionalne i međunarodne organizacije. Miodrag Kostić posthumno je odlikovan Ordenom Karađorđeve zvezde prvog stepena, za izuzetan doprinos u osnivanju Zadužbine Miodraga Kostića – Palate nauke i stvaranju inovativnog centra za razvoj obrazovanja, nauke i podrške mladim talentima u Republici Srbiji. Dobio je i specijalnu VIRTUS nagradu za doprinos zadužbinarstvu i darovanje Palate nauke, Srpski filantropski forum dodelio mu je „Priznanje dobrote“ za izuzetan doprinos filantropiji, kao i specijalno priznanje Srpske asocijacije menadžera za izuzetan lični čin povodom osnivanja zadužbine. Kompanija MK Group za realizaciju projekta Zadužbine Miodraga Kostića i otvaranje Palate nauke osvojila je prestižnu nacionalnu nagradu „Đorđe Vajfert“ za 2024. godinu, koju dodeljuje Privredna komora Srbije, VIRTUS nagradu za korporativnu filantropiju, prestižnu internacionalnu IPMA zlatnu nagradu za globalnu izuzetnost u vođenju projekta za realizaciju projekta Zadužbine Miodraga Kostića, zatim nagrade „Kampanja sa svrhom“, „Dobročinitelj“, „the! Award“ Hrvatske udruge za odnose s javnošću, kao i nagradu na 47. Salonu arhitekture za najbolji arhitektonski projekat u Srbiji. Za nešto više od 10 meseci kroz Palatu nauke je prošlo više od 85.000 posetilaca, a realizovano je preko 30 predavanja, gotovo 50 dečijih radionica, nekoliko koncerata i izložbi, uključujući posebno predavanje Federike Bjanko, zamenice glavnog naučnika prestižne Opservatorije Vera C. Rubin. U saradnji sa Elektrotehničkim fakultetom održane su stručne konferencije poput RAAD 2025, a evropska izložba Grow, Cook, Code dodatno je osnažila međunarodni značaj Palate. Posebno se ističe i konferencija TEDxBelgrade koja je održana u Zadužbini Miodraga Kostića – Palati nauke.

ESG IZVEŠTAJ 2024: SNAGA
POVERENJA NA ODGOVORNOM PUTU

Kompanija MK Group objavila je ove godine svoj ESG izveštaj za 2024, pod nazivom „Snaga poverenja na odgovornom putu“, koji beleži napredak u ostvarivanju postavljenih ciljeva i potvrđuje ambicije do 2026. godine.

Usmerena ka ESG principima, kompanija je opredelila 900 miliona evra u projekte obnovljivih izvora energije, sa ciljem dostizanja instalisanih kapaciteta od 1 GW i smanjenja emisija iz opsega 1 i 2 za 25%. Poseban fokus izveštaja stavljen je na zaštitu životne sredine. Četiri vetroparka u vlasništvu kompanije tokom 2024. proizvela su 463 GWh električne energije, što je rast od 107% u odnosu na prethodnu godinu i izbegavanje emisije od 300.000 tona CO2.



Sopstveni solarni sistemi proizveli su više od 2,5 GWh, čime se beleži rast od 94% u poređenju sa 2023. godinom, dok je bioglasno postrojenje isporučilo 7,1 GWh električne energije, što je rast od 145%. Ovi rezultati potvrđuju posvećenost kompanije održivosti i njenoj integraciji u sve poslovne aktivnosti.

SNAGA ZAJEDNIŠTVA ZA ODRŽIVU BUDUĆNOST

Tokom protekle godine, kompanija MOL Serbia je nastavila da gradi svoj identitet kao duboko posvećena održivom razvoju i stvaranju dugoročne vrednosti za zajednicu



U središtu svih naših aktivnosti nalaze se ljudi – oni koji žive u sredinama u kojima posluje, naši zaposleni koji učestvuju u društveno odgovornim inicijativama, i partneri sa kojima zajedno stvaramo pozitivne promene. Zato su i ovogodišnji projekti bili usmereni ka stvaranju lepšeg, zdravijeg i pristupačnijeg okruženja za sve kojima je podrška najpotrebnija.

Posebno mesto među našim društveno odgovornim inicijativama zauzima projekat „Igra je za decu, dečiji život nije igra“, kroz koji MOL Serbia doprinosi unapređenju bezbednosti najmlađih učesnika u saobraćaju. Svrha ovog projekta je podizanje svesti roditelja i svih učesnika u saobraćaju o pravilnom postavljanju i korišćenju dečijih auto-sedišta. Projekat se sprovodi već sedam godina širom Srbije. Njegov glavni cilj je da se kroz direktan rad sa roditeljima i korisnicima vozila smanji broj nepravilnosti u

upotrebi auto-sedišta, što je, prema podacima Agencije za bezbednost saobraćaja, i dalje veliki problem - procenjuje se da oko 90% roditelja pravi bar neku grešku – ili u vezivanju deteta u sedište, ili u samom montiranju auto-sedišta u automobilu.

Jedna od značajnijih aktivnosti bila je nastavak ekološke inicijative „Vraćamo prirodu u grad“, u okviru koje smo



**IGRA JE ZA DECU,
DEČIJI ŽIVOT NIJE IGRA!**
PROVERITE DA LI JE VAŠE DETE BEZBEDNO



**I OVOGODIŠNJI PROJEKTI BILI SU
USMERENI KA STVARANJU LEPŠEG,
ZDRAVIJEG I PRISTUPAČNIJEG
OKRUŽENJA ZA SVE KOJIMA JE
PODRŠKA NAJPOTREBNIJA**

realizovali novu fazu sadnje drveća na Zemunskom keju. Ovaj dobro posećeni deo grada dobio je dodatnu zelenu zaštitu zahvaljujući sadnji više vrsta drveća, pažljivo odabranih kako bi oboгатile prostor i doprinele jačanju ekološke ravnoteže. Sadnja nije samo fizička akcija – ona je simbol našeg uverenja da se održiva budućnost gradi danas, konkretnim potezima koji ostavljaju trag za generacije koje dolaze. Kroz ovakve aktivnosti, MOL Serbia aktivno prati pravac MOL Grupe, definisan strategijom SHAPE TOMORROW, usmeren na energetska transformaciju, zaštitu prirodnih resursa i snažniju povezanost sa lokalnim zajednicama.

Društvena odgovornost za nas podrazumeva i brigu o onima koji se suočavaju sa najvećim izazovima. Zato smo pružili podršku organizacijama koje svakodnevno menjaju živote – NURDOR-u i udruženju „Čep za hendikep“. Podrška NURDOR-u, udruženju koje pruža sveobuhvatnu pomoć deci oboleloj od raka i njihovim porodicama, predstavlja više od donacije – to je izraz solidarnosti i razumevanja da svaka zajednica svoju humanost pokazuje načinom na koji brine o najranjivijima.

Sa druge strane, saradnja sa udruženjem „Čep za hendikep“ spaja ekologiju i humanost - prikupljanjem plastičnih čepova doprinosimo zaštiti životne sredine, a istovremeno pomažemo nabavku neophodnih ortopedskih pomagala osobama sa invaliditetom. Na ovaj način, u svakoj od

inicijativa teško je odvojiti ekološki od društvenog efekta i upravo u toj sinergiji nalazi se njihova najveća vrednost. Važan segment našeg društvenog angažovanja ostaje i podrška sportu, čiju moć u okupljanju zajednice i stvaranju zdravih navika posebno cenimo. Nastavili smo da budemo partner Ženskom odbojkaškom klubu „Jedinstvo“ iz Stare Pazove, timu koji se ističe predanošću, rezultatima i posvećenošću mladim talentima. Verujemo da ulaganje u sport nije samo ulaganje u treninge i opremu, već u stvaranje dobrog okruženja za odrastanje, u motivaciju i u vrednosti koje prate sportiste tokom čitavog života. Svi ovi projekti deo su jedinstvene slike kompanije koja veruje da se uspeh ne meri samo poslovnim rezultatima, već i načinom na koji doprinosimo društvu. Nastavićemo da radimo na projektima koji grade zelenije, zdravije i inkluzivnije okruženje, s uverenjem da svaka akcija ima svoje mesto u mozaiku odgovorne budućnosti. Naša posvećenost ostaje ista - da budemo partner zajednici, da osluškujemo njene potrebe i da ostavljamo trag koji se vidi, oseća i traje.



ODGOVORNI PROSTORI - ODRŽIVA BUDUĆNOST

Od pionirskog poduhvata i razvoja prvog LEED-sertifikovanog šoping centra u Srbiji do instalacije solarnih elektrana i stvaranja krovnih vrtova, MPC Properties postavlja nove standarde u održivosti u okviru industrije komercijalnih nekretnina

Već više od decenije MPC Properties aktivno promoviše zelenu gradnju. MPC je bila prva kompanija u Srbiji koja 2014. godine sertifikovala postojeći objekat — UŠĆE Shopping Center. Danas sa ponosom održavamo impresivan portfolio komercijalnih objekata sertifikovanih i projektovanih u skladu sa LEED, BREEAM i WELL Health & Safety standardima. U 2024. godini, UŠĆE i BEO Shopping Center postigli su LEED EBOM GOLD sertifikaciju, nakon čega su sledili MERCATOR Centar, UŠĆE Tower One, Navigator Business Center 1 i Navigator Business Centter 2. Kroz solarnu energiju, zelene krovove, kompostiranje i inicijative cirkularne ekonomije, MPC integriše energetske efikasnost i odgovornost prema životnoj sredini u maloprodajne i poslovne prostore.

Suština zelene gradnje ogleda se u razmatranju uticaja projekta na životnu sredinu kroz ceo njegov životni ciklus — počevši od ideje, planiranja i dizajna, preko izvođenja, pa sve do korišćenja.

Važno je istaći da su sve sertifikacije završene tokom redovnog poslovanja, uz aktivno učešće zakupaca. Ovaj proces ne samo da je unapredio kvalitet boravka u našim objektima, već je, zahvaljujući pažljivom izboru opreme i optimizaciji tehničkih sistema, obezbedio optimalan komfor uz značajno smanjenje potrošnje energije (električne energije, grejanja i hlađenja) i vode. Poboljšani su i upravljanje otpadom, smanjenje štetnih emisija, povećanje efikasnosti, praćenje tokova otpada i zaštita vodotoka. Na taj način doprineli smo očuvanju javnog zdravlja i pružili primer profesionalcima i široj javnosti o benefitima zelene gradnje.



Ispunjavanje zahteva za sertifikaciju zahtevalo je značajnu adaptaciju postojećih objekata i dodatne investicije. Mere su obuhvatale smanjenje potrošnje vode, unapređenje energetske efikasnosti, poboljšanje kvaliteta vazduha i uspostavljanje održivih praksi u korišćenju materijala, održavanju i čišćenju — rezultat: značajne uštede energije i smanjene CO₂ emisije.

Tokom ovog procesa naučili smo koliko se može postići optimalnim podešavanjem sistema, inovacijama i posvećenim timskim radom.

Kada govorimo o energiji i dekarbonizaciji, ključne inicijative uključuju zamenu celokupne postojeće rasvete energetske efikasnim LED sistemima, optimizaciju rada HVAC sistema zamenom starijih sistema novim, visokoefikasnim rešenjima, smanjenje toplotnog opterećenja poboljšanjem termoizolacije objekata, instalaciju solarnih elektrana (PV)



MPC INTEGRIŠE ENERGETSKU EFIKASNOST I ODGOVORNOST PREMA ŽIVOTNOJ SREDINI U MALOPRODAJNE I POSLOVNE PROSTORE

u prozjurerskom režimu, koristeći proizvedenu energiju za sopstvene potrebe (e-punjači, e-trotineti, bicikli, itd.) i korišćenje prirodne ventilacije za klimatizaciju objekata. Iako Srbija još uvek nije u potpunosti uspostavila regulative koje omogućavaju sve neophodne dozvole za solarne elektrane za sopstvenu potrošnju, MPC je već završio studije izvodljivosti za sve objekte, kako bi omogućio proizvodnju zelene energije i dodatno smanjio svoj karbonski otisak.

MPC je, dodatno, implementirao mere za uštedu vode korišćenjem uređaja i opreme niske potrošnje.

U UŠĆE Shopping Center-u unapredili smo proces upravljanja otpadom instalacijom kompostera — uspešnog primera cirkularne ekonomije na nivou objekta. Na poslovnim objektima, zeleni krovovi sa sedumima i autohtonim vrstama smanjili su potrošnju vode, dok je upotreba solarnih panela za pripremu tople vode dodatno smanjila potrošnju energije. Sertifikacija i resertifikacija u oblasti zdravlja i bezbednosti redovno se sprovode na svim MPC objektima, što odražava našu dugoročnu posvećenost zdravlju i bezbednosti zaposlenih, posetilaca i partnera. Proces se uspešno koordinira sa kompanijom Energo Energy Efficiency Engineering, članom WELL komiteta, i MPC-ovim konsultantom za održivost. Svake godine meri se kvalitet vazduha i vode, a politike se revidiraju kako bi se osigurali čisti, bezbedni i zdravi prostori. Dodatno, svi MPC objekti opremljeni su BMS i EMS sistemima povezanim sa Power Scala platformom, koja omogućava precizno praćenje i efikasno podešavanje operativnih parametara.

ZAKUPCI, ZAJEDNICA I MOBILNOST

Naši šoping centri poput UŠĆE i BEO pokazuju kako se odgovornost prema životnoj sredini može uskladiti sa angažovanjem zajednice. Oni organizuju ESG programe, edukativne radionice o održivosti i javne događaje, promovišu interaktivnu edukativnu zabavu, kao što su UŠĆE Eko Fest, Green Wheels Adventure sa brendom Porsche i Prva deca na Marsu. Kroz ove inicijative, UŠĆE i BEO uključuju nauku, podstiču dinamične, ekološki osvešćene prostore koji promovišu i brigu o životnoj sredini i dobrobit zajednice.



INVESTICIJA ZA BOLJU BUDUĆNOST DECE I MLADIH

Nelt Grupa i UNICEF rade na osnaživanju dece i mladih veštinama potrebnim za 21. vek, imajući u vidu da pitanja obrazovanja, usaglašenosti stečenih znanja, veština, zahteva tržišta i zapošljavanja mladih postaju ključna za razvoj svake zajednice

Nelt je jedan od najvećih poslovnih sistema u oblasti distribucije, logistike i proizvođač sopstvenih brendova u jugoistočnoj Evropi, ali i kompanija koja je posvećena unapređenju zajednica u kojima posluje kroz društveno odgovorne i održive projekte.

Odgovorno i održivo poslovanje uvek je bilo strateško opredeljenje Nelta, što pokazuje i trogodišnje partnerstvo sklopljeno prošle godine sa UNICEF-om. Kroz ovu inicijativu, Nelt Grupa i UNICEF rade na osnaživanju dece i mladih veštinama potrebnim za 21. vek, imajući u vidu da pitanje obrazovanja, usaglašenosti stečenih znanja, veština, zahteva tržišta i zapošljavanja mladih postaju ključna za razvoj svake zajednice.

Investicija je vredna 1,3 miliona dolara, a program se sprovodi u Srbiji, Bosni i Hercegovini, Severnoj Makedoniji i Angoli. Cilj je da do 2026. godine 30.000 dece i mladih stekne znanja i praktične veštine koje će ih pripremiti za tržište rada budućnosti, odnosno za svet u kojem su digitalne kompetencije i informatička pismenost, u kombinaciji sa zelenim veštinama usmerenim ka očuvanju životne sredine i klime, sve češće neophodne za uspeh. „Ovo partnerstvo nastalo je iz zajedničkog uverenja da su znanje i pristup savremenim tehnologijama preduslov jednakih šansi. Deca i mladi danas odrastaju u okruženju koje se neprestano menja, a njihova sposobnost da se prilagode i razmišljaju inovativno postaje važnija od memorisanih informacija. Za nas je ulaganje u obrazovanje strateška i društvena odluka. Verujemo da deca i mladi zaslužuju jednake šanse da razviju veštine, kroz promociju inovativnih nastavnih praksi i prilika za učenje“, rekao je Nenad Mišević, potpredsednik Nelt Grupe za tržište Srbije. Deyana Kostadinova, direktorka UNICEF-a u Srbiji, napominje da današnji svet zahteva znanja i veštine koji se ne uče



samo iz knjiga, kao i da su nam potrebni obrazovni sistemi koji su prilagodljivi i dostupni svima, naročito ranjivoj deci i mladima.

„Potrebni su nam sistemi usmereni na jačanje veština koje će pomoći deci da uspešno grade svoje živote i karijere u 21. veku. Da bi se ova vizija ostvarila, partnerstva sa privatnim sektorom su od suštinskog značaja. Kada kompanije poput Nelt Grupe ulažu u obrazovanje, one ulažu u budućnost koja je pravednija, pravičnija i puna potencijala. Duboko cenimo njihovu posvećenost stvaranju prilika za decu i mlade u sve četiri zemlje“, rekla je Kostadinova.

KONKRETNI PROGRAMI I REZULTATI PO ZEMLJAMA DO SADA

Cilj u **Srbiji** je unapređenje veština za 21. vek za 15.000 učenika, od kojih su 1.000 iz najugroženijih grupa, u 30 škola, sa obukom 300 nastavnika koju podržava 20 mentora za digitalno učenje i obrazovne tehnologije. **U Srbiji** je razvijen program koji unapređuje rad **školskih Learning Clubs**, kroz dodatne aktivnosti kao što su STEM klubovi i



praktični eksperimenti. Škole su opremljene STEM setovima, uključujući „Wind and Weather“ setove, koji učenicima omogućavaju da kroz praktične vežbe uče o meteorologiji i prirodnim pojavama. Škole dobijaju kontinuiranu podršku mentora i edukaciju nastavnika kroz specijalizovane online i uživo treninge, dok program jača kapacitete direktora škola u upravljanju, liderstvu i komunikaciji.

U Severnoj Makedoniji radi se na razvoju praktičnih veština i zelenih kompetencija, kao i na pripremi učenika za tržište rada budućnosti. UNICEF je u saradnji sa Centrom za stručnu obuku (VET Centre) mapirao potrebe javnih i naučnih institucija, spajajući ih sa školama za praktičnu nastavu. Do aprila 2025. godine, potpisano je 16 novih partnerstava između VET škola i osam institucija. Mentori iz ovih institucija prolaze specijalizovane obuke kako bi podržali učenike tokom praktične nastave, a planirano je da 120 mentora prođe ove obuke.

Kroz programe u Bosni i Hercegovini jačaju se digitalne i e-waste kompetencije. Cilj je jačanje ekosistema za razvoj veština i digitalnu transformaciju obrazovnih



sistema, za više od 5.000 učenika. UNICEF je u saradnji sa organizacijom Laboratorium uveo program „Tinkering with E-Waste“ kroz IT Girls klubove u 25 škola, uključivši i 35 nastavnika. Prevođenjem alata SELFIE4Teachers nastavnici širom zemlje dobili su priliku da unaprede digitalne kompetencije i prate napredak svojih učenika.

U Angoli biće podržane inicijative koje osnažuju mlade i razvijaju njihove veštine za inovativno rešavanje lokalnih izazova, kroz različite obrazovne i praktične aktivnosti.

SNAGA PARTNERSTVA I ANGAŽMAN NELT GRUPE

Za Nelt Grupu, ulaganje u obrazovanje nije jednokratna donacija, već deo dugoročne strategije društveno odgovornog poslovanja. Kroz partnerstvo sa UNICEF-om, Nelt Grupa ne podržava samo projekte, već stvara okvire u kojima mladi mogu da istražuju, uče i razvijaju praktične veštine. Partnerstvo je već prepoznato kroz prestižna priznanja: **„Šampion održivosti“ (Forum za odgovorno poslovanje) i 18. Virtus nagrade za filantropiju, koju dodeljuje Trag fondacija za 2024. godinu, u kategoriji „Strateško partnerstvo između poslovnog i neprofitnog sektora“ za saradnju sa UNICEF-om.** Ova priznanja potvrđuju da je ulaganje u decu i obrazovanje pravi način za stvaranje dugoročne vrednosti, ne samo za kompaniju, već i za društvo u celini. Kao potvrdu strateškog angažmana i posvećenosti deci i mladima, Nelt Grupa je prva kompanija koja se priključila UNICEF-ovoj globalnoj kampanji ‘I AM’, koja okuplja pojedince i organizacije koje veruju da svako dete zaslužuje pravo na sigurno i srećno detinjstvo.



DVE DECENIJE ODGOVORNOG POSLOVANJA U SRBIJI

Godina 2025, u kojoj je Nestlé obeležio dve decenije poslovanja u Srbiji, potvrdila je da su postavljeni čvrsti temelji za održiv rast i odgovoran uticaj na zajednicu. Teme u kojima se Nestlé ističe kada je u pitanju podrška srpskom društvu su regenerativna poljoprivreda, ulaganje u unapređenje zdravih navika građana, ulaganje u obrazovanje mladih talenata, kao i pomoć ugroženim grupama

ULAGANJE U NOVE GENERACIJE

Jedan od najtrajnijih i najdragocenijih temelja ovog delovanja je program „ZdravoRastimo“. Pokrenut pre 15 godina, vremenom je prerastao u pravu okosnicu Nestlé edukacije o ishrani, usmerenu ka najmlađima, učenicima osnovnih škola, i njihovim porodicama, a do sada je obuhvatio više od 250.000 dece. Projekat se sprovodi u saradnji sa Savezom za školski sport Srbije i ministarstvima Sporta i Prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, u osnovnim školama širom Srbije. Program kombinuje tradicionalne školske radionice sa edukacijom nastavnika fizičke kulture, uz savremene onlajn turnire znanja na Shtreber.rs platformi za učenje. Na ovaj način deca kroz interaktivne kvizove i izazove uče o ključnim temama kao što su pravilna ishrana, nezamenljivi značaj doručka, potreba za redovnom fizičkom aktivnošću i kvalitetnim snom. Istovremeno, kroz kampanju „Aplauz za šampione roditeljstva“ i bogate tematske sadržaje na zvaničnim Nestlé društvenim mrežama, roditelji dobijaju praktične savete, elektronske kuvare i razotkrivanja mitova u ishrani, čineći zdrave navike dostupnijim i razumljivijim za celu porodicu. „ZdravoRastimo“ je istovremeno i važan deo globalne inicijative Nestlé for Healthier Kids, čiji je ambiciozni cilj da do 2030. godine podrži čak 50 miliona dece širom sveta da vode zdraviji život.

SRBIJA NIJE SAMO BEOGRAD

U skladu sa dugogodišnjom podrškom aktivnom i zdravom životu, kompanija je 2025. nastavila da pomaže lokalne organizacije, pa je tako, recimo, nakon prethodnih inicijativa u Paraćinu i Kraljevu, ove godine u Kruševcu na Festivalu zdravlja organizovana akcija tokom koje su srednjoškolci kroz vršnjačku edukaciju promovisali zdrave stilove života i preventivne preglede, dok je dečijem fudbalskom klubu iz Vranjske Banje donirana celokupna sportska oprema.

PODRŠKA MLADIMA

Podrška mladim talentima ostaje stalni prioritet, što potvrđuje i letnja praksa „Summer’s Cool“, koja je ove godine održana šestu godinu zaredom. Ova inicijativa, deo šireg programa Nestlé Needs YOUTH, pruža studentima i mladim profesionalcima jedinstvenu priliku da steknu praktična iskustva. U godini kada se proslavljalo dve decenije poslovanja u Srbiji, simbolično je odabrano 20 polaznika koji su tokom programa radili pod mentorstvom iskusnih stručnjaka iz zemlje i regiona, a na kraju nagrađeni relevantnim sertifikatima. Nestlé je u 2025. godini ojačao svoj angažman kroz globalni ugovor „Youth Impact: Because You Matter“ potpisan sa UNESCO-om. Ovo strateško partnerstvo usmereno je na



Nestlé akademija za mlade poljoprivrednike

osnaživanje mladih ljudi uzrasta od 18 do 30 godina, kroz dodelu 100 grantova, obuke i mentorske podrške, sa ciljem da direktno ili indirektno obuhvati do 500.000 mladih širom sveta.

