



Република Србија
Први основни суд у Београду
Дана 21.02.2025 године
Београд, Катанићева бр15.

27 К. бр. 63/25

ПОЗИВ ЗА РОЧИШТЕ У СМИСЛУ 505. ЗКП

ПОЗИВА СЕ СНЕЖАНА РЕПАЦ из _____ у својству
ОКРИВЉЕНА на главни претрес дана 09.05.2025 године у 09.30 часова,
судница број 10/ПРВИ СПРАТ, Првог основног суда у Београду, Катанићева број 15,
у кривичном поступку оптуженог СНЕЖАНА РЕПАЦ
због кривичног дела 239/1 у ВЕРИ СЛ. ЧЛ. 61 КЗ

ПРЕДСЕДНИК СУДИЈА
СЛАЂАНА РОЗИЧИЋ



Напомена:

Уколико уредно позван оптужени не дође на главни претрес, нити свој изостанак оправда, наредиће се његово принудно довођење (чл.380 ст. 13КП).

На главни претрес оптужени може доћи са доказима за своју одбрану или може благовремено предложити доказе које би требало прибавити ради извођења на главном претресу, при чему мора означити које би се чињенице имале доказати и којим од предложених доказа (чл. 506 ст. 3 ЗКП).

Оптужени има право да узме браниоца, али се у случају када одбрана није обавезна, због недоласка браниоца на главни претрес или узимања браниоца тек на главном претресу, не мора одложити главни претрес (чл.506 ст.3ЗКП).

Уколико оптужени коме се суди за кривично дело за које је као главна казна прописана новчана казна или казна затвора до 3 године, не дође на главни претрес, а ако је уредно позван, судија може одлучити да, након узимања изјаве од тужиоца, да се главни претрес одржи у одсуству оптуженог, под условом да његово присуство није нужно и да је пре тога био саслушан (чл. 506 ст. 3 узвези чл. 507 ст. 2 ЗКП).

Свако лице које се позива као сведок, вештак или стручни саветник, дужно је да се одазове позиву.

Ако на главни претрес не дође сведок, вештак или стручни саветник који је уредно позван, а изостанак није оправдао, веће може наредити да се одмах доведе (чл. 384 ст. 1 ЗКП).

Уредно позваног сведока, вештака или стручног саветника који изостанак није оправдао, веће може казнити новчаном казном до 150.000,00 динара, наредити да се идући главни претрес доведе и одредити да трошкови које је проузроковао падају на његов терет (чл. 384 ст. 3 ЗКП).

Учесник у поступку који избегава да прими позив може се казнити новчано до 150.000,00 динара (чл. 193 СТ.43КП у вези са чл.355 ст.73КП).

Оштећени који се не позива као сведок, обавештава се да ће се главни претрес одржати и у његовом одсуству, а да ће се његова изјава о имовинскоправном захтеву прочитати, и упозорава да ће се, уколико дође, сматрати да неће да продужи кривично гоњење, ако јавни тужилац одустане од оптужбе (чл. 355 ст. 5 ЗКП).

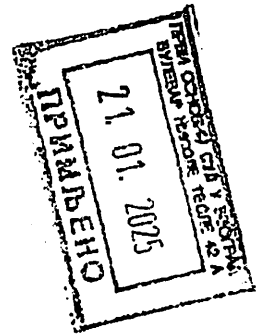
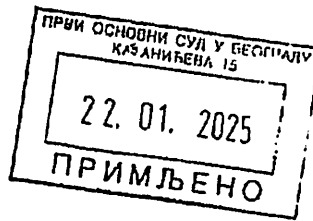
СТОЈКОВИЋ / STOJKOVIĆ

ORTAČKO ADVOKATSKO DRUŠTVO

ПРВИ ОСНОВНИ СУД У БЕОГРАДУ

Катанићева 15

11000 Београд



ПРИВАТНИ ТУЖИЛАЦ:

GENERALI OSIGURANJE ADO, са седиштем у Београду – Нови београд, ул. Владимира Поповића 8, матични број 17198319, чији је законски заступник Драган Филиповић,

кога заступа ОАД СТОЈКОВИЋ са седиштем у Београду, Његошева 28а, и то адвокат Душан М. Стојковић;

ОКРИВЉЕНА:

Снежана Репец, из Београда, преко радног места - Центар за заштиту деце и омладине, радна јединица Дринка Павловић, Савски венац, ул. Косте Главинића 14, Београд

