



Digitalna era društvenih i kružnih poduzeća: trendovi, prilike i budući plan



Sufinancira
Europska unija



rreuse

Zahvale

Ovo izvješće rezultat je projekta „Digitalna era društvenih poduzeća: trendovi i mogućnosti unutar kružnog gospodarstva (DigiSocCirc)”, sufinanciranog iz programa Europskog socijalnog fonda Plus (ESF+) Europske unije. Projekt koji se provodi 12 mjeseci nastoji pomoći društvenim poduzećima aktivnim u kružnom gospodarstvu da prihvate digitalizaciju koja može podržati i ojačati neprocjenjiv društveni i ekološki utjecaj koji ta poduzeća imaju. Bavi se trendovima, prijetnjama i prilikama za digitalizaciju u području ponovne uporabe i popravaka.

Projektni konzorcij, predvođen [RREUSE](#)-om, sastoji se od pojedinačnih društvenih poduzeća, kao i regionalnih i nacionalnih mreža društvenih poduzeća aktivnih u ponovnoj uporabi, popravcima i recikliranju iz cijele Europske unije, i to:

Partneri:

- [Re-Use Austria](#)
- [Ateliere Fără Frontiere](#) (AFF, Rumunjska)
- [Humana Nova](#) (Hrvatska)
- [Branchevereniging Kringloop Nederland](#) (BKN, Nizozemska)
- [Re-Use Deutschland](#) (Njemačka)
- [Kierrätyskeskus](#) (Finska)

Pridruženi partneri:

- [Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria](#) (AERESS, Španjolska)
- [ENVIE](#) (Francuska)
- [Emmaüs Europe](#)

Priprema ovog izvješća zahtijevala je predanost, vrijeme i stručnost svih partnera projekta DigiSocCirc.

Objavljeno: rujan, 2024.

Projekt: DigiSocCirc - ESF-2022-SOC-INNOV

Isporučevina: D11: Završno izvješće

Glavni autor:

- Charlotte Chng, charlotte.chng@rreuse.org

Koautor:

- Frederick Ryan Wallace, frederick.ryanwallace@rreuse.org
- Simone Schirru, simone.schirru@rreuse.org

Design and layout:

- Boostern, info@boostern.com



**Sufinancira
Europska unija**

Financira Europska unija. Izražena stajališta i mišljenja su, međutim, samo autorova i ne odražavaju nužno one Europske unije ili programa Europskog socijalnog fonda Plus (ESF+). Za njih se ne mogu smatrati odgovornima ni Europska unija ni tijelo koje dodjeljuje potporu.

04	Izvršni sažetak
05	Uvod
09	Digitalni i društveni trendovi u procesima ponovne uporabe
09	Prikupljanje predmeta za ponovnu uporabu
11	Sortiranje
12	Logistika
13	Sljedivost
14	Digitalni i društveni trendovi u poslovanju usmjerenom prema korisnicima
15	Second-hand e-trgovina
17	Karte i aplikacije za lociranje
19	Smjernice za kružna i društvena poduzeća u prihvaćanju digitalnih alata
19	Jačanje digitalizacije društvenih poduzeća
20	Jačanje kroz prekograničnu suradnju u digitalizaciji
24	Preporuke za kreiranje politika
27	Zaključci

Izvršni sažetak

Da bi se prilagodila razvojnim tržišnim trendovima i ostala konkurentna, digitalna transformacija za društvena poduzeća aktivna u kružnom gospodarstvu više nije opcija, nego nužnost. Digitalizacija društvenim poduzećima može pružiti ključnu priliku za poboljšanje i optimizaciju radnih procesa u njihovim aktivnostima ponovne uporabe i popravaka, posebno u prikupljanju predmeta, sortiranju, sljedivosti, logistici, kao i uslugama usmjerenim prema korisnicima, uključujući e-trgovinu i karte. Međutim, s ograničenim resursima i s obzirom na to da su usredotočena na radnu integraciju pojedinaca u nepovoljnom položaju, društvena poduzeća suočavaju se sa značajnim izazovima na svom putu digitalizacije, što može omesti njihova nastojanja za digitalnom transformacijom.

Stoga je cilj ovog izvješća pružiti sveobuhvatan pregled različitih digitalnih i društvenih trendova, u digitalnim prijelazima u koje su krenula društvena poduzeća aktivna u sektoru ponovne uporabe, te izazova i prilika povezanih s tim novim trendovima. Također, ono utvrđuje korake potrebne za osvještavanje i jačanje digitalizacije te daje plan za dugoročnu suradnju unutar zajednice društvenih poduzeća. Da bi se to postiglo, predlaže se popis preporuka za kreiranje politika koji određuje kakvu potporu društvena poduzeća trebaju od EU i nacionalnih institucija da se digitaliziraju.

Općenito, ključna saznanja pokazuju da su prednosti digitalizacije višestruke: ona povećava učinkovitost, podiže profil društvenih poduzeća, poboljšava zapošljivost i vještine radne snage na obuci te otključava nove poslovne prilike i tržišta. Dakle, ključno je da se društvena poduzeća udruže kako bi uskladili napore i stvorili interne kapacitete da zajednički digitaliziraju svoja poslovanja. Najvažnije, to bi uključivalo pokretanje strateških rasprava u EU i nacionalnim strukturama, tehničke razmjene i dubinsko učenje kao i prekogranične inicijative. Izgradnjom međusobnih iskustava i zajedničkim udruživanjem resursa, uspješna digitalizacija potencijalno može postati stvarnost za sve, i to uz skaliranje i uvođenje digitalnih alata i vještina u sve organizacije.

Uvod

Partneri konzorcija projekta DigiSocCirc sastoje se od društvenih poduzeća aktivnih u sektoru ponovne uporabe (vidi tablicu 1). Oni provode procese ponovne uporabe s različitim materijalima kao što su tekstil, električni i elektronički predmeti ili namještaj. U tu svrhu prvo prikupljaju predmete od stanovnika putem svojih centara za ponovnu uporabu, prikupa na pragu i na javnim mjestima za prikupljanje otpada, ili kroz partnerstva s privatnim sektorom. Nakon toga predmete sortiraju i razvrstavaju u različite kategorije i prema različitim procesima (npr. odlučuju može li se on izravno ponovno upotrijebiti ili je potrebna neka obrada prije ponovne uporabe). Za predmete koji zahtijevaju obradu, odrade popravak ili reparaciju ovisno o potrebi, s ciljem da vrate predmete u upotrebljivo stanje. Nakon toga te predmete prodaju u svojim fizičkim i online trgovinama. Kroz ove aktivnosti zapošljavaju pojedince u nepovoljnom položaju koji su udaljeni od tržišta rada, poboljšavajući njihovu zapošljivost razvijanjem novih vještina (npr. vještine popravljanja, šivanja) i izgradnjom njihovog samopouzdanja¹.

RREUSE, vodeći partner projekta DigiSocCirc, najveća je europska mreža društvenih poduzeća koja se bave ponovnom uporabom, popravcima i recikliranjem. Kroz projekt DigiSocCirc koordinirao je redovite strukturirane sastanke s projektnim konzorcijem kako bi se dublje istražila tema digitalizacije za zajednicu društvenog gospodarstva, potičući razmjenu iskustava i znanja na tom području, kao i suradnju među partnerima. Kao glavni autor, RREUSE u ovom Završnom izvješću projekta DigiSocCirc nastoji prenijeti značajne uvide zabilježene na sastancima.

Ovo je Izvješće vrhunac istraživanja i radionica provedenih tijekom jednogodišnjeg trajanja projekta, uz doprinose projektnog konzorcija i drugih članova RREUSE-a. Temelji se na prethodnim izvješćima o studijama slučaja² i zaključnim izvješćima³ o procesima ponovne uporabe i uslugama usmjerenim na korisnike.

¹ RREUSE (2023.) Ljudi i vještine u središtu kružnog gospodarstva: 18 priča iz društvenih poduzeća. (Dostupno [ovdje](#)).

² RREUSE (2023) Studije slučaja o setovima vještinama i društvenom utjecaju 01. Digitalni i društveni trendovi u operacijama ponovne uporabe (Dostupno [ovdje](#)) i RREUSE (2024) Studije slučaja o vještinama i društvenom utjecaju 02. Digitalni i društveni trendovi u uslugama usmjerenima prema korisnicima (dostupne [ovdje](#)).

³ RREUSE (2023.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #01. Digitalni i društveni trendovi u operacijama ponovne uporabe (Dostupno [ovdje](#)) i RREUSE (2024.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #02. Digitalni i društveni trendovi u uslugama usmjerenima prema korisnicima (Dostupno [ovdje](#)).