REGENERATIVNA POLJOPRIVREDA – KLJUČ ZA ODRŽIVOST

Nestlé prelazak sa kovencionalne na regenerativnu poljoprivredu posmatra kao pitanje etike i dugoročne održivosti, pa od 2021. u Srbiji primenjuje ove tehnike kod svojih dobavljača, koji sada već uveliko primenjuju „strip-till“ tehonologiju oranja, pokrovne useve, organska đubriva, plodored, kao i dronove i robotiku, radi smanjenja emisija i očuvanja zemljišta. Tako je do danas uloženo skoro dva miliona švajcarskih franaka u programe kod dobavljača povrća, suncokreta i soje, čime se jača lokalni lanac nabavke. Na ovaj temelj se 2025. nadovezuje specijalizovana Nestlé Akademija za mlade poljoprivrednike, koja kroz praktične obuke i savetovanje podstiče primenu regenerativnih praksi i efikasnije korišćenje resursa. Kampanja „Zajedno pčelama na dar“ uključuje potrošače u obnovu biodiverziteta registracijom računa, čime je finansirana sadnja polinatornih traka i medonosnog drveća na oglednim parcelama u poljoprivrednim školama širom Srbije. I lokalna Nestlé proizvodnja se odlikuje cirkularnošću:

fabrika u Surčinu je još 2019. godine postala prva Zero waste to landfill prehrambena fabrika u Srbiji, što znači da nijedan gram otpada iz proizvodnog procesa ne završava na komunalnim deponijama, dok postrojenje za preradu otpadnih voda dnevno prečišćava 65.000 litara i vraća ih čiste u prirodu.

PODRŠKA ZAJEDNICI I HUMANOST NA DELU

Kao najveći svetski proizvođač hrane, kompanija je posvećena borbi protiv gladi i samo u prvoj polovini ove godine donirano je gotovo 30 tona Nestlé proizvoda ugroženim grupama, uključujući i pomoć područjima pogođenim požarima na jugu zemlje, dok je u poslednjih pet godina vrednost donacija premašila 150 miliona dinara u Nestlé proizvodima. Donirana hrana dolazi do ugroženih grupa kroz banke hrane Beograda, Niša i Vojvodine, kao i druge organizacije civilnog društva sa kojima Nestlé sarađuje. Dvadeset godina odgovornog poslovanja u Srbiji nije samo broj već trajna posvećenost stvaranju održive budućnosti, izgradnji snažnih zajednica i podršci generacijama koje dolaze. Kroz konkretne projekte i inicijative, fokus ostaje na zdravlju mladih, očuvanju prirodnih resursa i unapređenju poljoprivrednih praksi, ali i na razvoju ljudskih potencijala kroz edukaciju i mentorstvo.

FORWARD FOR GOOD

INOVACIJE, ENERGIJA I ODGOVORNOST ZA ODRŽIVU BUDUĆNOST

Poverenje potrošača i zajednice ostaje najveća vrednost i inspiracija za put *Forward for Good* - put ka svetu u kojem energija, mobilnost i životni stil postaju stvarnost za sve

OMV Grupa, čiji je deo i OMV Srbija, jedan je od vodećih industrijskih giganta u Austriji, sa više od 23.600 zaposlenih i mrežom od oko 1.800 benzinskih stanica širom Evrope. Prva OMV stanica u Srbiji otvorena je pre više od dve decenije, a od tada je domaća mreža stabilno rasla i danas broji 64 lokacije, sa tržišnim udelom od oko 10%. Poslovna strategija kompanije zasniva se na održivoj i inovativnoj proizvodnji, preradi i prodaji hemikalija, goriva i energije, sa ciljem da poslovanje preraste u primer stabilne cirkularne ekonomije. OMV Srbija, kao deo Grupe, primenjuje standarde kvaliteta i usluge koje potrošači širom Evrope prepoznaju i nagrađuju poverenjem i lojalnošću.

BREND IDENTITET - OBEĆANJE ODRŽIVE BUDUĆNOSTI

U junu 2024. godine OMV je predstavio novi, sveobuhvatni identitet brenda. On odražava vrednosti i viziju Strategije 2030, usmerene na održivost u oblasti energije, mobilnosti i životnog stila. Novi brend potvrđuje fokus kompanije na održivu energiju i efikasnu mobilnost - ciljeve koji treba da postanu dostupni svima.

Tokom naredne dve godine, novi vizuelni identitet biće uveden u mrežu OMV stanica širom Austrije, Rumunije, Mađarske, Slovačke, Češke, Bugarske i Srbije. Postepeno će biti obuhvaćeno oko 1.000 stanica koje svakodnevno opslužuju više od 650.000 kupaca. Slogan „Forward for




Good“ jasno oslikava put transformacije i orijentaciju kompanije ka budućnosti, ali i obećanje da se poslovanje gradi na vrednostima koje imaju dugoročan značaj za društvo.

ZELENE STANICE I E-MOBILNOST

Širenje mreže „zelenih benzinskih stanica“ jedan je od ključnih koraka u ostvarivanju strategije održivog poslovanja i jačanja cirkularne ekonomije. Ove stanice deo energije obezbeđuju putem solarnih panela postavljenih na krovovima. Prva takva stanica, u Ražnju, otvorena je 2022. godine i godišnje proizvede 72.000 kWh čiste električne energije, što pokriva 23% ukupne potrošnje objekta. U saradnji sa kompanijom Terra Solar, solarni paneli do sada su postavljeni na 16 OMV stanica u Srbiji, uz plan daljeg širenja. Do 2030. godine OMV Grupa planira da u evropskoj mreži ima više od 2.000 e-punjača. U Srbiji, u partnerstvu sa charge&GO i Orion e-Mobility, već je omogućeno punjenje električnih vozila na 24 lokacije. Najnoviji punjač snage 240 kW (ili 2 x 120 kW) dostupan je na OMV stanici Metro kod Forum parka Zemun, a planirano je dalje širenje mreže.

Ovi projekti nisu samo tehnička unapređenja - oni predstavljaju simbol promene načina na koji se energija koristi i doživljava. Svaka nova „zelena stanica“ ili e-punjač šalje jasnu poruku da održiva mobilnost postaje deo svakodnevnog života.

INOVATIVNA GORIVA - PUT KA NETO NULTOJ EMISIJI

Inovacije su ključ u kreiranju rešenja koja smanjuju uticaj na životnu sredinu. OMV je prvi u Srbiji ponudio gorivo sa 100 oktana - MaxxMotion Super 100plus, proizvedeno u rafineriji u Austriji. Ovaj premium benzin ispunjava najviše standarde Svetske povelje o gorivu (WWFC, kategorija 6) i zahvaljujući CleanTech+ formuli obezbeđuje maksimalnu efikasnost motora, minimalnu emisiju gasova i aktivno čišćenje motora do 100%.

MaxxMotion Super 100plus smanjuje habanje i štiti vitalne komponente motora, produžavajući njegov vek trajanja. Kontinuirani rad na inovacijama deo je šireg plana prelaska na poslovanje sa niskom emisijom ugljenika, uz cilj da OMV postigne neto nultu emisiju najkasnije do 2050. godine.



Pored navedenog, OMV svojim poslovnim klijentima, u saradnji sa ClimatePartner-om, jednim od vodećih pružalaca rešenja za korporativnu zaštitu klime, nudi uslugu kompenzacije emisije ugljen-dioksida (CO2) za gorivo kupljeno preko OMV kartice. Na taj način se pruža podrška kompanijama u njihovim održivim praksama koje pomažu u smanjenju emisije ugljenika širom sveta. Usluga se može lako dodati na bilo koju OMV Routex karticu i automatski se povezuje sa svim transakcijama goriva koje kompanija korisnika obavlja.

DRUŠTVENA ODGOVORNOST - PODRŠKA ZAJEDNICI

OMV održivo poslovanje gradi na tri principa: zaštititi životne sredine, podršci zajednici i odgovornom korporativnom upravljanju. Dodatno, definisano je pet strateških oblasti - klimatske promene, upravljanje resursima, zdravlje i bezbednost, ljudi i etičke prakse. Za OMV Srbija to znači ulaganje u projekte koji unapređuju životnu sredinu i društvo u kojem stotine zaposlenih u celoj mreži žive i rade. Kompanija podstiče svest o značaju preventive i lečenja, kao i oplemenjivanje okruženja kroz

SVE VIVA KAFE NOSE OZNAKU DIRECT TRADE - GARANCIJU DA KAFA STIŽE DIREKTNO OD PROIZVOĐAČA, ČIME SVAKI GUTLJAJ POSTAJE PODRŠKA RAZVOJNIM PROJEKTIMA LOKALNIH ZAJEDNICA

projekte pošumljavanja i druge akcije sprovedene tokom više od dve decenije prisustva u Srbiji. Među aktivnostima koje su obeležile 2025. godinu izdvajaju se:

- tradicionalna humanitarna akcija „Popij kafu od srca“ na Međunarodni dan kafe,
- podrška Karavanu besplatnih ultrazvučnih pregleda dojki „Budi hrabra, pregledaj se“,
- novogodišnja akcija kićenja jelke u organizaciji hotela Hyatt Beograd.

Humanitarna akcija „Popij kafu od srca“ koju OMV Srbija tradicionalno organizuje 1. oktobra, na Međunarodni dan kafe, osvojila je srca potrošača koji se iz godine u godinu u



sve većem broju odazivaju, čineći da u duhu zajedništva, uz kafu, potrošači i zaposleni u OMV Srbija mreži čine dobro delo. Prihod ostvaren od prodaje VIVA kafe na da taj dan je u celosti doniran NURDOR-u, Nacionalnom udruženju roditelja dece obolele od raka i Fondaciji NORBS plus, za nabavku neophodnih medicinsko-tehničkih pomagala i podizanje kvaliteta života obolelima od retkih bolesti. O uspešnosti inicijative govori i podatak da je ove godine prikupljena najveća suma za donaciju od početka akcije. Karavan „Žena uz ženu“ do sada je posetio preko 85 gradova, prešao više od 15.000 kilometara i omogućio besplatne preglede za oko 10.000 žena do 45 godina. Hyatt Beograd gotovo tri decenije kroz novogodišnju akciju donira sredstva udruženjima koja unapređuju uslove života i lečenja. Ovakve inicijative pokazuju da održivost nije samo tehnološki napredak, već i briga o ljudima i zajednici.

VIVA KAFA - ODRŽIVOST U SVAKOM GUTLJAJU

Pauze na benzinskim stanicama nisu samo predah, već i trenutak uživanja. Zato je kvalitet kafe u OMV ponudi

od posebnog značaja. VIVA Classic Selection, omiljena godinama, sada je unapređena, a ponudu već šest godina upotpunjuje premium ponuda Single Origin 100% Arabica kafa. Na putovanju kroz svet kafa jedinstvenog porekla, OMV se 2024. godine zaustavio u Brazilu, odakle dolazi aktuelna ponuda Single Origin kafe. Uzgojena na porodičnoj farmi u brazilskoj regiji Minas Žerais, ova kafa nosi tradiciju dužu više od jednog veka i savršen balans klime, nadmorske visine i količine kiše. Rezultat su zrna sušena na suncu, sa prepoznatljivim egzotičnim karakterom. Sve VIVA kafe nose oznaku Direct Trade - garanciju da kafa stiže direktno od proizvođača, čime svaki gutljaj postaje podrška razvojnim projektima lokalnih zajednica.

UMESTO ZAKLJUČKA - NASTAVLJAMO ZAJEDNO DALJE

OMV Srbija nastavlja da gradi održivu budućnost kroz inovacije, kvalitet i društvenu odgovornost. Poverenje potrošača i zajednice ostaje najveća vrednost i inspiracija za put „Forward for Good“ - put ka svetu u kojem energija, mobilnost i životni stil postaju održivi za sve.

DELA UMESTO REČI, JER JE BUDUĆNOST U NAŠIM RUKAMA

Kroz odluke koje donosimo i inicijative koje pokrećemo, gradimo model poslovanja u kom nismo izolovani od zajednice, ljudi i prirode, već njihov sastavni deo

Danas, kad svet traži ravnotežu između rasta i odgovornosti, ESG i društvena odgovornost postali su stubovi održivog razvoja i savesnog poslovanja. Ono što je nekad bila tema za kraj sastanka, postaje osnova svake strategije. Ali, suština nije samo u rečima, već u delima; u procesu koji traje i nema kraj, zahteva kontinuiranu posvećenost i doslednost, kao i veru da promene nastaju kad svako od nas preuzme odgovornost.

Upravo s tim uverenjem, za nas u OTP banci Srbija, posvećenost dugoročnim društveno odgovornim i „zelenim“ projektima nisu formalnost, već srž našeg identiteta. Kroz odluke koje donosimo i inicijative koje pokrećemo, gradimo model poslovanja u kom nismo izolovani od zajednice, ljudi i prirode, već njihov sastavni deo. Verujemo da samo zajedno možemo da gradimo solidarnije, otpornije i bolje društvo. Za nas, kao finansijsku instituciju, poslovni rezultati jesu važni, ali nemaju istinsku vrednost ako ne podrazumevaju i brigu o zajednici kojoj pripadamo.

POTVRDA DA SMO NA PRAVOM PUTU

Danas smo ponosni na to što smo se pozicionirali kao lideri u oblasti korporativne odgovornosti na srpskom tržištu. O tome, između ostalog, svedoči priznanje koje smo ove godine dobili od renomiranog magazina Euromoney za „Najbolju ESG banku u Srbiji“ - nagradu koja se tradicionalno dodeljuje finansijskim institucijama i ubraja se među najprestižnije u finansijskom sektoru. Ona za nas predstavlja potvrdu da smo na pravom putu i podstiče nas da nastavimo da koračamo u ovom pravcu, ka dugoročno

održivom i rezilijentnom poslovnom modelu.

U okviru inicijative ESG Lideri 2025, PwC Srbija prepoznao je naš kontinuirani angažman dodelivši nam priznanje za „Odgovorno upravljanje i internu obuku (finansijski sektor)“, što potvrđuje našu posvećenost integraciji ESG principa kroz edukaciju zaposlenih na svim nivoima. Ponosni smo što je PwC Srbija prepoznao i našeg Balaža Baloga (Balazs Balogh), CRO-a i člana Izvršnog odbora za rizike, kao snažnog lidera ESG promena u OTP banci i širem poslovnom okruženju, te mu dodelio specijalnu nagradu „Lider u održivom razvoju“.

FINANSIJSKA EDUKACIJA MLADIH KAO TEMELJ BUDUĆNOSTI

Ove godine smo realizovali osmi ciklus našeg najnagrađivanijeg programa GENERATOR. Program smo pokrenuli još 2017. godine i time do sada podržali više od 100 inovativnih ideja samo u finalima. Teme svakog ciklusa prate aktuelne izazove, od uvođenja digitalnih promena u mala i srednja preduzeća, preko podrške preduzetnicima tokom pandemije, pa do inicijativa usmerenih na smanjenje karbonskog otiska i rast zelene ekonomije. Poslednji ciklus, simbolično nazvan Generator EDU, bio je usmeren na finansijsku edukaciju dece i mladih, što je prirodno za nas važna oblast gde kontinuirano nastojimo da pružamo svoj doprinos. Ovaj konkurs predstavlja korak dalje u tom pravcu. Želeli smo da uključimo sve relevantne aktore - širu zajednicu, prosvetne radnike, startape i organizacije civilnog sektora, kako bismo zajedno došli do novih,



kreativnih načina za unapređenje finansijske pismenosti kod novih generacija.

Više od stotinu prijava i visok kvalitet rešenja pokazali su koliko je ovakav konkurs potreban i koliko potencijala postoji kad se znanje, inovativnost i entuzijazam udruže. Saglasnost Ministarstva prosvete Republike Srbije potvrđuje njegovu važnost. Pobednike smo proglasili u dve kategorije i, kao i prethodnih godina, nagradili novčanim iznosom od dva miliona dinara za implementaciju rešenja, a svim finalistima pružena je stručna, finansijska i medijska podrška. Generator EDU prepoznat je i od stručne zajednice i nagrađen kao „Kampanja sa svrhom“ za 2025. godinu. Da smo posvećeni ovoj oblasti govori i naša jedinstvena na tržištu platna kartica namenjena deci od 11 do 18 godina, OTP Junior debitna kartica i OTP m-bank aplikacija za juniore. Tinejdžeri najbolje uče kroz praksu, pa je ovo prirodan način da uplove u svet upravljanja ličnim finansijama, dok njihovi roditelji putem m-bank aplikacije imaju transparentan uvid o tome kako njihovo dete troši novac.

DIGITALNO U SLUŽBI KULTURE I INKLUZIJE

Kao banka koja je pionir i jedan od lidera u oblasti digitalizacije i koju je svetski magazin Euromoney proglasio i za „Najbolju digitalnu banku u Srbiji“ i to drugu godinu zaredom, snažno verujemo i da inovacije imaju smisla samo ako unapređuju svakodnevni život ljudi i donose novu vrednost zajednici.

Zato smo ponosni što smo podržali Biblioteku grada Beograda zahvaljujući čemu je, u saradnji sa Sluš Audio d.o.o, kreirana

prva streaming aplikacija tog tipa u Srbiji i jedinstvena u regionu: Storia audio knjige. Na taj način, svim članovima ove biblioteke omogućen je besplatan onlajn pristup stotinama audio knjiga na srpskom jeziku, u svakom trenutku, bez ikakvih ograničenja.

Ono što nas je posebno privuklo ovom projektu, pored digitalne komponente, jeste upravo spoj njegovih vrednosti sa onim koje negujemo: pristupačnost, kulturna i obrazovna misija, fleksibilnost i jednostavnost. Ponosni smo što smo deo ovog projekta i što smo omogućili da knjiga, u savremenom i pristupačnom formatu, bude bliža svima. Za nas je ulaganje u kulturu i književnost dugoročna opredeljenost, te moramo da spomenemo i Konkurs za najbolji neobjavljeni roman koji smo 2022. godine pokrenuli s izdavačkom kućom Booka kako bismo osnažili posvećenost književnoj sceni i kulturi. Nakon četiri proglašena pobednika kroz prethodne cikluse i petog ciklusa koji je u toku, možemo da kažemo da je postao sinonim za otkrivanje novih, nadarenih pisaca koji su donedavno bili nepoznati ljubiteljima književnosti.

PODRŠKA SRPSKOM SPORTU

Već 24 godine smo zvanična banka Olimpijskog tima Srbije, što za nas predstavlja više od impresivnih brojki; ovo je priča o poverenju, istrajnosti, zajedničkoj viziji i vrednostima. Ove godine smo potpisali novi Ugovor o sponzorstvu koji obuhvata period priprema i učešće na 34. letnjim olimpijskim igrama u Los Angelesu. Ovim ostajemo čvrst oslonac našim olimpijcima, od prvog treninga do olimpijskog podijuma, a duh olimpizma nastojimo da prenesemo i na naše klijente i zajednicu.





ZAJEDNO DO SOLIDARNIJEG DRUŠTVA

Nedavno smo u Nišu, zajedno sa đacima i nastavnicima Škole za osnovno i srednje obrazovanje „Carica Jelena“, poslali snažnu poruku: „Zajedno do solidarnijeg društva“. U ovoj školi za decu sa smetnjama u razvoju, zahvaljujući donaciji, zamenjeno je ukupno 322 metra kvadratna nove stolarije i 436 metara oluka. Tako su učenici, profesori i članovi osoblja novu školsku godinu započeli u toplijem i funkcionalnijem okruženju.

Ovim činom zapravo smo nastavili tradiciju da, umesto kupovine novogodišnjih poklona za klijente i partnere, sredstva usmerimo na humanitarno doniranje ka ustanovama od posebnog značaja, baš kao što je to škola „Carica Jelena“ i da time ostavljamo trajnu vrednost. Poruku solidarnosti poslao je i OTP Leasing Srbija kao članica OTP Grupe u Srbiji, koji je nedavno obeležio dve decenije uspešnog poslovanja na domaćem tržištu lizinga.



Na događaju koji je ovim povodom održan u Beogradu, OTP Leasing je odlučio da bude taj koji daruje, te je zvanično donirao novčana sredstva Školi za oštećene sluhom i nagluve „Stefan Dečanski“ u Beogradu sa tradicijom dugom 128 godina. Na taj način, pružio je svoj doprinos u unapređenju uslova obrazovanja i svakodnevnog života učenika ove škole.

ZA SNAŽNIJU FILANTROPSKU ZAJEDNICU

Prepoznajući koliko je važno podržati dobrotvorne i humanitarne aktivnosti, odlučili smo da ne stojimo po strani, već da pružimo pomoć onima koji svakodnevno pomažu drugima. Krajem 2023. godine, u saradnji sa Srpskim filantropским forumom i Trag fondacijom, pokrenuli smo inicijativu koja je rezultirala prvim Registrom organizacija civilnog društva u Srbiji.

Ideja je jednostavna: podstaći građane da se više uključe u dobrotvorne aktivnosti kroz izuzeće humanitarnih donacija od provizije. Registar je otvoren za sve relevantne organizacije civilnog društva koje ne moraju da imaju račun u OTP banci. Tako organizacijama pružamo veću vidljivost i lakši pristup podršci, a građanima omogućavamo da se uključe u humanitarni rad na jednostavniji način. Verujemo da ovim doprinosimo razvoju filantropske scene u Srbiji kroz saradnju privatnog i civilnog sektora.

MESTO EDUKACIJE, VOLONTIRANJA I BRIGE O BIODIVERZITETU

Ponosni smo što naš projekat OTP Village živi i raste, postajući mesto gde edukacija, volontiranje i briga o biodiverzitetu idu ruku pod ruku. Reč je o našoj medonosnoj oazi u blizini Beograda, nastaloj pod kišobranom Generator



LAB-a, koja pruža stanište za hiljade pčela i dom za desetine različitih medonosnih vrsta bilja. Ove godine, u okviru aktivnosti našeg Kluba volontera, naši zaposleni i članovi njihovih porodica učestvovali su u čišćenju medonosnog vrta, berbi lekovitog bilja spremnog za sušenje i osvežavanju Plant House-a bojenjem. Naš Klub volontera postoji od 2023. godine i oformljen je s ciljem dobrovoljnog okupljanja naših zaposlenih

volonterskim akcijama. Tako smo na Dan planete Zemlje zajedno s kompanijom Mastercard, uz stručnu podršku i vođstvo predstavnika JP Srbijašume, zasadili 500 sadnica na Košutnjaku. Kroz ovu simboličnu, ali konkretnu akciju, poslali smo poruku da održivi razvoj dolazi kroz dela i dodatno osnažili svoje dugogodišnje partnerstvo s Mastercardom u čijoj globalnoj inicijativi, Priceless Planet Coalition, učestvujemo već pet godina s ciljem sadnje 100 miliona stabala širom sveta, gde je to najpotrebnije.

ONI KOJI GRADE BUDUĆNOST SMO MI

Na kraju, svaki korak usmeren ka boljoj budućnosti nosi jasnu poruku: promena počinje od nas samih. Može da inspiriše druge da se pridruže ovoj misiji. Postignuti rezultati tako postaju vidljiviji i merljiviji. Napredak postaje sve manje dalek i nedostižan.

Naši projekti su postali prepoznatljivi brendovi i živi dokazi kako inovativan pristup i osluškivanje potreba zajednice mogu da donesu pravu promenu. Upravo ovo nas motiviše da dajemo najbolje od sebe, Danas i sutra. Jer, budućnost pripada nama, ali pre svega onima koji ostaju posle nas.



NA PUTU POZITIVNIH PROMENA, UVEK I SVUDA

Kroz niz inicijativa koje kombinuju pozitivne odnose prema zajednici, prirodi i celokupnom vrednosnom lancu, PepsiCo u Srbiji pokazuje kako internacionalna kompanija može biti istinski lokalni partner zajednice u kojoj posluje

Kompanija PepsiCo već decenijama se, kroz svoje aktivnosti, trudi da pokaže da je društveno odgovorno poslovanje neizostavni deo poslovne strategije. Kroz niz inicijativa koje kombinuju pozitivne odnose prema zajednici, prirodi i celokupnom vrednosnom lancu, PepsiCo u Srbiji pokazuje kako internacionalna kompanija može biti istinski lokalni partner zajednice u kojoj posluje.

