



## SAM Godišnja nagrada 2023

### **KATEGORIJA: Društveno odgovorna kompanija godine**

*Kompanija koja je u 2023. godini pokazala izuzetan doprinos i odgovorno ponašanje prema društvenoj zajednici, pri čemu se za ovu nagradu **ne mogu** prijaviti kompanije koje dolaze iz industrija: priređivači igara za sreću, duvanske industrije i proizvodnje alkoholnih pića, odnosno sve kompanije čija delatnost može da izaziva bolesti zavisnosti.*

*Kriterijumi za izbor:*

1. Značaj za lokalu i širu društvenu zajednicu
2. Sveobuhvatnost inicijative
3. Strateški pristup
4. Reputacija na tržištu

Potrebno je da obrazloženje nominacije sadrži odgovore na sledeća pitanja:

- konkretan primer doprinosa kompanije društvenoj zajednici
- navesti da li ili koliko kompanija pomera granice u svojoj industriji
- na koga se odnosi program, na kojoj teritoriji je sproveden
- broj korisnika programa ukoliko je poznat
- vrednost programa (nije obavezan podatak)
- održivost programa i slično

**Lista nominovanih:**

1. **A1 Srbija**
2. **Coca Cola HBC Srbija**
3. **MK Group**
4. **NLB Komercijalna banka**
5. **Nordeus fondacija, Mejkers lab projekat**

**OBRAZLOŽENJA:**

1. **A1 Srbija**

U srcu A1 Srbija leži snažna vizija: **svet koji svako od nas ima moć da menja**. „Svet kakav želiš“, pokrenut kao društveno odgovorni program, omogućio je realizaciju 11 inicijativa iz oblasti **obrazovanja, javnog zdravlja, ekologije i kulture**. Pored dugoročne posvećenosti i saradnje sa



stručnjacima, A1 je uložio preko **20 miliona dinara za realizaciju projekata i preko 300 sati mentorske podrške** za pobjednike.

„[Svet kakav želiš](#)” postao je tako 2022. krovna platforma za sve društveno odgovorne aktivnosti A1 Srbija: to je svet u kojem se aktivno bavimo **zaštitom životne sredine**, gde je **obrazovanje** dostupno svima, imamo adekvatnu podršku **javnom zdravlju**, a **kultura** je sastavni deo svih nas. Posvećeni zelenoj budućnosti, A1 je prva telekomunikaciona kompanija u Srbiji koja je instalirala **više od 5.000 solarnih panela** na baznim stanicama, a zahvaljujući povećanju udela zelene energije u svom energetsom miksu u 2022. je  **smanjila emisiju CO<sub>2</sub> za čak 33%**. Kao pionir **Eco Rating-a**, međunarodne metodologije koja procenjuje uticaj telefona na životnu sredinu, A1 motiviše korisnike na ekološke izbore. Pomerili smo granice na polju ekologije i **kreiranjem prvih deset kišnih bašti u okviru projekta “Niklo kao ja”**, koje smanjuju katastrofalne posledice poplava i klizišta u deset gradova. Očuvanje životne sredine stavili smo u centar interesovanja: A1 je na tradicionalnom biznis događaju **ugostio Erin Broković**, čuvenu ekološku aktivistkinju o čijoj borbi za očuvanje životne sredine i javnog zdravlja je snimljen Oskarom nagrađeni blokbaster.

U svetu u kojem je zaštita podataka ključna, A1 kao provajder interneta i digitalnih rešenja aktivno radi na edukaciji javnosti. Kreirana je stranica [Kutak za bezbedan net](#), lansiran je vodič [Uvod u sajber bezbednost](#), a organizovane su i edukativne radionice za predstavnike medija i biznisa, u okviru SAM radnog doručka i SAM akademije.

A1 je godinama posvećen podršci roditeljima čija deca odrastaju u digitalnom svetu, kroz platformu [Bezbedni klinici](#), sa **preko 700 tekstova i 70 kurseva, videa i podkasta**. Od 2022. realizuje se istoimeni **program edukacije** u do sada **40 osnovnih škola za 9.000 učenika, nastavnika, roditelja, pedagoga i psihologa**.

Briga o mamama je uveliko zaštitni znak A1 na tržištu. Ove godine, **zajedno sa podkastom Tampon zona** pokrenuta je **kampanja #MamaBezSrama** kojom kroz ankete, videe, podkaste i motivacione kartice poručujemo mamama da nisu same u prvim mesecima majčinstva.