Tablica 1. Popis društvenih poduzeća u DigiSocCirc projektnom konzorciju

Partneri	Opis
	<p>Re-Use Austria je mreža prvenstveno društvenih poduzeća koja predstavlja 46 operatera ponovne uporabe u Austriji. Godine 2022. pokrenuli su WIDADO, internetsko tržište za društvena poduzeća u Austriji koja se bave prodajom rabljenih proizvoda. Glavni razlozi za to bili su brzi rast e-trgovine i karantena tijekom pandemije COVID-19, što je predstavljalo izazov tradicionalnim poslovnim modelima društvenih poduzeća temeljenih na maloprodaji rabljenih proizvoda u trgovinama.</p> <ul style="list-style-type: none"> Re-Use Austria studija slučaja usluga usmjerenih prema korisnicima (stranice 4-6) WIDADO: Re-Use Austria i rješenje za e-trgovine za društvena poduzeća
	<p>Ateliere Fără Frontiere (AFF) je rumunjska neprofitna organizacija za društveno, profesionalno i građansko uključivanje ranjivih, isključenih i marginaliziranih osoba. Nudi kružne usluge i proizvode u četiri radione. Jedna od njih je remesh radiona⁴, koja prikuplja bannere iz tvrtki i prerađuje ih u moderne proizvode. Iako im je u toj radioni većina prodaje B2B, imaju i internetsku trgovinu u kojoj prodaju te proizvode pojedinačnim kupcima (B2C).</p> <ul style="list-style-type: none"> AFF - studija slučaja usluga usmjerenih na korisnike (stranice 9-10) Remesh projekt transformacije banneru u modne proizvode za e-trgovinu
	<p>Humana Nova je socijalna zadruga koja omogućava zapošljavanje osoba s invaliditetom i drugih društveno isključenih osoba kroz proizvodnju i prodaju kvalitetnih i inovativnih tekstilnih proizvoda od ekoloških i recikliranih materijala za potrebe domaćeg i stranog tržišta. Od 2021. koriste novu webshop platformu na kojoj prodaju svoje reciklirane tekstilne proizvode i održivu odjeću.</p> <ul style="list-style-type: none"> Humana Nova - studija slučaja procesa ponovne uporabe (stranice 3-5) Usklađivanje digitalnog i ručnog rada u operacijama ponovne uporabe društvenih poduzeća

⁴ Ostale tri radionice su educlick (nacionalna platforma za prikupljanje i obnovu elektroničkog otpada koji se potom donira školama), bio&co organska farma (društvena farma koja uzgaja organsko povrće koje se isporučuje lokalno putem godišnje pretplate) i logietic (inovativna usluga koja nudi logističku i pakirnu podršku tvrtkama koje traže društvene i ekološki prihvatljive usluge).

Tablica 1. Popis društvenih poduzeća u DigiSocCirc projektnom konzorciju

Partneri

Opis



Branchevereniging Kringloop Nederland (BKN) je mrežna udruga koja predstavlja 67 društvenih poduzeća s približno 250 trgovina za ponovnu uporabu diljem Nizozemske. Zalaže se za kružno gospodarstvo, uključivo društvo i sektor profesionalne ponovne uporabe. Godine 2022. pokrenuli su webshop, [OnlineKringlopen.nl](https://www.onlinekringlopen.nl), gdje svi njegovi članovi mogu kolektivno prodavati svoje rabljene stvari online. Platforma je dizajnirana na vrlo jednostavan način što je čini dostupnom svim zaposlenicima unutar organizacija članica.

 [BKN - studija slučaja procesa ponovne uporabe \(stranice 9-11\)](#)

 [Korištenje digitalnog nadzora za razvoj sektora ponovne uporabe temeljenog na podacima](#)



Re-Use Deutschland e.V. je njemačka nacionalna krovna marka za suradnju i zajamčenu kvalitetu u očuvanju resursa kroz ponovnu uporabu, popravak i upcycling (nadogradnju materijala) u second-hand trgovinama. To je oznaka za poduzeća za ponovnu uporabu i popravak, usmjerena na opće dobro te za suradničke javne reciklažne centre, proizvođače i trgovce. Broji 16 članova i trenutno provodi projekt sa širokim rasponom dionika za razvoj e-aplikacije koja može identificirati i procijeniti elektronički otpad.

 [Re-Use Deutschland - studija slučaja usluga usmjerenih prema korisnicima \(stranice 7-8\)](#)

 [Inovativna e-aplikacija koja olakšava ponovnu uporabu električne opreme](#)



Kierrätyskeskus je neprofitno poduzeće koja smanjuje potrošnju resursa, povećava ekološku svijest i mogućnosti zapošljavanja. Centar ima 13 trgovina u metropolitanskom području Helsinkija i [internetsku trgovinu diljem zemlje](#). Njihov webshop radi već 8 godina i trenutno je u fazi testiranja za prodaju na više platformi kako bi proširio svoj doseg i poboljšao korisničko iskustvo.

 [Kierrätyskeskus - studija slučaja procesa ponovne uporabe \(stranice 6-8\)](#)

 [Društveno poduzeće koje pruža značajne mogućnosti zapošljavanja i digitalne vještine](#)

Tablica 1. Popis društvenih poduzeća u DigiSocCirc projektom konzorciju

Pridruženi partneri

Opis



Asociación Española de Recuperadores
de Economía Social y Solidaria

AERESS je neprofitna organizacija, osnovana kao nacionalna platforma solidarnih subjekata (udruga, zaklada, zadruga i poduzeća za radnu integraciju). Ovi subjekti posvećeni su smanjenju, ponovnoj uporabi i recikliranju otpada, s ciljem društvene transformacije i promicanja društveno-radne integracije ljudi koji su društveno isključeni ili postoji rizik da to postanu.



Nos valeurs redonnent de la valeur

Envie je francuska nacionalna federacija poduzeća koja se bave društvenom uključenosti, a koja je pomogla marginaliziranim skupinama da se vrate na posao kroz gospodarsku aktivnost specijaliziranu za prikupljanje, popravak i prodaju rabljenih električnih i elektroničkih uređaja. Roba se prodaje po pristupačnim cijenama u njihovoj mreži trgovina diljem Francuske.

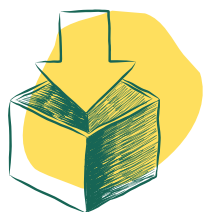


emmaüs
EUROPE

ACTIVISTS FOR CHANGE

Emmaüs Europe je federacija Emmaüs organizacija koja pokriva 20 zemalja u Europi. Pokret Emmaüs vođen je solidarnošću i zalaže se za najranjivije skupine društva. Bavi se prikupljanjem i prodajom rabljene robe te osigurava stanovanje i posao osobama koje su isključene iz društva. S više od 70 godina aktivnosti u obradi otpada, Emmaüs je postao snažan igrač u prevenciji i gospodarenju otpadom u Europi.

Digitalni i društveni trendovi u procesima ponovne uporabe



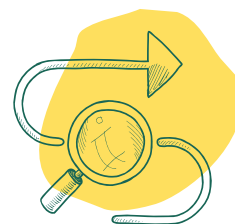
Prikupljanje



Sortiranje

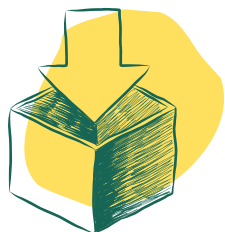


Logistika



Sljedivost

Digitalni i društveni trendovi u procesima ponovne uporabe obično uključuju poboljšanje i optimizaciju sljedećih procesa: prikupljanje, sortiranje, logistika i sljedivost.



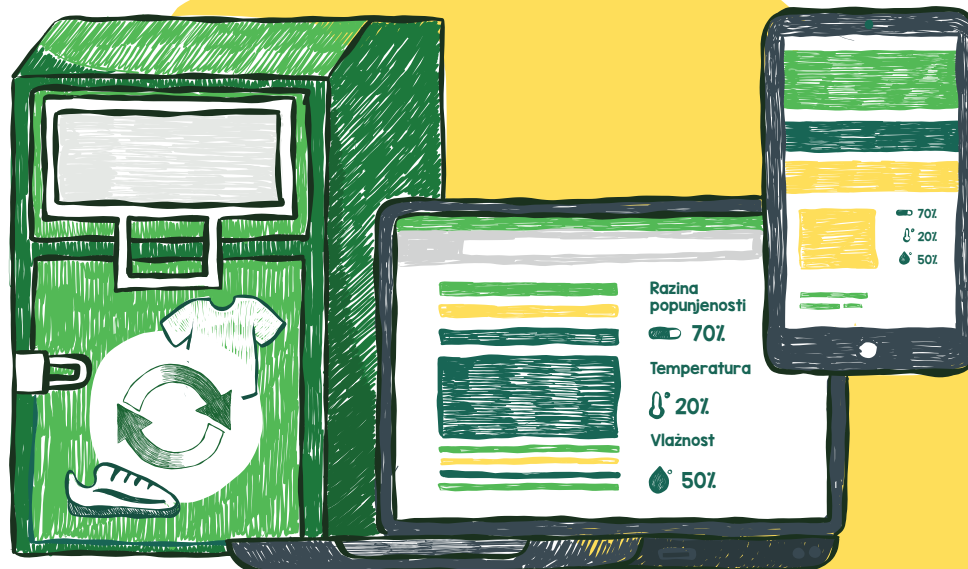
Prikupljanje predmeta za ponovnu uporabu

U procesima ponovne uporabe, prikupljanje se može definirati kao proces sakupljanja predmeta koji se mogu ponovo iskoristiti i koje, u većini slučajeva, doniraju građani ili organizacije. Uobičajeni načini prikupljanja tih predmeta uključuju sakupljanje donacija građana u centrima za ponovnu uporabu, prikupljanje od vrata do vrata kućanstava, prikupljanje u uličnim kontejnerima ili u reciklažnim centrima.

Društvena poduzeća u kružnom gospodarstvu obično prikupljaju na način od vrata do vrata ili putem svojih centara za ponovnu uporabu, gdje stanovnici dovoze svoje donacije. Prikupljanje od vrata do vrata može se provoditi redovito prema rasporedu ili na ad hoc osnovi, ako netko zatraži njihove usluge.