Jedan od ključnih projekata u domenu doprinosa zaštiti životne sredine jeste uvođenje HVO biodizel goriva nove generacije u transportne procese, u saradnji sa logističkim partnerom FERCAM. Ovim korakom, PepsiCo je učinio značajan iskorak ka zelenijem lancu snabdevanja i smanjenju emisije ugljen-dioksida, što predstavlja važan doprinos ciljevima dekarbonizacije i zaštite životne sredine. HVO (hidrotretirani biljni uljani) biodizel dobija se iz obnovljivih izvora, a njegova primena omogućava značajno smanjenje emisije štetnih gasova bez kompromisa po pitanju kvaliteta i efikasnosti transporta. Na godišnjem nivou, linijom koja povezuje Italiju i fabriku grickalica u Magliču, transportuje se oko 700 tona sirovina za proizvodnju Clipsy proizvoda, uz ukupnu uštedu od 46 tona CO₂ i preko 40.000 kilometara ekološki odgovorne vožnje.

Uvođenje biodizela u transportne procese predstavlja važan korak u sprovođenju PepsiCo Positive (pep+) strategije održivog poslovanja, kroz koju kompanija integriše sve veći broj zelenih i odgovornih rešenja u svoj vrednosni lanac. Na ovaj način doprinosi se smanjenju emisije ugljen-dioksida, uz očuvanje visoke operativne i finansijske efikasnosti, čime se potvrđuje da ekološki pristup i poslovna uspešnost mogu i treba da idu ruku pod ruku.

Ovaj uspeh nije ostao izolovan – PepsiCo je širenjem primene HVO biodizela na dodatne transportne rute još jednom potvrdio svoju lidersku poziciju u primeni održivih rešenja. Nova ruta, uspostavljena aprila tekuće godine, koja



ODRŽIVOST NIJE FINALNA DESTINACIJA, VEĆ STALNO KRETANJE KA BOLJEM



povezuje Rumuniju sa Hrvatskom i Slovenijom, omogućila je dekarbonizaciju čak 90% transporta za više od 300 tona proizvoda, što rezultira godišnjom uštedom od više od 160 tona CO₂. Ovom aktivnošću kompanija jasno pokazuje da održivost nije finalna destinacija, već stalno kretanje ka boljem.

SNAGA ZAJEDNIŠTVA I SOLIDARNOSTI

Tokom 2025. godine, kompanija je pokrenula inicijativu doniranja IT opreme koja se više ne upotrebljava u okviru PepsiCo sistema, ali je u potpunosti upotrebljiva i može se staviti u funkciju raznih društvenih grupa.

Ukupno je donirano više od 100 laptopova, tableta i monitora, a cilj ove inicijative jeste da se omogući digitalno osnaživanje mladih i institucija koje doprinose sigurnosti i edukaciji građana, kao i produžavanje životnog veka električnoj i elektronskoj opremi.

PepsiCo je i ove godine nastavio svoju dugogodišnju saradnju sa Bankom hrane Vojvodine, potvrđujući da društvena odgovornost podrazumeva i humanost u praksi. Tokom 2025. godine, kompanija je donirala više od 1,2 tona proizvoda, dok su zaposleni krajem prošle godine volontirali u velikoj akciji pakovanja humanitarnih paketa.

Ova saradnja deo je šireg programa društvene odgovornosti, kojim PepsiCo aktivno doprinosi osetljivim grupama promovišući vrednosti empatije, solidarnosti i zajedničkog napretka.

NA PUTU KA STVARANJU POZITIVNIH PROMENA

Od uvođenja HVO kamiona i energetske efikasnijih transportnih rešenja, preko podrške obrazovanju i humanitarnim organizacijama, do volontiranja i brige o lokalnoj zajednici – PepsiCo svakodnevno pokazuje da društvena odgovornost nije dodatak poslovanju, već njegova suština.

Naša globalna snaga ima smisla samo ako donosi vrednost lokalno – kroz poslovanje koje inspiriše, proizvode koji povezuju i inicijative koje ujedinjuju i menjaju zajednice nabolje.

Održive promene za PepsiCo nisu samo slovo na papiru – one su deo svakodnevnih aktivnosti koje stvaraju pozitivan uticaj na ljude, njihovu okolinu i uslove u kojima žive i rade, ostavljajući pozitivno nasledstvo generacijama koje dolaze.



ODRŽIVO BANKARSTVO JE ODLUKA DA RADIMO DUGOROČNO, ODGOVORNO I U INTERESU CELE ZAJEDNICE

U današnjem okruženju, u kojem su klimatske promene, energetske krize i rast troškova deo svakodnevice, održiv pristup je postao osnova efikasnosti. Banka koja želi da ostane stabilna mora da bude odgovorna, transparentna i spremna da podrži tranziciju ka ekonomiji zasnovanoj na efikasnosti i inovacijama

IGOR ANIĆ, predsednik Izvršnog odbora ProCredit banke

ProCredit banka se već godinama prepoznaje kao lider u oblasti održivog poslovanja i zelene tranzicije. Šta za vas danas znači koncept održivog bankarstva?

Za nas, održivo bankarstvo nije trend koji je došao sa ESG terminologijom – to je način na koji posluje nepunih 25 godina. U praksi, održivo bankarstvo znači da sve poslovne odluke posmatramo dugoročno i kroz jasan sistem vrednosti. Kada odobravamo kredit, ne gledamo samo finansijske pokazatelje, već i ekonomski, ekološki i društveni uticaj projekta. Kada ulažemo u razvoj naših zaposlenih, radimo to sa idejom da gradimo profesionalne timove koji će i za deset godina moći da vode banku u skladu sa najvišim standardima. U današnjem okruženju, u kojem su klimatske promene, energetske krize i rast troškova deo svakodnevice, održiv pristup je postao osnova efikasnosti. Banka koja želi da ostane stabilna mora da bude odgovorna, transparentna i spremna da podrži tranziciju ka ekonomiji zasnovanoj na efikasnosti i inovacijama.

Koje su glavne oblasti u kojima ProCredit banka najviše doprinosi zelenoj tranziciji?

Naš najveći doprinos svakako je finansiranje projekata energetske efikasnosti i obnovljivih izvora energije. Više od petine našeg kreditnog portfolija čine investicije koje direktno smanjuju potrošnju energije i emisije CO₂ – od solarne elektrane za privredu i poljoprivredu, preko energetske sanacije industrijskih objekata, i naprednih tehnologija u proizvodnji. Druga, jednako važna oblast, jeste odgovorno upravljanje sopstvenim ekološkim otiskom. Naša flota vozila sada je u potpunosti električna ili hibridna. Imamo solarne elektrane u Beogradu i Nišu i razmatramo nove lokacije za proširenje.

Kupujemo isključivo struju iz obnovljivih izvora energije i sprovodimo energetske optimizacije svuda gde uočimo odstupanja. Pored toga, smanjujemo potrošnju vode, papira i drugih resursa kako bismo, kao pojedinci i institucija, pokazali da je održivost dostižna. Sa druge strane, aktivno sarađujemo sa našim klijentima na razradi konkretnih planova i strategija za smanjenje njihovog CO₂ otiska. Započecemo diskusiju i tranziciju ka održivijim rešenjima sa klijentima koji su odgovorni za 28 odsto naših Scope 3 (obim 3) emisija, zaključno sa 2027. godinom.

ESG standardi danas postaju obaveza za kompanije. Kako ste ih integrisali u poslovanje?

ESG u ProCredit banci postoji mnogo pre nego što je postao široko korišćen pojam. Još pre petnaest godina doneli smo strategiju za smanjenje uticaja na životnu sredinu, koja se od tada kontinuirano razvija. Cela grupacija potpisala je obavezu o postizanju nulte emisije ugljen-dioksida, čime smo se obavezali da do 2050. godine dostignemo neto nultu emisiju, kako mi kao banka, tako i naši klijenti.

Osim toga, naša lista isključenih delatnosti – projekata koje ne finansiramo zbog negativnog uticaja na društvo i životnu sredinu – postoji više od 20 godina. To je deo „E“ komponente, zajedno sa naprednim sistemom procene ekoloških rizika za svaki projekat. „S“ segment je usmeren na kvalitetan odnos prema klijentima i zaposlenima. Ulaganje u edukaciju zaposlenih jedan je od stubova našeg identiteta. Godišnje izdvajamo značajna sredstva i vreme za obuke, mentorstvo, razvoj digitalnih veština i naprednih finansijskih znanja. Sa klijentima gradimo odnos na poverenju, uz potpunu transparentnost uslova – bez skrivenih naknada i nejasno definisanih obaveza.



Korporativno upravljanje jeste treći stub. To podrazumeva jasan sistem odgovornosti, interne kontrole, upravljanje rizicima i etičke standarde koji garantuju stabilnost banke. Verujemo da je integritet najvažnija valuta u bankarskom sektoru.

Najavili ste jače pozicioniranje u segmentu stanovništva. Kako se održivost uklapa u novi strateški fokus?

Otvaranje banke ka stanovništvu za nas nije kratkoročna komercijalna odluka, već logičan nastavak dugoročnog održivog modela. Želimo da građanima ponudimo jednostavne, jasne i fer bankarske proizvode, ali i da ih podstaknemo da donose odluke koje dugoročno poboljšavaju njihov kvalitet života – ulaganje u energetske efikasnosti doma, smanjenje troškova energije, razvoj finansijske pismenosti, odgovorno upravljanje budžetom. Posebno vidimo prostor u finansiranju energetske rešenja za domaćinstva: solarnih panela, toplotnih pumpi, izolacije, zamene stolarije. Domaćinstva igraju važnu ulogu u ukupnoj potrošnji energije, i zato je važno da se uključe u proces zelene tranzicije. Naš zadatak je da im omogućimo jednostavan pristup finansiranju i savetovanju.

Kako ocenjujete trenutni nivo razvoja zelene ekonomije u Srbiji?

Srbija se kreće u pravom smeru, ali tempo mora biti

brži. Energetski sistem zahteva modernizaciju i jačanje infrastrukture, a privreda sve više razume da ulaganje u efikasnost povećava konkurentnost, posebno u kontekstu evropskih tržišta i regulative kao što je CBAM. Vidimo da se menja svest – više kompanija pristupa strategiji dekarbonizacije, meri svoj ekološki otisak i planira investicije u napredne tehnologije.

U svemu tome, uloga banke je ključna. Mi ne finansiramo projekte samo zato što su isplativi, već zato što su društveno korisni. I verujem da je upravo ta kombinacija komercijalne logike i odgovornosti ono što donosi rezultate.

Koliko će domaća regulativa ubrzati ovu transformaciju?

Usklađivanje sa EU regulativom je neminovno i stvari se već vidljivo menjaju. Uvođenje obaveze izveštavanja o održivosti, jačanje standarda upravljanja rizicima i sve veći pritisak tržišta podstiču kompanije da uvedu sistemski ESG pristup. To će značiti veću transparentnost u poslovanju, ali i pristup povoljnijem finansiranju za kompanije koje prepoznaju šansu u održivim tehnologijama. ProCredit banka se na te promene oslanja već duže, jer verujemo da donose stabilniju i predvidljiviju ekonomiju.

Kada govorimo o ulozi banke u društvu, šta smatrate svojom najvećom odgovornošću?

Naša primarna odgovornost je da budemo pouzdan partner – ne samo u trenucima rasta, već i u periodima neizvesnosti. Bankarstvo se zasniva na poverenju, a poverenje se gradi profesionalnošću, transparentnošću i doslednošću. Smatram da se odgovorna banka vidi po tome šta odbija da finansira jednako kao i po tome šta podržava. Takođe, smatram da je naša uloga da doprinesemo stvaranju kulture u kojoj je dugoročno razmišljanje vrednost. Ako kao društvo želimo održiv razvoj, onda svi moramo da ulažemo u obrazovanje, energetiku, inovacije i profesionalnu etiku.

Koji su strateški prioriteti ProCredit banke u narednim godinama?

Naš cilj je jasan: nastavice da budemo referentna institucija za održivo bankarstvo u Srbiji. Jaćaćemo u segmentu zelenih finansija, podržavati digitalizaciju ekonomije i razvijati proizvode koji klijentima donose dugoročne koristi. Paralelno ćemo širiti ponudu za stanovništvo, zadržavajući isti nivo transparentnosti koji nas razlikuje na tržištu. Verujem da će narednih pet godina doneti ubranu transformaciju celog finansijskog sektora. Banke koje se budu oslanjale na održiv model biće one koje će moći stabilno da rastu. ProCredit banka je spremna za taj proces i nastaviće da bude primer odgovornog ponašanja i poslovanja u finansijskoj industriji.

SADIMO LESKE ZA ZELENIJU BUDUĆNOST

Srpska kompanija Treesury pre nešto više od godinu i po imala je viziju, a danas se može pohvaliti izuzetno uspešnim poslovnim modelom digitalnih zelenih obveznica koji funkcioniše po principu „jedan token = jedno stablo leske“

Naučne studije pokazale su da zasadi lešnika mogu apsorbovati i do 58,8 tona CO₂ po hektaru godišnje, a kako je potrebno manje oranja ovih zasada, zemljište se ne uznemirava i dolazi do razvoja biodiverziteta. Takođe, leskina šuma prirodno je stanište za brojne vrste ptica i insekata. Gajenje leske zahteva značajno manje hemijskih tretmana: do pet puta manje nego jabuke, i dvostruko manje nego borovnice. Lešnici su otporni na vremenske uslove, bolesti i štetočine, oprašuju se putem vetra i mogu se saditi tokom dužeg perioda.

Kada je reč o ekonomskoj efikasnosti, očišćeni lešnici mogu da se skladište do dve godine, i transportni gubici su minimalni. Gajenje lešnika zahteva deset do 15 puta manje rada i ulaganja nego proizvodnja jabuka i borovnica, što je posebno značajno u kontekstu nedostatka radne snage. Globalno tržište lešnika prema predviđanjima, rašće po godišnjoj stopi od 8,8% do 2033. godine, podstaknuto rastućim trendovima zdravije ishrane.

Srbija se ističe kao idealna lokacija za uzgoj lešnika zbog povoljnih klimatskih uslova, kvalitetnog zemljišta i pristupa evropskim tržištima. Iako uzgoj lešnika zahteva veći početni kapital i duži period povraćaja investicije, ovi izazovi ga čine savršeno pogodnim za inovativan model finansiranja putem tokenizacije.

Srpska kompanija Treesury pre nešto više od godinu i po imala je viziju, a danas se može pohvaliti izuzetno uspešnim poslovnim modelom digitalnih zelenih obveznica koji funkcioniše po principu „jedan token = jedno stablo leske“. Pre nešto više od godine, u javnost smo izašli sa našim Treesury projektom i uprkos sumnjama skeptika, i nerazumevanju koncepta tokenizacije i digitalnih zelenih obveznica među delom građana, dokazali smo da naš poslovni model funkcioniše. Naše digitalne tokene (zelene

obveznice) kupilo je više od 120 investitora sa tri kontinenta, i od prikupljenog novca, u proleće ove godine posadili smo 53 hektara pametne plantaže lešnika u Čoki. Investicije iz prve emisije uveliko rastu, a u narednim danima očekujemo i novu, drugu emisiju naših tokena – ističe Jovan Paunović, CEO kompanije Treesury.

TEHNOLOGIJA U SLUŽBI POLJOPRIVREDE

Kako kaže Paunović, ova mlada srpska kompanija dokazala je da je moguće na ovakav, moderan način: prikupiti kapital, omogućiti većem broju investitora da se priključe održivim i regenerativnim poljoprivrednim projektima, i zasaditi modernu plantažu leske koja koristi najnaprednije tehnologije kako bi prinosi bili viši i kvalitetniji. Ali, ne samo to. Ovakav vid poslovanja višestruko je koristan i blagotvoran i za zemlju, vazduh i vodu.



• Verujemo da je kratkoročan pogled na poslovanje i težnja ka maksimizaciji profita apsolutno pogrešan pristup, i da na duži rok ne može dati dobre rezultate i obezbediti kontinuitet poslovanja. Sigurni smo i da je upravo ovakav pristup uzročnik mnogih problema današnjice poput preteranog zagađenja ili konzumerizma koji imaju negativne posledice na planetu. Čvrsto verujemo da je jedino tripple bottom line approach održiv i isplativ poslovni model na duge staze, i da će uvek dugoročno dati prave rezultate. Kada profit ide pod ruku sa dobrobiti planete i dobrobiti društva u kome poslujemo, to je uvek pravi put – naglašava Paunović. Treesury je tehnologiju stavio u službu poljoprivrede kao fundamentalne grane kako bi je učinio što efikasnijom i transparentnijom, i omogućio većem broju investitora da



MLADI NA SELU

Kompanija Treesury na svojoj plantaži zapošljava mlade ljude iz ruralnih sredina.

„Želja nam je da ostanu na selu, tamo gde su rođeni, i da imaju kvalitetan i dostojan život. I ono najvažnije – da rade ono što vole. Obezbeđujemo im i dodatno obrazovanje, jer korišćenje modernih tehnologija podrazumeva obuku, te ovom edukacijom mladi na selu postaju konkurentni i na globalnom tržištu“, kaže Paunović.

ulaže u ovu, krucijalnu granu privrede, čineći je održivijom i otpornijom za buduće generacije.

• Uvođenjem inovacija kao što su karbonski krediti učinili smo da profitabilnost u poljoprivredi poraste tako što smo otvorili do sada neiskorišćeni izvor prihoda za poljoprivrednike. Korišćenjem tehnologije povećavamo efikasnost poljoprivrede i istovremeno sprečavamo trošenje nepotrebnih resursa. Znajući da je poljoprivreda najveći potrošač slatke vode (do 70 odsto potrošnje svetske vode odlazi na poljoprivredu) – koristimo pametne sisteme navodnjavanja i senzora za uštedu vode. Isto tako, tehnologija: multispektralne slike, veštačka inteligencija... nam omogućavaju da izbegnemo i prekomernu upotrebu đubriva ili bilo kojih prihrana koje koristimo – objašnjava Paunović.



REGENERATIVNA POLJOPRIVREDA

Na Treesury plantaži u Čoki vodi se računa i o tome da se poboljša kvalitet zemljišta.

- Važno nam je da obnovimo organsku materiju kako bismo zemljištu vratili svojstva koje je nekada imalo. U Vojvodini je, recimo, u proteklih 80 godina nivo organske materije u zemljištu smanjen sa pet na svega 1,5 do dva odsto. U te svrhe koristimo metodologije regenerativne poljoprivrede: sadnju pokrivnih kultura i vetrozaštitnih pojaseva koji dodatno doprinose povećanju biodiverziteta, sprečavaju eolsku eroziju i smanjuju rast temperature, a plantaža leske uopšteno čisti vazduh od ugljen-dioksida . Leska tokom procesa fotosinteze apsorbuje veliku količinu ugljen-dioksida, dok konverzijom zemljišta iz pojedinih ratarskih kultura u šume leske, usled povećanja biomase i smanjenog uznemiravanja zemljišta, postizemo još veći pozitivan efekat na karbonski otisak – naglašava Paunović. – Sa ovakvim pristupom možemo obezbediti održivost i atraktivnost ulaganja u poljoprivredu, što privlači sve veći broj investitora koji prepoznaju ovakve poslovne modele kao dugoročno održive i isplative.

KLJUČ USPEHA

Prema rečima Jovana Paunovića, osnivača i direktora kompanije Treesury, ključni faktor uspeha je multidisciplinarni tim koji je ukrstio različite ekspertize na ovom projektu. Ali, i korišćenje naprednih tehnologija (senzora, dronova, satelita...) zahvaljujući kojima se dobija mnoštvo podataka koje obrađuje veštačka inteligencija.

PARTNERI

Kompanija Treesury je i u prvoj emisiji, ali i u novoj koja se očekuje svakog dana, imala podršku: Instituta Biosens, Evropske banke za obnovu i razvoj (Star Venture program), Svetske banke (Katapult akcelerator/SAIGE projekat), Fonda za inovacionu delatnost.

„Na osnovu tih podataka možemo da donosimo znatno preciznije i informisanije odluke, a time i bolje rezultate u proizvodnji. Mi smo se za ovaj projekat pripremali čitavog života. Imamo ekspertizu u proizvodnji lešnika i sopstvenu metodologiju koja je razvijana i usavršavana tokom 25 godina, a koja daje od 30 do 50 odsto više i kvalitetnije prinose od standarda u industriji. Imamo veliko iskustvo u finansijama, novim tehnologijama, poljoprivredi, prodaji. Kao još jedan važan faktor uspeha istakao bih i odabir pravih partnera koji su nas podržali na ovom putu“, kaže Paunović. On poručuje da svaki građanin može da investira u proizvodnju lešnika i tako ostvari povraćaj uloženog od njegove prodaje, ali i od prodaje karbonskih kredita, jer leska čisti vazduh.

„Investicija u Treesury tokene tako je ne samo finansijska, već i investicija u budućnost planete i generacija koje dolaze posle nas“, kaže Paunović.



NOVA EMISIJA DIGITALNIH TOKENA – NOVA PRILIKA ZA INVESTICIJE

U prethodnoj emisiji Treesury tokena kamatne stope su se kretale između 12 i 15 odsto, u zavisnosti od visine investicije. Nova emisija imaće drugačije uslove, ali će svakako povraćaji biti jednako primamljivi, i iznad onih tradicionalnih koje investitori imaju na raspolaganju - polaganje depozita kod banaka ili investiranja u nekretnine.

„Reč je o pasivnoj investiciji koja je omogućena kroz regulisani finansijski instrument. Zahvaljujući modelu 'jedan token = jedno stablo leske' investitori ostvaruju prihod tokom 40 godina na osnovu prinosa i dodatnih izvora poput karbonskih kredita. Dokazali smo da je pametna poljoprivreda u Srbiji – moguća i nastavljamo u istom pravcu“, kaže Paunović.

OLAKŠANO I UBRZANO INVESTIRANJE U POLJOPRIVREDU

Tokenizacija i blockchain daju mnogo veće mogućnosti i fleksibilnost privredi.

„Konkretno, u poljoprivredi se javlja problem finansiranja proizvodnje, jer se poljoprivredni proizvođači uglavnom oslanjaju na sopstvena sredstva ili su usmereni na tradicionalne bankarske proizvode koji uglavnom imaju rigidne uslove i visoke troškove. Uz pomoć sigurnosnih tokena, koji predstavljaju digitalne hartije od vrednosti, omogućili smo jednostavno finansiranje poljoprivredne proizvodnje tako

što se koristeći naše rešenje poljoprivrednici mogu direktno obratiti otvorenom tržištu i prikupiti kapital od šire javnosti. Dodatna vrednost je i to što poljoprivrednike pratimo i kroz modernizaciju i digitalizaciju poljoprivredne proizvodnje, što povećava efikasnost same proizvodnje, kao i kvalitet i kvantitet prinosa, te stvara maksimalno transparentan investicioni okvir koji investitori očekuju. Ovakav model nam omogućava da obezbedimo plasman proizvedene robe kroz dugoročne ugovore sa industrijskim kupcima koji zahtevaju usklađenost sa rigoroznim standardima i velike količine. U najkraćem, poljoprivrednici kroz tokenizaciju prikupljaju kapital, digitalizuju proizvodnju i imaju obezbeđen plasman robe“, objašnjava Paunović.

Nova generacija tržišta kapitala na blokčejnu otvorena je 24 sata i daleko je efikasnija, jer je automatizovana, garantuje stranama ispunjenje obaveza iz pametnog ugovora i podrazumeva daleko brže saldiranje transakcija uz značajno manje troškove.

„Investitorima smo, s druge strane, uklonili barijere za investiranje u poljoprivredu: značajno smo smanjili minimalan ulog, omogućili investiranje bez domenskog znanja (svim projektima upravljaju provereni profesionalni poljoprivredni proizvođači), i unapredili likvidnost jer se digitalnim tokenima mnogo lakše i brže može trgovati. Reč je o pasivnoj investiciji: nema nikakvog angažmana od strane investitora, a postoji potpuna transparentnost za praćenje napretka plantaže/ investicije. Industrijski kupci sada dobijaju stabilan izvor visokokvalitetne sirovine koja ispunjava najrigoroznije standarde i koji se može skalirati po potrebi.“

ZAKON O DIGITALNOJ IMOVINI

Zakon o digitalnoj imovini Republike Srbije pruža mogućnost kompanijama da prikupe sredstva za finansiranje svog rasta i razvoja kroz emisiju digitalnih tokena koji imaju sve karakteristike digitalne obveznice. Razlika je u tome što digitalne obveznice pružaju dodatnu fleksibilnost kompanijama, a beli papir koji prati svaku emisiju digitalne obveznice pruža sveobuhvatne informacije za investitore, a u isto vreme i predstavlja obavezu za izdavaoca. Komisija za hartije od vrednosti, kao regulatorno telo koje daje odobrenje na izdavanje belog papira, prati život svakog tako izdatog instrumenta na srpskom tržištu kapitala i u saradnji sa investitorima kontroliše da svi izdavaoci poštuju ono što su investitorima obećali kroz beli papir.

