

V KATEGORIJA: Društveno odgovorna kompanija godine

Kompanija koja je u 2018. godini pokazala izuzetan doprinos i odgovorno ponašanje prema društvenoj zajednici.

Kriterijumi za izbor:

1. Značaj za lokalnu zajednicu
2. Sveobuhvatnost inicijative

Obrazloženje nominacije mora da sadrži odgovore na sledeća pitanja:

- konkretan primer doprinosa kompanije društvenoj zajednici
- na koga se odnosi program
- na kojoj teritoriji je sproveden
- broj korisnika programa
- vrednost programa
- održivost programa

NOMINACIJE:

- 1. Courtyard by Mariott Belgrade City Center Hotel**
- 2. Delta Holding**
- 3. Marbo Product**
- 4. TeleGroup**
- 5. Vip mobile**

1. Courtyard by Mariott Belgrade City Center Hotel

Briga o zajednici je jedan od 5 stubova na koje se kompanija oslanja u svom poslovanju. Tokom 2018. organizovan je veliki broj akcija koje su doprinele razvoju ili ulepšale zajednicu: Donji park Kalemegdan (zaposlena Olivera Škorić je okupila timove iz Ball Packaging-a, Baruka kompanije, PFB i hotela i tokom 4 sata, 20ak ljudi je očistilo park od plastike i otpada, ofarbalo oko 50 klupica i 25 kanti za đubre); Studentski park (tokom leta, članovi tima su čistili park jednom mesečno); Čep za hendikep (učestvuje ceo tim hotela, a 2018. dostavili smo dve pune kutije plastičnih čepova); Plastic Free July (globalna akcija u kojoj se tokom jula nije koristila plastika za jednokratnu upotrebu. Kao akciju koja je produžena, u hotelu se više ne koriste plastične čaše); Državna ustanova Prvomajski cvet (15 članova tima je učestvovalo u obnovi drvenih površina i

nameštaja u sali koja se koristi za fizičke aktivnosti i za umetnički razvoj dece. U planu je da se do kraja godine zameni oštećen pod); Centar za integraciju mladih Zvezda (skupljena su sredstva za higijenu i doniran obrok centru, volontirali su u marketima u skupljanju Banke Hrane. Tim je otkupljivao umetnička dela koja su pravili članovi centra); Svratište (tokom Uskrasa odneti su obroci za decu, farbana jaja i slatkiši) i Krempita maraton (gosti su plaćali svoju krempitu slanjem poruke za udruženje Podrži zivot. Prodato je 65 krempita).

2. Delta Holding

U 2018. godini Delta Holding realizuje projekte čiji je cilj usvajanje novih znanja za zapošljavanje, započinjanje i održivost sopstvenog biznisa i razvoj potencijala osoba sa invaliditetom. Pokrenut je Delta biznis inkubator, inovativni projekat za startapove. Sa Deltinim mentorima i resursima 6 startapa 3 meseca razvijalo je biznis ideje. Tri će nastaviti rad sa Deltinim timom. U projektu Zasad za budućnost, uručeno je 9 grantova socijalnim preduzećima iz 9 opština, vrednosti 5 miliona RSD. Dodeljeni su im i mentori za poljoprivrednu proizvodnju, izradu biznis i strateških planova, plana marketinga i prodaje. U dvogodišnjem programu Fond za budućnost, 40 mladih iz siromašnih porodica pohađalo je poslovnu i praktičnu obuku i primalo mesečnu stipendiju od 10.000 RSD, a po završetku dobili su i ponudu za zaposlenje. U cilju promocije potencijala osoba sa invaliditetom izdata je i knjiga „Maratonac“ o Goranu Nikoliću koji je istrčao 55 maratona za 55 dana, a vidi samo 5% na jedno oko. Tokom promocije knjige prikuplja se novac za sportske pripreme mladih sa invaliditetom u Centru Iskra u Kragujevcu. Povodom 11. rođendana Delta Fondacija je donirala još 250.000 RSD u ovu svrhu.