Posljednjih su godina ova društvena poduzeća implementirala internetske platforme, poput aplikacija, za dogovaranje termina preuzimanja donacija.

Ovi mrežni alati su korisni jer pomažu digitalizirati i centralizirati informacije o prikupima na zajedničkoj platformi, omogućujući poduzećima da optimiziraju svoje procese prikupljanja. Na primjer, da učinkovitije planiraju svoje rute. Također, mogu biti u kontaktu s donatorima kako bi komunicirali ako dođe do promjene rasporeda zbog nepredviđenih okolnosti.



Društvena poduzeća koriste i drugu tehnologiju, poput instaliranja digitalnih senzora u spremnike za ulično prikupljanje rabljenog tekstila koji detektiraju koliko su puni i prate njihovu unutarnju temperaturu i vlažnost. To im omogućuje optimiziranje resursa, pa prazne spremnike samo kada su dovoljno puni te osiguravaju da na kvalitetu robe ne utječu uvjeti okoline.

Međutim, društvena poduzeća susreću se s osnovnim izazovima u digitalizaciji svojih procesa prikupljanja, kao što su niskokvalificirana radna snaga te otpor prema prilagođavanju netradicionalnim radnim procesima. Suočavaju se i sa značajnim dodatnim

troškovima te konkurencijom u obliku konvencionalnih aktera. Unatoč tome, manjak vještina kod radne snage može se podržati mogućnostima financiranja ili razvojem partnerstva s privatnim poduzećima za pružanje digitalne obuke. Primjer je projekt između AFF-a i Société Générale Global Solution Centre, koji zaposlenicima na obuci omogućuje pristup osnovnim računalnim tečajevima i specijaliziranim tečajevima o pravilnom prikupljanju, sortiranju i rastavljanju elektroničkog otpada⁵. Konačno, usprkos početnim troškovima, ove tehnologije mogu pomoći u poboljšanju učinkovitosti procesa prikupljanja, čime se optimiziraju troškovi u drugim aspektima poslovanja.

Potpune informacije o prikupljanju predmeta za ponovnu uporabu mogu se pronaći u ranijim zaključnim izvješćima o procesima ponovne uporabe⁶.

⁵ RREUSE (2024.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #02. Digitalni i društveni trendovi u uslugama usmjerenima prema korisnicima str. 16. (Dostupno [ovdje](#)).

⁶ RREUSE (2023.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #01. Digitalni i društveni trendovi u procesima ponovne uporabe. (Dostupno [ovdje](#)).



Sortiranje

U procesima ponovne uporabe sortiranje se može definirati kao kategoriziranje i organiziranje prikupljenih predmeta na temelju njihove vrste, kvalitete ili stanja. Važno je odrediti koji se predmeti mogu ponovno upotrijebiti, pripremiti za ponovnu uporabu ili reciklirati.

Uobičajeno, posebno obučeni radnici upravljaju procesima sortiranja u društvenim poduzećima, što uključuje ključne korake kao što je procjena karakteristika doniranih predmeta, a time i njihove vrijednosti te potencijala ponovne uporabe. Kako bi poboljšala učinkovitost ovih procesa, društvena poduzeća usvojila su digitalne alate za podršku ovim radnicima u aktivnostima sortiranja.

Na primjer, Google Lens korišten je kao alat za analizu slika doniranih predmeta kako bi procesi sortiranja i određivanja cijena bili učinkovitiji i objektivniji. Ključna funkcija koju ima je obrnuto pretraživanje slika, čime na temelju fotografije artikla nudi iste ili slične artikle dostupne online i tako omogućuje identificiranja karakteristika i cijene artikla te olakšava donošenje odluka. Ovi alati potencijalno oslobađaju ljudske resurse potrebne za sortiranje kako bi se oni mogli posvetiti stankama koje zahtijevaju temeljitiju prosudbu, koja se još ne može zamijeniti tehnologijom.

Unatoč tome, zapošljavanje društveno ugroženih ostaje prioritet društvenih poduzeća, što rezultira

oprezom oko potpunog prelaska na ove digitalne alate po cijenu zamjene manualnih poslova. Cilj je pronaći dobru ravnotežu i koristiti alate za pomoć radnicima ili im omogućiti da rade na različitim vrstama poslova, umjesto da ih ti alati zamijene. Većina društvenih poduzeća također nema kapacitet za izradu vlastitih alata i pristup opsežnim skupovima podataka i posebnoj opremi koja je potrebna za funkcioniranje ovih alata. Nadalje, korištenje ovih alata zahtijeva značajna ulaganja u obuku radne snage, što često nadilazi kapacitet društvenog poduzeća.

Regionalno ili nacionalno financiranje može pomoći u ublažavanju ovih nedostataka po pitanju resursa i podržati razvoj ovih alata umjetne inteligencije. Na primjer, Recycling Börsen, član Re-Use Deutschland, dobio je sredstva od njemačkog Saveznog ministarstva gospodarstva za razvoj aplikacije koja identificira potencijal ponovne uporabe malih električnih uređaja, ali i utvrđuje moguću cijenu rabljenih uređaja⁷. Očekuje se da će se time poboljšati točnost procesa sortiranja i određivanja cijena.

Potpune informacije o razvrstavanju predmeta za ponovnu uporabu mogu se pronaći u ranijim zaključnim izvješćima o procesima ponovne uporabe⁸.

⁷ RREUSE (2024.) Studije slučaja o setovima vještina i društvenom utjecaju 02. Digitalni i društveni trendovi u uslugama usmjerenim prema korisnicima str. 7. (Dostupno [ovdje](#)).

⁸ RREUSE (2023.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #01. Digitalni i društveni trendovi u procesima ponovne uporabe. (Dostupno [ovdje](#)).



Logistika

U procesima ponovne uporabe, logistika se može definirati kao kretanje i skladištenje predmeta za ponovno korištenje. To uključuje transport, skladištenje i distribuciju kako bi se osiguralo da artikli budu dostupni gdje i kada su potrebni.

Logistički lanac ponovne uporabe u društvenim poduzećima obično uključuje prikupljanje, skladištenje i otpremu proizvoda, bilo u fizičku trgovinu u kojoj se prodaju, ili izravno kupcima koji su te artikle kupili u njihovoj online trgovini.

Društvena poduzeća nastojala su poboljšati logističku učinkovitost digitalizacijom različitih aspekata logističkog lanca. Neka društvena poduzeća uvela su automatizaciju u svoja skladišta. Na primjer, Kierrätyskeskus je implementirao automatizirani skladišni sustav Tornado, koji optimizira skladišni prostor pohranjujući predmete na kompaktan način⁹. Sustav također može točno odabrati određeni prodani artikl među svim pohranjenim artiklima i poslati ga na isporuku.

Druga društvena poduzeća također su usvojila digitalne alate za upravljanje različitim aspektima svojih poslovnih i logističkih procesa. To uključuje ljudske resurse, upravljanje opskrbnim lancem i prodaju, omogućujući im da imaju pregled internih procesa ponovne uporabe, kao što je saznanje koji artikli dolaze, što se prodalo, za koliko i kada.

Na primjer, Humana Nova je implementirala alat za planiranje resursa poduzeća koji prati različite poslovne procese, uključujući količinu prikupljenog i ponovno upotrijebljenog tekstila, zalihe sirovina, proizvodne zalihe i finalne proizvode za prodaju¹⁰. To omogućuje bolje dokumentiranje i koordinaciju kroz logistički lanac, veću transparentnost u različitim odjelima i olakšava donošenje odluka.

Međutim, digitalizacija logističkog lanca može biti izazov za društvena poduzeća. Na primjer, suočavaju se s intenzivnom konkurencijom konvencionalnih tvrtki koje su postavile standard za brze isporuke, što kupci sada očekuju kao normu. To nije uvijek moguće ponoviti ili biti pritom ekološki najodrživiji. Štoviše, društvena poduzeća možda nemaju resurse za centralizaciju i koordinaciju svih aspekata logistike pomoću digitalnih alata, što otežava provedbu.

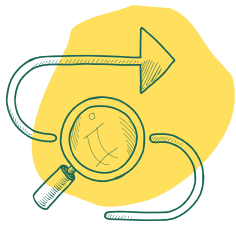
Ipak, usprkos ovim preprekama, digitalizacija logistike ovim društvenim poduzećima nudi potencijal da poboljšaju svoju poslovnu strategiju praćenjem protoka resursa kroz logistički lanac i donošenjem odluka na temelju podataka kako bi poboljšali svoje operacije ponovne uporabe.

Potpune informacije o logistici predmeta za ponovnu uporabu mogu se pronaći u ranijim zaključnim izvješćima o procesima ponovne uporabe¹¹.

⁹ RREUSE (2024.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #02. Digitalni i društveni trendovi u uslugama usmjerenima prema korisnicima str. 6. (Dostupno [ovdje](#)).

¹⁰ RREUSE (2023.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #01. Digitalni i društveni trendovi u procesima ponovne uporabe str. 10. (Dostupno [ovdje](#)).

¹¹ RREUSE (2023.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #01. Digitalni i društveni trendovi u procesima ponovne uporabe (Dostupno [ovdje](#)).



