



Strateški plan
2026.-2029.



Centar za civilne inicijative (CCI)

Strateški plan

2026. – 2029.

Zagreb, prosinac, 2025.

Uvijek na strani aktivnih!

Sadržaj

1. Uvod i analiza stanja
2. Metodologija
3. Misija, vizija, strategija organizacije
4. Preostala pitanja i preporuke

1. Uvod i analiza stanja

Centar za civilne inicijative (CCI) je nevladina, neprofitna organizacija, osnovana 1998. godine, sa ciljem poticanja sudjelovanja građana u razvoju njihovih zajednica. Od osnutka, CCI je usmjerio svoje aktivnosti prvenstveno na područja od posebne državne skrbi, u Karlovačkoj i Sisačko-moslavačkoj županiji, da bi se tijekom 2005. godine strateški opredijelio na proširivanje rada na dodatnih pet županija u središnjoj Hrvatskoj:

Bjelovarsko-bilogorska, Krapinsko-zagorska, Međimurska, Zagrebačka i Varaždinska županija. Od 2014. godine kada nastavlja djelovati u programu regionalnog razvoja civilnoga društva udruga kontinuirano pokriva područje središnje Hrvatske i Grada Zagreba.

Od 2016. godine udruga uvodi potpuno novi program u svoj rad i to s ciljem poboljšanja uvjeta života, zaštite prava i osiguranja uključenosti u društvo osoba treće životne dobi te provodi cijeli niz projekata financiranih od javne uprave (Ministarstva) lokalne samouprave (Grad Zagreb, Grad Karlovac) i od poslovnog sektora (RWE, Simbex). Do usmjerenja na novi program rada sa starijim osobama došlo je nakon provedene analize potreba u lokalnoj zajednici kroz fokus grupe sa grupama građana i dodatno potvrđeno nakon provedenog istraživanja potreba i problema osoba treće životne dobi na reprezentativnom uzorku zagrebačke gradske četvrti Trešnjevka sjever krajem 2018.godine i javno objavljenom početkom 2019.godine uz financijsku podršku Grada Zagreba. Ustanovljeno je da se u populaciji starijih osoba značajno povećava broj osoba mlađe starije dobi (65. do 75.godina starosti) koje nisu zauzete brigom oko unuka ili dodatnim zaposlenjem te imaju izraženu potrebu za samoostvarenjem i ostvarenjem u kreativnim područjima, sudjelovanjem u aktivnostima u lokalnoj zajednici i angažmanom u ulozi volontera. Ovaj se podatak odnosi na osobe koje se doživljavaju zdravima. S druge strane imamo populaciju starijih opterećenih zdravstvenim stanjem i koje žive u samačkim domaćinstvima kao i populaciju starijih koji žive u ustanovama socijalne skrbi za starije koje se ne doživljavaju zdravo i prvenstveno su usmjerene na pasivno prihvaćanje aktivnosti za starije i sudjelovanje sukladno zdravstvenom tjelesnom i mentalnom stanju.

Osim rada sa starijim osobama udruga se aktivno, od samog osnivanja bavi podrškom organizacijama civilnoga društva i kao takva je godišnje održala više desetaka predavanja i radionica u prosjeku za 200 – 300 predstavnika organizacija. Od 2008. godine postaje jedan od pet regionalnih programa podrške razvoju civilnoga društva i to za zemljopisno područje Grada Zagreba, Zagrebačke županije, Bjelovarsko bilogorske županije, Sisačko moslavačke i Virovitičko podravske županije. U sklopu programa se pokazalo najvažnijim održati poludnevne i cjelodnevne radionice u sklopu osnovnih 10 tema djelovanja i rada OCD-a kao i online ili savjetovanja uživo za različita područja djelovanja organizacija. Program financijski podržava Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva Republike Hrvatske.

Od samih početaka djelovanja Centar se opredijelio za tri veća programska područja rada u okviru kojih djeluje kroz samostalne projekte i aktivnosti i to su i nadalje:

- a) Podrška organizacijama civilnoga društva
- b) Razvoj zajednice
- c) Aktivni građani

S godišnjim proračunom od prosječno 70.000,00 do 90.000,00 eura, CCI je srednja po veličini organizacija, koja zapošljava od tri do pet zaposlenih osoba i surađuje sa 5-7 vanjskih suradnika i 10-15 stalnih volontera koje angažira na razini kratkotrajnog volontiranja. Udruga se od 2016. sve manje bavi provedbom projekata izvan grada Zagreba i zatvara urede u Karlovcu, Petrinji, Gvozdu i Vojniću jer su se stekli uvjeti za održivost projekata CCI-a u tim sredinama a vođenje aktivnosti preuzele su ili udruge iz lokalne zajednice, lokalne ustanove ili jedinica lokalne samouprave.

Uvijek na strani aktivnih!

