

Izobraževalni list 10

OD NEFORMALNIH
SREDIŠČ DO
KOLEKTIVNEGA MODELA



Izobraževalni list 10 Od neformalnih središč do kolektivnega modela

Kako nadgraditi lokalne pobude popravil, kot so Repair Café-ji, centri ponovne uporabe in časovno omejene projektne aktivnosti organizacij v **trajnostne, stabilne, profesionalne kolektivne modele z ekonomskim potencialom**, ki deluje v javnem interesu in **presega model prostovoljstva in projektnega financiranja**?



Kaj bi lahko sledilo projektu REPper?

Vzpostavitev **nacionalne mreže stičišč**, ki se ukvarjajo s popravili (ang. repair hubs network).

KOLEKTIVNI CENTER ZA POPRAVILA (MODEL)

PРАВNA OBLIKA

Opisuje kako je center pravno registriran in določa odgovornost, lastništvo, davke in upravljanje.

Združenje, zadruga, zavod ali d. o. o. lahko v kombinaciji s statusom **socialnega podjetja**.

Širši organizacijsko-upravni okvir sodelovanja znotraj izbrane pravne oblike je lahko **javno-zasebna** oblika (vključitev občine ali podjetij).

VIRI PRIHODKOV

- Storitve popravil (komercialne stranke, gospodinjstva, B2B).
- Delavnice in tečaji (usposabljanja (CPI, VET, skupnosti).
- Prodaja obnovljenih izdelkov (socialno podjetje).
- **Zelena javna naročila** (ZJN) (pohištvo, IKT, bela tehnika).
- Javna nepovratna sredstva (razpisi za razvoj, ne redno delovanje).
- Članarine/zadružni deleži (fizične osebe, organizacije, podjetja).
- Donacije (tudi množično financiranje).
- **Kolektivna vlaganja**.
- Sponzorstva (npr. proizvajalci; povratni modeli v garanciji, partnerstva z blagovnimi znamkami).

TRŽNI

INSTITUCIONALNI

SKUPNOSTNI

PROMOCIJSKI

ZAGONSKI KORAKI

1. **Vzpostavitev jedrne skupine:** vsaj 3–5 deležnikov; priprava skupne vizije in vloge iz vidika učinka; določitev vodje.
2. **Izbira prostora in vzpostavitev logistike:** npr. občinske prostori, knjižnice, centri ponovne rabe.
3. **Priprava poslovnega modela:** opisuje kako center deluje in ustvarja vrednost (SWOT analiza obstoječih pobud, ki ne delujejo; opredelitev vrednosti, strank, prihodkov in odhodkov (prostor, osnovna oprema, delovni čas, promocija ipd.); kreiranje modela svetovanja ter usposabljanja in mentorstva (z VET ali CPI partnerji)).
4. **Oblikovanje faznega prehoda:** *Faza 1:* testiranje storitev ob vikendih. *Faza 2:* razširitev storitev, vključitev v ZJN. *Faza 3:* vključitev občin in drugih institucij.

KLJUČNI ELEMENTI ZA USPEH

- Jasna vizija in usklajena skupina.
- Redna komunikacija.
- Pravna oblika, ki omogoča prihodek.
- Vlaganje prihodkov.
- Profesionalno vodenje koordinatorskega.
- Meritve vpliva (učinki na odpadke, zaposlovanje, znanje).