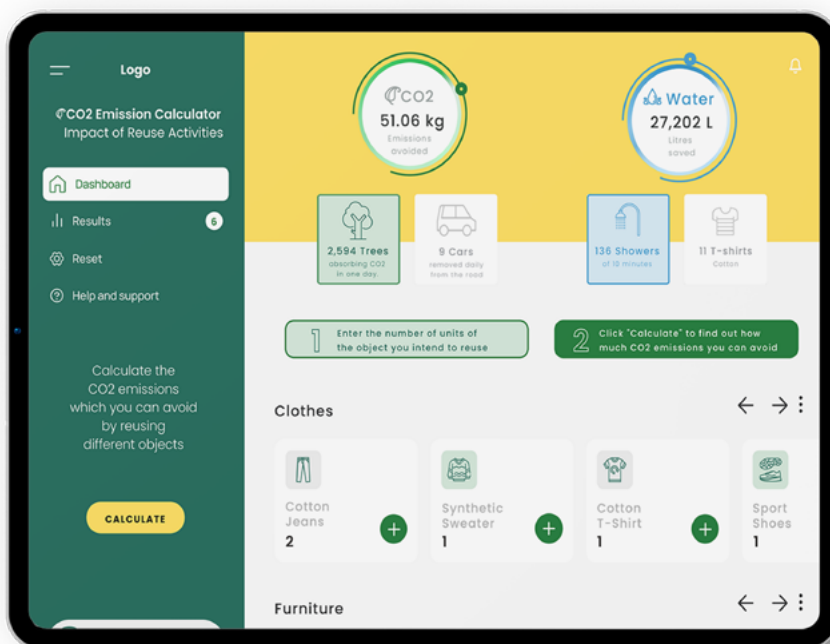
Sljedivost

U procesima ponovne uporabe, sljedivost se može definirati kao mogućnost praćenja podrijetla, povijesti i životnog ciklusa predmeta koji se mogu ponovo koristiti. To uključuje vođenje evidencije o tome odakle predmeti dolaze, njihovom stanju, procesima koji se slijede da bi se pripremili za ponovnu uporabu i njihovom odredištu nakon ponovne uporabe ili pripreme za ponovnu uporabu.

Društvena poduzeća usvojila su sustave sljedivosti kako bi imala jasan pregled nad svojim poslovanjem i kako bi prikupila vrijedne podatke o materijalima kojima rukuju i radnicima koje angažiraju. Informacije prikupljene putem takvih sustava omogućuju im da komuniciraju ekološku i društvenu dimenziju svog rada i svojim partnerima, kao što su npr. javna tijela, ali i svojim klijentima.

U tu su svrhu neka društvena poduzeća implementirala digitalne kalkulatora koji prikazuju

učinak procesa ponovne uporabe na jednostavan i vizualno privlačan način, poput društvenog i ekološkog kalkulatora koji je razvio AERESS (španjolska mreža društvenih poduzeća aktivnih u kružnom gospodarstvu)¹². Ekološki kalkulator procjenjuje količinu izbjegnute emisije CO₂ i uštede litara vode s ponovnom uporabom određenog proizvoda. To ilustrira važnost sprječavanja stvaranja otpada i zapošljavanja pojedinaca iz različitih socioekonomskih pozadina.



¹² RREUSE (2023.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #01. Digitalni i društveni trendovi u procesima ponovne uporabe str. 12. (Dostupno [ovdje](#)).

Uvođenje sljedivosti u poslovanje društvenih poduzeća donosi dodatne troškove, ali i izazove. Na primjer, u mnogim zemljama i regijama u Europi nije jasno koja je skupina dionika odgovorna za prikupljanje podataka i tko bi to trebao financirati. Društvena poduzeća često prikupljaju podatke na vlastitu inicijativu i trošak, unatoč tome što su ti podaci relevantni za EU i nacionalne društvene i ekološke pokazatelje ili ciljeve. Također postoje različiti standardi u državama članicama, što dodatno otežava provedbu jedinstvenog sustava sljedivosti.

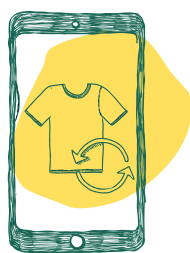
Međutim, ako se te prepreke mogu prevladati, sljedivost donosi nekoliko prednosti, uključujući

isticanje utjecaja i vjerodostojnosti ovih društvenih poduzeća, prikupljanje vrijednih podataka, promicanje održivih kupovnih navika kupaca i poticaj partnerstvima društvenih poduzeća s proizvodnim brendovima za veću transparentnost proizvoda.

Na europskoj razini, buduće uvođenje Digitalne putovnice proizvoda¹³ (DPP) imat će potencijal za olakšavanje sljedivosti robe tijekom procesa prikupljanja i sortiranja, čime će se poboljšati stope ponovne uporabe. Stoga je bitno da je DPP dizajniran imajući na umu sektor ponovne uporabe, a ne samo sektor recikliranja¹⁴. Također bi trebao biti dostupan na samim proizvodima, a ne samo na njihovoj ambalaži, kako bi se povećala transparentnost ekoloških i društvenih učinaka¹⁵.

Potpune informacije o sljedivosti predmeta ponovne uporabe mogu se pronaći u ranijim zaključnim izvješćima o procesima ponovne uporabe¹⁶.

Digitalni i društveni trendovi u poslovanju usmjerenom prema korisnicima



Second-hand e-trgovina



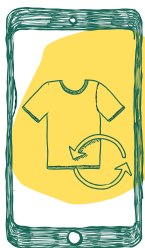
Karte i aplikacije za lociranje

¹³ Europska komisija - Uredba o ekološkom dizajnu za održive proizvode. (Više informacija [ovdje](#)).

¹⁴ Dokument o zajedničkom stajalištu (2023.) Zajedničko stajalište europskih organizacija za zaštitu okoliša o Reviziji Direktive o otpadu od električne i elektroničke opreme. (Dostupno [ovdje](#)).

¹⁵ RREUSE (2022.) Ciljano savjetovanje s dionicima na temelju radnog dokumenta osoblja „Scenariji prema zajedničkom stvaranju prijelaznog puta za otporniji, održiviji i digitalniji tekstilni ekosustav“. (Dostupno [ovdje](#)).

¹⁶ RREUSE (2023.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #01. Digitalni i društveni trendovi u procesima ponovne uporabe. (Dostupno [ovdje](#)).



Second-hand e-trgovina

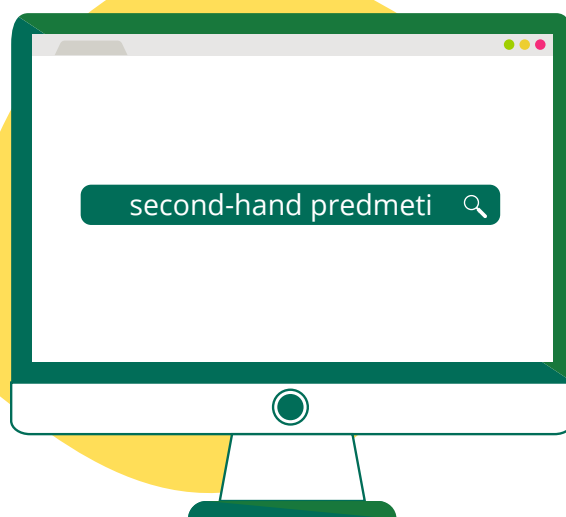
E-trgovina je kupnja i prodaja roba i usluga putem interneta.

Društvena poduzeća aktivna u sektoru ponovne uporabe sve više koriste online prodaju rabljene robe kao dio svog poslovnog modela kako bi se prilagodila promjenjivom ponašanju kupaca, dosegla širu geografsku publiku i diversificirala tokove prihoda.

Vezano uz to, online prodaja rabljenih proizvoda znatno je složenija od prodaje novih proizvoda jer je svaki pojedini proizvod jedinstven i potrebno ga je zasebno učitati. To također znači da neka društvena poduzeća odlučuju prodavati online samo artikle čije su cijene iznad određenog vrijednosnog praga. Iz tog je razloga važno da društvena poduzeća kontinuirano dobivaju dovoljne količine kvalitetnih donacija predmeta od građana radi njihove dugoročne održivosti i profitabilnosti, budući da su jedini akteri na tržištu koji daju prednost lokalnoj ponovnoj uporabi i poštuju hijerarhiju otpada¹⁷.

Društvena poduzeća razvila su e-trgovine koje su jednostavne za korištenje i vizualno privlačne te implementiraju digitalne alate za učinkovito oglašavanje svojih proizvoda online korisnicima, kao što su optimizacija za tražilice¹⁸ i oglašavanje na tražilicama¹⁹. Teže transparentnosti, dajući

opise i podrijetlo svojih proizvoda, budući da su oni obično rabljeni ili prerađeni. Ovo također naglašava utjecaj njihovog rada na njihove kupce i informira ih o važnosti održive kupnje. Štoviše, kako bi se bolje natjecala s većim komercijalnim akterima, ova društvena poduzeća također nastoje ispuniti očekivanja na tržištu e-trgovina pružanjem kvalitetnih slika proizvoda, učinkovitom komunikacijom s kupcima i širokim izborom proizvoda za prodaju.



¹⁷ Pogledajte načelo br. 4 iz RREUSE-ovog dokumenta Vodeća načela o prikupljanju i upravljanju tekstilom. (Dostupno [ovdje](#)).

¹⁸ Poboljšanje web stranice radi boljeg usklađivanja s algoritmom tražilica.

¹⁹ Oblik online oglašavanja u kojem tvrtke plaćaju da se njihovi oglasi prikazuju visoko u rezultatima pretraživanja.