Udruga kontinuirano njeguje razvijanje partnerstva kroz projekte, a unatrag desetak godina i kroz individualne aktivnosti što je znatno povećalo broj suradnji u zajednici. Zbog općenito manjeg broja raspoloživog financiranja udruga preko nacionalnih i europskih natječaja udruga od zadnjeg strateškog plana iz 2020.godine ima manji broj zaposlenih u odnosu na prethodne godine uz rastući broj suradnika, partnera i volontera koji je 2018. godine bio 88 a samo godinu dana kasnije 72 zahvaljujući novom usmjerenju udruge na prijavljivanje na natječaje poticanja volonterstva mladih i volonterstva u zajednici.

Smanjen broj natječaja koji se objavljuju na nacionalnoj razini i iz ESF-a u području kojim se udruga bavi te čvrso opredjeljenje da se neće baviti korisnicima i aktivnostima koji nisu predviđeni statutom i dosadašnjim djelovanjem, možemo ustanoviti da je usko grlo u projektima i nadalje prisutno. Pogotovo se to odnosi na europske projekte koji su novčano izdašniji, zapošljavaju veći broj osoblja, međutim nakon završetka je teško održati kontinuitet i zaposlenja i provedbe aktivnosti.

Na osnovi zaključaka strateškog planiranja još iz davne 2012. godine udruga je počela razvijati gospodarske djelatnosti i to vođenje poslovnih knjiga udrugama članicama, sudjelovanje u ljetnoj školi Socijalni rad i razvoj zajednice u partnerstvu sa Studijskim centrom socijalnog rada Pravnog fakulteta u Zagrebu, te naplaćivanje predavanja, seminara i radionica koje nisu organizirane u smislu projektne aktivnosti. Udio godišnjeg proračuna gospodarskih djelatnosti varira od godine do godine između 14% i 21% što je bio značajan iskorak u održivosti ali i osjećaju sigurnosti zaposlenika udruge te otvorenu mogućnost da neke aktivnosti samostalno financira iz vlastitih sredstava.

Analiza stanja – aktivnosti i programi

- aktivnosti i programi odvijali su se prema unaprijed zacrtanim Operativnim planovima za kalendarsku godinu sa vrlo malim odstupanjima od plana (primjerice broj korisnika i proširenje aktivnosti su uglavnom bili veći od planiranih)
- odvijanje aktivnosti i programa okarakterizirano je kao vrlo zadovoljavajuće kroz sva vrednovanja te bi stupanj realizacije trebalo nastaviti
- aktivnosti su se provodile kvalitetno, točno i bile su usmjerene na postizanje učinaka
- korisnici prema kojima su aktivnosti i programi CCI-a bili namijenjeni izrazili su visok stupanj zadovoljstva radom CCI-a i sve evaluacijske ocjene su između 4,7 i 5,0

Analiza stanja – ciljne skupine

- dosadašnje ciljne skupine ocijenjene su kao adekvatne za provođenje aktivnosti i programa
- ciljne skupine određivale su se sukladno projektima, od 2016. nadalje su to starije osobe, udruge i udomiteljske udruge i obitelji
- ciljna skupina generalno govoreći je zajednica u cjelini na koju su usmjerene aktivnosti i programi, odnosno usmjerenje i fokus je na zajednici i njenim stanovnicima
- zbog razloga što je zajednica okarakterizirana kao ciljna skupina, jedna osoba ne može pokriti sve potrebe zajednice te je stoga potrebno kontinuirano unaprijeđivati unutrašnje kapacitete CCI-a
- u strateškom razdoblju 2026-2029 fokus će se unutar zajednice usmjeriti na:
 - osobe treće životne dobi
 - inicijative građana
 - organizacije civilnoga društva (udruge, zaklade, i ostale OCD-e)

Uvijek na strani aktivnih!

Analiza stanja – prepoznatljivost

- image CCI-a
- CCI je u OCD sektoru i u javnosti grada Zagreba, sukladno kvalitetnim aktivnostima i programima koje provodi prepoznat te je u tom smislu potrebno nastaviti pozicioniranje, naročito među dionicima koji rade s osobama treće životne dobi
- CCI bi se i nadalje trebao konkurentno pozicionirati kroz dodanu vrijednost psihologije starenja, socijalnog rada u razvoju zajednice i inovativnim programima u zajednici
- potrebno je razvijati medijsku prepoznatljivost na razini lokalne zajednice (sačiniti PR plan i možda marketing plan)
- brandiranje - novi logotip programa za starije, *I dalje aktivni* i novi facebook profil istoimenog naziva izrađen je 2025.godine, treba aktivno raditi na njegovoj promociji, načinu oglašavanja i pisanja objava i povećati broj pratitelja, više koristiti slogan *Uvijek na strani aktivnih*. CCI se istaknuo svojim promotivnim proizvodima od kada surađuje sa tvrtkom Humana Nova iz Čakovca s ručno šivanima torbama-ruksacima, blokovima za starije i kemijske olovke.