ПРИВАТНА КРИВИЧНА ТУЖБА

У 2 примерка,
са 3 прилога+пуномоћје

На основу члана 64. Законика о кривичном поступку приватни тужилац, преко пуномоћника, по уредном пуномоћју које се доставља овде под 1/, подноси приватну кривичну тужбу против окривљене Снежане Репац због тога што је:

Окривљена Снежана Репац у стању урачунљивости, свесна свог дела и његове противправности, а да је при том хтела његово извршење, у намери нарушавања пословног угледа изнела о приватном тужиоцу неистините податке и неистинито приказала пословање приватног тужиоца, тако што је:

у периоду од **19.12.2024. године до 20.12.2024. године**, јавно износила **неистините податке о пословању приватног тужиоца**. Окривљена је радње извршења предузела путем средстава јавног информисања и то путем интернет портала "republika.rs" и штампаног медија „Независне дневне новине српски телеграф“ (у наставку: „Српски телеграф“).

Окривљена је за медије „Српски телеграф“ и „republika.rs“ дала интервју објављен у седишту издавача поменутих медија са местом извршења у Београду, Трг Николе Пашића 7/II, као седиштем издавача поменутих медија који су објавили предметне текстове.

Приватни тужилац је због информација које је изнела окривљена трпео штетну последицу, а у питању су између осталог, следеће неистините информације о пословању приватног тужиоца:

-Ово јесте злоупотреба деце.

-није примерен контекст да се деца приказују као мали људи који воде велики посао

-Стављањем деце у улогу озбиљних занимања, пре свега, придаје им се велика важност кроз такве рекламе где они журе да порасту

-Најгора порука је ад су комплетни да буду раме уз раме са професионалцима иако нараво нису

-Ово може да изгледа као и да се додворава деци... деци се дају улоге које немају и то је потпуно погрешно.

-Овим рекламама се сугерише да је тај посао лаган да могу и деца да га раде.

чиме је извршила продужено кривично дело нарушавања пословног угледа и кредитне способности из члана 239. став 1, а у вези са чланом 61. Кривичног законика Републике Србије.

Са напред наведених разлога приватни тужилац

ПРЕДЛАЖЕ

1. да се пред Првим основним судом у Београду закаже главни јавни претрес на који позвати:
 - окривљену Снежану Репац;
 - законског заступника приватног тужиоца Драгана Филиповића;

2. да суд на главном претресу, у доказном поступку изведе следеће доказе:
 - саслушање окривљене Снежане Репац;
 - саслушање законског заступника приватног тужиоца Драгана Филиповића
 - изврши увид у штампани приказ интервјуа објављеног у штампаном медију "Српски телеграф" од 20.12.2024 године и у интернет издању медија "republika.rs" од 19.12.2024 године;
 - извршити увид у видео запис снимка са друштвене мреже Тик Ток од 16.06.2023. године са профила приватног тужиоца

3. да суд по извођењу свих приложених и предложених доказа и окончаном главном претресу окривљену огласи кривом за кривично дело нарушавање пословног угледа и кредитне способности из члана 239. став 1 Кривичног законика Републике Србије и осуди на казну затвора у трајању од годину дана.

ОБРАЗЛОЖЕЊЕ

Приватни тужилац подноси тужбу Првом основном суду у Београду у складу са чланом 23. Законика о кривичном поступку, који прописује да је по правилу, месно надлежан суд на чијем подручју је кривично дело извршено или покушано, док у ставу 2 прописује да се приватна тужба може поднети и суду на чијем подручју окривљени има пребивалиште или боравиште.

Приватни тужилац је је друга највећа осигуравајућа компанија у Србији на домаћем тржишту осигурања, која је уједно и тржишни лидер у животном и здравственом осигурању, са великим бројем клијената, која послује у Србији од 1998. Године. Има више од 1700 запослених, и преко 2,5 милиона осигураника. Тужилац пружа своје услуге у више од 50 градова у Србији и има тржишно учешће у животном осигурању од 30,1 % а у неживотном осигурању од 19,5%.

Тужилац је и члан међународне групације "Generali" која послује у више од 60 земаља света, са више од 450 компанија чланица и скоро 80.000 запослених.

Окривљена је јавно саопштила информације о приватном тужиоцу чије је објављивање правно недопуштено. Таквим поступањем окривљене, дошло је до грубог нарушавања пословног угледа приватног тужиоца и његовог пословања.