Ipak, mnoga društvena poduzeća suočavaju se s izazovima u razvoju i vođenju svog poslovanja e-trgovine. Bave se prvenstveno unikatnim predmetima, a njihovo popisivanje na internetu oduzima puno vremena. Neka društvena poduzeća također primaju donacije ograničene kvalitete, a sve to mogu prodati u svojim fizičkim trgovinama. Zbog toga je teško opravdati ulaganje napora u razvoj i vođenje online trgovine, a kamoli natjecanje s e-trgovinama konvencionalnih poduzeća.

Očito je da su ambicija da se prevladaju ovi izazovi i promjena načina razmišljanja potrebni kako bi prodaja putem e-trgovine društvenih poduzeća napredovala. Naime, e-trgovinu treba prepoznati kao nužnost za jačanje imidža robne marke, rast poslovne prodaje i prilagodbu aktualnim trendovima u maloprodaji.

"Društvena poduzeća moraju početi raditi na e-trgovini danas, a ne sutra."

- Predstavnik Re-Use Austria

Srećom, sve dosad navedene prepreke mogu se lakše savladati ako društvena poduzeća udruže snage i razviju zajedničko tržište, na primjer, na regionalnoj ili nacionalnoj razini. To može ojačati tržište koje čine online trgovine društvenih poduzeća omogućavanjem prodaje većeg izbora proizvoda i šire baze potrošača.

Društvena poduzeća često pripadaju lokalnom ili nacionalnom članstvu, ili pak krovnoj organizaciji, što je savez ili udruga koja povezuje društvena poduzeća međusobno ili s različitim dionicima kako bi se poboljšao njihov zajednički učinak. Također, ove organizacije pružaju platformu za suradnju, dijeljenje resursa, zagovaranje i podršku. One mogu pomoći u prevladavanju izazova u razvoju e-trgovine,

i to tako što će svojim članovima pomoći ojačati kapacitete. To se može provesti pružanjem obuke i redovitim praćenjem te sastancima na kojima se razmjenjuju najbolje prakse.

Društvena poduzeća mogu iskoristiti svoje kanale društvenih medija i koristiti se oglašavanjem na društvenim mrežama²⁰ kako bi educirala kupce o svojim proizvodima i ljudima koji stoje iza njih, unoseći društveno odgovoran i ljudski pristup u maloprodajno iskustvo. Također, mogu povećati svoju online prodaju u suradnji s influencerima koji dijele njihove vrijednosti i nose njihovu odjeću, što dijele na tim platformama. Ova strategija, koju Humana Nova²¹ uspješno primjenjuje, pozitivno je utjecala na njihovu online prodaju. Ta poduzeća također mogu istaknuti postojeće oznake kvalitete²² kako bi predstavili svoj utjecaj na okoliš i društvo te kako bi se dodatno razlikovala od konvencionalne konkurencije.

Korištenje postojećih glavnih kanala preprodaje još je jedan način na koji društvena poduzeća mogu razviti svoju e-trgovinu, bez potrebe za razvojem vlastite platforme. Postoji niz društvenih poduzeća koja za prodaju svoje robe koriste postojeće internetske prodajne platforme, kao što su eBay, Facebook Marketplace ili namjenske platforme za određene kategorije proizvoda.

Posljednje, ali ne manje važno, korištenje AI tehnologije može pojednostaviti i optimizirati radne procese u radu e-trgovine. Re-Use Austria, na primjer, koristi AI prepoznavanje slika, koje se integrira s OpenAI alatima za registraciju i učitavanje proizvoda na njihovu online platformu, generirajući tako podatke na temelju postojećih OpenAI baza podataka umjesto da mora graditi bazu podataka od nule. To pomaže u uštedi vremena i poboljšanju kvalitete podataka. Osim toga, alati umjetne inteligencije su jednostavni za korištenje i zahtijevaju manje vještina, što omogućuje da se zaposlenici na obuci uključe u digitalizaciju.

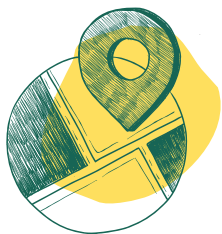
²⁰ Oblik digitalnog oglašavanja koji isporučuje plaćene oglase ciljanoj publici na platformama društvenih medija.

²¹ [Kampanja](#) Humana Nove na društvenim mrežama s influencerom u Hrvatskoj.

²² Brojni članovi RREUSE-a uveli su vlastite sustave standarda kvalitete, uključujući oznake Solid'R i electroREV tvrtke RESSOURCES (Belgija), istoimenu oznaku tvrtke FairWertung (Njemačka) i oznaku kvalitete 100% Kringloop tvrtke BKN (Nizozemska).

Na primjer, AI alati u webshopu BKN-a²³ omogućuju zaposlenicima članova ove organizacije, koji nisu digitalno vješti, učitavanje proizvoda i korištenje platforme.

Potpune informacije o e-trgovini rabljenim proizvodima mogu se pronaći u ranijim zaključnim izvješćima o uslugama usmjerenim prema kupcima²⁴.



Karte i aplikacije za lociranje

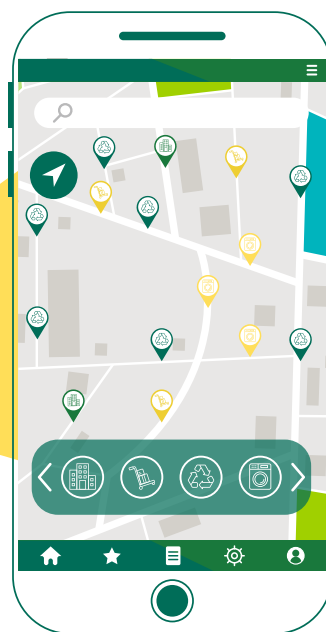
Digitalne karte su interaktivni digitalni prikazi zemljopisnih područja koji se koriste za lociranje trgovina rabljenim proizvodima i donacijskih točaka društvenih poduzeća. Ovim se kartama može pristupiti putem raznih digitalnih platformi, uključujući web preglednike i mobilne aplikacije.

Aplikacije za lociranje su softverske aplikacije osmišljene za određivanje i dijeljenje geografskih lokacija u stvarnom vremenu kako bi korisnicima pružile točne i ažurne informacije o specifičnim lokacijama usluga koje pružaju društvena poduzeća.

Projektne partneri sve više prihvaćaju upotrebu digitalnih karata i aplikacija za lociranje jer donose nekoliko prednosti, uključujući informiranje kupaca o lokacijama trgovina i mjestima za donacije, olakšavanje partnerstva između društvenih poduzeća i privatnog i/ili javnog sektora te nude mogućnost širenja tih partnerstva na regionalnim, nacionalnim i lokalnim područjima. Unatoč tome, aplikacije za lociranje, koje zahtijevaju opsežniji razvoj i veće investicijske troškove, rjeđe se koriste.

Kako bi brzo izgradila prisutnost na internetu, društvena poduzeća smatraju korisnim navesti svoje dućane rabljene robe na Google kartama i uključiti često korištene ključne riječi (npr. "second-hand" ili "prerađeno") tako da se njihove trgovine češće pojavljuju u tražilici. Zapravo, neke su organizacije čak izradile jedinstvenu kartu svojih trgovina ili objekata, kao što su Humana Nova i ENVIE²⁵. Posjedovanje ekskluzivne karte omogućuje korisnicima da istaknu određene stranice društvenog poduzeća, čime

se smanjuje konkurencija u usporedbi s općom pretragom koja ih prikazuje uz komercijalne trgovce second-hand proizvodima.



²³ <https://OnlineKringlopen.nl>

²⁴ RREUSE (2024.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #02. Digitalni i društveni trendovi u uslugama usmjerenim prema korisnicima. (Dostupno [ovdje](#)).

²⁵ Vidi [mapu](#) Humana Nove i [mapu](#) poduzeća ENVIE.

Da bi pojačali angažman korisnika, ova društvena poduzeća nastoje na svojim kartama pružiti ažurne i točne informacije, istovremeno dajući opsežne podatke. Na primjer, karta lokacija za donacije Re-Use Austria²⁶, koja se redovito ažurira, ima 1498 lokacija u Austriji na kojima korisnici mogu pronaći odgovarajuće mjesto u svojoj blizini za donaciju. Na FairWertungovoj karti²⁷ korisnici mogu prijaviti status sabirnog mjesta i dati kontakt putem e-pošte za praćenje. Osim pružanja osnovnih informacija kao što su podaci za kontakt i adrese na karti, ova društvena poduzeća nude i druge informacije kao što su tokovi proizvoda kojima rukuju, ponuđene usluge i standardi kvalitete kako bi pomogli potencijalnim suradnicima i korisnicima u odabiru organizacije s kojom će surađivati.

Štoviše, povezuju svoje karte s tražilicama kako bi poboljšali svoju vidljivost u pretragama održivih proizvoda na temelju lokacije. Također, promoviraju svoje karte putem društvenih medija, web stranica i usmene predaje kako bi proširili svoj doseg i potaknuli korisnike da pređu s isključivog posjećivanja fizičkih trgovina na korištenje njihovih mrežnih karata.

Unatoč brojnim prednostima koje ove karte nude, i dalje postoje neke prepreke u pogledu pristupa mogućnostima financiranja, posebno financiranja koje je namijenjeno dugoročnoj održivosti karte nakon njezine implementacije te nedostatka internih kapaciteta za održavanje i ažuriranje alata. Nadalje, širok raspon digitalnih karata koje su trenutno dostupne može razrijediti skupinu online korisnika koji se bave njihovom specifičnom kartom.