[A1 Kinoteka](#), projekat dugoročnog očuvanja filmske baštine, jedna je od najistaknutijih kulturnih inicijativa u Srbiji, koju zajedno realizuju Jugoslovenska Kinoteka i A1 Srbija. Do sada je **digitalno restarurisano 31 ostvarenje domaće kinematografije**. Od 2022. se organizuje i **letnji bioskop**, sa **18.000 gledalaca** do sad. A1 je tokom 2022. kulturu promovisao podrškom **Novom Sadu, evropskoj prestonici kulture**, a 2023. kroz podršku **Čačku, kao nacionalnoj prestonici kulture**. Da je ključ svega briga o obrazovanju, kulturi, ekologiji i javnom zdravlju obznanili smo svima, zauvek: podržali smo talentovane street art umetnike u izradi murala na najinspirativnijim gradskim lokacijama. Tako su ove teme postale deo urbanog tkiva [Beograda](#), [Novog Sada](#) i [Čačka](#).

Vizija A1 više nije samo u našem srcu – to je sada zaista [svet kakav želiš](#).

## 2. Coca Cola HBC Srbija

Kompanija Coca-Cola HBC posluje na domaćem tržištu duže od četvrt veka, a sve to vreme društvena odgovornost i održivost važne su okosnice poslovanja.



Kada je pandemija koronavirusa snažno pogodila svet, s posebnim negativnim uticajem na ugostiteljski sektor, Coca-Cola HBC Srbija reagovala je agilno i razvila novu inicijativu za lokalnu zajednicu koja je dom Rosa vode: **“Vlasina – čista ljubav”**.

“Vlasina – čista ljubav” počela je 2021. godine, kao inicijativa podrške pogođenom ugostiteljskom sektoru, uz promociju ovog kraja južne Srbije. Značaj našeg cilja prepoznali su i partneri: Kabinet ministra za razvoj nedovoljno razvijenih opština, Opština Surdulica, Turistička organizacija opštine Surdulica, kao i Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP).

#### **Prva faza**

U trenutku kada su biznisi lokalnih ugostitelja bili više zatvoreni nego otvoreni, što je dovelo u pitanje njihovu finansijsku održivost, mi odlučujemo da im pružimo ruku. Pružili smo im znanje kako da unaprede poslovanje (radionice na temu finansija, e-turizma, marketinga, brendiranja), producirali profesionalni foto i video prikaz njihovih biznisa, i potom ih snažno promovisali putem posebno kreiranog web sajta i društvenih mreža. Osnažili smo predstavnike 11 lokalnih biznisa, a o Vlasini su počeli da pišu ne samo lokalni, već i nacionalni mediji, pozicionirajući je na mapi obaveznih turističkih destinacija.

#### **Druga faza**

U narednoj fazi, inicijativa raste ka promovisanju održivog turizma, koji treba da stvori radna mesta i promoviše lokalnu kulturu i proizvode.

Ojačani partnerstvom sa UNDP, 2022. godine počinjemo uređenje postojećih 40 km planinarskih staza na Vlasini, i pravimo jednu novu, dužine 7 km. Vlasina pruža posetiocima mnogo više od šetnje i planinarenja, a to je jedinstven biodiverzitet, koji promovišemo koristeći upravo table na planinarskim stazama, kao i posebno razvijenu aplikaciju. Dodatno, staze će u narednom periodu biti digitalizovane i deo onlajn platforme „Staze Srbije“, izrađene uz podršku UNDP-a.

U septembru 2023. nove staze smo otvorili upravo dovođenjem centralnog događaja najveće pešačke manifestacije u Srbiji – “Rosa Dan pešačenja”, koji je po prvi put održan na Vlasini. Stazama Vlasine je, u organizaciji Planinarskog saveza Srbije, šetalo više od 500 posetilaca.

A kako bi Vlasina ostala čista ljubav, krovnu inicijativu upotpunili smo dodatnom, usmerenom na pravilno upravljanje ambalažnim otpadom i promociju reciklaže na Vlasini. Nastavili smo saradnju sa ugostiteljima, edukujući ih sada na ovu temu, dok smo širom Vlasine postavili 30 posuda za sakupljanje ambalažnog otpada.

#### **KLJUČNI REZULTATI:**

- ✓ Kontinuirana edukacija za 11 ugostitelja
- ✓ Uređeno 47 km planinarskih staza
- ✓ Investirano preko 200.000 evra u inicijativu
- ✓ 500 + posetilaca na ROSA Danu pešačenja



- ✓ U 2023. preko 130 medijskih objava
- ✓ U 2023. 4 miliona impresija, 900.000 reach, 134.000 reakcija na društvenim mrežama
- ✓ Mesečno u proseku 6.000 poseta sajtu [www.vlasina-cistaljubav.rs](http://www.vlasina-cistaljubav.rs)

### 3. MK Group

MK Group je zajedno sa AIK Bankom u 2023. nastavila realizaciju svog tradicionalnog regionalnog društveno odgovornog programa „Podrška porodici“ koji traje već 7 godina. **U godini velikog jubileja, 40 godina poslovanja, kompanija je izdvojila 1 milion evra za aktivnosti koje su usmerene na podršku deci, mladima i porodici. Ove godine noseća aktivnost bile su donacije za preko 20 vrtića u Adria regionu, ukupne vrednosti 750.000 evra.**