Приватни тужилац је у спорном интервјуу окривљене означен као неко ко врши злоупотребу деце што је груба неистина. Окривљена је у спорном интервјуу изнела тврдњу да приватни тужилац у свом пословању злоупотребљава децу, као и да приватни тужилац деци намеће пословне обавезе које они не могу да испуне и које нису у складу са њиховим узрастом. Окривљена такође тврди да на овај начин приватни тужилац умањује значај посла и да се сугерише да је посао лаган да могу и деца да га раде.

У демократском друштву и у уређеној тржишној економији забрањено је кршити правна правила и износити недоказане и нетачне информације којима се уништава пословна репутација субјеката на тржишту и њихови легитимни и на закону засновани пословни интереси. Због тога се приватни тужилац обраћа суду и скреће пажњу да приликом доношења одлуке узме у обзир право приватног тужиоца да слободно послује и ради у складу са законом за шта му је потребно добро пословно име које је градио више од 25 година.

Изнети неистинити наводи да приватни тужилац злоупотребљава децу су изнети са циљем и намером нарушавања брижљиво грађеног пословног угледа приватног тужиоца са директним умишљајем да тужилац буде онемогућен да обавља своју делатност.

Дакле, окривљена не само да износи неистините, непотпуне и недоказане тврдње, окривљена током горе наведеног временског периода, излаже приватног тужиоца подозрењу јавности, са очигледном намером да омаловажи и уништи тужиоцев дуго грађени пословни углед.

Окривљена је у потпуности занемарила чињеницу да приватни тужилац у свом раду послује у складу са позитивним прописима Републике Србије, па и у овом случају, имајући у виду да је Законом о оглашавању допуштено да деца буду део оглашавања, у складу са другим условима који су били испуњени (сагласност родитеља).

Дакле, намера омаловажавања између осталог се код окривљене примећује и због тога што тужиоца етикетира као привредно друштво које злоупотребљава децу иако је приватни тужилац пословао у складу са законом.

Предмети видео запис је настао у просторијама код тужиоца када је био организован дан за децу „Љубав у пролеће“ (у јуну 2023. године) којом приликом сви запослени могу да доведу своју децу на посао. Сам видео није урађен као реклама нити се за то користио, осим што је окачен на друштвену мрежу Тик Ток јер је шаљиве приприде без икакве намере да било кога понизи. Сувишно је речи да је постојала сагласност законских заступника да се видео направи и објави.

Као последица оваквог противправног поступања окривљене наступила је тешка штета по приватног тужиоца, како репутациона тако и материјална.

Како би суд стекао увид у претходну репутацију и брижљиво грађени углед приватног тужиоца желимо да укажемо да је приватни тужилац од самог оснивања, био пионир у Србији на тржишту осигурања, који је уједно и тржишни лидер у животном и здравственом осигурању. Приватни тужилац је посебно поносан на посвећеност друштвено одговорним кампањама, међу којима се издваја и кампања за коју је приватни тужилац добио и награду због ширења свести о значају едукације родитеља деце до шест година.

Приватни тужилац се у свом раду увек руководио принципима професионализма, транспарентности и отворених разговора. Због тога су овакве неистините информације о наведеној злоупотреби деце грубо угрозиле пословни углед и будуће пословање.

Не постоји начин на који приватни тужилац може да опише колико су штетни горе наведени наводи по његово пословање и пословни углед, јер исти угрожавају однос са пословним партнерима, спонзорима и клијентима са којима сарађује.

С обзиром на све горе наведено, приватни тужилац предлаже да суд закаже главни претрес, изведе предложене доказе и по окончаном главном претресу окривљену огласи кривом за кривично дело нарушавање пословног угледа и кредитне способности из члана 239. став 1 Кривичног законика Републике Србије и осуди на казну затвора у трајању од годину дана.

У Београду, 14.01.2025.

приватни тужилац

GENERALI OSIGURANJE ADO

кога заступа:

Душан М. Стојковић
АДВОКАТ
Стојковић АД
Београд





NAJNOVIJE VESTI BIZNIS VREME HRONIK



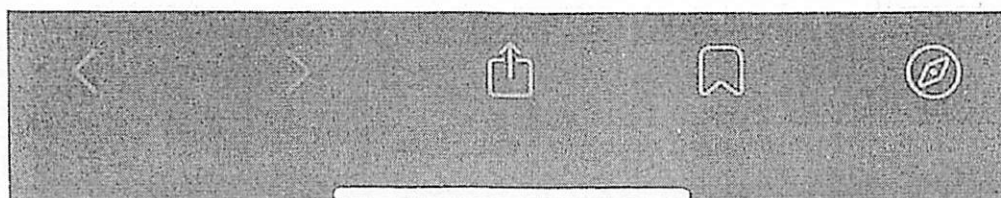
"ĐENERALI" GRUBO ZLOUPOTREBIO DECU: Skandalozni reklamni spotovi osiguravajuće kuće!

