



## 14. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand Prix 2021.

### Grand PRix za odnose s javnošću u ustanovama, udruga i nevladinim organizacijama

#### 1. mjesto

**Maruša Stamać za udrugu Glas poduzetnika**

**Projekt #Manjiporezi: Stop parafiskalnim nametima!**

Projekt je realiziran u razdoblju od 30. rujna 2020. do 15. veljače 2021.

#### OPIS PROJEKTA

**Analiza situacije:** Udruga Glas poduzetnika je usvojila četiri osnovna postulata: #VišeRada, #Digitalizacija, #ManjiPorezi i #VišePravde. U cilju ostvarivanja točke 3. #ManjiPorezi postavljen je projekt "Stop parafiskalnim nametima". Prvi korak u ovom opsežnom projektu bio je ukidanje obveznih članarina u Hrvatskoj gospodarskoj komori i Hrvatskoj obrtničkoj komori (komorskih doprinosa). Ideja projekta je bila osvijestiti širu javnost o nepotrebnim obveznim komorskim doprinosima uz pokretanje zakonskih promjena unutar Hrvatskog sabora. Projekt je planiran u više faza: peticija, istraživanje, utjecaj na zakonodavnu vlast, komunikacijska kampanja.

**Ciljevi:** Pokrenuti javnu raspravu o neporeznim davanjima (parafiskalnim nametima) koji štete poduzetnicima, obrtnicima i građanima, prikupiti 10.000 potpisa i imati snažnu prisutnost u medijima, pokrenuti promjenu Zakona o Hrvatskoj gospodarskoj komori u Saboru. Poslani su dopisi saborskim zastupnicima u kojima se tražila podrška i sastanak na kojemu bi se prezentirali prijedlozi vezani uz HGK. Budući da se promjena Zakona o HGK već spomenula u Saboru, procijenjeno je da će i mnogi saborskih zastupnici podržati promjenu, što i jesu. Mnogi poduzetnici priključili su se u kampanji.

**Provedba:** Zainteresirana javnost bila je uključena u prikupljanje potpisa koje je provedeno na digitalnoj platformi. Odnosi s medijima održavani su kroz izravne kontakte s novinarima. Putem društvenih mreža odradila se precizna promocija projekta te, uz pomoć medija, koji su donirali oglasni prostor, vizualno oglašavali poziv na peticiju. Korištena je TV kao medij kako bi ključne poruke došle do što šire javnosti. Prikupljeni su slučajevi nezadovoljnih članova HGK i ispričali njihove priče. Kroz sastanke i savjetovanja, upoznavani su saborski odbori, klubovi i pojedini zastupnici o cilju projekta i od njih tražena podrška, a koja je kulminirala u siječnju ujedinjenjem svih oporbenih stranaka u Saboru oko ovog pitanja te njihovom predajom prijedloga izmjene Zakona o HGK.

**Učinak i vrijednost uspješne komunikacije:** Podignuta je svijest građana i poduzetnika o brojnosti parafiskalnih nameta, izostanka protuvrijednosti članarine u komorama, kao i o nužnosti njihove reforme. Više od 23.000 građana potpisalo je peticiju o ukidanju parafiskalnih nameta, u medijima su parafiskalni nameti i HGK i HOK postale tema, rasprava na društvenim mrežama nastavlja se mjesecima nakon pokretanja projekta, saborski zastupnici pokrenuli su značajan korak prema ukidanju plaćanja obveznih članarina. Vlada RH najavila je prvu značajniju reformu HGK i ukidanje obveznih članarina za male tvrtke, a značajno smanjenje za velike. Projekt je ostvario 1.138 objava na portalima, u tiskanim medijima te u TV i radijskim priložima.. Objave na Facebooku dosezale su do 302.839 korisnika te su ostvarile 8.245 komentara, reakcija i dijeljenja. Facebook kampanja dosegla je preko 50.000 ljudi u nekoliko tjedana. Facebook grupa je od pokretanja kampanje narasla za gotovo 11.000 članova, a sada ima 80.000 članova.

**Kreativnost i inovativnost:** Kampanja je jedinstvena jer od inicijalne ideje, potpomognute ključnim porukama i medijskim kampanjama te aktivnom komunikacijom sa zastupnicima, dovela do pokretanja reforme HGK. Iako je primarno aktivnost bila fokusirana na poduzetnike i parafiskalne namete koje moraju plaćati, šira javnost se kroz medijsku kampanju senzibilizirala s



problemima poduzetnika te prihvatila promjene. Korišteni su svi dostupni alati, od kontinuiranih odnosa s medijima, korištenja digitalnih alata i društvenih mreža do lobističkog pristupa s ključnim dionicima iz zakonodavne vlasti.