ODGOVORNO GRADIMO BUDUĆNOST

Održivost je čvrst temelj strategije wienerbergera, a odgovornost prema ljudima i prirodi ključni je princip kojim kompanija oblikuje svoje poslovanje

Kompanija wienerberger kroz inovacije, energetske efikasne rešenja i snažnu posvećenost zaposlenima aktivno doprinosi zdravijem ekosistemu i napretku građevinske industrije ka održivijem modelu razvoja. Kriterijumi održivosti integralni su deo poslovnih rezultata i nalaze se u centru pažnje svih učesnika u lancu odlučivanja, potvrđujući da je dugoročna odgovornost jednako važna kao i poslovni uspeh. Kompanija wienerberger je globalni lider kada je u pitanju proizvodnja proizvoda od opeke, odnosno tradicionalnih građevinskih materijala i slovi za jednog od vodećih proizvođača građevinskih materijala u svetu. Na srpsko tržište je wienerberger ušao akvizicijom kompanije Tondach, koja je bila vlasnik nadaleko poznate fabrike za proizvodnju crepa Potisje Kanjiža, sa tradicijom dužom od 100 godina. Kompanija je, između ostalog, nosilac ECO Vadis Platinum medalje, što je svrstava u jedan odsto najboljih kompanija u ovoj industriji. U svojoj strategiji održivosti, wienerberger se fokusira na oblasti dekarbonizacije, cirkularne ekonomije i biodiverziteta.

BIODIVERZITET – PRIRODA KAO KLJUČNI SAVEZNIK

Gubitak biodiverziteta u poslednjih 40 godina je bez presedana, stoga kompanija wienerberger smatra da je od izuzetne važnosti raditi na podizanju svesti o važnosti njegovog očuvanja za našu planetu. Ove godine je **Dan biodiverziteta** obeležen širom sveta, a u fabrici u Kanjiži su organizovane brojne zanimljive



Izvor: wienerberger

aktivnosti i radionice. Zaposleni su zajedno sa najmlađim članovima njihovih porodica učestvovali u akcijama poput sadnje drveća, pravljenja kućica za ptice i hotela za insekte. Ovaj projekat pokazuje da je industrijski sektor pouzdan partner zajednice u očuvanju prirode i promociji održivog razvoja. Tim za pripremu proizvodnje kontinuirano učestvuje u akcijama očuvanja prirodnih resursa u okruženju fabrike u Kanjiži. Na taj način se ne samo ostvaruje doprinos zaštiti lokalnog ekosistema, već se i podiže svest među zaposlenima o značaju zaštite prirode. Naredne godine je u fabrici u Kanjiži planirano održavanje brojnih aktivnosti u okviru meseca biodiverziteta.



Nekadašnja industrijska lokomotiva koja je prevozila sirovinu i poluproizvode u fabrici. Važno industrijsko i kulturno nasleđe pogona u Kanjiži podseća na vreme kada je upravo lokomotiva bila okosnica čitavog procesa proizvodnje.

ODGOVORNO PREMA LJUDIMA – SIGURNOST I INKLUZIJA NA DELU

Kompanija wienerberger stavlja uvek ljude na prvo mesto. Projekat „**DEI - Diversity and Inclusion (Različitost i inkluzija)**“ deo je šire društveno odgovorne strategije kompanije wienerberger Srbija, koja se zasniva na poštovanju, poverenju i osnaživanju zaposlenih da slobodno izraze svoju kreativnost, autentičnost i ostvare svoj potencijal. Cilj je da se stvori radno okruženje u kojem se svako oseća prihvaćeno, vrednovano i jednako uključeno, bez obzira na pol, godine, poreklo, veru, uverenja, fizičke mogućnosti ili druge lične karakteristike. Projekat DEI nije samo interni HR program, već oblik društvene odgovornosti prema zaposlenima i zajednici. Fabrika u Kanjiži zauzima istaknuto mesto među evropskim pogonima, zahvaljujući izuzetnim rezultatima, efikasnom proizvodnom procesu i smanjenoj potrošnji energije

i sirovina. Planirani projekti energetske efikasnosti fokusirani su na maksimalno iskorišćavanje otpadnog toplog vazduha iz zone hlađenja za potrebe sagorevanja u gorionicima, pri čemu se ostvaruje ušteda prirodnog gasa i smanjenje emisije ugljen-dioksida za oko 500 tona godišnje. Takav projekat se već realizuje u dva proizvodna pogona, a planirano je da se 2026. godine dodatno podigne temperatura vrućeg vazduha za sagorevanje, čime će se povećati uštede. Kompanija posebnu pažnju posvećuje svojim zaposlenima, ističući bezbednosnu i zdravstvenu kulturu kao apsolutni prioritet. Sa ciljem edukacije i podizanja svesti zaposlenih o važnosti poštovanja pravila koja doprinose njihovoj bezbednosti na radnom mestu, organizovan je „**Safety day**“ u fabrici u Kanjiži. Tokom događaja, zaposleni su učestvovali u informativnim predavanjima, praktičnim vežbama i interaktivnim treninzima, stičući znanja i veštine koje im omogućavaju da aktivno doprinesu očuvanju bezbednosti i zdravlja na svom radnom mestu.



Izvor: wienerberger

CIRKULARNA EKONOMIJA – PUT KA EFIKASNIJEM KORIŠĆENJU RESURSA

Još jedan važan projekat održivog razvoja predstavlja planirano iskorišćavanje pečenog škarta (škarta crepa kao gotovog proizvoda) i njegovo ponovno vraćanje u proces proizvodnje u polaznu sirovinsku mešavinu. Realizacija ovog projekta predstavlja značajan doprinos cirkularnoj ekonomiji, jer celokupna količina pečenog škarta može ponovo da se vrati u proces proizvodnje. Dugoročno gledano, biće moguće obezbediti ponovnu upotrebu starih crepova sa krovova kuća koje su spremne za rekonstrukciju. Na primer, ukoliko vlasnik objekta sagrađenog 70-ih godina prošlog veka sa crepom iz Kanjiže, želi da renovira krov svog objekta, stari crep ne mora da baca, već može da ga vrati kompaniji koja će ga dalje koristiti u ponovnom proizvodnom procesu. Stari crep se na ovaj način ponovo koristi putem recikliranja u vidu sirovine za novi crep.

DEKARBONIZACIJA NA DELU – EFIKASNIJA ENERGIJA, ODRŽIVIJI RAST

U poslovnom sektoru logistike se koriste **CESAB viljuškari** sa električnim pogonom, što predstavlja

svojevrsnu retkost u ovom segmentu gde se uglavnom koriste varijante sa pogonom na dizel goriva. Kompanija je odlučila da pređe na električne viljuškare kako bi pokazala posvećenost održivom razvoju i smanjenju ekološkog uticaja, što donosi prednosti poput smanjenja emisije štetnih gasova i buke, čime se poboljšava radno okruženje. Električni viljuškari su efikasniji u pogledu troškova goriva i održavanja, što dugoročno može rezultirati uštedom u operativnim troškovima. Jedan električni viljuškar od 6 t godišnje proizvede oko 13,5 t manje CO₂. Takođe, s obzirom na to da ne koriste fosilna goriva, ušteda u potrošnji je i do



Izvor: wienerberger



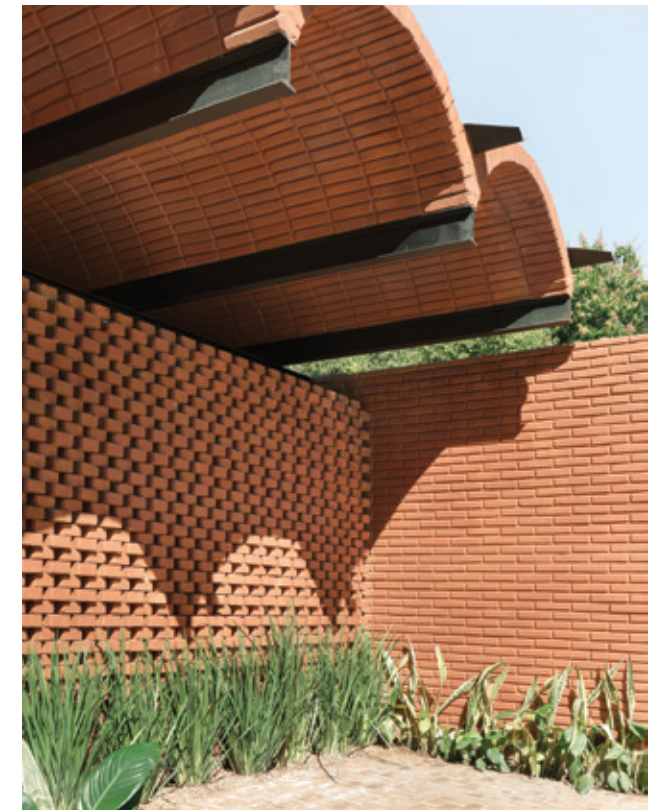
Izvor: wienerberger

1.400 litara dizela godišnje. Pored ekonomske opravdanosti upotrebe električnih viljuškara, wienerberger kao društveno odgovorna kompanija, koristeći „zelenu energiju“ iz hidroelektrane Đerdap za punjenje viljuškara, dodatno doprinosi zdravijem okruženju za sve zaposlene i za lokalnu zajednicu.

PAMETNA REŠENJA ZA MODERNE GRAĐEVINE

Sa željom da istakne korišćenje materijala od opeke, pre svega cigle i crepa, kao tradicionalne materijale za koje se veruje da nemaju adekvatnu zamenu, kompanija je pokrenula **nagradu „Brick Award“** koja se dodeljuje svake druge godine i u kojoj učestvuju arhitekte iz celog sveta. Razmatraju se najbolji projekti, koji ne moraju da budu rađeni sa wienerberger materijalima. Ovaj konkurs je posebno interesantan arhitektama koji rade na projektima sa ciglom i opekom, i veruju da na taj način doprinose održivoj kulturi življenja i stanovanja. Na dodeli nagrada „Brick Award 2026. godine“ biće proglašeni pobednici u konkurenciji radova arhitekata iz celog sveta. Kompanija wienerberger kuću budućnosti zamišlja kao pametnu, održivu i prilagođenu potrebama ljudi i planete. Uz energetske efikasna rešenja za **„net zero“ koncept gradnje** koji podrazumeva nisku potrošnju energije, povećanu toplotnu izolaciju, visoku hermetičnost objekta, maksimalan komfor i zdravu mikroklimu, dug vek trajanja objekta bez potrebe za dodatnom termoizolacijom, sve za dobrobit korisnika. Velika pažnja posvećuje se

inovacijama koje doprinose održivosti, stoga kompanija wienerberger akvizicijom kompanije Terreal, koja je jedna vodećih firmi za napredna rešenja na krovovima, sa sistemima za integrisanje solarnih panela na kosim krovovima, prilagođava poslovanje trendovima u kojima visokotehnološki sektor diktira rešenja za energetske efikasnost i održivost. Ovakav integrisan pristup, koji povezuje sve sektore od proizvodnje do logistike i HR-a, čini wienerberger kompanijom koja ne samo da isporučuje proizvode, već aktivno gradi održivu budućnost – za industriju, zajednicu i planetu. Kriterijumi održivosti usmereni su ka rešenjima koja čuvaju prirodu, unapređuju kvalitet života i stvaraju dugoročnu vrednost za zajednicu, i čine integralni deo poslovnih rezultata, nalazeći se u centru pažnje svih učesnika u lancu odlučivanja. Upravo ta celovita posvećenost čini wienerberger ne samo pouzdanim partnerom građevinske industrije, već i akterom koji aktivno oblikuje održivu budućnost domaćeg tržišta potvrđujući da je dugoročna odgovornost jednako važna kao i poslovni uspeh.



Arhitekta: Equipo de Arquitectura, Fotograf: Federico Cairoli

ZAJEDNICA KOJA RASTE UZ PODRŠKU

Više od dve decenije, Wiener Städtische osiguranje gradi kulturu koja počiva na odgovornosti prema zajednici, zaposlenima, klijentima i partnerima

Inspirisani međunarodnim prisustvom naše matične kompanije, Vienna Insurance Group (VIG), svakodnevno primenjujemo najbolje prakse, sledeći vrednosti koje su utkane u našu korporativnu kulturu – različitost, posvećenost i odgovornost. Negujemo tradiciju društveno odgovornih akcija, volontiranja i podrške zajednici, što smo i ove godine potvrdili nizom humanitarnih, ekoloških i edukativnih inicijativa. Posebnu pažnju smo posvetili podršci mladima iz društveno osetljivih grupa, ali i promovisanju umetnosti, sa željom da je približimo ljudima širom zemlje.

OD SRCA ZAJEDNICI

Naše angažovanje u društveno odgovornim projektima obuhvata i lično učešće zaposlenih kroz program korporativnog volontiranja – Lanac dobrote, koji sprovodimo sa velikom radošću i entuzijazmom od 2011. godine. Nastojimo da podržimo inicijative koje pokreću pozitivne promene i inspirišemo zaposlene da prepoznaju potrebe u svojim sredinama, i sami iniciraju rešenja koja bi unapredila određen segment života naših sugrađana. Snaga Lanca dobrote se ogleda u konkretnim promenama – od farbanja učionica i uređenja prostora za igru u vrtićima, do ozelenjavanja i humanitarnih akcija. Svaki angažman pokazuje da solidarnost i pažnja prema drugima grade okruženje u kojem se oslanjamo jedni na druge i pružamo podršku onima kojima je to najpotrebnije.

SNAGA HUMANOSTI

Vođeni željom da doprinesu poboljšanju uslova života osetljivih grupa stanovništva, naši volonteri redovno

učestvuju u različitim humanitarnim aktivnostima. Ove godine se veliki broj naših zaposlenih odazvao akciji dobrovoljnog davanja krvi i direktno su pomogli pacijentima kojima je krv neophodna za lečenje. Prikupljanjem garderobe i školskog pribora pomogli smo deci iz socijalno ugroženih porodica i korisnicima organizacija poput Caritasa i drugih, dok je podrška u vidu sakupljanja plastičnih čepova, koju sprovodimo svake godine, doprinela da organizacija „Čep za hendikep“ nabavi ortopedska pomagala za osobe sa invaliditetom. Volonteri iz Loznice i Šapca uredili su dvorište i letnjikovac u „Kući nade“, prostoru Udruženja Plava školjka, koje pruža podršku samohranim roditeljima i porodicama sa decom sa smetnjama u razvoju. Naši zaposleni su od srca prikupili i donirali osnovne potrepštine deci i humanitarnim organizacijama, uključujući Svratište za decu i Centar Zvezda u Beogradu, Crveni krst u Subotici, Caritas u Novom Sadu, Udruženje Kolo srpskih sestara Nadežda Petrović u Čačku i humanitarnu organizaciju „Ako imaš, ti donesi. Ako nemaš, ti odnesi“ u Nišu.



NEGUJEMO TRADICIJU DRUŠTVENO ODGOVORNIH AKCIJA, VOLONTIRANJA I PODRŠKE ZAJEDNICI

EKOLOŠKI ANGAŽMAN

Privrženi smo očuvanju i obnavljanju životne sredine i zato smo sa radošću posadili pedeset sadnica u parku Ušće u Beogradu, doprinoseći očuvanju jednog od najposećenijih gradskih zelenih prostora. U Dečjem selu u Sremskoj Kamenici, naši volonteri su uredili dvorište i zasadili nove sadnice drveća kako bismo najmlađima omogućili prijatnije okruženje za igru. Na Vršaćkom bregu obnovljene su i postavljene informativne table duž planinarskih staza, što je od posebnog značaja za rekreativce i brojne posetioce koji koriste ovu rutu.

Tradicionalno podržavamo program Ekoopština i kao partner ove inicijative aktivno doprinosimo stvaranju

čistijih i održivijih gradova u Srbiji, sa ciljem obezbeđivanja kvalitetnijeg i zdravijeg okruženja za buduće generacije. U okviru projekta Ekoopština 2025, opštinama Svilajnac i Vranje dodelili smo stalke za bicikle, nagrađujući njihove projekte prijavljene u okviru programa Održiva mobilnost.

PODSTICANJE ZDRAVIH ŽIVOTNIH NAVIKA

Kao jedno od vodećih osiguranja u segmentu dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja, posvećeni smo podizanju svesti o važnosti preventivnih pregleda. Zato smo uspostavili praksu besplatnih preventivnih lekarskih pregleda za osiguranike dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja, koju sprovodimo svake godine kroz tri uspešne kampanje. Akciju besplatnih ultrazvučnih pregleda dojki smo pokrenuli kako bismo ženama omogućili da, pored svakodnevnih obaveza, ne zaborave na brigu o sopstvenom zdravlju. Kroz akciju „Slušaj svoje srce“ našim osiguranicima smo pružili mogućnost besplatnog ultrazvučnog pregleda srca, a kampanjom „Movembar“, u okviru meseca borbe protiv raka prostate i testisa, omogućili smo besplatne preventivne ultrazvučne preglede bešike i prostate uz analizu tumor markera.



Poseban segment čini naš online magazin Krug zdravlja, koji kroz edukativne sadržaje podiže svest o zdravstvenim rizicima i promoviše zdrave životne navike. Naši volonteri su sa zadovoljstvom učestvovali u sportskim aktivnostima humanitarnog karaktera. Trčali su na Beogradskom maratonu u znak podrške organizaciji BELhospice, koja pruža palijativnu negu onkološkim pacijentima u terminalnoj fazi, dok su svojim učešćem na Čačanskom polumaratonu pomogli obezbeđivanju sredstava Kolu srpskih sestara „Nadežda Petrović“, koje pomaže najugroženijim sugrađanima.

PODRŠKA MLADIM HEROJIMA ZNANJA

Wiener Städtische osiguranje je pokrenulo program Wiener talenti s ciljem da podrži mlade talente iz različitih oblasti – nauke, tehnologije, umetnosti i sporta širom Srbije. Program je uspostavljen 2023. godine, kada je desetoro najuspešnijih muzičkih talenata dobilo priznanje za svoj rad i trud. Sledeće, 2024. godine, nagrada je pripala desetoro mladih teniskih nada, dok je ove godine kompanija poseban fokus stavila na obrazovanje prepoznavši izuzetan doprinos Matematičke gimnazije i njenih talentovanih učenika.

Ovogodišnji dobitnici priznanja Wiener talenti su najuspešniji učenici Matematičke gimnazije u Beogradu – pet izuzetnih mladih ljudi koji su u prethodnoj školskoj godini ostvarili zapažene rezultate na najprestižnijim svetskim takmičenjima, osvojivši 50 medalja, i to u više naučnih disciplina.

Filip Kilibarda je osvojio zlato na Juniorskoj naučnoj olimpijadi i bronzu na Olimpijadi iz veštačke inteligencije. Janko Popović je osvojio osam medalja iz fizike i hemije, uključujući srebra na međunarodnim olimpijadama, postavši najuspešniji srpski takmičar iz hemije i učenik generacije Matematičke gimnazije. Petar Banović je uzeo srebro na Internacionalnoj olimpijadi iz informatike, zlato na Balkanskoj i bronzu na Internacionalnoj olimpijadi iz matematike. Andrej Drobniaković ima devet medalja iz fizike i hemije, uključujući srebra na međunarodnim olimpijadama iz fizike i bronzu iz hemije. Stefan Šebez je osvojio srebro na Internacionalnoj olimpijadi iz matematike i bronzu na Internacionalnoj olimpijadi iz informatike.

Najuspešniji učenici su osim priznanja dobili i novčanu podršku da nastave putem izvrsnosti. Program Wiener talenti je naš način da budemo na mestu gde se talenat rađa, a nagrađeni učenici predstavljaju dokaz da ulaganje u razvoj talenata donosi najvrednije rezultate za budućnost.

EDUKACIJOM GRADIMO OTPORNIJE DRUŠTVO

Tokom 2025. godine, nastavili smo da realizujemo edukativne aktivnosti koje jačaju zajednicu i podižu svest o ključnim društvenim pitanjima, naročito u oblasti razumevanja rizika.

Posebnu pažnju posvećujemo mladima, nastojeći da im pružimo znanje koje će im pomoći da donose odgovorne i informisane odluke. U skladu sa tim, nastavljena je naša saradnja sa organizacijom „Dostignuća mladih u Srbiji“ na projektu „Finansijska pismenost“, a edukativne aktivnosti su sprovedene u srednjim školama širom zemlje. Naše kolege volonteri, obučeni za rad sa mladima, tokom radionica đacima približavaju teme kao što su planiranje i upravljanje kućnim budžetom, osnove finansijskog odlučivanja, rešavanje realnih životnih situacija, upravljanje rizicima i odgovorno rukovanje novcem, ali i predstavljaju ulogu osiguranja u obezbeđivanju finansijske stabilnosti.

PRIZNANJE KOJE JE OSNAŽILO MLADE

Naš dugogodišnji angažman u društveno odgovornim projektima i posvećenost podršci društvu u Srbiji prepoznati su značajnim međunarodnim priznanjem - Bronzanom Günter Geyer nagradom za društvenu odgovornost, koju dodeljuje Vienna Insurance Group. Odlukom da sredstva iz fonda u iznosu od 20.000 evra usmerimo na podršku održivom programu posvećenom mladima iz društveno osetljivih grupa, profesionalno priznanje pretvorili smo u konkretno delo. Donacija je uručena udruženju Centar Zvezda za podršku programu „Kuća mogućnosti“, namenjenom mladima koji su, po navršenju punoletstva, izašli iz sistema institucionalne podrške i započeli samostalan život. Kroz ovaj program, mladima bez roditeljskog staranja se pruža prilika da žive u sigurnom okruženju, razvijaju radne i životne veštine i stiču samopouzdanje potrebno za samostalan život. Naša podrška programu je omogućila unapređenje uslova života u „Kućama mogućnosti“ u Beogradu, Nišu i Krajujevku, kao i završetak radionice za obradu drveta na seoskom imanju u Melnici. Ova radionica nije samo prostor za izradu predmeta i suvenira, već i mesto gde se rađaju nove šanse, gde mladi razvijaju ideje socijalnog preduzetništva i stiču praktične veštine koje doprinose njihovoj ekonomskoj samostalnosti i dugoročnom osnaživanju.

Podrška ovom programu u potpunosti odražava naše opredeljenje da inicijative koje podržavamo doprinose inkluzivnom društvu i razvoju mladih generacija, pretvarajući priznanje u stvarnu promenu i pružajući mladima nadu, motivaciju i priliku da uspešno započnu samostalan život.

UMETNOST KOJA POVEZUJE

Tokom 2025. godine, Wiener Städtische osiguranje je svoju posvećenost društvenoj odgovornosti usmerilo i na promociju savremene umetnosti u manjim gradovima u Srbiji. Kroz izložbe „Paralelni tokovi“ Wiener Art kolekcije, koje su održane u Kruševcu, Pirotu i Vršcu, publika je imala priliku da se upozna sa pažljivo odabranim delima savremene srpske avangardne i eksperimentalne umetnosti, nastalim od 50-ih godina XX veka do prve decenije novog milenijuma. Izložbe su obuhvatile širok spektar umetničkih formi – od klasičnih slika i skulptura, preko objekata i fotografija, do video-radova – prikazujući ključne radove umetnika i grupa koji su pratili vodeće tokove zapadne umetnosti, a često išli i ispred njih.

Organizovanjem ovih izložbi u gradovima koji nemaju stalne postavke velikih muzeja, Wiener Städtische osiguranje je omogućilo da savremena umetnost postane dostupna i u manjim sredinama, čime se podstiče kulturna razmena, otvara prostor za nova umetnička pitanja i doprinosi obožavanju kulturne ponude u manjim sredinama u kojima ovakvi sadržaji često nisu dostupni. Na ovaj način, kompanija je demonstrirala da društvena odgovornost može biti proaktivna – ne samo kroz donacije i podršku društveno osetljivim grupama, već i kroz ulaganje u kulturu i obrazovanje, omogućavajući građanima širom Srbije da uživaju u značajnim umetničkim delima i povežu se sa kulturnim nasleđem svoje zemlje.