AUTOR: KATARINA BLAGOVIĆ VESTI | 19.12.2024

| 20:13

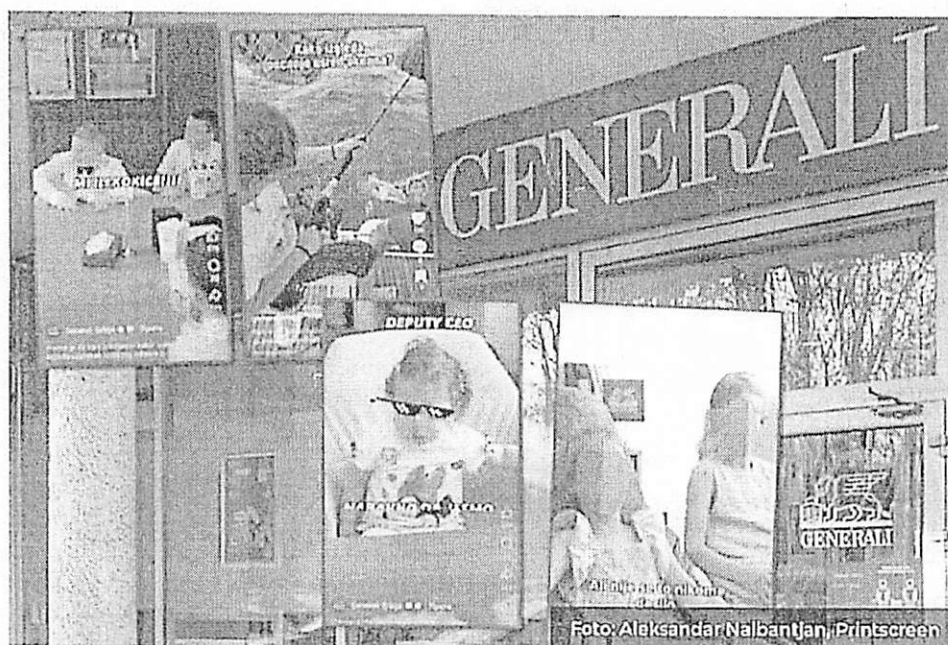


Pratite nas i putem Android ili iOS aplikacija



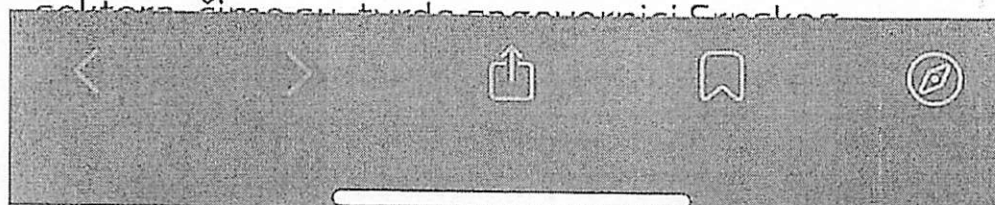


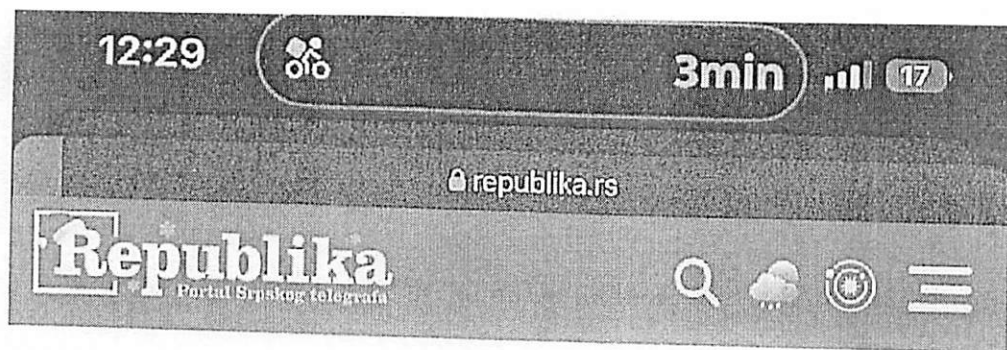
Angažovali mališane da glume direktore sektora, na snimku čak i beba koja nema ni dve godine



"Đenerali", jedna od vodećih osiguravajućih kuća u Srbiji, objavljuje na svojim zvaničnim nalogima na društvenim mrežama snimke-reklame u kojima, kako se tvrdi u komentarima njihovih objava, zloupotrebljava decu, i to ranog uzrasta.

