



Ožujak, 2025

## **IZVJEŠĆE O PROVEDENIM AKTIVNOSTIMA USMJERENIH NA OSNAŽIVANJE FINACIJSKE PISMENOSTI U 2024. GODINI – SAŽETAK**

Hrvatsko mirovinsko osiguravajuće društvo d.d. (Društvo) je dužno u skladu sa Smjernicama mirovinskim društvima i mirovinskim osiguravajućim društvima za osnaživanje financijske pismenosti građana Republike Hrvatske donesenima od strane Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga (Hanfa) 23. srpnja 2024. godine, do 15. ožujka svake godine izvijestiti Hanfu o aktivnostima koje je u protekloj kalendarskoj godini provelo s ciljem osnaživanja financijskog opismenjavanja. U nastavku je sažetak Izvješća o provedenim aktivnostima financijske pismenosti u 2024. godini koje je Društvo dostavilo Hanfi.

### **1 TROGODIŠNJA STRATEGIJA FINACIJSKE PISMENOSTI**

Društvo je temeljem Smjernica Hanfe u prethodnoj godini izradilo Trogodišnju strategiju financijske pismenosti (dalje u tekstu: Strategija) za razdoblje od 2025. do 2027. Strategijom su, između ostaloga, definirani ciljevi i ciljne skupine, ključne aktivnosti za ostvarenje ciljeva, vremenski i komunikacijski plan aktivnosti te potrebni resursi za isto.

Društvo će temeljem Smjernica jednom godišnje (do 1. ožujka) provesti i evaluaciju Strategije. Prva takva evaluacija predstoji u 2026. godini (do 1. ožujka) za 2025. godinu te će informacije o evaluaciji biti uključene u Izvještaj o provedenim aktivnostima usmjerenih na osnaživanje financijske pismenosti za 2025. godinu.

### **2 AKTIVNOSTI FINACIJSKE PISMENOSTI**

Društvo je tijekom 2024. godine projekte financijske pismenosti provodilo kroz medijske kampanje, putem društvenih mreža te kroz suradnju s Udrugom društava za upravljanje mirovinskim fondovima i mirovinskih osiguravajućih društava (dalje u tekstu: UMFO).

#### **2.1 Medijske kampanje**

Društvo je tijekom 2024. godine, uz angažiranje vanjske marketinške agencije, provelo dvije medijske kampanje kroz članke:

- Kako do zaslužene mirovine (lipanj)
- Plan za mirovinu (listopad)

Ukupan broj pregleda članaka je 35.389 (T-portal: 10.223, Mirovina.hr: 22.398, Jutarnji.hr: 2.768).

## 2.2 Društvene mreže

Društvo je i u 2024., uz angažiranje vanjske marketinške agencije, nastavilo sa praksom objavljivanja sadržaja usmjerenih financijskom opismenjavanju u području mirovinske štednje i mirovinskih primanja na svojim društvenim mrežama – FaceBook (1.112 pratitelja), Instagram (271 pratitelj) i LinkedIn (209).

Na svim kanalima društvenih mreža HRMOD bilježi porast broja pratitelja koji je točno mjerljiv jedino na FaceBook-u te iznosi visokih 234% u odnosu na 2023. godinu (za usporedbu – rast u 2023. u odnosu na 2022. bio je 27.2 %). Visoki rast može se dovesti u vezu s odabirom tema na FaceBook-u, ali i sa povećanim brojem odlazaka u mirovinu u 2024. godini. Rast na društvenim mrežama je isključivo organski, odnosno nisu se provodile ciljane kampanje za povećanje broja pratitelja.

## 2.3 Projekti u suradnji s UMFO-om

Društvo sudjeluje u marketinškim aktivnostima i projektima kojima je nositelj UMFO, na način da financira 5% ukupnog troška svakog pojedinog zajedničkog projekta. U 2024. godini sudjelovalo je u sveukupno pet projekata koji su klasificirani kao projekti financijske pismenosti:

- Financijska pismenost za male i srednje poduzetnike (“Poduzetnički atelje”) / 24 sata
- Financijska pismenost („Mudra odluka danas, stabilna mirovina sutra”) / Jutarnji list
- Poduzetnice / 24 sata/podbrand Miss 7
- Pričajmo o novcu („Let's talk about money”) / Večernji list
- Tržište kapitala – specijalni prilog / Jutarnji list

## 3 TROŠKOVI

Ukupan iznos koje je Društvo uložilo u osnaživanje financijske pismenosti u 2024. godini iznosi 24,488.81 EUR sa PDV-om, a što u odnosu na ukupne prihode Društva u 2024. čini 0,07%.