ODRŽIVA POVEZANOST ZA BUDUĆNOST

U vremenu u kojem digitalna povezanost oblikuje svakodnevni život, Yettel svoj razvoj gradi na odgovornom odnosu prema ljudima, zajednici i prirodi. Kao prva potpuno zelena mreža u Srbiji, kompanija istovremeno unapređuje kvalitet usluga i smanjuje ekološki otisak, dok brojnim inicijativama – od reciklaže i digitalnog obrazovanja do podrške ranjivim grupama, pokazuje da održivost nije samo cilj već način poslovanja



Milica Begešić, ESG menadžerka

Živimo u vremenu u kojem je digitalna povezanost temelj savremenog života u svakodnevnoj komunikaciji, radu, obrazovanju i pristupu informacijama. U korak sa digitalizacijom ide i sve veća odgovornost ka sredini u kojoj se nalazimo i poslujemo. U takvom okruženju, Yettel kao telekomunikacioni operator ima važnu ulogu da, u skladu sa održivim načinima poslovanja, obezbedi pouzdanu i sigurnu mrežu dostupnu svima.

„Naš cilj nije samo da pružimo najbolju povezanost, već da to činimo odgovorno, prema ljudima, zajednici i prirodi. Verujemo da tehnologija stvara pozitivne promene, i zato težimo da svaki korak koji preduzmemo u našem poslovanju bude u skladu sa tim“, kaže Milica Begešić, ESG menadžerka u Yettelu.

ZELENA AGENDA I EKOLOŠKA ODGOVORNOST

Važan korak ka stvaranju digitalne infrastrukture koja ne opterećuje prirodu, napravljen je kada je Yettel postao prva 100% zelena mreža. Sada, pored mreže, i sve prodavnice, magacini, regionalni centri i upravna zgrada, snabdevaju se energijom dobijenom isključivo iz obnovljivih izvora, čemu svedoči sertifikat nadležnih institucija Republike Srbije, ЗелЕПС.

To je jedan od razloga što je Yettel prepoznat kao lider po odgovornom odnosu prema životnoj sredini. Ova



posvećenost potvrđena je brojnim priznanjima, među kojima se ističu rezultati istraživanja agencije Kantar, prema kojima je Yettel, treću godinu zaredom proglašen ekološki najodgovornijom kompanijom na tržištu. Kvalitet usluga potvrdila je i organizacija Umlaut. Na osnovu merenja iskustva u korišćenju usluga na više od 80 miliona uzoraka u periodu od oktobra 2024. do marta 2025, Yettel je deveti put dobio priznanje za najbolji kvalitet mobilne mreže u Srbiji. Uzastopno, po drugi put, dobijena je i nagrada u kategoriji *Najbolji kućni internet*.

„Nagrade govore da se naši ekološki naponi vide, a na tom putu najveći partneri su nam korisnici. Oni svakodnevno doprinose promeni, tako što biraju digitalne servise, učestvuju u reciklaži i podržavaju zelene inicijative“, ističe Milica Begešić.

Od početka programa reciklaže, Yettel je uz podršku korisnika reciklirao više od 1,5 miliona uređaja, što predstavlja više od 113 tona elektronskog otpada. Time je premašen zacrtan cilj od milion recikliranih uređaja do kraja 2025, i postavljen novi od 2,7 miliona recikliranih uređaja do kraja 2027. godine. Gotovo 140.000 korisnika je samo tokom protekle godine prešlo na e-račune, a tako je uštedeno oko 1,76 miliona listova papira i 1,54 miliona koverata. U okviru programa reciklaže pokrenuta je i Eco Bonus inicijativa.

Jednostavnom aktivacijom putem Yettel aplikacije, ovlašćeni partneri u ime korisnika recikliraju proporcionalnu količinu đubreta koju jedan čovek proizvede za mesec dana. Ovakvom načinu reciklaže plastike i papira priključilo se 13.500 korisnika, čime je do sada prikupljeno preko 725 tona plastike i 347 tona papira i kartona.



Dodela nagrade Marku Paniću, korisniku koji je doneo milion i petsto hiljaditi uređaj na reciklažu



Pošumljavanje Divčibara

LJUDI I KULTURA KOJA INSPIRIŠE

Yettel prepoznaje da održivost nije samo pitanje ekologije, već i odnosa prema ljudima. Tokom protekle godine, kompanija je nastavila da jača kulturu raznolikosti, jednakosti i inkluzije (DEI), kroz obuke o nesvesnim predrasudama, programe prakse i podršku profesionalnom razvoju zaposlenih.

Program *Kick Start* omogućava studentima završnih godina fakulteta da steknu praktična znanja u oblasti telekomunikacija, dok redovne obuke i interni programi osnažuju zaposlene da ostvare svoj puni potencijal. Unutar kompanije, posebna pažnja posvećena je i zdravlju i bezbednosti zaposlenih, kao i stvaranju podsticajnog radnog okruženja u kojem se neguje poverenje, saradnja i inovativnost.

„Verujemo da samo ljudi koji rade u okruženju gde se osećaju sigurno, poštovano i motivisano mogu stvoriti rešenja koja

ODRŽIVO POSLOVANJE NIJE SAMO CILJ, VEĆ NAČIN NA KOJI GRADIMO BUDUĆNOST KOJU OSTAVLJAMO GENERACIJAMA KOJE DOLAZE

doprinosе zajednici. Zato je kultura jednakosti i poverenja u središtu našeg poslovanja“, kaže Begešić. Kompanijska kultura se najbolje ogleda u činjenici da se zaposleni rado odazivaju i aktivno učestvuju u volonterskim i ekološkim akcijama, promovišući tako koncept cirkularne ekonomije. Samo tokom prethodne godine, prikupljeno je 87 kg plastičnih čepova za akciju „Čep za hendikep“ i više od 4.500 kg e-otpada. Godinama volonteri čiste i pošumljavaju Srbiju, a u okviru poslednje dve akcije čišćenja Divčibara prikupili su 40 džakova otpada i zasadili 200 sadnica bora.

ODGOVORNOST PREMA ZAJEDNICI

Razvoj tehnologija oblikuje svet oko nas, a uporedo sa tim uticajem, raste i odgovornost kompanija, naročito onih iz oblasti telekomunikacija. Zato u Yettelu održivost nije zadatak koji treba ispuniti, već prilika da se ostavi pozitivan trag za generacije koje dolaze. Zajedno sa korisnicima, zaposlenima i partnerima koji dele iste vrednosti, Yettel i Yettel Fondacija sprovode i podržavaju projekte iz oblasti životne sredine, digitalnog obrazovanja i podrške ranjivim grupama.

Lokalna zajednica podržana je kroz različite akcije, donacije i partnerstva sa obrazovnim i kulturnim institucijama. Obezbeđivanjem sredstava za nabavku 30 specijalizovanih bojlera u cilju sprečavanja širenja eventualnih bakterijskih infekcija na Institutu za majku i dete „Dr Vukan Čupić“ i donacijama mobilnih telefona organizaciji Lice ulice i smart satića mališanima iz Prihvatilišta, pružena je podrška najosetljivijim grupama u našem društvu. Darovanjem umetničkog dela „Sejač“ Borivoja K. Radenkovića obogaćena je kolekcija Narodnog muzeja, kako bi se očuvala nacionalna kulturna baština.

Yettel je ove godine podržao i Supernatural, festival koji spaja ekologiju i muziku. Na događaju gde se može naučiti nešto korisno o životnoj sredini, a pritom se i dobro zabaviti, otvorena je „Yettel galerija“. Mesto gde su posetioci mogli da vide izložene skulpture od recikliranih materijala, sa ciljem podizanja svesti o ovoj važnoj temi.

U okviru dugogodišnje saradnje sa UNICEF-om, realizovani su brojni programi za edukaciju nastavnika, roditelja i dece



Supernatural Yettel galerija



Yettel i UNICEF vebinar Digitalni kompas za roditelje

o digitalnim veštinama i bezbednoj upotrebi interneta. Programi „Premošćavanje digitalnog jaza“ i „Bezbedan net za celu porodicu“, koji su nastavljeni i u 2025. godini, sprovode se u 30 škola širom Srbije, i obuhvataju oko 60.000 učenika, roditelja i nastavnika. To podrazumeva i formiranje klubova za učenje i digitalne biblioteka, uz besplatan pristup internetu, koji je obezbeđen donacijom od 2.200 internet SIM kartica. U želji da doprinese prevazilaženju digitalnog jaza i da unapredi bezbednost dece na internetu, Yettel je, zajedno sa UNICEF-om, objavio seriju od tri brošure pod nazivom „Digitalni kompas za roditelje“. Ove brošure osmišljene su da roditeljima i nastavnicima pruže praktične alate i relevantne informacije kako bi mogli da prate i razumeju digitalna iskustva mališana, uz uvažavanje njihovih potreba, prava i sigurnosti.

SNAGA ODGOVORNOG DELOVANJA

Yettel ostaje posvećen primeni najnaprednijih tehnologija kako bi smanjio svoj uticaj na životnu sredinu, obezbedio jednak digitalni pristup za sve i inspirisao zajednicu u kojoj posluje da se i sama odgovorno ponaša prema okruženju. Transparentnost, odgovornost i inovacije ostaju stubovi naše ekološke strategije, jer verujemo da održivo poslovanje nije samo cilj, već način na koji gradimo budućnost koju ostavljamo generacijama koje dolaze.

**GRAĐANI
LIDERI
DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI
I ODRŽIVOSTI**

HUMANITARNI RAD MI DAJE OSEĆAJ SMISLA

NEJRA ŠKRIJELJ, volonterka humanitarnog udruženja *Otvorena ruka iz Novog Pazara*

Humanitarni rad je za mene više od misije — to je moj način života. Moj motiv je jasan: pomoći onima koji nemaju nikoga drugog, jer ako mi ne pomognemo jedni drugima, ko će?

Nejra Škrijelj iz Novog Pazara, radi u kulturnom centru tog grada kao ekonomista i, pored redovnog posla, više od decenije volontira u udruženju Otvorena ruka i pomaže socijalno ugroženim porodicama, starijim ljudima, deci i svima kojima je podrška najpotrebnija. Tokom tih godina organizovala je i učestvovala u brojnim akcijama: podeli paketa namirnica, drva za ogrev, izgradnji i renoviranju domova. Veruje da je solidarnost ključ društva u kojem ljudi brinu jedni o drugima. Ove godine dobila je priznanje „Oni su heroji / EU heroji“, koje prvenstveno doživljava kao vetar u leđa da nastavi dalje.

„Humanitarni rad je za mene više od misije — to je moj način života. Moj motiv je jasan: pomoći onima koji nemaju nikoga drugog, jer ako mi ne pomognemo jedni drugima, ko će?“, kaže Nejra.

Šta vas je podstaklo da počnete da se bavite humanitarnim radom?

Podstakla me je potreba da doprinesem zajednici i da aktivno učestvujem u rešavanju problema sa kojima se susreću ranjive grupe, kao i lična iskustva jer sam u svom okruženju videla kako se ljudi bore sa teškim situacijama. Shvatila sam da je jako važno da jedni drugima budemo podrška. Humanitarni rad mi daje osećaj smisla.

Kako ste se uključili u udruženje Otvorena ruka i u koje aktivnosti ste sve bili uključeni do sada?

U udruženje Otvorena ruka uključila sam se od samog osnivanja jer sam prepoznala želju da budem deo te humane misije. Najpre sam se prijavila kao volonter, a zatim sam postepeno počela da učestvujem u raznim aktivnostima — od pakovanja i distribucije humanitarnih paketa, prikupljanja donacija, logističke pomoći tokom akcija, pa do učešća u edukativnim i promotivnim događajima udruženja.

Koji su glavni projekti Otvorene ruke trenutno i na koji način birate kome ćete pomoći u okviru vaših kapaciteta?

Glavni projekti Otvorene ruke trenutno obuhvataju podelu humanitarnih paketa, pomoć najugroženijim porodicama i starijima bez primanja, podelu drva za ogrev za oko 100 porodica, kao i konkretne terenske akcije. Trenutno gradimo jednu kuću i renoviramo drugu kako bismo majci sa šestoro dece obezbedili uslove dostojne za život. Pomoć pružamo onima koji su u najtežoj situaciji, na osnovu prijave, terenskih obilazaka i procene potreba u okviru naših kapaciteta.

Koji su najveći izazovi sa kojima se suočavate prilikom realizacije vaših humanitarnih akcija?

Naši najveći izazovi su ograničeni resursi i kapaciteti, logistika i koordinacija akcija, kao i potreba da pomoć stigne na vreme onima kojima je najpotrebnija. Takođe, ponekad je teško proceniti prioritetne slučajeve kada je mnogo porodica u potrebi, a malo sredstava za pomoć.

Na koji način bi lokalne zajednice kao što je Novi Pazar mogle dodatno da se osnaže?

Lokalne zajednice bi se mogle osnažiti kroz veće uključivanje građana u volontiranje, edukaciju i društvene inicijative, kao i kroz bolji odabir projekata i udruženja koja će ih sprovoditi.

Šta biste, da možete, prvo promenili?

Prvo bih promenila pristup podršci najugroženijim porodicama, tako da postoji sistem koji brzo i efikasno identifikuje potrebe i pruža pomoć.



VOLELA BIH DA POKRENEMO PROJEKAT DUGOROČNE PODRŠKE PORODICAMA U TEŠKIM SITUACIJAMA — NE SAMO JEDNOKRATNU POMOĆ, VEĆ PROGRAM KOJI OBUHVATA OBRAZOVANJE, ZAPOŠLJAVANJE I KONTINUIRANU PODRŠKU ZA BOLJI ŽIVOTNI STANDARD

Nedavno ste dobili priznanje EU heroji/Oni su heroji. Kako vam to priznanje pomaže u radu?

Priznanje daje vidljivost našem radu, motiviše volontere i pokazuje zajednici da humanitarni rad zaista pravi razliku. Takođe pomaže u sticanju poverenja i olakšava prikupljanje donacija i podrške za projekte.

Pored udruženja Otvorena ruka, učestvovali ste u brojnim humanitarnim akcijama. Na koji projekat u kom ste učestvovali ste najviše ponosni?

Ponosna sam na sve naše projekte, da li je to izgradnja doma nekome kome je izgorelo sve što je godinama pravio, renoviranja kuće za majku sa šestoro dece, nahraniti gladne siročiće, kupiti nekom drva, darovati desetočlanoj porodici

novu garderobu, pomoći bolesne lekovima ili nečim drugim, otplatiti dugove jer mi direktno menjamo život jedne porodice i obezbeđujemo im dostojne uslove za život.

Kako se emocionalno nosite sa teškim pričama i situacijama sa kojima se susrećete tokom rada?

Nije lako, posebno u početku kada vidite da deca nemaju šta da jedu, ali mi pomaže fokus na konkretne akcije i rezultate — kada vidim da naša pomoć stvarno menja živote, lakše je nositi se sa teškim pričama. Takođe razgovor sa timom i podrška koleginica mnogo znači.

Šta mislite, šta nedostaje našem društvu kada su u pitanju empatija i solidarnost?

Nedostaje više ličnog angažovanja i razumevanja tuđih problema. Ljudi često žele pomoći, ali ne znaju kako ili nemaju dovoljno inicijative. Potrebno je više edukacije i promocije vrednosti solidarnosti.

Postoji li projekat koji još niste ostvarili a voleli biste da ga pokrenete u budućnosti?

Da, ima ih više, volela bih da pokrenemo projekat dugoročne podrške porodicama u teškim situacijama — ne samo jednokratnu pomoć, već program koji obuhvata obrazovanje, zapošljavanje i kontinuiranu podršku za bolji životni standard.

NIKO NE SME DA BUDE GLADAN

MAJA PISTOLIĆ, *Kuhinja solidarnosti iz Novog Sada*

Ljudi koji koriste usluge naše kuhinje su i deca i stari, i žene i muškarci, fizički radnici i bivši profesori, prodavci na buvljaku i auto-mehaničarke, samohrani roditelji i mnogočlane porodice, velemajsori u šahu i ljudi koji žive sa invaliditetom. Ono što im je svima zajedničko jeste činjenica da su odbačeni ili zaboravljeni od sistema

Kuhinja solidarnosti je nastala 2020. godine u maju tako što su volonteri i članovi omladinskog centra Crna Kuća 13, združene akcije Krov nad glavom Novi Sad, kolektiva Otvorene kuhinje, kao i drugi aktivisti i pojedinci koji su bili deo zajednice i delili iste vrednosti, prepoznali potrebu da se ljudima, koji zbog mera zatvaranja i zbog korone nisu u stanju da zadovolje osnovne potrebe, ponudi makar jedan obrok nedeljno - utorkom. Prvi korisnici bili su štitenici Krova nad glavom, kao i ljudi u situaciji beskućništva koji su bili poznati ljudima iz zajednice. „Vremenom je više ljudi čulo za kuhinju, a i broj volontera je rastao, te smo došli do povećanja broja obroka i do uvođenja još jednog dana – subote“, priča Maja Pistolčić iz Kuhinje solidarnosti NS, koja danas broji oko 150 volontera, od kojih se njih šestoro, među kojima je i Maja, bavi organizacijom - od nabavke i distribucije do pripreme i uključivanja volontera i prisustva u medijima.

Kako dolazite do volontera?

Ljudi koji su uključeni u aktivnosti kuhinje su ili naši prijatelji i porodica koje smo zaludeli pričama o kuhinji i tako ih privoleli da se pridruže, ili naši sugrađani koji su čuli za naš rad preko mreža ili za vreme humanitarnih događaja. Rad naše kuhinje traje godinama i ima potrebu za kontinuitetom, a naši volonteri su prisutni i angažovani učestalo i onoliko dugo koliko im životne okolnosti dozvole. U tom smislu i potreba za volonterima je kontinuirana i stalno prisutna, pa uvek tražimo za novim ljudima željnim da se priključe i posvete deo svog vremena nekim od aktivnosti.

Koliko često kuvate i delite obroke i gde se to tačno odvija?

Kuvamo dva puta nedeljno, utorkom i subotom, dok se priprema namirnica obavlja dan ranije. Kuvanje se obavlja u prostorijama omladinskog centra Crna Kuća 13 (CK13) gde jedan deo korisnika dolazi da pokupi obroke, a drugi deo jede u dvorištu zajedno sa volonterima. Određenim korisnicima, koji iz različitih razloga ne mogu da dolaze po hranu, obroci se distribuiraju do mesta gde su smešteni. Trenutno su sve lokacije podeljene na dve rute, pošto pokrivaju različite delove grada. Distribuciju obavljaju dva vozača ili vozačice, uz dve osobe koje idu kao pratnja i obavljaju samu predaju obroka. Najveći broj lokacija se nalazi u zabačenim delovima grada gde žive ljudi koji najčešće pripadaju marginalizovanim grupama.

Kakav je profil vaših korisnika i koliko ih trenutno ima? Kako dolazite do ljudi kojima je potrebna vaša pomoć? Da li imate saradnju sa lokalnim službama?

Ne postoji jedan tip ljudi koji bi opisao svih 230 naših korisnika i korisnica. Ljudi koji koriste usluge naše kuhinje su i deca i stari, i žene i muškarci, fizički radnici i bivši profesori, prodavci na buvljaku i auto-mehaničarke, samohrani roditelji i mnogočlane porodice, velemajsori u šahu i ljudi koji žive sa invaliditetom. Ono što im je svima zajedničko jeste činjenica da su odbačeni ili zaboravljeni od sistema i da su usled određenih okolnosti, najčešće



foto Branislava Popović

KADA GOVORIMO O PORASTU SIROMAŠTVA U ZAJEDNICI, MNOGI NE SHVATAJU RAZMERE TOG PORASTA I NJEGOVE NEMILOSRDNE NORMALIZACIJE U DRUŠTVU

prouzrokovanih sadašnjem stanjem u društvu i državi, dospeli u različita otežana socioekonomska, fizička i mentalna stanja. Oni svi žive u različitim oblicima siromaštva, a veliki broj njih je i u situaciji beskućništva, često usled nedostatka bilo kog vida podrške. Oni koji imaju pristup internetu i mrežama često dođu do naše podrške tako što s nama kontaktiraju preko Facebook-a i drugih mreža, dok druge prijave komšije, prijatelji ili poznanici, a dešavalo se da nam se prijave i preko Centra za socijalni rad.

Kuhinja solidarnosti NS kao neformalni kolektiv najčešće sarađuje sa drugim nevladinim organizacijama i kolektivima sa kojima deli ciljeve i vrednosti, poput Patrije, SPANS-a, AF23, Rebuild Collective-a, CK13, i drugih.

Kakve trendove primećujete, da li dolazi do porasta broja korisnika i da li to ukazuje na porast siromaštva u zajednici?

Nažalost, broj korisnika konstantno raste, kako zbog trenutne situacije u društvu, tako i zbog toga što u našem kolektivu ne postoje nikakvi uslovi ili kriterijumi da bi se postao korisnik. Niko ne sme da bude gladan. Kuhinja je za neke naše korisnike retko mesto susreta i prilika da ih neko sasluša, a kako je ona ne samo fizički prostor, već i mreža ljudi, sve češće postaje jedino mesto gde mnogi mogu da zatraže drugačiji oblik podrške. Sve češće se susrećemo sa molbama za pomoć u vidu nabavke odeće, obuće, higijenskih

proizvoda, školskog pribora, hrane za bebe, medicinskih pomagala, a nekad i novca za kupovinu lekova ili plaćanja previsokih troškova stanovanja. Sve ovo nam ukazuje da je sve veći broj ljudi koji ne može da priušti neke osnovne stvari kako bi vodio dostojanstven život i da, kada pričamo o porastu siromaštva u zajednici, mnogi ne shvataju razmere tog porasta i njegove nemilosrdne normalizacije u društvu.

Kako opstajete, koji su vam ključni izvori prihoda?

KSNS opstaje zahvaljujući donacijama pojedinaca i zahvaljujući vremenu i energiji koju volonteri istrajno ulažu u aktivnosti kuhinje i u nastojanju da prošire ideju solidarnosti za koju se zalažemo. Za sada donacije primamo samo od pojedinaca i to ili uplatom na račun, ili u određenim lokalima koji skupljaju novac za nas poput Crnog ovna, CK13, Bulevar Booksa, Nublu, Kote 84, Beeraj-a. Često nam veliku podršku pružaju i kolektivi ili pojedinci koji odluče da prihode od nekog događaja, prodaje knjiga, stand-up večeri, svirke, festivala, bazara, humanitarne večere i tome slično, preusmere za rad kuhinje. Još jedan vid podrške jesu mali preduzetnici i pojedinci koji odluče da nam doniraju potrebne namirnice, ambalažu i tegle za pakovanje obroka, kao i alate za njihovu pripremu.

Koji su dugoročni ciljevi kuhinje, da li planirate da proširite broj dana kuvanja, lokacije ili da uvedete dodatne usluge?

U poslednjih godinu dana, dugoročni ciljevi su zamenjeni borbom i nastojanjem da se održe trenutne osnovne usluge kuhinje. Iako nam je u prošlosti želja bila da povećamo broj kuvanja na bar tri dana, kao i da uvedemo češće prikupljanje i deljenje paketa podrške na osnovu potražnje sa terena, iskustvo nam je pokazalo da nismo ni po pitanju ljudstva, a ni po pitanju finansijske situacije u mogućnosti da to ostvarimo. Uprkos tome, s vremena na vreme uspevamo da skupimo sredstva i donacije kako bismo obezbedili pakete sa školskim priborom, nekad sa osnovnim potrepštinama za higijenu, čebad i toplu odeću za one bez krova nad glavom, akciju šišanja i brijanja u saradnji sa Berberajem, a nadamo se i da ćemo uspeti da održimo tradiciju novogodišnjih paketića na kraju godine.

Šta je najviše promenilo vaš pogled na siromaštvo otkako volontirate u Kuhinji solidarnosti?