Međutim, digitalne karte mogu ponuditi širok raspon mogućnosti ako se te prepreke mogu riješiti. Na primjer, ove se karte mogu koristiti za pružanje još opsežnijih informacija za korisnike, kao što su pozivi za donacije specifičnih predmeta tijekom godine ili vrste materijala za proizvode, kako bi se potencijalnim donatorima predstavila logistička pogodnost. To također može povećati šanse privatnih tvrtki ili kupaca da se s njima povežu. Istodobno, digitalne karte mogu promovirati aktivnosti društvenih poduzeća i kanalizirati korisnike prema njihovim fizičkim i online trgovinama kako bi se poboljšala ukupna prodaja. Ove karte, kao što je karta članova mreže RREUSE²⁸, institucijama EU-a te nacionalnim i lokalnim kreatorima politika, također dokazuju primjer dometa i utjecaja društvenih poduzeća, što može pomoći u radu na stvaranju poticajnijeg političkog okruženja.

Kao i kad su u pitanje e-trgovine, poduzeća koja tek počinju mogu učiti od drugih koji su uspješno pokrenuli vlastite karte, izbjegavajući potrebu za izmišljanjem tople vode i spašavajući se od opsežnog posla. Prekogranične suradnje, kao što je suradnja Re-Use Austria s internetskom trgovinom Emmaüs France (Label Emmaüs) gdje se razvija internetsko tržište (WIDADO), mogu promicati regionalnu i nacionalnu suradnju kako bi se poboljšala razmjena znanja i razvoj zajedničkih rješenja²⁹.

*Potpune informacije o kartama i aplikacijama za lociranje mogu se pronaći u ranijim zaključnim izvješćima o uslugama usmjerenim na korisnike*³⁰.

²⁶ Vidi [mapu](#) Re-use Austria.

²⁷ Vidi [mapu](#) FairWertunga.

²⁸ RREUSE (2024.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #02. Digitalni i društveni trendovi u uslugama usmjerenim prema korisnicima str. 13. (Dostupno [ovdje](#)).

²⁹ RREUSE (2024.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #02. Digitalni i društveni trendovi u uslugama usmjerenim prema korisnicima str. 14. (Dostupno [ovdje](#)).

³⁰ RREUSE (2024.) Izvješće o zaključcima i evaluaciji #02. Digitalni i društveni trendovi u uslugama usmjerenim prema korisnicima. (Dostupno [ovdje](#)).

Smjernice za društvena i kružna poduzeća u prihvaćanju digitalnih alata

Projekt DigiSocCirc stvorio je prijeko potreban prostor za okupljanje društvenih poduzeća iz cijele Europe kako bi podijelili svoja iskustva i dao zamah tome da tema digitalizacije ostane visoko na njihovom dnevnom redu. Kako bi održao ovaj zamah unutar mreže RREUSE i povećao aktivnosti digitalizacije u sektoru ponovne uporabe, konzorcij je identificirao sljedeće sastavne elemente u planiranju prihvaćanja digitalnih alata koji se mogu primijeniti na bilo koju skupinu dionika.

Jačanje digitalizacije društvenih poduzeća

Na organizacijskoj razini, proces digitalizacije može se prikazati kroz nekoliko različitih faza, poput faznog modela u e-trgovini tvrtke Re-Use Austria (vidi sliku 1). U početku postoje ograničene inicijative za digitalizaciju s minimalnim utjecajem na tradicionalna poslovna područja. Nakon toga slijedi intenziviranje aktivnosti za usmjeravanje i povećanje digitalne transformacije, što uključuje prekograničnu suradnju i razmjenu znanja s drugim

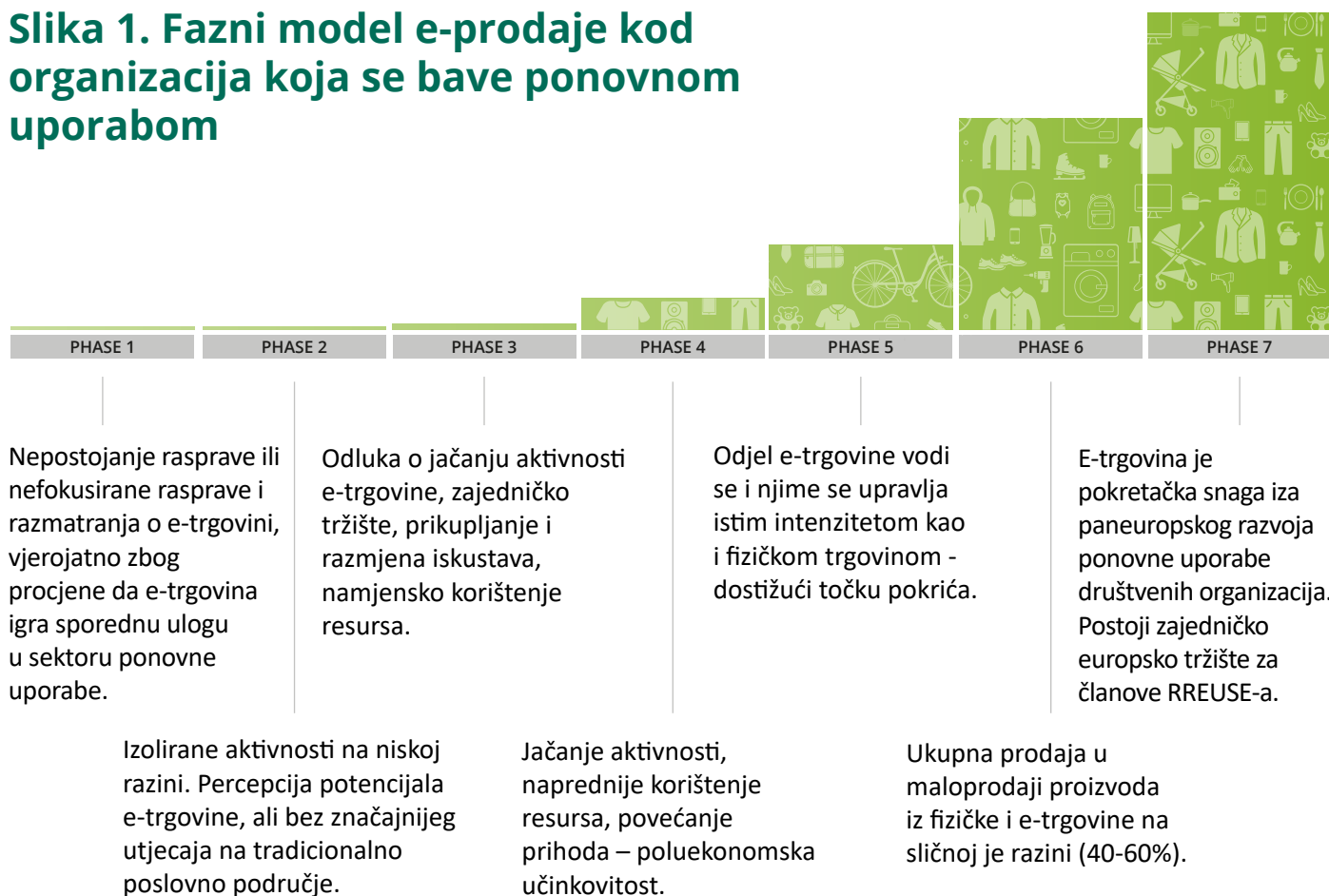
organizacijama. Na kraju, organizacija postiže opsežnu digitalizaciju koja duboko utječe na cjelokupno poslovanje. U kontekstu e-trgovine, to bi moglo uključivati uspostavu zajedničkog europskog tržišta i internetskih poslovnih procesa koji pokreću razvoj aktivnosti ponovne uporabe u društvenim poduzećima.



"Umjesto da se oslanjamo isključivo na fizičke trgovine za ponovnu uporabu, rast online platformi je pristup za naše poslovne modele usmjeren prema budućnosti. Online platforme nude kapacitet, pristupačnost i doseg koji nikada ne bi bili mogući s normalnim trgovinama, pomažući da se napravi značajan skok u isporuci regionalnih rabljenih proizvoda našim kupcima."

- Predstavnik Re-Use Austria

Slika 1. Fazni model e-prodaje kod organizacija koja se bave ponovnom uporabom



Izvor:  Re-Use Austria

Jačanje kroz prekograničnu suradnju u digitalizaciji

Pogled na širu perspektivu izvan organizacije, prekogranično učenje i dijeljenje inovativnih praksi ključni su za digitalizaciju društvenih poduzeća. Na taj način društvena poduzeća mogu uskladiti svoje napore i kombinirati stručnost, čime se povećava njihova sposobnost digitalizacije radnih procesa brže nego ako rade samostalno.

Projektne konzorcij i članovi RREUSE-a predložili su sljedeće sastavne dijelove prekogranične suradnje:



Strateške rasprave

Kako bi se osiguralo da sektor ide u zajedničkom smjeru sa zajedničkom vizijom, gdje je to moguće, važno je voditi rasprave na strateškoj razini: razgovarati o trenutnoj putanji sektora, budućem razvoju vis-à-vis tržišta i tehnološkom razvoju te raditi na mogućem usklađivanju rješenja. Ove rasprave mogu koordinirati europske ili nacionalne strukture na višoj razini, kao što je RREUSE, s menadžerima ili glavnim predstavnicima organizacija.

