

ZVANIČNI OPIS KAMPANJE

COCA-COLA i GLOVO Uskršnja kampanja društvenog uticaja

Period kampanje: 23. mart – 13. april

I. DEO - ORGANIZATOR KAMPANJE

Organizatori Uskršnje kampanje društvenog uticaja su Glovo i Barlan S&M d.o.o. Beograd (u daljem tekstu „Coca-Cola“).

Kampanja društvenog uticaja „Uskršnji obroci“ (u daljem tekstu „Kampanja“)

II. DEO - OPIS KAMPANJE

Coca-Cola i Glovo se udružuju da pomognu građane kojima je pomoć potrebna pomažući u pripremi i isporuci 124.650 (stodvadesetcetiriiljadeseststotinapedeset) obroka u partnerstvu sa Banka hrane Beograd. Tokom trajanja kampanje, za svaku Glovo porudžbinu koja uključuje Coca-Cola proizvod, Coca-Cola će dodati 50 dinara koji Banka hrane Beograd koristiti za pripremu obroka (do maksimalno 30.000 evra).

Banka hrane Beograd će ovim sredstvima pripremiti 124.650 obroka za svoje korisnike. Broj pripremljenih obroka se određuje i izračunava Global FoodBanking Network (GFN) metodologijom.

O Banka hrane Beograd:

Banka Hrane Beograd (BHB), srpska neprofitna organizacija osnovana 2006. godine, radi na smanjenju siromaštva, gladi i bacanja hrane. Kao članica FEBA od 2009. godine, BHB povezuje viškove hrane iz prehrambene industrije sa ranjivim stanovništvom. Organizacija posluje širom zemlje, i sarađuje sa skoro 200 socijalnih institucija, uključujući narodne kuhinje i sirotišta, kako bi godišnje distribuirala namirnice za preko 90.000 ljudi. Pored logistike, BHB se zalaže za filantropiju i društvenu odgovornost preduzeća kroz programe poput „Hrana za sve“. Oni podižu svest o nedostatku hrane i lobiraju za zakonske okvire koji podstiču doniranja hrane, sa ciljem uspostavljanja mreže socijalne sigurnosti u kojoj se jestiva hrana ne baca.

<https://bankahrane.org.rs/>

Iznos podrške predviđen Kampanjom pokriva potrebe korisnika Banka hrane Beograd u periodu od 04 meseca nakon završetka kampanje. Kao takvi, svi obezbeđeni obroci biće iskorišćeni najkasnije do kraja avgusta.

Coca-Cola će preneti iznos do 30.000 evra organizaciji Glovo koja će biti partner postojećoj nevladinoj organizaciji koja je već uključena na Glovo Access platformu (Glovo platforma za društveno dobro). Glovo će preneti sredstva organizaciji Banka hrane Beograd u 2 rate. Prvi rata dospeva 7 dana od početka kampanje i iznosi 15.000 evra. Druga rata će biti uplaćena organizaciji Banka hrane Beograd po završetku promocije, a do iznosa od 15.000 evra u zavisnosti od broja porudžbina obroka u aplikaciji Glovo.

III DEO - OBIM I TRAJANJE KAMPANJE

3.1 Kampanja se organizuje i sprovodi isključivo preko Glovo aplikacije www.glovoapp.com/rs

3.2 Kampanja se održava u periodu od 23. marta 2026. u 00:00 do 13. aprila 2026. u 23:59.

IV DEO - MEHANIZAM KAMPANJE

Mehanizam Kampanje:

- a) Učesnik mora imati pravo da se registruje na aplikaciji Glovo App
- b) Nakon prijavljivanja na lični nalog, i kupovinom porudžbine sa Coca-Cola proizvodom, osoba automatski učestvuje u Kampanji i podržava pripremu obroka za osobe kojima je obrok potreban.
- c) Za svaku Glovo porudžbinu koja uključuje Coca-Cola proizvod, Coca-Cola će tokom trajanja kampanje dodati 50 dinara organizaciji Banka hrane Beograd, do maksimalno 30.000 eura.
- d) Jedan učesnik ima pravo na neograničen broj priloga kroz kupovinu Glovo porudžbina koje uključuju Coca-Cola proizvod, do ukupno 30.000 evra iskorišćenih za Uskršnje obroke.

Za više informacija u vezi sa Kampanjom, učesnici mogu da posete [link ka veb-sajtu](#).