Mališani, naime, u tim reklamama glume direktore sektora, čime su, tvrde odgovornici Srpskog





NAJNOVIJE VESTI BIZNIS VREME HRONIK

Mališani, naime, u tim reklamama glume direktore sektora, čime su, tvrde sagovornici Srpskog telegrafa, deca zloupotrebljena, a zaposleni u ovoj kompaniji poniženi.

Ostatak članka je ispod videa



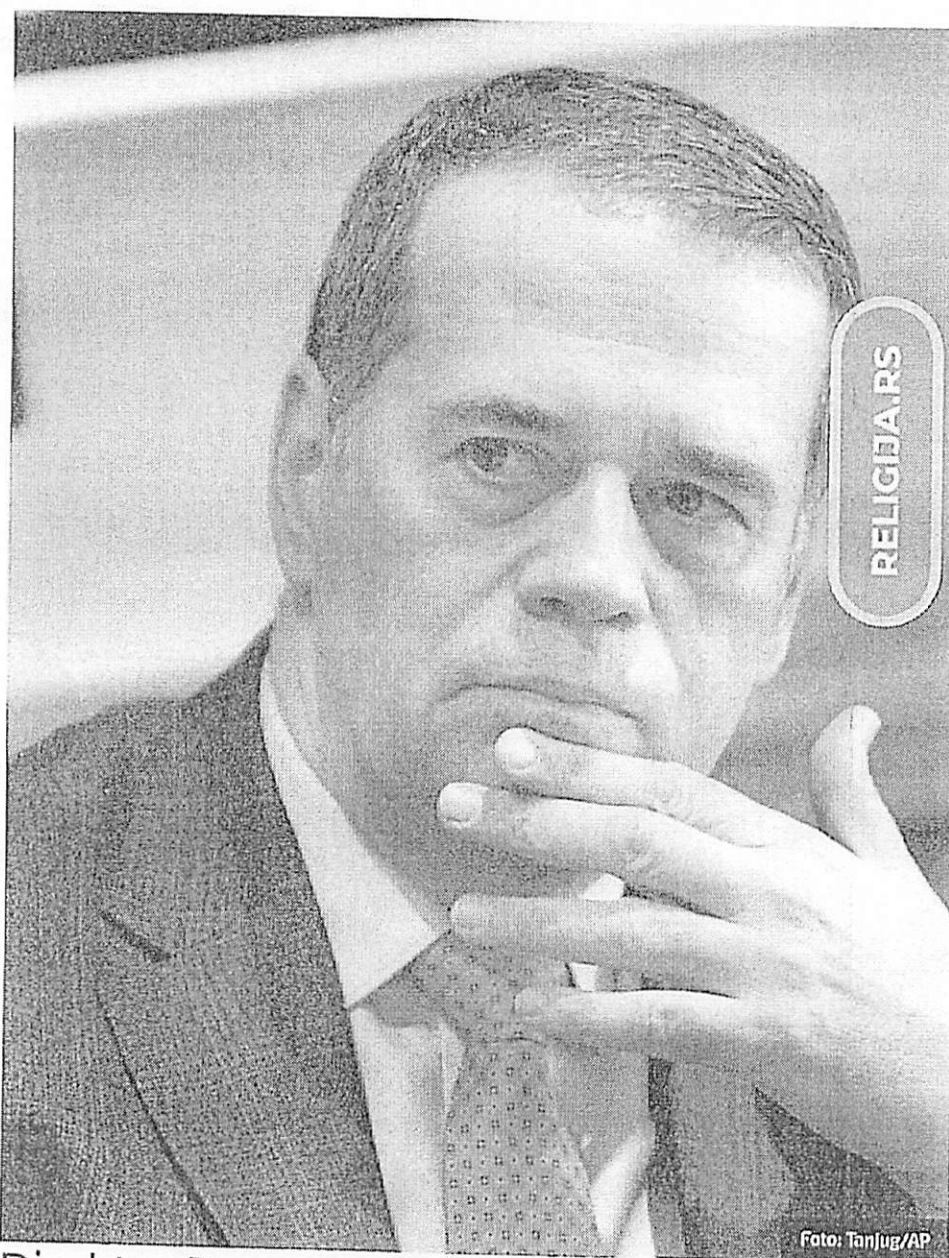
Ads by waytogram

DODVORAVANJE

Našoj redakciji javila se nekolicina zaposlenih iz ove kompanije i skrenula pažnju na pomenute reklame. Zaposleni koji su s nama kontaktirali kažu da su se osetili degradirano posle pomenutih objava.