Ove strateške rasprave također mogu pružiti pogodnu platformu za redovite povratne informacije i ponavljanje, što je ključno s obzirom na stalni razvoj tehnologije i promjenjiv regionalni, nacionalni i lokalni krajolik sektora ponovne uporabe. Takve su rasprave ključne za usklađivanje cjelokupne strategije, istovremeno osiguravajući da je prilagodljiva različitim kontekstima uključenih dionika.

Tehničke razmjene i produbljeno učenje

Drugo, potrebne su redovite strukturirane razmjene znanja o specifičnim tehničkim i praktičnim temama u grupi, pružajući sastavne dijelove informacija za svaku organizaciju kako bi ih mogla koristiti u vlastitom kontekstu. Te teme mogu biti vrlo konkretne, poput upotrebe AI alata za sortiranje tekstila, digitalnih marketinških strategija, postavljanja e-trgovine itd.

Takve grupne rasprave omogućuju dubinsko učenje i potiču snažne veze među članovima grupe. Dok ove razmjene može koordinirati viša struktura, kao što je RREUSE, one također pružaju mogućnosti organizacijama da preuzmu vodstvo u određenim temama unutar svojih područja stručnosti. Ovo ne samo da jača samopouzdanje organizacije, već osigurava da se rasprava vodi na način koji je najrelevantniji za ljude koji provode aktivnosti. Tehničke sesije idealno bi bile usmjerene na osobe koje su izravno uključene u rad centara za ponovnu uporabu. Kako bi se osiguralo da se te rasprave bave najrelevantnijim temama, može se provesti

"Imati priliku čuti druge sudionike radionice pružilo nam je svježije ideje za vlastite procese ponovne uporabe, kao i uvide u moguća poboljšanja i nove inicijative."

- Sudionik radionice
DigiSocCirc



anketa kako bi se one identificirale.

Nadalje, sustav uparivanja (engl. buddy pairing) gdje se manje iskusni članovi uparuju s iskusnim članovima kako bi potražili savjet i stručnost na određeno razdoblje, identificiran je kao dobra praksa prekogranične suradnje. Ovo uparivanje može biti dobrovoljno, formalizirano ugovorom i/ili financirano posebnim projektnim financiranjem. Na primjer, projektni partneri Re-Use Austria i AERESS surađivali su na projektu, temeljenom na financiranju odobrenom u Španjolskoj, gdje su zajedno radili na temi e-trgovine. Re-Use Austria također se povezala s drugim projektnim partnerom, Kierrätyskeskusom, i sastali su se u Finskoj kako bi međusobno podijelili svoja iskustva u digitalizaciji i naučili jedni od drugih što je uspjelo, a što nije. Nakon iskustva, poduzeće Re-Use Austria naglasilo je važnost osobnog sastanka za detaljniju raspravu i bolje razumijevanje načina na koji sustav funkcionira, uključujući posjete skladištu druge organizacije. Iako je svako poduzeće jedinstveno i rješenja se često ne mogu točno preslikati u drugu zemlju, vrlo je vrijedno pratiti različite perspektive i rješenja koja mogu biti relevantna u prilagođenom obliku ili u kasnijoj fazi digitalizacije.

Društvena poduzeća mogu inspiraciju pronaći i u projektnom partneru BKN-u, koji je uspostavio BKN akademiju za stjecanje digitalnih vještina kod radne snage svojih organizacija članica, kao dio implementacije zajedničkog internetskog tržišta. To uključuje distribuciju videozapisa s uputama i organizaciju online webinaru za zaposlenike njihovih članova. Takvi se procesi mogu usvojiti na međuorganizacijskoj razini, gdje organizacije

članice međusobno dijele stručnost s lakoćom. To je moguće putem platforme na oblaku kao što je Google Drive ili Dropbox.







Prekogranični projekti

Financiranje je potrebno kako bi prekogranična suradnja dobila na snazi i bila dugoročno održiva. To se može dogoditi kroz prekogranične projekte koji se financiraju na lokalnoj, nacionalnoj ili razini EU-a. Neka su društvena poduzeća uključena u EU projekte koji podržavaju razvoj njihove e-trgovine na nacionalnoj razini. Na primjer, Kierrätyskeskus je imao projekt financiran od strane Europskog socijalnog fonda (ESF) u kojem su se zaposlenici na obuci aktivno podučavali digitalnim vještinama i stručnosti o okolišu. Takvi se projekti mogu proširiti na prekograničnu razinu kako bi učinkovito utjecali na društvena poduzeća diljem Europe i pokrenuli aktivnije regionalno sudjelovanje u naporima za digitalizaciju. Ove radnje osiguravaju financiranje početnih istraživanja i mogućih pilot studija te daljnje istraživanje i provedbu inicijativa digitalizacije na širem zemljopisnom području koje inače ne bi bile moguće.

Stoga je važno da društvena poduzeća redovito razmjenjuju informacije o mogućnostima financiranja i bespovratnih sredstava te da surađuju na relevantnim projektnim prijavama kao konzorcij. Ovaj pristup ne samo da postigne pristup prekogranične suradnje, već i raspodjeljuje odgovornosti projekta preko konzorcija, dopuštajući svakom društvenom poduzeću da smisleno nastavi s ovim projektima dok obavlja svakodnevne procese.



Tablica 2. Sastavni dijelovi prekograničnih pristupa digitalizaciji

	 Strateška rasprava	 Tehničke izmjene i dubinsko učenje	 Prekogranični projekti
Cilj 	Osigurati zajedničku putanju sektora i njegov strateški razvoj	Osigurati razmjenu konkretnih i detaljnih znanja među praktičarima	Osigurati financiranje i dugoročnu održivost napora u digitalizaciji
Alati 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sastanci uživo ● Online sastanci ● Suradnja u zagovaranju 	<ul style="list-style-type: none"> ● Webinar za predstavljanje primjera dobre prakse ● Detaljne i fokusirane tehničke rasprave ● Ankete ● Individualne interakcije ● Buddy sustav 	<ul style="list-style-type: none"> ● EU projekti ● Projekti financirani izvan EU, uključujući one koje financiraju filantropske organizacije ● Partnerstva s privatnim i javnim partnerima
 Sveobuhvatne aktivnosti			
<ul style="list-style-type: none"> ● Posjet događajima umrežavanja kao što su radionice i konferencije ● Traženje partnerstava izvan sektora društvenih poduzeća (privatne tvrtke, javni sektor, dobavljači tehnologije, istraživački instituti, itd.) 			

Partneri su identificirali i alate koji mogu olakšati razmjenu znanja o digitalizaciji, i to na svim razinama suradnje:

- **Bilteni i publikacije na web stranicama** koje prikazuju razvojna dostignuća u inicijativama digitalizacije.
- **Ankete** koje organizacijama omogućuju označavanje interesa za određene teme i daju primjere povezane s digitalizacijom; nakon toga bi se ti rezultati ankete mogli podijeliti sa svima.
- **Mrežni portal** za razmjenu znanja i resursa (npr. powerpoint slajdovi za obuku, snimke webinarima itd.).
- **Webinari** koje vode praktičari koji predstavljaju svoje projektne platforme, kao što je Inovacijski forum koji organizira RREUSE za svoje članove. Oni su korisni za članove koji mogu podijeliti svoje priče o uspjehu ili inovacije koje mogu nadahnuti druge članove. Kontakt podaci izlagača i sudionika ovih događaja dostupni su kako bi se zainteresirani mogli naknadno jedni drugima javiti. Ti se događaji također mogu snimati i dijeliti.

Općenito, projektni konzorcij i drugi članovi RREUSE-a smatrali su da treba postojati kombinacija pristupa prekograničnoj suradnji. Prvo, dok strategiju prvenstveno vodi viša struktura kao što je mreža, i mreža i organizacije članice trebaju organizirati i voditi aktivnosti s različitim kapacitetima. Na primjer, mreža može ponuditi platformu za okupljanje organizacija članica i sličnih društvenih poduzeća kroz svoje aktivnosti i komunikacijske kanale, održavanje redovitih radionica i foruma za raspravu među članovima, kao i pružanje korisnih kontakata i znanja o mogućnostima financiranja. S druge strane, organizacije članice mogu voditi stvaranje fokus grupa, odrediti redovite strukturirane razmjene

unutar tih grupa i izravno inicirati partnerstva s drugim društvenim poduzećima. Ta se partnerstva mogu ostvariti putem financiranih projekata.

Također, mogu se primijeniti različite metode sastanaka: online ili sastanci uživo, forumi, webinar ili okrugli stolovi, ovisno o svrsi. Ovi sastanci mogu biti popraćeni asinkronom komunikacijom kao što su ankete ili e-pošta unutar mrežne organizacije, što bi olakšalo komunikaciju između različitih članova prema tome kada im odgovara jer se to ne mora odvijati u isto vrijeme.

Preporuke za kreiranje politika

Ovo poglavlje daje preporuke za političke intervencije koje bi podržale digitalizaciju društvenih poduzeća. Preporuke se odnose i na institucije EU-a, i na nacionalne institucije.

1

Financirati mjere digitalizacije za društvenu ekonomiju.