Zahvaljujući aktivnostima u kojima sam učestvovala, gotovo uvek sam bila u direktnom kontaktu sa korisnicima, sa mestima gde oni žive ili provode vreme i njihovim okruženjem. Razgovori o njihovim prošlostima, o sadašnjim težnjama, čavrljanje uz ručak, uporno odbijanje poklona koje nude, razumevanje frustracije koju nekad usmere ka nama jer nemaju gde drugde, njihovo skrivanje imena zbog stida kad se prijavljuju za obroke, ljutnja komšija kad ih pomešamo sa korisnicima jer je sramota biti „sirotinja“ i primati pomoć, poteškoće u distribuciji u pronalaženju stana korisnika u samom centru grada, među modernim građevinama jer su nevidljivi za „komšije“, pratnja korisnika u neke institucije i svedočenje njihovoj nemoći pred birokratijom koja je nemarna za njihovu nemogućnost da nabave ili obnove dokumenta i time pristupe određenoj usluzi. Ove i druge situacije su nekad potvrdile određena uverenja koja sam imala, a nekad otkrile kompleksnost, surovost i sveprisutnost problema, kao i Iakoću s kojom se upada u taj začarani krug u koji ne ulazimo voljno, a tako teško izlazimo, pogotovu bez adekvatne podrške i razumevanja, uprkos volji koju možda imamo i naporu koji ulažemo.

Šta mislite da je najveća zabluda u društvu kada se govori o beskućnicima i ljudima u situaciji siromaštva?

Zabluda ima jako puno i često idu iz krajnosti u krajnost. Ljudi u situaciji siromaštva i beskućništva su u očima većine ili lenji kriminalci ili skrušeni i večitó zahvalni ljudi, ili bespomoćne žrtve ili prepredeni prevaranti koji varaju sistem. Kakvi god da su, društvo skoro uvek odgovornost pripisuje isključivo njima za situaciju u kojoj su se našli, a ne gubitku posla, smrtnom slučaju bliske osobe, pogoršanom zdravstvenom stanju, često mentalnom, porodičnom nasilju, naučenoj sramoti i nemogućnosti traženja ili prihvatanja pomoći, faličnim birokratskim procesima, diskriminaciji, okruženju, sve većem jazu između troškova života i minimalne zarade. Siromaštvo i beskućništvo nisu odabir, niti individualni i izolovani problem, već društveni, isprepleten s mnogim drugim pojavama, i tako mu se mora i pristupati.

Na koji način borba protiv siromaštva treba da se menja u budućnosti? Da li trenutni sistemi rade dovoljno?

Borba ne sme biti na pojedincu, ili na izolovanim organizacijama i kolektivima, već na celom društvu. Moramo se podsetiti osnovnih prava svakog čoveka i



foto Branislava Popović

MORAMO POVRATITI NORMALNO FUNKCIONISANJE INSTITUCIJA I POZIVANJE NA ODGOVORNOST. MORAMO ČOVEKA STAVITI U CENTAR, A NE ZARADU. MORAMO EDUKOVATI SVE, OD MALIH NOGU, EMPATIJI, ZAJEDNIŠTVU I SOLIDARNOSTI I NJIHOVIM KLJUČNIM ULOGAMA U FUNKCIONALNOM DRUŠTVU

insistirati na njima kao na bazi normalnog društva. Moramo povratiti normalno funkcionisanje institucija i pozivanje na odgovornost. Moramo čoveka staviti u centar, a ne zaradu. Moramo edukovati sve, od malih nogu, empatiji, zajedništvu i solidarnosti i njihovim ključnim ulogama u funkcionalnom društvu. Sistemi koji su možda u prošlosti funkcionisali

su potpuno urušeni i često obesmišljeni, i potrebno ih je preosmisлити i izgraditi ponovo na osnovu boljih razumevanja svih članova društva, njihovih potreba i okolnosti u kojima se nalaze.

Kakvu poruku želite da pošaljete društvu kroz svoj rad?

Mi smo tu! I želimo da budemo primer solidarne zajednice. A kakva je to zajednica? Ona koja je aktivno i uporno uključena, koja vidi sve svoje članove, ne ignoriše ih, već prepoznaje njihovo mesto u društvu i koja uči, informiše se i menja se kako bi se oslobodila tereta predrasuda. Želimo takođe da normalizujemo davanje i primanje podrške i da pošaljemo poruku da niko ne sme biti prepušten siromaštvu i samom sebi, i da povećamo vidljivost ljudi koji se nalaze na marginama društva. Da bi nam bilo bolje, mora svima da nam bude bolje, i tvrdoglava solidarnost je potreba, dužnost i nužnost za preobraženje našeg društva. Niko gladan, niko bez doma!

UVAŽAVANJE RAZLIČITOSTI PROMENILO BI CEO SVET

PREDRAG STARČEVIĆ, nastavnik u Osnovnoj školi „Jovan Jovanović Zmaj“ u Pančevu

Trudim se da deci usađujem univerzalne moralne vrednosti – ljubav, poštovanje, toleranciju, saosećanje, poštenje. Teška vremena prođu, ali ono što je pozitivno i društveno prihvaćeno na kraju ponovo mora da zavlada

Kako te vrednosti prenosite u učionicu?

Kroz književne tekstove, sve predmete, građansko vaspitanje, ali najviše kroz život. Naučio sam, nažalost, da nema sazrevanja bez bola.

Šta nam kao društvu danas najviše nedostaje?

Saosećanje, kultura, bonton. Živimo u podeljenom, suprotstavljenom društvu – kao da postoje dve Srbije. Jedna je obrazovana, kulturna. Drugu ne bih komentarisao, tužna je i neljudska.

Kako je nastala vaša prosvetarska filozofija?

Sa 17 godina išao sam na skijanje u Poljsku i tamo su nam organizovali jednodnevni izlet u Aušvic. Odatle sam izašao sa saznanjem da su fakultetski obrazovani ljudi ubijali fakultetski obrazovane ljude. Sistem obrazovanja mora da bude dovoljno jak da može da drži i ratove pod kontrolom. Tada sam formirao stav da od učenika treba oformiti dobre ljude, srećne ljude i kvalitetne stručnjake. U početku sam radio intuitivno, a onda sam, čitajući „Emocionalnu inteligenciju“ prvi put ušao u sistem i shvatio mehanizme rada sa emocijama. Jer ako čovek ume da prima probleme, ume da prima bol, da se nosi sa konfliktnim situacijama, a postoje mehanizmi za to, i pritom se razvija socijalna inteligencija, onda je urađen najveći deo posla.

Da li to onda znači da bi nastavnici, učitelji, trebalo da imaju obuke iz tih oblasti?

Da. I ja sam prolazio radionice koje je držala Nada Ignjatović Savić, zaslužna za kreiranje udžbenika za građansko vaspitanje i uvođenje nenasilne komunikacije. Danas ja držim radionice „Jezik saosećanja“ za nastavnike.

Koji su to mehanizmi rada sa emocijama?

Iza bola se uvek krije tuđa. Kad razgrnemo tuđu, iza je duga.

Da li bi sistem trebalo više da štiti prosvetne radnike? Šta vidite kao razlog urušavanja njihovog statusa u Srbiji?

Nastavnici su prepušteni sami sebi. Nije u pitanju samo ekonomski faktor, iako je i on značajan - od kada radim u prosveti, čekam da nam povećaju platu. Ali u ovom sistemu u kome živimo, mislim da je najvažnije da država napravi mehanizme zaštite. Prvo bi trebalo da vas zaštiti psihološko-pedagoška služba, zatim direktor, a država bi morala da obezbedi pravnu pomoć. Imam visoko mišljenje o prosvetnim radnicima u Srbiji i na Balkanu uopšte, mislim da smo rasadnici pameti. Ali sistem o nama ne vodi računa i zato se status profesije urušava.

Kako nalazite motivaciju da ostanete posvećeni?

Moja motivacija je nastala u ratovima. Dočekivao sam izbeglice i decu izbeglica, držao radionice, pomagao i materijalno. Radio sam kao volonter Crvenog krsta i tri puta godišnje organizovali smo programe za decu koja su izbegla sa ratnih područja iz Bosne i Hercegovine i Hrvatske. Kasnije sam osnovao dopunske škole u Solunu, Kateriniju i Leptokariji. U Nea Apoloniji sam sedam meseci predavao, starao se o deci i bio deo tima psihologa i psihijataru Grčke u istraživanju „Izmenjena psihologija deteta u ratu“. Deca su bila smeštena u grčke porodice, a kroz program je prošlo više od 21.000 dece.

Šta vam je bilo najteže u tom periodu?

Vodio sam jedno odeljenje od 24 učenika koji su nosili



traume iz rata. Dešavalo se da predajem o nečemu naizgled bezazlenom, a onda se neko dete seti nekog događaja iz rata, zaplače, a za njim celo odeljenje brizne u plač. To se dešavalo i van škole. Zato sam maltene svakog popodneva i večeri obilazio grčke porodice u kojima su deca bila smeštena i razgovarao sa njima. Meni je to bio možda najteži period u životu, a toj deci, danas odraslim ljudima, to je često najlepši period, baš zbog ljubavi koju su dobijali. Od tada je prošlo mnogo vremena, a ja sam i dalje u kontaktu sa mnogima od njih.

Kako ta iskustva prenosite u učionicu?

Dok nisam počeo da radim ovaj posao, nisam znao koliki uticaj učitelj zapravo ima na decu. Ako kupite zelene pantalone, svi dečaci će ih za nedelju dana nositi. Taj posao zahteva kompletnu ličnost i to se vidi na svakom času. Pedagog Komenski je govorio: „Mi ne vaspitavamo dete samo kad govorimo, vaspitavamo ga i kada ćutimo.“ I o čemu ćutimo, čemu smo se nasmejali i čemu se nismo nasmejali. Čak vaspitavamo decu i kroz način na koji smo ostavili knjigu i gde smo spustili ogrtač. Od Grčke ja patim i kada treba dete da kaznim ili da mu dam lošu ocenu. Više nisam isti čovek. Uvek mi je u glavi - samo neka su zdravi i neka je mir. I te poruke uvek šaljem: mir, zdravlje, uvažavanje, saosećanje. Tako da je to jedan proces koji dolazi nesvesno. Vrednosti se ne prenose samo rečima, već i ponašanjem.

Šta biste promenili prvo u obrazovnom sistemu, kada bi vam dali odrešene ruke?

Kada bi mi dali odrešene ruke, ja bih sve nastavno gradivo smanjio na trećinu. Deca uče previše nebitnih činjenica koje se mogu naći na internetu. Uveo bih predmet koji bi decu učio saosećanju i ljubavi. Doneo bih zakon da nastavnici moraju da putuju, da posećuju muzeje, festivale - da bi se razvijali i to prenosili deci.

Da li mislite da humanosti čovek može da se nauči i kako?

U meni je oživeo novi svet humanosti i smatram da svi možemo da uradimo nešto. To prenosim deci kroz konkretne projekte. Tako ih učim i humanosti i uvažavanju različitosti. Kada bismo naučili da uvažavamo različitosti, promenio bi se ceo svet. Imali smo, na primer, projekat „Mostovi prijateljstva“. Dobio sam nagradu „Kapetan Miša Anastasijević“ i taj novac sam iskoristio da napravim mrežu 14 škola iz Srbije, Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Slovenije. I našao sam sjajne kolege, entuzijaste. Držali smo onlajn časove preko Zoom-a i razgovarali sa decom o tome kako bi izgledala planeta da njome vladaju ljubav i tolerancija. Zaplakali bi često i deca i nastavnici. Iz tih časova nastali su crteži, priče i radovi koji su objedinjeni i objavljeni u knjizi koja je prevedena i na engleski jezik i objavljena u Americi. Kada sam dobio priznanje „Najbolji edukatori Srbije 2020“, deo novca je otišao na tu knjigu, a deo sam donirao NURDOR-u. To je pokrenulo našu saradnju. Danas u školi organizujemo humanitarne bazare na kojima deca prodaju svoje radove, donose igračke i knjige za svoje vršnjake iz NURDOR-a.

DA NIJEDNA ŠAPICA VIŠE NE BUDE NA ULICI

TATJANA LAKETA, udruženje „Tražim zauvek dom“ iz Beograda

Tatjana Laketa već više od dve decenije radi u komunikacijama, a poslednjih nekoliko godina posvetila se spasavanju napuštenih životinja. Uz posao i decu, pomaže napuštenim životinjama da nađu dom i svoje ljude, a aktivna je i u lobiranju za primenu regulative iz ove oblasti. Kaže da je njena misija da nijedna životinja ne živi napuštena na ulici, a omiljeni slogan je: Budi faca, udomi mešanca

Kako je došlo do osnivanja udruženja „Tražim zauvek dom“ i šta je bila vaša početna motivacija?

Moram priznati da udruženje nije nastalo kao rezultat nekog plana. Imala sam jednu udomljenu kucu i, kao i većina ljudi, znala sam da postoje napuštene životinje, ali uopšte nisam bila upućena u problem, niti poznavala njegove razmere. A onda su moje ćerke tokom korone našle prvog psa... Nije bio čipovan, dovele su ga kući i krenule smo da tražimo vlasnika preko grupa na Facebooku, kasnije ga na isti način udomljavale. I tako je sve počelo. Krajem godine, nastala je naša Facebook stranica za udomljavanje, kasnije i Instagram stranica, a onda me je nazvala bivša koleginica iz banke, Marija, i rekla da želi da se uključi. Tako je nastala najpre neformalna inicijativa, a zatim udruženje „Tražim zauvek dom“ - iz ljubavi i želje da nijedna šapica više ne bude na ulici.

Koliko ste napuštenih životinja do sada zbrinuli, udomili? Kako to funkcioniše u praksi i koliko ljudi je uključeno u rad udruženja?

Ja sam preuzela preko 200 životinja, ne mogu reći da sam ih sve spasila jer neke nisu preživele bolesti sa kojima su došle. Trenutno imam više od 180 svojih udomljenih štićenika, a ukupno smo udomile preko 300, uglavnom pasa. Logistički, tu smo i dalje nas dve. Uprkos onome što ljudi misle, većinu udruženja čini jedna ili dve aktivne osobe, bez logistike, prostora, institucionalne podrške, samo ljudi koji vole životinje i daju svoj maksimum da im pomognu koliko mogu. Podrška, uglavnom sa troškovima, dolazi od drugih ljubitelja koji prate naš rad i žele da ga na taj način podrže jer sve životinje pre udomljavanja treba veterinarski srediti, lečiti, smestiti, pa je u pitanju veoma skup „sport“. Nažalost,

problem napuštanja je toliko izražen, da se često osećamo kao da koficom praznimo okean.

Koji su najveći izazovi sa kojima se susrećete u radu?

Nedostatak empatije i svest ljudi. Nažalost, većina i dalje ne razume da ne postoje nikakve „lutalice“. U intervjuu prvog čoveka Veterine Beograd pre par godina objavljen je podatak da je do tada samo Veterina sterilisala oko 70.000 pasa sa ulice od uvođenja CNR programa, u okviru kojeg se psi hvataju, sterilišu, vakcinišu, čipuju i vraćaju na lokaciju. I tu ne govorimo samo o centra grada, već o celoj teritoriji Beograda. Kada na to dodate Centar za mešance, razne druge programe, pa sve one koje smo svi mi sterilisali, mi na celoj teritoriji Beograda ne bismo odavno imali nijednog psa na ulici jer su i poslednji „uličari“ odavno umrli. Ali novi se neprestano pojavljuju. Odakle? Iz nećijih dvorišta! Vlasnicima je lakše da izbacuju štence, nego da sterilišu pse. I dalje veliki broj ljudi veruje da je rešenje u ubijanju pasa, potpuno nesvesni da su se psi ubijali decenijama i problem ne da nije rešen, nego je sve veći.

Koliko se povećao broj napuštenih pasa?

Pre koju godinu sam našla procenu da ih ima oko 200.000, danas oko 400.000, a svakoga dana umire više stotina pasa na ulicama i po azilima. Pričamo o grubim procenama, zvaničnih podataka, naravno, nema. Iako je svaka lokalna samouprava koja ima problem sa napuštenim životinjama, po Zakonu o dobrobiti životinja, dužna da na svojoj teritoriji obezbedi prihvatilište, tu obavezu je ispunilo jedva njih šezdesetak. Problem je i kontrola njihovog rada. Ove godine je zatvoreno prihvatilište u Rumi, u kome su psi živeli u užasnim uslovima, gladni, bolesni, umirali u mukama, a



protiv čak troje nadležnih, uključujući i direktora, pokrenut je krivični postupak zbog pronevere oko osam miliona dinara. Najgore je što su aktivisti protiv tog prihvatilišta uzalud podnosili prijave deset godina. Posebno bih pomenula Aveniju MB koju angažuje veliki broj lokalnih samouprava, protiv koje aktivisti podnose prijave godinama unazad, bez uspeha. I da se razumemo, to nije besplatno. Nas kao državu napuštanje životinja, što kroz troškove poslova zoohigijene, što kroz odštete za, često lažirane, ujede pasa čiji vlasnik ne može da se utvrdi, košta u desetinama miliona evra godišnje, a rešenje se i dalje ne nazire.

Koliko na problem utiču neodgovorni vlasnici, nekontrolisan uzgoj i šta bi država mogla da uradi po tom pitanju?

Neodgovorno vlasništvo je glavni izvor problema, jer ovoliki broj napuštenih pasa ne bi kvalitetno mogla da zbrine ni mnogo bogatija zemlja od Srbije. Većina vlasničkih pasa nije čipovana, pa kada se nađu na ulici, ne možete utvrditi ko je vlasnik. Iako Zakon propisuje obavezu vlasnika da spreči rađanje neželjenih kućnih ljubimaca, većina vlasnika problem rešava izbacivanjem. O psima koji provedu život bez adekvatne hrane, veterinarske nege, na pola metra lanca, da ne govorimo.

Iako Zakon propisuje da se psi i mačke mogu prodavati samo u odgajivačnicama registrovanim u Registru koje vodi Ministarstvo, a kojih ima oko 90, vi ćete samo na sajtu Kinološkog saveza naći oko 4.000 odgajivačnica kojih u navedenom registru nema. I još hiljade njih koji kote u

kućnim uslovima, nisu u sistemu kontrole, pa se povremeno pojave fotografije pasa koji žive u malenim kavezima iz kojih nikada ne izađu, prodaju se nevakcinisani, umiru nakon prodaje od virusa, često nose genetske mane. Zato su nam azili puni rasnih pasa, posebno malih, belih rasa i lovačkih koji, ako se ne pokažu u lovu, završavaju na ulici.

Da li postoji neka evropska zemlja čiji bi model mogao da se primeni kod nas?

U većini evropskih zemalja, ovo pitanje je odavno rešeno, pa na ulicama ne možete da sretnete napuštenu životinju. Strogo primenom zakona, i mi bismo mogli da budemo takva zemlja.

Kakav je aktuelni Zakon o dobrobiti životinja u Srbiji?

Aktuelni zakon je dobar. On predviđa i obavezu čipovanja, vakcinisanja, domaćinske brige, kontrolu rađanja novih ljubimaca i još mnogo toga. Nažalost, godinama je on samo mrtvo slovo na papiru, uvek je nešto važnije, nikada nema resursa, pa ne mogu da se otmem utisku da se radi, u najmanju ruku, o odsustvu svesti u nadležnim institucijama o značaju ovog pitanja. A bez primene zakona, problem postaje sve veći, i za životinje i za ljude.

Kako ocenjujete saradnju sa lokalnim azilima?

Ima gradova u kojima je saradnja na pristojnom nivou, gde volonteri mogu da dođu, slikaju pse, objave ih za udomljavanje, prošetaju, ali ima i prihvatilišta koja, uprkos regulatornoj obavezi da sarađuju sa građanima i aktivistima, svoja vrata drže čvrsto zatvorena. Iza tih vrata su strah, očaj, glad, bolest, međusobno ubijanje pasa, a često o njima „brinu“ ljudi koji ne vole životinje. U avgustu je od strane aktivista objavljena dokumentacija iz azila u Bačkoj Topoli koja pokazuje da je smrtnost uhvaćenih pasa u tom azilu skoro stopostotna. Važno je istaći i to da najveći deo zlostavljača i ubica životinja prolazi nekažnjeno ili sa minimalnim, uglavnom novčanim kaznama, jer su tužilaštva preblaga prema učiniocima ovog krivičnog dela.

Šta vas lično motiviše da istrajete u ovom poslu?

Ima trenutaka kada bude mnogo teško. Najteži su dani kada gubite živote, a oni potpuno bespomoćni. Tada moji udomitelji vide na mrežama da je neka nova borba u toku i tih dana dobijam najviše slika svojih udomljenih životinja, nekada napuštenih, a danas voljenih članova porodice. Velika je to sreća i za njih i za njihove ljude. I to me natera da krenem dalje. Jer ako se slomim, to je jedna osoba manje da pomogne. Ionako nas je premalo.

PUT KA DRUŠTVU U KOJEM SVAKO DETE IMA PORODICU

BILJANA ZORIĆ DIMIĆ, direktorka SOS Dečijeg sela u Kraljevu

Naša budućnost je stvaranje snažnog, sigurnog i povezanog društva. Želimo da SOS Dečije selo postane regionalni centar za podršku porodici, mesto gde se životi menjaju pre nego što dođe do krize

SOS Dečije selo u Kraljevu već decenijama predstavlja mesto sigurnosti, prihvatanja i nove šanse za decu i mlade. O tome kako se ovaj model brige razvijao, koje su najveće vrednosti organizacije i kakvu budućnost priželjkuju razgovarali smo sa Biljanom Zorić Dimić, direktorkom SOS Dečijeg sela u Kraljevu.

Kako je nastala ideja o osnivanju SOS Dečijih sela?

Ideja SOS koncepta brige o deci bez roditeljskog staranja je u svetu nastala u periodu posle Drugog svetskog rata. Umesto velikih domova i anonimnog okruženja, uvedena je ideja porodičnog modela, u kojem jedna žena, poznata kao SOS mama, preuzima ulogu hraniteljice i brine o grupi dece, često braći i sestrama, kako bi se očuvale njihove porodične veze. Ovaj model je omogućio deci da odrastaju u atmosferi ljubavi, sigurnosti i stabilnosti, u kućama koje funkcionišu kao prave porodice, a ne kao institucije. Koncept je bio inovativan jer je spojio profesionalnu brigu sa emocionalnom toplinom, uz naglasak na kontinuitetu odnosa i očuvanju identiteta deteta. Deca su živela zajedno sa SOS mamom u porodičnim kućama, u okviru zajednice poznate kao „SOS Dečije selo“, što je stvorilo osećaj pripadnosti i sigurnosti. Ovaj pristup se pokazao kao ključan za prevazilaženje trauma i razvoj zdravih, samostalnih mladih ljudi.

Međutim, iako je koncept dobio podršku stručne javnosti i pokazao izuzetne rezultate u praksi, u Srbiji određeni zakonski i podzakonski akti nisu prepoznali specifičnosti ovog modela. Problem je nastao jer postojeći propisi o hraniteljstvu i socijalnoj zaštiti nisu u potpunosti obuhvatili specifične zahteve SOS porodica – poput stalnog angažmana hranitelja, života u zajednici, finansiranja iz državnog budžeta i profesionalne obuke koja traje više od godinu dana.

Na koje konkretne načine deca dobijaju emocionalnu, socijalnu i obrazovnu podršku?

Emocionalna podrška deci obuhvata individualnu i grupnu psihološku pomoć koja im pomaže da prevaziđu traume i razviju samopouzdanje. Stalna prisutnost stručnog tima, koji čine psiholozi i socijalni radnici, pruža osećaj sigurnosti i poverenja. Pored toga, socijalna podrška se ostvaruje kroz aktivnosti u zajednici, radionice i sportske programe koji podstiču inkluziju i razvoj socijalnih veština, kao i kroz učešće u lokalnim događajima i saradnju sa nevladinim organizacijama radi obogaćivanja programa. Obrazovna podrška uključuje saradnju sa školama, dodatne časove i stipendije za decu i mlade, ali i organizovane programe za osamostaljivanje i pripremu za život, koji obuhvataju digitalne veštine i mentorsku podršku. Ovaj holistički pristup predstavlja jednu od glavnih prednosti SOS modela u odnosu na klasično hraniteljstvo, jer obuhvata ne samo smeštaj, već i emocionalni, socijalni i obrazovni razvoj deteta.

Da li postoje posebni programi za mlade koji izlaze iz sistema brige u okviru SOS Dečijeg sela u Kraljevu?