srećna

- Deca u reklami su verovatno deca kolega i sigurni smo da postoji saglasnost, ali koristiti decu za reklamiranje firme koje se bavi osiguranjem je vrlo neozbiljno, blago rečeno.



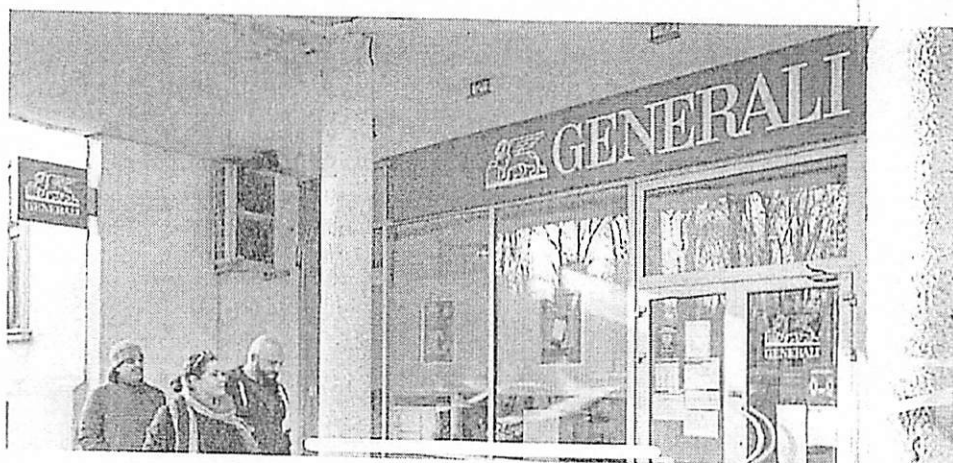
Direktor Dragan Filipović

Veliki broj nas se osetio poniženo jer ispada da je naš posao toliko lak i da ne iziskuje nikakva znanja da mogu i deca da ga rade - kaže jedan od zaposlenih koji nas je pozvao i dodaje:

- Primetili smo da, recimo, predsednik izvršnog odbora Dragan Filipović zanemaruje finansijske i poslovne događaje, ali da rado učestvuje u snimanjima za društvene mreže.

Na jednom snimku deca sede za stolom zajedno sa Draganom Filipovićem i svako dete predstavlja određeni sektor - marketing, ljudske resurse, logistiku, naplatu štete, a najmlađe dete za sebe je, zapravo, beba od nekih godinu i po, možda starija.

Iznose u reklami kakvo je stanje u njihovim oblastima i šta treba uraditi, dok u drugom snimku ista ta deca razmatraju kupovinu određenog proizvoda (tramboline).

