



## PRIOPĆENJE

Petra Buljević Zdjelarević

Ured za odnose s javnošću IRB-a

Tel.: +385 (1) 457-1269, (99) 267-95-14 E-mail: [info@irb.hr](mailto:info@irb.hr)

ZAGREB, 21.2.2014.

## Dijalog je generator u procesu 'fundraisinga'

### Društvena i tržišna potreba za projektom budi interes i ulagača i javnosti

*Ne postoje gotova rješenja ili recept kako privući ulagače i donatore. Učimo svakom novom prilikom, svakim novim kontaktom. Ideje su vrlo važne kao i razmjena tih ideja. Zato je dijalog taj koji je generator u procesu 'fundraisinga'.*

**Dijalog, umrežavanje i jača suradnja gospodarstva, znanstvenika i stručnjaka poruka je na koju je više puta upozoravao inozemni gost Kim Gladstone Herlev, zamjenik izvršnog direktora znanstvenog centra 'Experimentarium' iz Kopenhagena. S tim zaključkom su se složili gosti sinoć održane panel diskusije u MM Centru na temu gospodarstvo i popularizacija znanosti Toni Milun, popularni 'online' profesor matematike i popularizator znanosti, Nikola Mujdžić, poduzetnik i menadžer te Nikola Francetić, operativni direktor Sektora za razvoj i upravljanje sadržaja HT-a.**

Panel diskusija nazvana **'Male tajne velikih majstora'** u organizaciji Instituta Ruđer Bošković (IRB), Udruge Profesor Baltazar, projekta 'Znanstveni edukativno-zabavni centar' (ZEZ) i popularno znanstvene radijske emisije 'Znanost na eteru' jučer je okupila znanstvenike, popularizatore znanosti, ali i istaknute poduzetnike te komunikacijske stručnjake koji su raspravljali o tome imaju li hrvatske tvrtke interesa ulagati u projekte popularizacije znanosti i kriterijima koji presuđuju u koristi odabira određenih uspješnih projekata.

U razvijenim zemljama najveći dio sredstava za znanost, obrazovanje i inovacije dolazi iz privatnog sektora jer su ondje tvrtke svjesne da ne mogu biti konkurentne bez ulaganja u znanstvena istraživanja i nove tehnologije. U Hrvatskoj to nažalost još uvijek nije slučaj za većinu projekata. Ipak, postoje projekti koji unatoč takvoj praksi upiju doći do financiranja iz privatnog sektora, a takav je i projekt **'Toni Milun' – omiljeni 'online' profesor matematike.**

### Ključ uspjeha je tim ljudi koji se nadopunjuju

Na pitanje kako im je uspjelo doći do brojnih sponzora **Toni Milun** i njegov menadžer **Nikola Mujdžić** odgovaraju kako je sve počelo s idejom i velikom količinom entuzijazma. Priznali su kako na početku nisu imali jasnu viziju projekta, niti projekt isplaniran korak po do najfinijih detalja. Međutim, imali su 'dobru kombinaciju'. Naime, istaknuli su, ono što nažalost popularizatori znanosti često zaboravljaju, jest činjenica da je za uspješan projekt potreban tim ljudi koji će se međusobno nadopunjavati. Znanstvenik ne zna sam 'prodati priču' ali on zna materiju, a PR i marketing stručnjaci su tu da se pobrinu da ta priča izađe u javnost i nađe svoje mjesto u medijima te tako privuče sponzorstva i donacije tvrtki.

Ne postoje gotova rješenja ili recept kako privući ulagače i donatore. Učimo svakom novom prilikom, svakim novim kontaktom. Dijalog, umrežavanje i jača suradnja gospodarstva, znanstvenika i stručnjaka poruka je na koju je više puta upozoravao inozemni gost **Kim Gladstone Herlev**, zamjenik izvršnog direktora znanstvenog centra 'Experimentarium' iz Kopenhagena. "Dijalog je taj koji je generator u procesu 'fundraisinga'. On potencira nove ideje jer u 'fundraisingu' nema gotovih rješenja. Mi ne dolazimo s gotovim projektnim paketom niti pred institucije nit pred poduzetnike, mi ih od prvotne ideje zajedno razvijamo i prilagođavamo i to je ono ključno." – rekao je Herlev.