Da, u okviru SOS Dečijeg sela u Kraljevu postoje posebni programi namenjeni mladima koji izlaze iz sistema brige, a njihov cilj je da obezbede kontinuitet podrške i pripremu za samostalan život. Mladi prolaze obuke za životne veštine koje ih uče kako da upravljaju finansijama, organizuju svakodnevne obaveze, donose odgovorne odluke i razvijaju samopouzdanje. Pored toga, SOS Dečije selo ih povezuje sa poslodavcima, pruža obuke za tržište rada i podršku u pronalaženju prvog zaposlenja. Nakon izlaska iz sistema, nastavlja se mentorska podrška kroz praćenje i savetovanje, kako bi mladi imali oslonac u procesu adaptacije na samostalan život. Sve ove aktivnosti deo su holističkog SOS



modela, koji ne završava brigu kada dete napusti selo, već obezbeđuje stabilan prelazak u odrasli život.

Kako gledate na ulogu društva u podršci najranjivijoj deci? Šta može da se uradi, mimo materijalne podrške?

Društvo može značajno doprineti osnaživanju dece i mladih kroz volontiranje i mentorstvo, jer građani koji se uključuju u programe pružaju emocionalnu i socijalnu podršku, učestvuju u edukativnim radionicama i postaju mentori mladima koji se pripremaju za samostalan život, čime im obezbeđuju osećaj sigurnosti i oslonca u ključnim fazama razvoja. Podjednako je važno podizanje svesti o pravima dece i izazovima sa kojima se suočavaju, što se postiže kampanjama, javnim tribinama i medijskom podrškom, kako bi se stvorilo okruženje koje razume i štiti najranjivije članove zajednice. Pored toga, kreiranje inkluzivnih politika od strane institucija, lokalnih zajednica i organizacija doprinosi ravnopravnosti i dostupnosti obrazovanja, zdravstvene zaštite i socijalnih usluga za svu decu, bez diskriminacije, što predstavlja dugoročni temelj za njihovu integraciju u društvo.

Na šta ste lično najponosniji od kada rukovodite radom SOS Dečijeg sela Kraljevo?

Najlepši trenutak u našem radu je kada vidimo mlade koji su odrasli u SOS Dečijem selu, a danas su dobri, brižni roditelji. To je dokaz da ljubav, sigurnost i podrška koje su dobili ovde ostaju sa njima zauvek. Kada vidite osmeh na licu nekadašnjeg deteta koje sada grli svoje dete, znate da je svaki trud i svaka pružena ruka imala smisla. To je krug dobrote koji se zatvara – iz deteta koje je nekada tražilo oslonac, izrasta odrasla osoba koja pruža ljubav i sigurnost svojoj porodici. Za nas, to je najveća nagrada i najlepša potvrda da naš rad menja živote.

Jedna od najvećih vrednosti našeg preventivnog rada je što smo pomogli mnogoj deci da ostanu u svojim porodicama. Svaka porodica kojoj smo pružili podršku da prevaziđe krizu, svako dete koje je ostalo u svom domu, okruženo ljubavlju i sigurnošću – to je naša najveća pobeda. Jer verujemo da je porodica najbolje mesto za odrastanje deteta. Kada vidimo da smo uspeali da sprečimo razdvajanje, da smo pomogli roditeljima da pronađu snagu i rešenja, znamo da naš rad ima smisla. To su trenuci koji nas podsećaju zašto postojimo – da čuvamo porodice i detinjstva. Posebno sam ponosna na veliku transformaciju koju smo zajedno ostvarili. Nekada smo bili fokusirani isključivo na brigu o deci bez roditeljskog staranja, a danas smo otvorili vrata preventivnom radu – radu koji menja sudbine pre nego što dođe do razdvajanja porodica. Došli smo do velikog broja porodica, mladih i dece kojima je bila potrebna pomoć, pružili im podršku, oslonac i nadu. Svaka porodica kojoj smo pomogli da ostane na okupu, svako dete koje je dobilo šansu da odrasta u sigurnom domu, za mene je najveća pobeda. To je dokaz da ljubav, zajedništvo i pravovremena podrška mogu promeniti tok života.

Koje promene biste voleli da vidite u Dečijem selu u narednim godinama?

Naša budućnost je stvaranje snažnog, sigurnog i povezanog društva. Želimo da SOS Dečije selo postane regionalni centar za podršku porodici, mesto gde se životi menjaju pre nego što dođe do krize. Vidimo nas kao prostor u kojem porodice u riziku dobijaju pravovremenu pomoć, savetovanje i oslonac, gde se razvijaju preventivni programi koji čuvaju jedinstvo porodice. San nam je da SOS Dečije selo postane simbol zajedništva – mesto gde se porodice osnažuju, a zajednica postaje partner u stvaranju budućnosti bez straha i neizvesnosti. To je put ka društvu u kojem svako dete ima porodicu, podršku i priliku da ostvari svoje snove.

Da li vas je i na koji način ovaj posao promenio? Šta ste naučili o sebi, ljudima čega ranije možda niste bili svesni?

Rad u SOS Dečijem selu me je duboko promenio. Naučio me je empatiji na nivou koji ranije nisam poznala – da zaista čujem i razumem ne samo decu, već i njihove priče, njihove tišine i njihove strahove. Postala sam strpljivija, jer sam shvatila da proces izlečenja i osnaživanja traje, i da svako dete, mlada osoba, ima svoj ritam. Ovaj posao mi je pokazao snagu zajedništva – koliko podrška, ljubav i poverenje mogu da promene tok života. Naučila sam i o sebi: da imam više snage nego što sam mislila, da mogu da budem oslonac i u najtežim trenucima, i da male pobede – osmeh deteta, uspešan korak ka samostalnosti – vrede više od svega. Ljudi su me naučili da dobrota postoji i da se umnožava kada je delimo.

NAUČIO SAM PRAVU VREDNOST PODRŠKE I ZAJEDNIŠTVA

NEBOJŠA MILJEVIĆ, *koordinator tima za psihosocijalnu podršku Udruženja NURDOR*

Nadam se da ćemo kao društvo postati još senzibilniji, da usmerimo sve snage na pomoć onima kojima je najteže i da svako, u skladu sa svojim mogućnostima, pruži podršku porodicama u izazovnim trenucima. Želim da se razvije kultura solidarnosti i razumevanja, kako bi deca i porodice u Srbiji dobili svu neophodnu brigu i podršku

Nebojša Miljević, psiholog i psihološki savetnik, dugo je volontirao pružajući psihološku pomoć i podršku mladima. Bio je angažovan u Centru za socijalni rad u Službi za zaštitu dece radeći sa decom bez roditeljskog staranja. Od 2015. godine je deo tima NURDOR-a za psihosocijalnu podršku porodicama tokom i nakon lečenja dece, a trenutno radi kao koordinator tima za psihosocijalnu podršku Nacionalnog udruženja roditelja dece obolele od raka NURDOR.

Koje su, po vašem mišljenju, trenutno najveće potrebe NURDOR-a, kako u radu sa porodicama i decom, tako i na nivou organizacije?

Najveće potrebe NURDOR-a, odnosno dece obolele od raka i njihovih porodica, odnose se na probleme koji zahtevaju sistemsku rešenja. To su pre svega: nedostatak savremene dijagnostičke opreme, manjak medicinskog i psihološkog osoblja, nedovoljno mogućnosti za kontinuiranu edukaciju zdravstvenih radnika, kao i sporo uvođenje inovativnih i savremenih terapija. Rešavanjem ovih pitanja kvalitet lečenja bi bio značajno bolji, humaniji i dostojanstveniji. Drugi važan sistemski problem jeste nepostojanje Nacionalnog pedijatrijskog kancer registra. NURDOR godinama zagovara njegovo formiranje, jer bismo tek uspostavljanjem ovog registra imali tačan i pouzdan uvid u broj obolele dece, uzrasnu dob, pol, tok lečenja i ishode terapije. Njime bi se omogućilo i dugoročno praćenje svakog deteta koje je završilo lečenje, budući da je rizik od kasnih ili sekundarnih posledica nakon hemioterapije i radioterapije veoma prisutan.

Takođe, veliki problem u našem zdravstvenom sistemu je palijativno zbrinjavanje dece i mladih, koje još uvek nije sistemski organizovano. Ne postoje specijalizovani timovi, službe niti ustanove u kojima bi se ova vrsta nege i podrške pružala. Trenutno se praksa svodi na izolovane intervencije usmerene uglavnom na procenu i kontrolu bola i drugih telesnih tegoba, što pokazuje da i dalje prevladava isključivo medicinski model. Iako je potreba za razvojem palijativnog zbrinjavanja dece prepoznata kao urgentna od strane Ministarstva zdravlja još u periodu 2011–2014, u okviru projekta „Razvoj palijativnog zbrinjavanja u Srbiji”, i dalje standardi palijativnog zbrinjavanja nisu implementirani u naš zdravstveni sistem. Porodice čija se deca leče, i porodice čija deca preminu u stalnom su kontaktu sa NURDOR-om, tako da se NURDOR posvetio ovoj temi organizovanjem edukacija za medicinsko osoblje, pisanjem i izdavanjem Priručnika, sprovođenjem sveobuhvatnog upitnika roditeljima čija su deca preminula od raka i organizovanjem Nacionalnog kongresa za palijativnu negu, koji će se održati u januaru 2026. godine.

Roditeljske kuće su značajna podrška porodicama tokom lečenja. Da li su postojeći kapaciteti dovoljni i šta bi, po vašoj proceni, najviše doprinelo, a nedostaje?

Tako je, roditeljske kuće su jedan od jako važnih oblika podrške koju NURDOR pruža porodicama. Namenjene su smeštaju porodica iz unutrašnjosti čija se deca leče u nekom od centara. NURDOR ima pet roditeljskih kuća, od



kjih su tri u Beogradu, po jedna u Novom Sadu i Nišu. U ovom trenutku su naši kapaciteti dovoljni, ali se često dešava da se traži soba više, da porodice moraju da sačekaju neko vreme dok se neka soba ne oslobodi ili moraju da se snađu na drugi način.

Uskoro završavamo sa adaptacijom i sa pribavljanjem svih neophodnih dozvola za još jednu kuću u Beogradu, te se nadamo da ćemo narednih meseci uspeti da otvorimo kuću i zbrinemo prve ukućane. Nova kuća će zaista imati odlične uslove, 12 porodičnih soba, sve neophodne zajedničke prostorije, dečju igraonicu, dvorište sa igralištem i prostorom gde roditelji mogu da se opuste. Ono što je posebno važno, kuća će imati lift, koji je neophodan malim pacijentima koji se otežano kreću.

Koliko je važna kontinuirana finansijska podrška kroz donacije, sponzore, humanitarne kampanje za rad NURDOR-a i u kom segmentu je ona najkritičnija?

Najveći deo finansijske podrške udruženju NURDOR obezbeđuju fizička i pravna lica, dok se manji deo aktivnosti finansira putem projekata. Bez obzira na pojedinačni iznos donacije, posebno ističemo značaj kontinuirane podrške. Važno je razumeti da se svi naši programi i aktivnosti zasnivaju isključivo i direktno na donacijama — svaki donator je naš aktivni učesnik i saborac u stvaranju boljeg i humanijeg okruženja za decu obolelu od raka. Najveći izazov u tom smislu predstavlja obezbeđivanje

sredstava za operativne troškove udruženja, koji su ključni za sprovođenje svih aktivnosti i za nesmetano, odgovorno i transparentno funkcionisanje NURDOR-a.

U kojim segmentima je najviše potrebna psihosocijalna podrška roditeljima?

Tokom lečenja deteta od maligniteta, i roditelji i deca suočavaju se sa nizom veoma zahtevnih izazova koji menjaju njihov svakodnevni život i utiču na stabilnost. Za roditelje je dijagnoza traumatski trenutak praćen strahom, osećajem gubitka kontrole i potrebom da razumeju veliki broj medicinskih informacija i odluka u kratkom roku. Prva reakcija je uvek snažan šok, neverica, zaleđenost. Najčešće se roditelji nose i sa jakim osećajem krivice, razmišljajući da li su oni nečim doprineli, da li su mogli nešto ranije da urade da spreče da do bolesti dođe i slično. U tom trenutku preplavljenosti, psihološka podrška postaje od presudnog značaja kako bi roditelji ostali dovoljno stabilni i funkcionalni da mogu pružiti detetu adekvatnu brigu i sigurnost. Njihov životni ritam se naglo menja: meseci provedeni u bolnici, nedostatak sna i briga o ostatku porodice dovode do iscrpljenosti i povećanog rizika od psiholoških poteškoća.

Veliki problem je i razdvajanje porodice. Mnogi roditelji i deca su često mesecima odvojeni od najbližih, što dodatno produbljuje stres, strah i osećaj izolacije. Za porodicu koja već prolazi kroz izuzetno težak period, izostanak kontakta, zagrljaja i podrške najbližih je jedan od bolnijih aspekata celog procesa lečenja. Socioekonomski pritisci dodatno opterećuju roditelje, troškovi života se višestruko povećavaju, a dešavalo se da roditelji ostanu i bez posla tokom lečenja dece. NURDOR je još 2013. pokrenuo inicijativu za izmenu zakona o bolovanju. Predlog je bio da roditelji mogu da budu uz svoje dete tokom celog perioda lečenja, sa 100% nadoknade, umesto četiri meseca i 65% nadoknade, kako je to ranije bilo. Zakon je usvojen 2019. godine, što je u velikoj meri olakšalo funkcionisanje porodica i bar malo umanjilo brige roditeljima.

A deci?

Deca se, s druge strane, suočavaju sa izazovima koji zavise najviše od uzrasta, ali imaju zajedničku osnovu: strah od bolnih i nepoznatih procedura, dugotrajan boravak u bolnici i prekid rutine i svakodnevnog života koji im je do tada bio poznat. Odvajanje od škole i vršnjaka, ograničeno kretanje i smanjena mogućnost igre dovode do osećaja izolacije i prekida „normalnog detinjstva“. Česta je patnja u vezi sa promenom telesnog izgleda usled opadanje kose, promene u težini, što utiče na samopouzdanje i sliku o sebi. Mlađa deca često nemaju kapacitet da verbalizuju emocije i mogu

reagovati regresivnim ponašanjima, intenzivnim strahom, plaćem, povlačenjem i pojačanim nepoverenjem prema nepoznatim osobama. Starija deca i adolescenti, čiji je životni period sam po sebi izazovan i pun velikih promena, ponekad pokušavaju da zaštite roditelje potiskivanjem sopstvenih strahova i briga. Mogu se povlačiti ili biti neprijatni prema roditeljima. Kod njih se neretko javlja i strah od neizvesnosti i pitanja o smislu i pravdi, čest je osećaj uskraćenosti, jer propuštaju ekskurzije, proslave punoletstava, mature i druge važne životne trenutke, što dodatno utiče na njihovu emocionalnu stabilnost. Ono o čemu se malo govori, a jako je važno, jeste da veliki emotivni teret nose i braća i sestre obolelih mališana. Dok roditelji veći deo vremena provode u bolnici, oni se često osećaju zanemareno, uplašeno ili zbunjeno zbog promena u porodici. Iako su zdravi, i oni prolaze kroz strah, brigu i tuđu, a neretko pokušavaju da „budu jaki“ kako ne bi dodatno opteretili roditelje.

Postoji li razlika u dostupnosti psihološke podrške porodicama iz većih gradova i onim iz manjih sredina?

U većim sredinama postoji više opcija za dobijanje podrške kroz različite programe, grupe podrške, savetovališta, više psihoterapeuta i različitih stručnjaka u okolini. Veća je verovatnoća da porodica dobije kontinuiranu stručnu pomoć, kako tokom lečenja, tako i nakon njega. A poznato je da ne prolaze svi izazovi sa dobijanjem otpusne liste. Takođe, u većim sredinama je obično manja stigma u vezi sa traženjem psihološke podrške. Za porodice iz manjih mesta, ponekad sa manjim primanjima, lečenje može značiti dodatno opterećenje, jer podrazumeva prelazak u veći grad, finansijske troškove za smeštaj, putovanja, dodatne izdatke. Ono što je dodatna otežavajuća okolnost za porodice iz manjih sredina je razdvojenost članova, jer je jedan roditelj uz dete tokom lečenja, koje može trajati više meseci ili godina. Za porodice iz unutrašnjosti roditeljske kuće NURDOR-a zaista mnogo znače. Imaju obezbeđen besplatan smeštaj, svakodnevni prevoz do bolnice i nazad, kao i sveobuhvatnu psihosocijalnu podršku.

Koji su najveći izazovi sa kojima se suočavate u svom radu?

Jedan od velikih izazova u Srbiji jeste nedostatak psihologa koji su svakodnevno prisutni na pedijatrijskim hemato-onkološkim odeljenjima. Upravo tamo gde su deca i roditelji suočeni sa najtežim životnim izazovima, stručna psihološka podrška u nekim slučajevima nije sistemski obezbeđena. To dovodi do situacije u kojoj se mnoge porodice same bore sa strahovima koji prate lečenje ili se oslanjaju jedni na

druge. Prisustvo i dostupnost psihologa na odeljenjima nisu luksuz, već osnovna potreba, neophodna da bi dete imalo adekvatnu emocionalnu podršku, a roditelji prostor da se izbore sa ogromnim pritiscima kroz koje prolaze.

Kakvu saradnju imate sa medicinskim timovima i bolnicama?

Imamo vrlo dobru saradnju sa medicinskim osobljem. Zalažemo se za timski pristup – svi smo deo istog zadatka: lekari, medicinske sestre, roditelji, udruženje i šira društvena zajednica. Te veze je važno negovati i jačati, jer svi delujemo s istim ciljem i partneri smo na istoj misiji. Aktivno opremamo odeljenja, ulažemo u novu opremu i aparate, i konstantno radimo na poboljšanju uslova u kojima mali pacijenti provode vreme. Pratimo iskustva iz inostranstva i trudimo se da najbolje prakse implementiramo i kod nas. Takođe, organizujemo edukacije za medicinsko osoblje, pomažemo lekarima u odlascima na usavršavanja i podržavamo njihov profesionalni razvoj. Ipak, stalno naglašavamo da je neophodan veći broj medicinskog osoblja. Trenutno je posebno teško, s obzirom na to da veliki broj radnika odlazi u inostranstvo, pa je sektor dodatno opterećen. Osim toga, zalažali smo se da na svakom odeljenju bude prisutan i psiholog, što je neophodno u radu sa ovako osetljivom populacijom. Rad sa decom koja boluju od teških bolesti izuzetno je stresan i emotivno zahtevan. Niko nije imun na dugotrajan kontakt sa dečjom patnjom. Naši medicinski radnici su heroji, ali ipak samo ljudi, i s vremenom može doći do emocionalnog izgaranja. Zato je važno da im pružimo podršku kako bi mogli da sačuvaju snagu i nastave da posvećeno brinu o deci.

Da li je sindrom izgaranja čest među članovima vašeg tima?

Sindrom izgaranja je inače čest među pomažaćima, jer svakodnevno rade sa ljudskom patnjom. Kontinuiran kontakt sa ranjivim populacijama nosi visok emocionalni i profesionalni rizik, a u Srbiji je taj rizik dodatno pojačan sistemskim okolnostima. S obzirom na to da nema dovoljno stručnjaka, preopterećenost pojačava rizik od izgaranja. Nama u prevenciji burnouta u velikoj meri pomažu jasne granice u radu. Trudimo se da držimo jasnu granicu između profesionalnog i privatnog, mada to nije nimalo lako u radu sa ljudima. Teško je da nas ne pogodi neka ljudska sudbina, pogotovo dečja. Nemoгуće je ne vezati se za dete. U najvećoj meri, čini mi se da pomaže međusobna podrška kolega, jak i dobronameran tim. Zaista se trudimo da budemo tu jedni za druge, ali smo slobodni i da tražimo podršku kad nam je neophodna. Izuzetno su važne i kontinuirana lična psihoterapija i briga o sebi. Važno je imati

na umu da samo ako smo mi dobro možemo drugome pružiti adekvatnu podršku.

Šta vas lično motiviše da se bavite ovim izuzetno zahtevnim i plemenitim poslom?

Oduvek sam znao da će moje profesionalno angažovanje biti u radu sa decom i mladima. Verujem da kroz pružanje podrške deci i mladima činimo pojedince srećnijim, gradimo zdravije društvo i doprinosimo boljem svetu. Moj sistem vrednosti se prirodno poklopio sa vrednostima NURDOR-a, a kroz rad sa ovim porodicama video sam vrhunac pomažačke struke. Podrška deci i porodicama je zaista neophodna, niko ne bira da mu se bolest desi, a deca su najveće bogatstvo. Mali pacijenti su pravi heroji, svakog dana nas uče hrabrosti, životu i izdržljivosti i od njih možemo zaista mnogo naučiti. Duboko verujem i vodim se onim što je Marley rekao: „Veličina čoveka nije u tome koliko bogatstva stiče, već u njegovom integritetu i sposobnosti da pozitivno utiče na ljude oko sebe.“

Da li vas je, i na koji način, ovaj rad promenio, kao čoveka i kao stručnjaka?

Uvek ponavljam kako sam uz NURDOR pronašao svoje mesto. Promenio mi je život na mnogo nivoa, pogled na svet, prioritete, suštinu i dao mi svrhu i smisao. Naučio sam pravu vrednost podrške i zajedništva, a takođe i koliko su svaka mala promena, svaki osmeh i trenutak pažnje značajni za svakog od nas, a pogotovo za nekoga ko prolazi kroz težak period. To mi daje motivaciju da stalno rastem, učim, i da svoje znanje i iskustvo koristim da pozitivno utičem na živote drugih koliko je u mojoj moći.

Koja je vaša najveća želja kada razmišljate o budućnosti dece koja prolaze kroz lečenje i o njihovim porodicama?

Moja najveća želja je zapravo da jednog dana... više ne bude potrebe za našim radom. Da deca budu zdrava, porodice mirne i da niko više ne mora da prolazi kroz ovako teške situacije. Do tada, želja mi je da otklonimo sve nedostatke sistema i obezbedimo deci svu podršku i najbolje moguće uslove lečenja, po svetskim standardima, kako bismo ublažili bol, strah i povećali šanse za izlečenje što većeg broja mališana. Osim toga, nadam se da ćemo kao društvo postati još senzibilniji, da usmerimo sve snage na pomoć onima kojima je najteže i da svako, u skladu sa svojim mogućnostima, pruži podršku porodicama u izazovnim trenucima. Želim da se razvije kultura solidarnosti i razumevanja, kako bi deca i porodice u Srbiji dobili svu neophodnu brigu i podršku.

KULTURA NIJE PRIVILEGIJA, VEĆ PRAVO

VLADA BELJIĆ, *Kulturni centar Talas iz Smedereva*

Pristup kulturi je pitanje jednakosti i društvene pravde. Kada dete iz sela dobije priliku da vidi predstavu ili učestvuje u radionici, ono dobija poruku da njegov život vredi jednako kao i život deteta iz velikog grada

Kulturni centar Talas Vlada Beljić osnovao je, zajedno sa kolegama i prijateljima, u proleće 2023. godine. Početna ideja bila je da kreiraju društveno angažovan kulturni sadržaj u Smederevu i da na taj način rade na aktiviranju lokalne zajednice.

Kakvi su bili počeci vašeg rada i kako ste došli na ideju da osnujete Talas?

Prva godina postojanja bila je izuzetno teška. Osećao sam veliku odgovornost i zbog toga sam neprestano razmišljao kako bi trebalo da usmerimo naše delovanje. Odgovor sam pronašao u osećaju nejednakosti koji je bio često zastupljen kod mene tokom srednje škole.

Taj osećaj nejednakosti se rađa od samog početka u ovom društvu, ali je pitanje kada ga kao pojedinci osvestimo. Prvi put sam to shvatio kao učenik Treće beogradske gimnazije, gde sam bio jedini đak u odeljenju koji nije iz Beograda. Tada sam video koliko je jaz između mene i mojih vršnjaka. Osetio sam da su imali više prilika, iskustava i prostora da maštaju o studijama u inostranstvu i velikim karijerama, dok je za mene već gimnazija u Beogradu predstavljala ogroman iskorak. Ta svest o sopstvenoj poziciji na društvenoj lestvici kasnije je postala jedan od ključnih motiva da radim na decentralizaciji kulture.