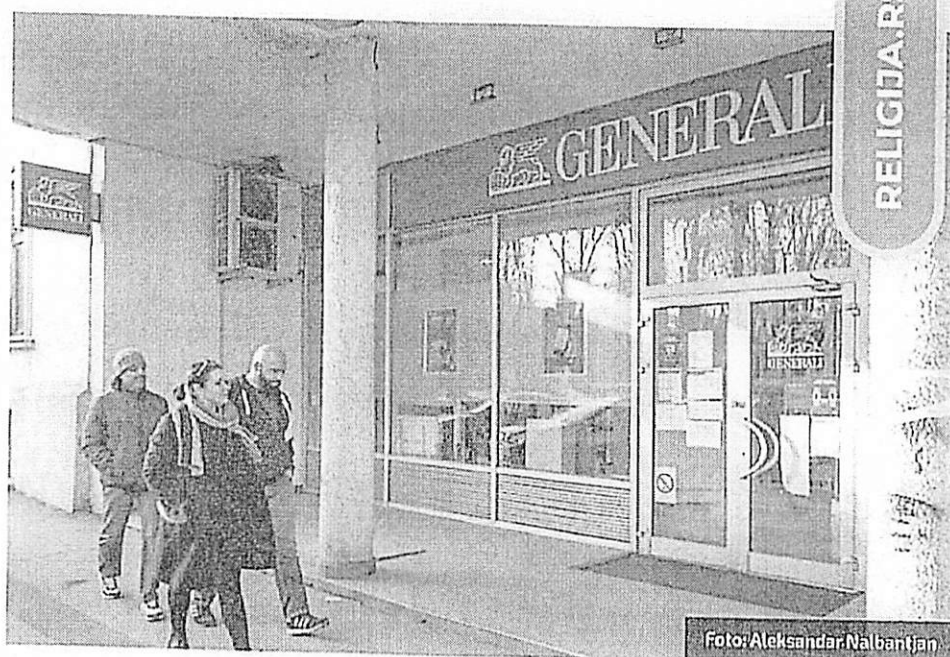




NAJNOVIJE VESTI BIZNIS VREME HRONIK

Na jednom snimku deca sede za stolom zajedno sa Draganom Filipovićem i svako dete predstavlja određeni sektor - marketing, ljudske resurse, logistiku, naplatu štete, a najmlađe dete za stolom je, zapravo, beba od nekih godinu i po, možda malo starija.

Iznose u reklami kakvo je stanje u njihovim oblastima i šta treba uraditi, dok u drugom snimku ista ta deca razmatraju kupovinu određenog proizvoda (tramboline).



①

IQ Scores



NAJNOVIJE VESTI BIZNIS VREME HRONIK

Prema oceni psihologa Snežane Repac, koristiti decu u ovakvom kontekstu, da se prikazuju kao mali ljudi koji vode veliki posao nije primereno jer se detetu šalje poruka da je sposobno da radi važne stvari, ali i da bude rame uz rame s profesionalcem, iako nije.

- Ovo jeste zloupotreba dece. Nije primeren kontekst da se deca prikazuju kao mali ljudi koji vode veliki posao, to je kao da su stavili dete da vozi šleper ili avion... Stavljanjem dece u ulogu ozbiljnih zanimanja, pre svega, pridaje im s velika važnost kroz takve reklame gde oni žele da porastu. Najgora poruka je da su kompetentni da budu rame uz rame s profesionalcima iako oni, naravno, nisu. Njihova slika identiteta se još formira i oni dobijaju predznak i očekivanje od društva da budu ispoštovani, a deca vole da ispune očekivanja i moraju da uđu u ulogu, ali pošto je uloga preteška, biće problema da to iznesu na dečji način - kaže naša sagovornica.



12:29



3min



16

republika.rs

Republika
Portal Srpskog telegrafa**NAJNOVIJE**

VESTI

BIZNIS

VREME

HRONIK

ozbiljnim zanimanja, pre svega, priroda im se velika važnost kroz takve reklame gde oni žure da porastu. Najgora poruka je da su kompetentni da budu rame uz rame s profesionalcima iako, naravno, nisu. Njihova slika identiteta se još formira i oni dobijaju predznak i očekivanje od društva da budu ispoštovani, a deca vole da ispune očekivanja i moraju da uđu u ulogu, ali pošto je uloga preteška, biće problema da to iznesu na dečji način - kaže naša sagovornica.



RELIGIJA.RS



NAJNOVIJE VESTI BIZNIS VREME HRONIK

Marko Dragić

Nacionalna organizacija potrošača Srbije

Što se tiče zakona, dozvoljeno je da deca budu u reklami. Uslov je da je data saglasnost roditelja

Ona dodaje da je to pogrešno:

- Ovo može da izgleda kao i da se dodvorava deci, danas se deca stavljaju u centar svega, izvrću se uloge, deci se daju uloge koje nemaju i to je potpuno pogrešno.

DRUGI ASPEKT

Takođe, tu je i drugi aspekt - ovom porukom :
vredaju i zaposleni u kompaniji.

- Ovim reklamama se sugerise da je taj posao lagan da mogu i deca da ga rade - navodi Snežana Repac.

Dejan Gavrilović iz udruženja za zaštitu potrošača Efektiva kaže da je pitanje šta su iz "Đeneralija" hteli da postignu ovim reklamama jer oni koji se žale na njihove usluge sad mogu da kažu da im deca rade posao.





- Ne znam šta je poenta, cilj je da se prikazuje kako deca rade posao ozbiljnih ljudi, posao osiguranja treba da bude ozbiljna stvar, a ne da se prikazuje kao dečja igra. Nekad imamo takve situacije kad se ljudi žale na njih, pa ispada kao da priznaju da deca rade tamo - iznosi Gavrilović.