3. Marbo Product

Kompanija Marbo Product, članica PepsiCo grupe, ove godine s ponosom realizuje kampanju brenda Chipsey „Pokaži fudbalsku strast“, a u okviru koje će svim osnovnim školama na teritoriji Srbije i regiona donirane profesionalne lopte za fudbal, košarku, odbojku i rukomet. Kampanja ima širi društveni cilj koji je usmeren na podršku zdravlju i borbi protiv gojaznosti među decom školskog uzrasta, kao i generalno dobrobiti dece i mladih. Donacija u okviru kampanje se odnosi na sve škole u osnovnim školama na teritoriji Srbije, Crne Gore i Bosne i Hercegovine. Projekat koji se sprovodi na tržištima Zapadnog Balkana na kojima kompanija PepsiCo posluje, ima podršku resornih ministarstava prosvete i sporta na sva četiri tržišta. Vrednost projekta daleko prevazilazi vrednost donacije u iznosu od 15 000 lopti, s obzirom na značaj koji zajednicama u kojima se sprovodi donosi prevencija gojaznosti kod školske dece. Donacija je samo jedna u nizu aktivnosti koje kompanija Marbo Product sprovodi kao deo podrške nacionalnom programu za prevenciju gojaznosti kod dece i odraslih Ministarstva zdravlja Republike Srbije.

4. TeleGroup

Cilj kompanije TeleGroup je da doprinese kontinualnom razvoju društva kojem pripadaju bilo da je reč o ekonomskim, socijalnim ili ekološkim pitanjima. U saradnji sa različitim organizacijama razvijaju inicijative koje pomažu u prevazilaženju izazova u oblastima nauke, obrazovanja, inkluzije društveno ugroženih grupa, kulture i umetnosti, zdravstva kao i zaštite životne sredine. Humanitarna podrška socijalno ugroženim grupama i iniciranje društveno odgovornih aktivnosti važan je činilac ulaganja u budućnost i sastavni je deo korporativne kulture kompanije. Posebno ističu njihov dugogodišnji doprinos dečijem romskom humanitarnom centru „Vlaški Romi“. U poslednjih 15 godina daju podršku projektu socijalizacije, edukacije i integracije romske dece kroz obrazovanje i sportske aktivnosti sa ciljem njihove sveobuhvatne emancipacije, ulaganja u njihovu budućnost i obrazovanje, kao i njihovu socijalnu integraciju i inkluziju. Projekat je sproveden na teritoriji Srbije za preko 1000 dece. Vrednost projekta se ogleda kroz direktne novčane donacije, kontinuirano plaćanje računa za struju i održavanje humanitarnog centra i dodelu novogodišnjih paketića. Vrednost projekta u jednoj godini iznosi 10.000,00 EUR. Doprinos ovom programu ima svoju tradiciju dugu 15 godina sa namerom da se nastavi i u godinama koje slede.

5. Vip mobile

Vip Kinoteka

Projekat Vip Kinoteka, koji zajednički realizuju Vip mobile i Jugoslovenska kinoteka, podrazumeva restauraciju i digitalizaciju, za sada 10, filmskih ostvarenja koja su obeležila domaću kinematografiju, a koja su proglašena za kulturno dobro, odnosno kulturno dobro od velikog značaja. Svet klasične kinematografije je nestao tokom poslednje decenije, a savremeni bioskopi ne poseduju aparaturu za projektovanje sa filmskih traka, pa je neophodno da se filmovi prevedu u digitalni format, kako bi se sačuvali od zaborava. Prikazivanjem filmova na besplatnim projekcijama širom Srbije, desetina hiljada ljudi je imalo prilike da pogleda digitalno restaurirane filmove, dok se broj onih koji će ih tek pogledati u godinama koji slede može brojati u milionima. Najveći doprinos projekta ogleda se u zaostavštini koja će ostati budućim generacijama, a kontinuirana komunikacija na različitim kanalima prenela je emociju čitavog projekta, i mnoge motivisala da ponovo pogledaju neke od kulturnih klasika.