Nakon prošlogodišnjih donacija porodilištima kada je fokus bio na mamama i bebama, sada su ciljna grupa bila deca uzrasta od 1 do 6 godina i orijentacija na predškolsko obrazovanje. **Za renoviranje i opremanje 8 vrtića u Srbiji izdvojeno je 350.000 evra.** Ministarstvo prosvete pružilo je podršku u izboru predškolskih ustanova koje su primile novčana sredstva za unapređenje prostora i uslova u kojima deca borave. Fokus bio na lokalnim zajednicama u kojima posluje MK Group, pa danas u vrtićima u Vrbasu, Bečeju, Pećincima, Kovačici, Novom Sadu, Nišu, Raškoj i Golubcu, deca vreme provode u lepšem i kreativnijem okruženju.

Realizacija svih donacija je završena u Srbiji, a do kraja novembra će biti završeni radovi u vrtićima koji su dobili donacije u Crnoj Gori, Sloveniji i Hrvatskoj. MK Group time dokazuje da predstavlja siguran i stabilan oslonac svim lokalnim zajednicama gde je prisutna, u cilju njihovog razvoja i unapređenja uslova za život i rad. Ujedno na tom putu gradi partnerstva sa nadležnim institucijama i organizacijama doprinosi održivosti i prepoznatljivosti programa „Podrška porodici“. Posebno treba istaći da u svim opštinama u kojima posluje, MK Group zajedno sa AIK Bankom aktivno doprinosi unapređenju uslova u kojima deca odrastaju, obrazuju se i razvijaju.

Društveno odgovorni program „Podrška porodici“ iz godine u godinu proširuje se novim aktivnostima. Ovogodišnje donacije vrtićima značajne su jer u njima deca provode svoje najranije godine. Bitno je da prostor u kome borave omogućava bezbrižno i veselo detinjstvo, kao i razvoj njihovih talenata i kreativnosti. Brigu o najmlađima kompanija vidi kao brigu o zajedničkoj budućnosti svih nas, i zato je izabrala da u godini jubileja koju obeležava pod sloganom „Slavimo budućnost“ daruje upravo decu.

### 4. NLB Komercijalna banka

**Gotovo 700 inovativnih projekata**, koji su pomerili granice organske proizvodnje, **46 aktivno uključenih poljoprivrednih gazdinstava**, na stotine direktnih i hiljade indirektnih korisnika, bezbroj sati posvećenog i neumornog rada utrošenog na edukaciju organskih poljoprivrednika i



promociju njihovog rada, kao i ekspanzija čitave grane poljoprivrede na nacionalnom tržištu – samo su neki od ključnih rezultata, koje je **NLB Organic konkurs NLB Komercijalne banke** zabeležio zaključno sa 2023. godinom. Od svog početka 2012. godine, NLB Organic konkurs nije samo promenio pejzaž organske poljoprivrede u Srbiji, već je postao ključni pokretač za očuvanje biodiverziteta, prirodnih resursa i smanjenje klimatskih promena kroz podršku rastu organske poljoprivrede, edukaciju, inovacije i inkluziju u ovom segmentu. Kada je pokrenut, lokalno tržište organskih proizvoda suočavalo se sa brojnim izazovima, uključujući nedostatak sertifikacije, slabu proizvodnju i odsustvo svesti potrošača o prednostima organskih proizvoda. Od tada do danas Banka je kroz NLB Organic konkurs svake godine prepoznavala i nagrađivala najinovativnije projekte za unapređenje organske proizvodnje, promovisala uzgajivače i njihove inspirativne priče, ali i edukovala čitavo tržište o ovoj značajnoj temi. Tako je više od jedne decenije konzistentno pružala finansijsku i komunikacionu podršku organskim poljoprivrednicima i poljoprivredi. Ove godine, na dvanaesti po redu NLB Organic konkurs, pristiglo je 50 inovativnih projekata iz cele Srbije, a **na 90. Međunarodnom sajmu poljoprivrede u Novom Sadu nagrađena su četiri najbolja u ukupnom iznosu od 2,5 miliona dinara**. Uz tradicionalno priznanje za najbolji projekat organske poljoprivrede, po prvi put su nagrađeni i projekat u kategoriji žena, zatim mladih do 40 godina, kao i uslužni objekat koji u svojoj ponudi ima najmanje jedan proizvod organskog porekla iz Srbije. Na taj način, konkurs je postao još inkluzivniji, šireći svoj doprinos sa ekološke i na društvenu zajednicu. U susret trinaestom NLB Organic konkursu uslovi na lokalnom tržištu su sasvim drugačiji. Organska poljoprivreda je u porastu - obavlja se na oko 25.000 hektara, uz sve veći broj organskih poljoprivrednika. Tokom poslednje decenije vrednost izvoza organskih proizvoda porasla je više od 15 puta, uspostavljena su sertifikaciona tela, a Vlada RS i različne organizacije prepoznaju i podržavaju razvoj organske poljoprivrede kroz različite programe i podsticaje. Dok ovaj segment doživljava ekspanziju, NLB Organic konkurs ostaje strateški CSR projekat, kroz koji će NLB Komercijalna banka nastaviti da usmerava poljoprivredu u pravcu još veće održivosti – rada i proizvodnje uz očuvanje biodiverziteta, resursa i zemlje za sve buduće generacije.