Analiza stanja – ustrojstvo

- organizacijska shema iz 2015. kad se ustrojio Izvršni odbor i Nadzorni odbor pokazala se učinkovita i zadržana je
- 2015. su uvedene i nove vrste članstva, uvedene su tri nove vrste članstva – podržavajuće, počasno i *ad hoc* što se također pokazalo učinkovito i zadržava se do daljnjega

Analiza stanja – generalna ocjena

prednosti / snage

- višegodišnje iskustvo i obrazovanje članova i zaposlenika u različitim područjima djelovanja
- iskusni, obrazovani i dugogodišnji vanjski suradnici i volonteri s visoko izraženom motivacijom
- značajna prisutnost u lokalnoj zajednici
- predanost, fleksibilnost, mobilnost, visoka prilagodljivost prilikom odvijanja aktivnosti, samoinicijativa
- tehnička opremljenost

slabe strane / propuštene prilike

- nedovoljno iskorišteni resursi nekih članova udruge
- premalen broj zaposlenika
- nedovoljno iskorišteni potencijali za financiranje od poslovnog sektora
- nekonzistentno razvijeno brandiranje i marketing

Uvijek na strani aktivnih!

2. Metodologija

Metodologija razvoja ovog strateskog plana uključuje:

1. Proces usuglašavanja prioriteta CCI-a vezano uz razvoj novog strateškog plana i dostignuća prethodnih, proces rada na strateškom planu, upoznavanje članova i zaposlenih sa CCI-ovim programima te donošenje plana rada.
2. Skupno propitivanje jakih strana u područjima u kojima CCI može/treba napredovati, provedeno putem razgovora s dionicima, suradnicima i članovima.

3. Misija, vizija, strategija organizacije

3.1. Misija

Misija organizacije glasi:

Poticati građane na sudjelovanje u razvoju njihovih zajednica.

3.2. Vizija organizacije

Od 2013. godine Centar za civilne inicijative koristi novu viziju koja je formulirana u obliku slogana a glasi:

Zdravi pojedinci! Zdrave zajednice!

Ovom vizijom se želi naglasiti da svaku zajednicu s kojom Centar radi čine pojedinci i da će samo zdravi pojedinci u svakom smislu (duhovnom, tjelesnom i psihičkom) moći doprinijeti razvoju zdrave, aktivne i organizirane zajednice čemu Centar teži. Ovom vizijom također se želio naglasiti i aspekt rada s pojedincima a ne samo zajednicama.

3.3. Vrijednosti organizacije

Vrijednosti koje je organizacija postavila početkom svog djelovanja uglavnom se nisu mijenjale i one su:

Otvorenost Inovativnost Humanost Odgovornost

3.4. Slogan organizacije

Slogan koji organizacija koristi na većini svojih promotivnih materijala je parafraziranje poznatog organizatora zajednice i učitelja Pabla Freire i glasi:

Uvijek na strani aktivnih!

3.5. Strateški pravci

Organizacija se strateški opredijelila za tri osnovna strateška pravca njenog djelovanja:

***Podrška OCD-ima
Razvoj zajednice
Aktivni građani***

Uvijek na strani aktivnih!

4. Preostala pitanja i preporuke

4.1. Zemljopisna područja

Grad Zagreb (rad sa starijim osobama),
Zagrebačka županija (rad sa starijim osobama, podrška OCD-ima),
Sisačko-moslavačka županija (podrška OCD-ima, rad sa starijim osobama kroz partnerstva)
Bjelovarsko – bilogorska županija (podrška OCD-ima),
Virovitičko podravska županija (podrška OCD-ima).

Planira se i iskorak prema otočnim zajednicama i to prvenstveno u arhipelagu Šibensko kninske županije kroz lokalna partnerstva s OCD-ima, lokalnom samoupravom i ustanovama u lokalnoj zajednici.

4.2. Krićka partnerstva

Strateško opredjeljenje CCI-a je provedba programa usmjerenih ka tri programska područja uz kreiranje jasnih i odgovornih partnerskih modela. CCI će se voditi sljedećim kriterijima pri izboru partnerskih organizacija/ustanova/ poslovnih sistema:

- Organizacije koriste modele organiziranja zajednice
- Dijele vrijednosti CCI-a
- Dijele spremnost na podjelu odgovornosti za postizanje dogovorenih programskih rezultata
- Posjeduju znanja/vještina/iskustvo koje je komplementarno CCI-u (i/ili koje CCI-u nedostaje)
- Organizacije imaju profesionalni karakter.

4.3. Preporuke

Proces strateškog planiranja detektirao je analize stanja po više karakteristika, potvrdio misiju, viziju, potvrdio vrijednosti i potvrdio osnovna strateška područja za naredno razdoblje.

Bilo bi poželjno da se u strateškom razdoblju CCI-a dovrši i razrade:

1. Plan brendiranja i marketinga
2. Plan suradnje s medijima u lokalnoj zajednici
3. Plan prikupljanja sredstava od poslovnog sektora.

Strateški plan udruge usvojen je od Skupštine Centra za civilne inicijative 30.12.2025.godine.

Uvijek na strani aktivnih!