

Otkrijte novu dimenziju svoga poslovanja!

# Poslodavci uključite se u EU projekt „Iz doma na svoje“!



UVOD

Otvorena medijska grupacija (OMG) započela je provedbu projekta „Iz doma na svoje“ koji na nekoliko razina adresira probleme mladih iz domova za djecu bez odgovarajuće roditeljske skrbi:

- ✓ Osposobljava *mlade ljude* da postanu konkurentni na tržištu rada i aktivno sudjeluju u potrazi za poslom
- ✓ Direktno povezuje *poslodavce* koji traže djelatnike s mladima iz domova
- ✓ *Medijskom kampanjom* radi na podizanju javne svijesti o socijalnoj isključenosti mladih iz domova čija je glasnogovornica potpredsjednica Vlade i ministrica socijalne politike i mladih Milanka Opačić
- ✓ Potiče *institucije* na stvaranje nacionalne strategije o zapošljavanju mladih bez odgovarajuće roditeljske skrbi.

Europska komisija odabrala je projekt „Iz doma na svoje“ kao jedan od deset najboljih projekata u Europi upravo radi konkretne pomoći koju svi uključeni u proces mogu pružiti mladima iz domova i ujedno financirala projekt.

Projekt je regionalan te se osim u Hrvatskoj aktivnosti provode u Sloveniji, Srbiji i Makedoniji pri čemu je OMG nositelj projekta.

## PROBLEM

Mladi s navršениh osamnaest godina napuštaju domove i suočavaju se s nemogućnošću pronalaska zaposlenja. Bez znanja stranih jezika, osnovnih kompjutorskih i komunikacijskih vještina, vozačke dozvole na tržištu rada oni nisu konkurentni. Samim time, njihova je egzistencija ozbiljno ugrožena a u pomoć im ne mogu uskočiti svi oni na koje ostala djeca mogu bezuvjetno računati – obitelj, rodbina i prijatelji. Vjerujemo kako tu ulogu trebamo preuzeti svi kao društvo, organizacija, tvrtka ili pojedinac.

Budući da zakonodavstvo ne uključuje nacionalnu strategiju o zapošljavanju mladih bez odgovarajuće roditeljske skrbi, važno je djelovati na mlade osobe i osposobiti ih za tržište rada prekvalifikacijama i dodatnim obrazovanjem ali i upoznati ih s mogućnostima kao što su samozapošljavanje, otvaranje vlastite tvrtke/obrta te osiguravanje početnog kapitala.

*Projektne aktivnosti u koje se možete uključiti:*

- ✓ Nakon radionica, koje će ih pripremiti za tržište rada, mladi iz domova će se susresti s poslodavcima na „*Informativnom programu za zapošljavanje*“ koji će se održati u Zagrebu, Rijeci, Splitu i Osijeku. Tijekom jednodnevnog susreta tvrtke, organizacije i institucije održat će informativne razgovore za posao te predstaviti tvrtku, način poslovanja i trendove zapošljavanja. Važno nam je direktno povezati poslodavce i mlade ljude u potrazi za poslom u što većem broju.
- ✓ Za osiguranje dugoročnog funkcioniranja projekta razvit će se *web platforma* s internetskom bazom podataka poslodavaca i mladih posloprimaca koja će služiti kao on-line burza i isticati tvrtke koje podržavaju društveno odgovorno poslovanje.
- ✓ *Zapošljavanje, praksa, doškovanje*
- ✓ Informiranje o državnim poticajima za zapošljavanje marginaliziranih društvenih skupina, poreznim olakšicama te ostalim zakonskim odredbama

Otkrijte novu dimenziju svoga poslovanja!

Poslodavci uključite se  
u EU projekt  
„Iz doma na svoje“!



## ŠIRA SLIKA – SOCIJALNO PODUZETNIŠTVO

Otvorena medijska grupacija osmislila je samoodrživi način rada kako njezina egzistencija ne bi ovisila isključivo o donatorima i sponzorima: svoje snage udružila je s produkcijskom kućom Četiri film d.o.o. (4Film) te su zajedno postali dio svjetskog trenda stvaranja socijalnog poduzetništva.

Ono što razlikuje socijalno poduzetništvo od profitnog poduzetništva je prvenstveno društvena dobrobit. Socijalni poduzetnici, poput dobitnika Nobelove nagrade za mir 2006. godine – Laureata Muhammad Yunusa i preminulog poduzetnika Steve Jobsa unatoč svim preprekama uspijevali su realizirati vlastite briljantne ideje i osmisliti novi proizvod i usluge koje drastično poboljšavaju živote svih nas.

S istim ciljem, osim komercijalnih ostvarenja, 4Film realizirao je i bio zaslužan za sjajan uspjeh medijskih kampanja te dokumentarnih filmova o ljudskim pravima:

- ✓ Šutnja nije zlato (2008.) medijska je kampanja scenaristice i redateljice Ivone Juka s ciljem prevencije rodno uvjetovanog nasilja. Medijska kampanja sastoji se od 4 spota i billboard plakata na temu obiteljskog nasilja. Za ovu kampanju je DMG dobio nagradu ERSTE fondacije (u Beču) za najbolju europsku kampanju i 3.000.000,00 eura besplatnog medijskog prostora. Projekt je financirao CESI – Center for Education, Counselling and Research a podržala su ga veleposlanstva Nizozemske, Finske, Australije, Malezije, Rumunjske kao i predstavnici UNHCR-a te UNDP-a.
- ✓ Kampanja „Prijavite trgovanje ljudima“ (2008) realizirana je unutar Twinning projekta CARDS 2004 između Ludvig Botzmann Instituta za ljudska prava iz Beča i Ureda za ljudska prava Vlade Republike Hrvatske. U kampanji je sudjelovao naš poznati nogometaš Davor Šuker. Spot je prikazivan na austrijskoj televiziji ORF-u za vrijeme trajanja Europskog nogometnog prvenstva.
- ✓ Što sa sobom preko dana (2006.) dugometražni je dokumentarni film redateljice Ivone Juke u trajanju od 72 minute. Radnja se odvija u Lepoglavi, jednoj od najozloglašnijih kaznionica u Europi, gdje su brojni režimi trenirali strogoću nadmećući se brutalnim metodama takozvanog preodgoja. Lepoglava je i danas središnja Hrvatska kaznionica u kojoj se nekolicina zatvorenika odlučila baviti Shakespeareom. Film je osvojio nagrade za najbolji dokumentarni film na 6. goEast Film Festivalu, Danima hrvatskog filma 2006, Srce Sarajeva za najbolji Dokumentarni film, OKTAVIJAN za najbolji film, nagradu za najbolji europski dokumentarni film na DokMa International Film Festivalu. Prikazivan je na Festival autorskog filma, Montreal World Film Festival, Kalkuta film festivalu, Motovun Film Festivalu, Libertas Film Festival, Međunarodni filmski festival Sao Paolo, 12. Festival Mediteranskog dokumentarnog filma...

## KONTAKTI

Otvorena medijska grupacija  
Antuna Bauera 6  
10 000 Zagreb

t. +385 1 4828776  
f. +385 1 4828775  
e-mail. office@omg.hr



HRcentar



HAK

posao.hr



OVAJ PROJEKT SUFINANCIRA