<https://www.nlbkb.rs/poljoprivreda/nlb-organic-konkurs>; <https://youtu.be/t4gHD5Q2HIY>;

\*Napominjemo da je video materijal, koji dostavljamo uz prijavu, namenjen isključivo za potrebe konkursa za nagrade i nije predviđen za javno emitovanje.

## 5. Nordeus fondacija, Mejkers lab projekat

**Projekat “Mejkers labova”** pokrenula je Grupa za obrazovanje, osnovana u septembru 2022. godine, sa ciljem razvoja sistema podrške srednjem obrazovanju u Srbiji. Grupu za obrazovanje čine Dostignuća mladih u Srbiji, Centar za promociju nauke, Inicijativa Digitalna Srbija i Nordeus fondacija.



Do kraja naredne godine biće otvoreno ukupno 15 mejkers labova širom Srbije, a naredne još 10. Istim tempom biće nastavljeno i u godinama koje dolaze. Mejkers labovi otvoreni su u srednjim školama različitih profila u Leskovcu, Nišu, Zaječaru, Čačku, Vrnjačkoj Banji, Mladenovcu, Šabcu, Beogradu, Knjaževcu, Ruskom Krsturu, Vršcu, a do kraja godine biće otvoreni u Kraljevu, Kragujevcu, Bujanovcu i još jedan u Beogradu. **Vrednost dosadašnjih ulaganja u škole putem ovog projekta prevazilazi 150.000 EUR za samo godinu dana koliko projekat postoji.**

Ideja vodilja celog tima je izgradnja takvog sistema u koji svako može da se uključi i doprinese - bilo da je u pitanju organizacija, kompanija ili pojedinac. Sa ciljem da se smanji jaz između ekonomije, nauke i drugih oblasti 21. veka i obrazovnog sistema, važno je otvoriti što više mogućnosti da se savremena znanja, veštine i tehnologije što efikasnije ulivaju u učionice u saradnji sa školama i njihovim kolektivima koji najbolje poznaju potrebe svojih učenika i lokalnih zajednica.

Mejkers labovi su inovativni multidisciplinarni prostori u kojima učenici i nastavnici zajedno istražuju, stvaraju i povezuju se sa lokalnom i širom zajednicom. Osmišljeni prema modelu učionice budućnost i opremljeni savremenom opremom prema potrebama svake škole omogućavaju da se na inovativan način povezuje školsko gradivo sa savremenim kontekstom.

Predstavljaju inkluzivne sredine u kojima svi učenici mogu da istražuju i razvijaju svoja interesovanja i talente, kao i da razumeju njihovu primenu u globalnoj ekonomiji 21. veka. Rad labova zasniva se na povezivanju STEAME oblasti (nauka, tehnologija, inženjering, umetnost, matematika i preduzetništvo) što savremena društva već uveliko primenjuju u svojim sistemima obrazovanja, a mladima otvara perspektivu zanimanja budućnosti. Mejkers labovi su mesta za povezivanja škole i lokalne zajednice, i otvaranje dijaloga sa drugim inicijativama i programima.

Povezivanje privrede i obrazovanja, kao jednog od stožera dugoročnog uspeha inicijative, ali i obrazovanja u Srbiji uopšte, daje vetar u leđa timu, s obzirom da je grupa kompanija veoma rano prepoznala značaj rada Grupe za obrazovanje. Neke od njih podržale su izgradnju i opremanje samih labova kako bi nastavnici i đaci radili u što kvalitetnijem okruženju, kao što su kompanije Henkel, Tarkett, Roma company, Tesla i Bosch. Dok neke dele svoju ekspertizu, vreme i druge resurse kako bi se đaci i nastavnici edukovali kroz programe iz oblasti poput finansijske pismenosti i preduzetništva. Tu su kompanije: Telekom Srbija, A1, OTP banka, Banca Intesa, Unicredit banka, OTP banka, Generali osiguranje, Wiener Stadtische, Erste banka, Mastercard, NCR.