## **Društvena i tržišna potreba za projektom budi interes i ulagača i javnosti**

**Nikola Francetić**, operativni direktor u HT-u, istaknuo je kako je jedno od osnovnih pravila koje treba uzeti u obzir kod osmišljavanja određenog projekta upravo društvena i tržišna potreba za određenim projektom jer će tako projekt biti prepoznat od strane potencijalnih sponzora i donatora.

"Dobro proučite potencijalnog sponzora, istražite sve moguće dostupne podatke, čak i fotografije s Interneta, novinske članke. Postavite si hrpu pitanja koja bi sponzor mogao postaviti o vama i vašem projektu." – dodao je Kim G. Herlev.

Također, naglašeno je kako je važno izaći sa svojim projektom izvan granica stručne javnosti i zainteresirati širu javnost. Kao uspješan primjer istaknut je projekt Znanstvenog piknika koji je s najavom eksperimenta hodanja po vodi potaknuo interes javnosti za dolaskom na cjelodnevno događanje.

Bilo je tu prozivanja nadležnih institucija, negodovanja zbog kriterija natječaja koji izjednačavaju humanitarne i popularizacijske projekte, prozivanja tvrtki koje nemaju sluha i koje su orijentirane isključivo na profit, a da se pri tome zaboravljalo da društvena korisna komponenta nekog projekta ne isključuje nužno njegov komercijalni potencijal. Dapače, ono na čemu bi trebalo raditi je upravo način na koji te dvije komponente povezati.

### **Javno financiranje: vizija i transparentnost**

Također, istaknuto je, javni sektor mora prilikom raspisivanja natječaja znati što želi postići, imati stručnjake iz područja popularizacije koji će ocjenjivati projekte i odgovornu osobu koja će procijeniti ono što je predloženo za financiranje. "Nije dovoljno podijeliti male, jednake iznose i tako 'kupiti' mir - možda ne bi bilo loše preporučiti da se neki projekti udruže." - prijedlog je to upućen javnim institucijama s panel diskusije.

Unatoč pojedinih razilaženja u stavovima i načinim financiranja, svi gosti su se složili da je umrežavanje i suradnja nešto na čemu treba još puno raditi jer više popularizatora zajedno može imati puno jači utjecaj i dobiti puno više sredstava za konkretan projekt nego svatko za sebe.

### **Dijalogom i jačom suradnjom do ozbiljnih rezultata**

Ovo je posljednja panel rasprava u okviru projekta 'Znanost je IN' kojim su organizatori u sklopu ciklusa radionica i rasprava pokušali osvijestiti probleme koji se vežu uz obrazovanje i znanost, ukazati na probleme koji nastaju uslijed nepostojanja nacionalnog programa za rad s nadarenom djecom i mladima te budućih stručnjaka u području popularizacije znanosti, te osvijestiti potrebu ulaganja u darovite pojedince od najranije dobi, programe i stručnjake.

"Otvorili smo brojna pitanja i na većinu dobili odgovore. S nekim smo odgovorima zadovoljni više, a s nekima manje. Međutim, vjerujemo da smo poslali jasnu poruku – više dijaloga i suradnje umjesto prozivanja i negodovanja princip je kojeg još nismo usvojili, a trebali bi ukoliko želimo ozbiljnije rezultate." – zaključuju organizatori projekta Znanost je IN.

Projekt 'Znanost je IN' održao se uz potporu Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta, a pod pokroviteljstvom Sveučilišta u Zagrebu i Grada Zagreba. Partneri projekta su CARNeta, Institut sinergije znanosti i društva (ISZD), Kongresni ureda Turističke zajednice Grada Zagreba, Kultura promjene Studentskog centra u Zagrebu, Međunarodni institut znanosti i obrazovanja (MIZO), Udruge Kreatom i Klubu studenata PMF-a 'Ćumez'.