Trenutak koji je najviše uticao na to da osnujem Kulturni centar Talas jeste moje poznanstvo sa Irenom Antin, rediteljkom i mojom prijateljicom. Ona je iz Lukićeva, malog banatskog sela koje nema pijaću vodu. Već nakon prve

godine studija na Akademiji umetnosti u Novom Sadu, napravili smo dečiji festival u njenom selu. Tako je nastao Letnji umetnički festival ili LUF. Upravo kroz LUF sam prvi put video koliko umetnost može da transformiše jednu malu zajednicu kada joj se pruži pažnja, vreme i kvalitetan sadržaj.

Naše prijateljstvo i LUF su odredili pravac u kojem će Talas rasti i šta će biti njegov cilj. Kasnije je započeo rad na predstavi „Izumrli predmeti“, ali i razvijanje čitavog koncepta eko-pozorišta i rada sa decom kroz društveno angažovano pozorište.

Kako definišete društvenu odgovornost u kontekstu kulture? Zašto je važno da deca iz sela imaju pristup predstavama, radionicama i edukativnim sadržajima?

Društvenu odgovornost u kulturi doživljavam kao obavezu da umetnost i neformalno obrazovanje ne budu luksuz rezervisan samo za one koji žive u velikim gradovima.

KONCEPT KAMPANJE „NA TOČKOVIMA KULTURE“ ZASNIVA SE NA IDEJI DA KULTURA DOPUTUJE U SVAKO SELO, UMETO DA DECA IZ SELA MORAJU DA PUTUJU





SVEST O SOPSTVENOJ POZICIJI NA DRUŠTVENOJ LESTVICI KASNIJE JE POSTALA JEDAN OD KLJUČNIH MOTIVA DA RADIM NA DECENTRALIZACIJI KULTURE

Kultura mora biti dostupna svima, posebno deci i mladima u seoskim sredinama, koji su od samog početka uskraćeni za osnovne prilike.

Iako se iz mog prethodnog odgovora može steći utisak da sam tokom odrastanja bio u nezgodnoj poziciji, istina je da sam, u poređenju s mnogima, ipak privilegovani. Ja sam prva generacija svoje porodice koja živi u gradu. Moja baka je rođena u selu Lučavčina kod Smedereva tokom Drugog svetskog rata. Još kao dete je znala da mora da bude hrabra i jaka kako bi ostvarila svoje ciljeve. Uprkos veoma teškom odrastanju u zemlji posle rata, završila je Prirodno-matematički fakultet i čitav svoj radni vek bila profesor matematike u Smederevskoj gimnaziji. Svestan sam da u istom tom selu danas odrastaju devojčice koje moraju biti jednako hrabre kao što je ona bila pre više od pola veka, samo da bi imale osnovne šanse jer ih sistem i dalje uskraćuje za podršku i sadržaje koji su u gradovima podrazumevani. Upravo zato je važno da kultura dođe do svakog sela. Ne samo u vidu predstave ili radionice, već kao jasna poruka da su ta deca viđena, da njihovi snovi imaju vrednost i da na njih neko misli.

Kako biste opisali stanje kulture u Srbiji?

Kultura u Srbiji danas je u fazi preživljavanja. Budžeti su smanjeni, institucije su često pasivne, a dijalog između

Ministarstva kulture i umetničke zajednice praktično ne postoji. Umesto da bude partner i oslonac, Ministarstvo često deluje kao faktor destabilizacije. Na taj način Ministarstvo ne podržava opšti interes i razvoj kulture, već ga zanemaruje.

Gde vidite najveće praznine u pristupu kulturnim sadržajima?

Najveća praznina potiče upravo iz tog nedostatka strateškog sluha države. Ako se ne razume zašto je kultura važna za društvo, onda se ona u praksi svodi na sporadične događaje, a ne na dugoročne procese. Kao primer često navodim Rumuniju, jer je dovoljno blizu da poređenje bude realno. U Rumuniji postoji program u okviru kojeg Ministarstvo kulture finansira mlade umetnike da igraju predstave u selima i malim sredinama. Na taj način oni doprinose decentralizaciji kulture, stižu radno iskustvo, dok publika dobija kvalitetan sadržaj. To je dobro osmišljena kulturna politika koja daje rezultate. U Srbiji takvih programa nema. Mladi umetnici izlaze sa fakulteta u svet bez posla, bez prilika i često bez nade. Istovremeno, deo sistema funkcioniše tako da prednost imaju podobni, a ne kvalitetni projekti. U celom tom vakuumu ostaje publika koja je kolateralna šteta celog sistema. Najveći problem, zapravo, jeste to što se zaboravlja opšti interes. Kultura je javno dobro. Ona treba da pripada svima i da bude prostor u kojem se društvo preispituje, uči, raste i razvija. Kada se taj princip zanemari, nastaju praznine u pristupu, kvalitetu i u poverenju građana da kultura ima ikakvu ulogu u njihovim životima.

Kakav je koncept kampanje „Na točkovima kulture“, koji ste pokrenuli i zašto je kombi ključan za ovu inicijativu?

Koncept kampanje „Na točkovima kulture“ zasniva se na ideji da kultura doputuje u svako selo, umesto da deca iz sela moraju da putuju. Plan nam je da već na proleće, ukoliko sakupimo potrebna sredstva, obiđemo svih 26 sela u okolini Smedereva i svakom od njih donesemo predstave, radionice, filmske projekcije i programe koji u tim sredinama gotovo da ne postoje. Kombi je srž naše inicijative. Bez njega ovakav projekat ne bi mogao ni da zaživi. On nam omogućava potpunu mobilnost. Zahvaljujući njemu moći ćemo da prevezemo scenografiju, rekvizite, tehniku, ali i sve članove koji će voditi programe. Još važnije, taj kombi nije samo prevozno sredstvo. On će biti pokretna pozornica i mali kulturni centar na točkovima.



Za mnogu decu, to će možda biti prvi susret sa pozorištem, prva predstava u životu ili prva prilika da kroz pozorište uče o ekologiji. Upravo zato je kombi ključan. On nije samo vozilo, već znak da umetnost može biti zabavna, živa i dostupna svakom detetu, bez obzira na to gde živi.

Kako planirate da dođete do sredstava?

Sredstva za realizaciju projekta prikupljamo kroz kombinaciju različitih izvora. Pokrenuli smo „crowdfunding“ kampanju na platformi Donacije.rs, gde smo već sad prikupili više od 200.000 dinara. Trenutno smo u potrazi za podrškom kompanija i lokalnih preduzeća koji bi bili sponzori naše kampanje. Takođe, sredstva prikupljamo i od ulaznica za našu predstavu „Izumrli predmeti“.

Razmišljate li o dugoročnoj održivosti tog projekta?

Dugoročna održivost projekta zasniva se na tome da se kombi koristi tokom cele godine i da projekat postane prepoznatljiv partner institucijama na lokalnom nivou. Planiramo da u budućnosti program realizujemo u saradnji sa školama, domovima kulture i bibliotekama, koji bi nas uključivali u svoje godišnje planove rada i na taj način obezbedili kontinuitet. Ideja je da putujuće pozorište postane model koji se svake godine nadograđuje. Želimo da svake godine deca očekuju naš dolazak, a da ovaj projekat lokalna zajednica doživljava kao svoj.

Vaše predstave se bave temama ekologije, kao što su „Izumrli predmeti“, ali i istorijom, konkretno Smedereva. Kakve ideje želite da prenesete deci kroz vaše predstave i kako reaguje publika?

Želimo da ih edukujemo da se na našoj planeti u ovom trenutku dešavaju važne promene i da su oni, iako mali, svedoci i učesnici svega toga. Kroz predstavu „Izumrli predmeti“ želimo da prenesemo ideju da plastika ne nestaje sama od sebe i da način na koji tretiramo stvari zapravo oblikuje svet koji ostavljamo budućim generacijama. Trudimo se da deci pokažemo da ekologija nije apstraktna tema i da odgovornost prema planeti počinje od malih navika. Reakcije publike su izuzetne. Deca veoma snažno reaguju na humor, interakciju i predmete koji su za njih potpuno novi, a za roditelje predmeti kojih se rado sećaju. Posle predstava nam prilaze sa svojim mišljenjem kako se rešiti plastike, ali često shvate da je teško potpuno izbaciti plastiku iz upotrebe, jer je danas ima u svemu, pa čak i u nama samima.

Zašto je važno da zajednice iz manjih sredina dobiju pristup kulturi i koje šire društvene, kulturne promene biste želeli da vaši projekti pokrenu?

Pristup kulturi je pitanje jednakosti i društvene pravde. Kada dete iz sela dobije priliku da vidi predstavu ili učestvuje u radionici, ono dobija poruku da njegov život vredi jednako kao i život deteta iz velikog grada. Kultura ima moć da gradi samopouzdanje, da otvara vidike i da deci pokaže da imaju pravo da sanjaju, ne zato što dolaze iz „pravog“ mesta, već zato što su deo ovog društva. Kroz naše projekte želimo da pokrenemo promenu načina razmišljanja. Kultura nije privilegija, već pravo, a selo nije periferno, već jednako važno. Ako uspemo da pokrenemo makar mali deo tog procesa, onda naš rad ima smisla.

POKRENIMO TALAS DOBROTE

ANASTASIJA VUJIĆ, studentkinja Fakulteta organizacionih nauka u Beogradu

Mislim da je važno da humanost bude deo obrazovanja, da deca u školi uče ne samo matematiku i srpski, nego i empatiju, solidarnost, razumevanje drugog, i to kroz zajedničke akcije sa vršnjacima, kroz volontiranje, kroz stvarne susrete sa decom, starijima, ljudima koji u životu imaju manje sreće od njih

Anastasija Vujić, studentkinja Fakulteta organizacionih nauka u Beogradu, neko je ko veruje da se dobrota sastoji iz mnogo malih dela i gestova. Humanitarnim radom bavi se od trinaeste godine i danas je to nešto što oblikuje svaki njen dan. Tokom godina dobila je nekoliko značajnih priznanja, među kojima su plaketa „Najplemenitiji dečji podvig godine“, priznanje „Oni su heroji“, „Virtus nagrada za mlade filantrope“ od Trag fondacije, kao i nagrada „Svetislav Milić – mladima od srca“ za humanitarni rad.

„Iako mi priznanja znače, najvažniji deo mog puta su deca kojima sam donela osmeh i trenuci koji su me naučili koliko se svet menja kada se makar malo potrudimo da budemo tu jedni za druge“, kaže ona.

Kada i zašto si se prvi put uključila u volontiranje i humanitarni rad?

Sećam se svega kao da je bilo juče — imala sam oko 13 godina. Pevala sam u horu u Hramu Svetog Save i za Božić smo, kao hor, dobili paketiće. Među nama su bila i deca sa invaliditetom, u kolicima, koja su bila deo publike. Kada sam dobila svoj paketić, samo sam instinktivno želela da podelim deo sa njima. Taj mali čin, dati paketić detetu koje je možda poslednje na listi za darivanje, probudio je u meni nešto veliko. Tada sam shvatila da sreća ima smisla samo kada se deli. Taj momenat me je zauvek promenio.

Sećaš li se svoje prve volonterske akcije, kako je izgledala i kako si se osećala?

Moja prva akcija bila je jednostavna, sa roditeljima i nekoliko prijatelja otišla sam bukvalno sa jednim napolitankama i odneli smo ih u dečju bolnicu za cerebralnu paralizu u Beogradu. Deca su bila presrećna i čak su nam i otpievali

pesmicu „Kada si srećan“ koja mi je i dan-danas u mislima. Bilo je to čisto, iskreno i dirljivo. Od tog dana znala sam da želim da to radim zauvek.“

U kojim si sve humanitarnim projektima učestvovala? Da li si i sama organizovala neke, i koje?

Tokom godina obilazila sam mnoge ustanove, dečje bolnice, domove za decu bez roditeljskog staranja i škole za decu sa poteškoćama u razvoju. Sve to kroz akciju koju sam osmislila i pokrenula zajedno sa mojim roditeljima „Naše malo za dečji osmeh“. Kroz ovu akciju, sa prijateljima i podrškom moje porodice, trudim se da i van prazničnih meseci obidemo ustanove i poneseimo deci slatkiše, grickalice, igračke, bojanke, školski pribor — ali, što je po meni najvažnije, poneseimo im pažnju, osmeh i vreme. Napravila sam i projekat „Sve kreće od tebe“ gde smo pravili reels videe, emotivne, jasne i kratke, sa ciljem da što brže dopru do ljudi i da se sakupi pomoć koja je hitno potrebna. Ti reels-ovi su bili moj način da pokrenem zajednicu, probudim empatiju i pokažem koliko svi zajedno možemo da uradimo kada se ujedinito oko jednog deteta i pomognemo mu da dođe do potrebne operacije. Jedan od jako posebnih trenutaka mog humanitarnog puta bilo je hodočašće od 440 kilometara — od manastira Rakovice do Ostroga, koji sam prešla pešice za zdravlje malog Nemanje Ljutića. Svaki korak bio je posvećen njemu i svakoj porodici koja vodi borbu koju ne bi trebalo da vodi sama.

Kako biraš gde i kome ćeš pomoći? Koliko je to teško ne samo izabrati, nego i organizovati?



Izabrala sam podršku deci u bolnicama, domovima, deci sa invaliditetom, u školama deci sa poteškoćama u razvoju, jer mislim da njima najviše treba topline, pažnje i razumevanja. Organizovanje nije uvek lako. Svi slatkiši, grickalice i sitnice se skupljaju pomoću prijatelja, porodice, volontera koji su puni empatije i žele da učine nekome dan lepšim i izmame osmeh na lice. Sakupiti dovoljno poklona, koordinisati posete, raditi sa institucijama, uskladiti termine — to zahteva vreme, volju, energiju. Često zna da bude iscrpljujuće, posebno kada je više ustanova, mnogo dece, a malo ruku koje pomažu, ali je vredno i to je ono najbitnije. Najveći izazov je emocionalne prirode, ponekad si sa decom koja prolaze kroz teške bolesti, kojima terapije ne daju mnogo nade, nekad znaš da možda više nikada nećeš videti to dete posle bolnice. To pogađa. I to je trenutak kada se zapitaš da li ima smisla. Ali isto tada, setim se osmeha i radosti tog malog deteta, i shvatim da je vredno. Svaki osmeh je potvrda da sve ovo ima smisla.

Šta smatraš suštinom humanosti?

Humanost, to je sposobnost da pogledaš u oči drugog i vidiš ne lice, ne invaliditet, ne razliku, nego čoveka. Da razumeš da svako zaslužuje toplinu, pažnju, osmeh i da veruješ da čak i najmanji gest može promeniti dan, možda i ceo život. Takođe i da deljenje radosti, razumevanja i empatije nije privilegija, nego odgovornost.

Za mene humanost je odlučiti da поделиš ono što imaš: ne samo dar, već vreme, prisustvo, razumevanje. Humanost ne traži aplauz. Humanost se pokaže u tihim trenucima, kada sediš pored deteta u bolničkoj sobi, kada mu pričaš, crtaš, smeješ se s njim, kada slušate muziku, kada mu pokloniš bojanke, a on ti uzvrat osmehom.

Zašto je važno da mladi ljudi budu uključeni u volontiranje i humanitarni rad?

Zato što mladi imaju energiju i slobodu da veruju u promene. Kada mladi pokrenu nešto, to je iskreno. Nema interesa, nema koristi, samo srce. Oni su često puni empatije i želje da menjaju svet i kada to pretoče u dela, to ima ogromnu moć. Takođe, kada mladi prihvate odgovornost za humanost — to šalje signal drugima; pokazuje da briga, empatija i solidarnost nisu „nešto za starije“ i nešto što više nije u „modi“, već vrednosti koje treba da nosimo kroz ceo život.

Da li misliš da naše društvo dovoljno podstiče humanost i empatiju? Kako to poboljšati?

Verujem da društvo može i mora više da podstiče humanost. Nažalost, često su prioriteti materijalni i nedostaju podsticaji za mlade koji žele da pomažu. Mislim da bi škole, institucije, mediji mogli više da pričaju o humanitarnim pričama, da pokazuju da treba pomoći i da svako jutro treba da ustanemo sa tim da možemo nekome da promenimo dan, a možda i život. Takođe, mislim da je važno da humanost bude deo obrazovanja, da deca u školi uče ne samo matematiku i srpski, nego i empatiju, solidarnost, razumevanje drugog, i to kroz zajedničke akcije sa vršnjacima, kroz volontiranje, kroz stvarne susrete sa decom, starijima, ljudima koji imaju manje sreće od njih u životu. Da znaju da oni mogu da budu baš ti koji će pokrenuti talas dobrote.

Kako vidiš sebe i svoj angažman u narednim godinama?

U narednim godinama vidim sebe i dalje u humanitarnom radu, ali još posvećenije i organizovanije. Želim da proširim inicijativu „Naše malo – za dečji osmeh“, da uključim još više mladih i da obidem još mnogo dece kojoj je podrška potrebna. Potrudicu se da nastavim i sa pojedinačnim akcijama, reels-ovima i prikupljanjem pomoći, jer sam mnogo puta videla da jedna iskrena poruka prenesena kroz priču može da pokrene ceo talas dobrote. Najvažnije mi je da ostanem verna sebi i svojoj želji da budem oslonac onima kojima je najteže i da svake godine učinim makar malo više dobra nego prethodne.

UVEK JE BOLJE DARIVATI NEGO PRIMATI

RADICA BLAGOJEVIĆ, *potpredsednica udruženja „Drug sa drumu“*

Svi dajemo i nadamo se da nikada neće doći vreme da dobijamo pomoć. Svi pomalo i učinimo mnogo, i kada bi svako uradio samo malo, svet bi bio mnogo, mnogo lepše mesto za život

Udruženje „Drug sa drumu“ nastalo je, kako kaže Radica Blagojević, potpredsednica Udruženja, a među decom poznata kao Šofer Mrazica, potpuno spontano. „Petar Vidović je, dok je satima čekao prelazak na granici, došao na ideju da bi vozači kamiona mogli da pokažu ono što jesu: ljudi velikog srca“, priča ona. Sve je krenulo iz jedne Facebook grupe gde su se okupljali, pomažali jedni drugima na putu, delili savete, lepe i teške trenutke. Tu su se rodile i prve ideje o humanitarnim akcijama, a onda i potreba da se organizuju, imaju ime, strukturu i da sve rade na jedan ozbiljan i transparentan način. „Tako je nastao 'Drug sa drumu', iz iskrene želje da budemo tu za one kojima je najpotrebnije.“

Koliko imate članova i kako funkcionišete?

Broj članova se stalno povećava, ali skromno. Imamo više stotina aktivnih članova iz cele Srbije, ali i okruženja, koji prepoznaju našu lepu priču. Funkcionišemo jednostavno, kao porodica. Svi volontiramo. Svi radimo iz ljubavi. Mi ne živimo od Udruženja već za Udruženje i za mnogobrojne osmehe koje izmamimo od dece.

Koje akcije je Udruženje do sada organizovalo? Na koju ste najviše ponosni?

Najpoznatija akcija je svakako Konvoj sa srcem - novo godišnja vožnja kamiona kroz Srbiju, kada obilazimo decu kojoj je podrška najpotrebnija: decu nastradalih kolega profesionalnih vozača, teško bolesnu decu i decu sa



smetnjama u razvoju. Delimo radost. To je akcija koja nas je povezala, izgradila i učinila prepoznatljivima. Ali radili smo i mnogo manjih akcija, kao što je prikupljanje hrane, pomoć za bolesne, renoviranja domova, kupovina lekova, pomažanje ljudima posle saobraćajnih nesreća ili tokom sprečenosti za rad. Svaka pomoć je važna. Lično sam najponosnija na trenutke kada vidimo da smo nekom detetu ulili nadu i izmamili osmeh umesto suza.

Kako birate porodice ili decu kojima pomažete ili rutu kojom ćete ići i deliti poklone za Novu godinu?

To je veoma kompleksan poduhvat, naš predsednik Vladimir Blagojević rutu Konvoja priprema mesecima u svojoj



LIČNO SAM NAJPONOSNIJA NA TRENUTKE KADA VIDIMO DA SMO NEKOM DETETU ULILI NADU I IZMAMILI OSMEH UMESTO SUZA

kabini kamiona dok obavlja svakodnevne poslovne zadatke. Tokom cele godine prikupljamo informacije o saobraćajnim nezgodama, pa se preko kolega raspitamo za zdravlje kolege ili ako je nastradao da li je iza sebe ostavio maloletnu decu. Konvoj je tako planiran da svako bolesno dete i dete nastralog kolege paketić dobije na kućnu adresu, a usput na ruti kretanja podelimo još mnogo paketića i svako dete koje pride našem ukrašenom kamionu dobije pune džepove slatkiša i mogućnost da se slika sa Šofer Mrazom, Mrazicom ili vilenjacima i medom.

Kako ljudi, deca, reaguju na vas, na koji način vas to motiviše da nastavite sa humanitarnim radom?

Konvoj sa srcem puca od naboja emocija, u trenutku se smenjuju osmesi i suze, sa jedne strane nam je drago što smo tu da im donesemo radost, a sa druge smo tužni jer znamo uzrok našeg dolaska a to je da je njihov roditelj imao nesreću ili je oboleo. Deca obično prvo gledaju kamione, oči im zasijaju, ne veruju da su Deda Mraz i Šofer Mrazica stvarno došli kod njih. Kada im predamo paketić, zagrljaj, sliku, to je trenutak koji ostane u srcu zauvek. Ta iskrena sreća i zahvalnost ljudi su gorivo za našu dušu. To nas drži da izdržimo sve nedaće tokom godine. Tera nas da idemo dalje, da se ne umorimo, da svake godine budemo bolji. Napunimo se energijom za celu godinu u te dve nedelje koliko traje Konvoj. A sa druge strane, više nije pitanje da li možemo, sad već moramo skupiti dovoljno sredstava za realizaciju Konvoja jer ta deca nas čekaju da dođemo i sledeće godine.

Kako dolazite do donacija i kakvi su vam planovi za naredni period?

Donacije dolaze od dobrih ljudi, firmi, kolega vozača, naših porodica. Puno toga radimo sami. Mi kupujemo, pakujemo, nosimo, vozimo. Ljudi prepoznaju naš rad i sve češće nam se javljaju sami da pomognu. Putem društvenih mreža stavljamo stvari na licitacije, naš logo želimo da postane prepoznatljiv brend koji simbolizuje humanost i po čemu će se prepoznavati dobre i humane kolege, vozači sa srcem. Planovi su veliki. Želimo da proširimo akcije, želimo da podelimo ideju o humanosti i na region, da pomažemo tokom cele godine, da uključimo više volontera, da obezbedimo više sredstava za hitne slučajeve. San nam je da jednog dana možemo pomoći svima, da budemo prava humanitarna baza.

Po vašem mišljenju i iskustvu, šta znači biti solidaran i human u današnje vreme?

Biti human danas znači biti čovek u pravom smislu te reči. Videti tuđu muku i reagovati. Ne okretati glavu. Nije humanost samo novac – to je vreme, razumevanje, reč podrške, zagrljaj, poziv. Solidarnost znači da ne gledaš ko je ko, već šta mu treba. Mi vozači najbolje znamo da se na putu sve menja u sekundi – danas ti, sutra ja, jedni drugima smo sigurnost da, ako se nama nešto desi na putu, naša deca neće biti nezbrinuta. Uvek je bolje darivati nego primati. Svi dajemo i nadamo se da nikada neće doći vreme da dobijamo pomoć. Svi pomalo i učinimo mnogo i kada bi svako uradio samo malo, svet bi bio mnogo, mnogo lepše mesto za život.

**CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд**

**005.35(497.11)”2025”
347.72.032(497.11)”2025”
658.1(497.11)”2025”**

**LIDERI društvene odgovornosti i održivosti
: LDO 2025 / [urednik Ana Krajnc]. - Beograd
: Business Info Group, 2025 (Beograd :
Caligraph). - 161 str. : ilustr. ; 25 cm**

Na nasl. str.: Broj 16. - Tiraž 4.000.

ISBN 978-86-89139-28-0

**1. Крајнц, Ана, 1977- [urednik]
а) Корпоративна друштвена одговорност
-- Србија -- 2025 б) Привредна предузећа --
Србија -- 2025**

COBISS.SR-ID 182076425

Jedno mesto,
beskrajni ukusi:



Istražite iskustva na

priceless.com



Ekskluzivno
za Mastercard korisnike.