Programi kao što su oni u okviru Kohezijske politike EU-a, Horizon Europe i Nacionalnih planova oporavka i otpornosti na nacionalnoj razini³¹ trebali bi osigurati razvoj tehnoloških alata za podršku operaterima ponovne uporabe u društvenoj ekonomiji. Ova je preporuka također usklađena s Preporukom Vijeća iz 2023. o razvoju okvirnih uvjeta društvene ekonomije koja naglašava važnost osiguravanja usklađenosti politika društvene ekonomije s digitalnom i kružnom tranzicijom (točka 8(b)) i pomaganja akterima društvene ekonomije da na najbolji način iskoriste nove tehnologije (točka 17(d))³². Kako bi se maksimizirala učinkovitost financiranja i uzela u obzir ograničena sposobnost društvenih poduzeća da se prijave na više projekata istovremeno, pozivi za dostavu prijedloga trebali bi biti objavljeni s razumnim vremenskim razmakom jedan od drugog.

³¹ Kako bi iskoristile potporu u okviru Instrumenta za oporavak i otpornost, države članice moraju dodijeliti najmanje 37 % svog proračuna za zelene mjere i 20 % za digitalne mjere u okviru svojih planova za oporavak i otpornost.

³² Vijeće Europske unije (2023.) Preporuka Vijeća o razvoju okvirnih uvjeta socijalne ekonomije. (Dostupno [ovdje](#)).

2

Osigurati kontinuitet rada mreža društvene ekonomije.

Društvena poduzeća i druge mreže društvenog gospodarstva multiplikator su snage za međusobni prijenos znanja, prikupljanje podataka i dijeljenje mogućnosti suradnje i financiranja. Ipak, naponi u digitalizaciji društvene ekonomije ozbiljno su ometeni zbog nedostatka dugoročne financijske potpore. Države članice trebale bi podršku temeljenu na digitalnim projektima popratiti mehanizmima operativnih bespovratnih sredstava kako bi se zajamčio operativni kontinuitet i prihvaćanje rezultata. Na primjer, trebali bi preslikati Europski program za zapošljavanje i društvene inovacije (EaSI) na nacionalnoj razini, koji se pokazao ključnim za podršku europskoj mreži društvene ekonomije.

3

Olakšati razmjenu učenja i mogućnosti umrežavanja između društvenih poduzeća, komercijalnih poduzeća i istraživačkih institucija.

Trenutačne inicijative EU-a kao što su Tranzicijski put za lokalnu i društvenu ekonomiju, Europska agenda vještina, Europska poduzetnička mreža, Inicijativa društvene ekonomije europskih regija i Europski digitalni inovacijski centri trebale bi poslužiti kao forumi koji će akterima društvene ekonomije omogućiti istraživanje i povezivanje s istomišljenicima o poduzetničkim i upravljačkim mogućnostima za unaprjeđenje digitalizacije u kružnom gospodarstvu.

4

Podići svijest o europskom i nacionalnom financiranju za podršku digitalizaciji.

Nova web-stranica društvene ekonomije EU-a - Social Economy Gateway³³ dobar je primjer digitalnog prostora koji može informirati društvena poduzeća o mogućnostima dobivanja sredstava za projekte digitalizacije.

5

Integrirati socioekonomska i ekološka razmatranja u stvaranje digitalne politike.

Intervencije u digitalne politike, poput one o umjetnoj inteligenciji, trebale bi biti vođene pristupom usmjerenim na čovjeka koji podržava, a ne umanjuje, stvaranje uključivih i kvalitetnih radnih mjesta. Digitalni alati za unaprjeđenje kružnog gospodarstva trebali bi slijediti hijerarhiju otpada EU-a³⁴, promicati tehnologiju za učinkovito korištenje resursa i jačati ponovnu uporabu i popravke temeljene na solidarnosti koji najbolje karakteriziraju poduzeća društvene ekonomije³⁵. Takve bi radnje također pomogle u ispunjavanju cilja akcijskog plana Europskog stupa socijalnih prava da najmanje 80% ljudi u dobi od 16 do 74 godine ima osnovne digitalne vještine do 2030. godine, što je Europska komisija definirala kao preduvjet za uključivanje i sudjelovanje na tržištu rada³⁶.

³³ Web stranica Europske komisije Social Economy Gateway. (Dostupno [ovdje](#)).

³⁴ Hijerarhija otpada je alat koji se koristi u evaluaciji potrošnje resursa i energije i radnji koji štite okoliš, svrstavajući ih od najpovoljnijih do najnepovoljnijih. Hijerarhija otpada u EU sadržana je u članku 4. Okvirne direktive EU o otpadu 2008/98/EZ.

³⁵ RREUSE (2021.) Otvaranje radnih mjesta u društvenim poduzećima u sektoru ponovne uporabe. (Dostupno [ovdje](#)).

³⁶ Europska komisija (2021.) Akcijski plan Europskog stupa socijalnih prava. (Dostupno [ovdje](#)).

6

Pružiti smjernice za razmjerne, prilagodljive i uključive metodologije mjerenja kružnog i društvenog učinka.

Odjeljak 3 (d) pokazuje da društvena poduzeća već mjere i komuniciraju svoj učinak, na primjer, putem digitalnih kalkulatora. Neprekidni naponi da se podrži takav razvoj u okviru Akcijskog plana EU-a za društvenu ekonomiju i unutar agende EU-a za kružno gospodarstvo trebali bi zadovoljiti potrebe i karakteristike društvenih poduzeća te biti osmišljeni uz njihovo savjetovanje kako bi se spriječilo nametanje digitalnih prepreka, kao i kontraproduktivnih i nerealnih administrativnih opterećenja u izvještavanju.

7

Prilagoditi sveučilišne nastavne planove i programe za promicanje zelenog društvenog poduzetništva koje integrira aspekte digitalizacije.

Prema istraživanju Eurobarometra o društvenom poduzetništvu i mladima iz 2023., većina mladih smatra važnim raditi za organizacije s društvenim ili ekološkim ciljevima³⁷. Ipak, rijetki su akademski programi o društvenom i zelenom poduzetništvu koji bi odgovarali ovom interesu. Akademski nastavni planovi i programi trebali bi se više baviti temama društvenog i zelenog poduzetništva, uključujući integriranje aspekata digitalizacije kao što su tehnologija za kvalitetna open-source softverska rješenja kako bi se sadašnja i buduća radna snaga društvene ekonomije opremila digitalnim vještinama spremnim na budućnost.

³⁷ Eurobarometar Europske komisije (2023.) Društveno poduzetništvo i mladi. Većina mladih smatra “vrlo” ili “prilično važnim” da potencijalni poslodavac ima definirane društvene ciljeve (75%) ili ekološke ciljeve (73%) za tvrtku. (Dostupno [ovdje](#)).

Zaključci

Među partnerima konzorcija i članovima RREUSE-a postoje brojne postojeće i nadolazeće linije razvoja u digitalizaciji različitih radnih procesa. O tome svjedoči nekoliko postojećih nastojanja usmjerenih na optimizaciju i ubrzanje procesa u operacijama ponovne uporabe i uslugama usmjerenim prema korisnicima. Istovremeno, ovi razvoji stvaraju prilike za aktere društvene ekonomije da povećaju svoju vidljivost u javnosti, omoguće izgradnju kapaciteta za svoju radnu snagu i povećaju ukupnu prodaju proizvoda.

Međutim, zajednička crta većine društvenih poduzeća su njihove poteškoće u postizanju željene razine digitalne transformacije zbog temeljnih prepreka, kao što su ograničeni resursi ili radna snaga s nižim digitalnim vještinama. Njihovi izazovi razlikuju se ovisno o stupnju digitalizacije na kojem se nalaze, njihovom regionalnom, nacionalnom i lokalnom kontekstu, prirodi njihova posla kao što su tokovi proizvoda kojima rukuju i aktivnosti kojima se bave.

Iako je projekt DigiSocCirc došao do ovih važnih zaključaka, on je također sam po sebi poslužio kao korisna platforma za promicanje međusobnog učenja i suradnje među akterima društvene ekonomije, naglašavajući važnost stalnih razmjena i partnerstava izvan projekta. Prekogranična suradnja stoga se pojavila kao vitalna strategija za poticanje inovacija i dijeljenje znanja i stručnosti na široj geografskoj razini, kako bi se olakšale digitalne transformacije među tim akterima društvene ekonomije.



To se može postići različitim sredstvima, uključujući strateške rasprave, tehničke rasprave i dubinsko učenje te prekogranične projekte. U skladu s ovom zajedničkom vizijom, društvena poduzeća rade ruku pod ruku kako bi se međusobno uzdigla i zajedno prevladala slične izazove, kako bi uspješno digitalizirala svoje poslovanje i osigurala njihovu dugoročnu održivost i profitabilnost.

Naposljetku, politike bi se trebale uskladiti s ovim prekograničnim inicijativama kako bi se za ta društvena poduzeća dodatno podržali naponi u digitalizaciji i omogućio veći pristup financiranju i mogućnostima izgradnje kapaciteta. S ovim usklađivanjem, uspješna digitalizacija može postati stvarnost za mnoge od ovih aktera.



OSTANIMO U KONTAKTU!

-  @RREUSE.RREUSE
-  @RREUSE
-  @RREUSE_Brussels
-  @RREUSE_Brussels
-  **PRIJAVITE SE NA
NAŠ NEWSLETTER!**

Rue d'Edimbourg 26, 1050 Brussels, Belgium
www.rreuse.org
info@rreuse.org
+32 (0)2 894 46 14