Dejan Gavrilović

Poslata pitanja ostala bez odgovora

Pitanja su ovim povodom juče poslata mejlom "Đenerali osiguranju" i odnose se, pre svega, na to da li ove spotove smatraju primerenim, da li je to zloupotreba dece radi promocije kompanije, kao i da li je primereno koristiti decu za promovisanje njihove finansijske institucije. Takođe

Poslata pitanja ostala bez odgovora

Pitanja su ovim povodom juče poslata mejlom "Đenerali osiguranju" i odnose se, pre svega, na to da li ove spotove smatraju primerenim, da li je to zloupotreba dece radi promocije kompanije, kao i da li je primereno koristiti decu za promovisanje ozbiljne finansijske institucije. Takođe, upitani su i da li se na ovaj način sroza struka osiguranja, kao i da li je tačno da predsednik izvršnog odbora zanemaru finansijske i poslovne događaje, a rado snima za društvene mreže. Tu je i pitanje snimcima jednog od direktora s letovanja na zvaničnom profilu firme. Odgovori nisu stigli do naznačenog vremena.

Slična pitanja su poslata i centrali "Đeneralija" u Italiji, a posebno da li oni imaju istu ovakvu praksu i da li podržavaju to što radi njihova filijala u Srbiji, međutim, i od njih su odgovori izostali.



Datum: 20.12.2024

Medij: Srpski telegraf

Rubrika: Vesti

Autori: Katarina Blagović

Tem: Generali Srbija osiguranje

Naslov: SKANDAL U ĐENERALIJU

Napomena:

Površina: 1150



Strana: 1,6,7





Datum: 20.12.2024

Medij: Srpski telegraf

Rubrika: Vesti

Autori: Katarina Blagović

Teme: Generali Srbija osiguranje

Naslov: SKANDAL U ĐENERALIJU

Napomena:

Površina: 1150



Strana: 1,6,7

SKANDALOZNI REKLAMNI SPOTOWI POZ

„ĐENERALI“ GRUI ZLOUPOTREBIO D

KATARINA BLAGOVIĆ

Katarina Blagović za Srpski telegraf

Angažovali mališane da glume direktore sektora, na snimku čak i beba koja nema ni dve godine

„Đenerali“, jedna od vodećih osiguravajućih kuća u Srbiji, objavljuje na svojim zvaničnim nalogima na društvenim mrežama snimke-reklame u kojima, kako se tvrdi u komentarima njihovih objava, zlorabljaju deca, i to ranog uzrasta.

Mališani, naime, u tim reklamama glume direktore sektora, čime su, tvrde sagovornici Srpskog telegrafa, deca zlorabljena, a zaposleni u ovoj kompaniji poniženi.

DODVORAVANJE

Našoj redakciji javila se nekoliko zaposlenih iz ove kompanije i skrenula pažnju na pomenute reklame. Zaposleni koji su s nama kontaktirali kažu da su se osetili



MOJ STAV

MARKO DRAGIĆ
NACIONALNA ORGANIZACIJA
POTROŠAČA SRBIJE
Šta se tiče zakona, dozvoljeno je da deca budu u reklamama. Uslov je da je data saglasnost roditelja.

degradirano posle pomenutih objava.

- Deca u reklamama su verovatno deca kolega i sigurno smo da postoji saglasnost, ali koristiti deca za reklamiranje firme koje se bavi osiguranjem je vrlo neozbiljno, blago rečeno. Veliki broj nas se osećio poniženo jer ispađa da je naš posao toliko lak i da ne iziskuje nikakva znanja da deca mogu i da ga rade - kaže jedan od zaposlenih.

PSIHOLOG SNEŽANA REPAC:
OVO SVAKAKO JESTE ZLOUPOTREBA DECE, KONTEKST NIJE PRIMEREN

Poslata pitanja ostala bez odgovora

Pitanja su ovim povodom juče poslata mejlom „Đenerali osiguranju“ i odnose se, pre svega, na to da li ove spotove smatraju primerenim, da li je to zlorab deca radi promocije kompanije, kao i da li je primereno koristiti deca za promovisanje ozbiljne finansijske institucije. Takođe, upitani su i da li se na ovaj način sroza struka osiguranja, kao i da li je tačno da predsednik izvršnog odbora zanemaruje finansijske i poslovne događaje, a rado se snima za društvene mreže. Tu je i pitanje o snimcima jednog od direktora s letovanja na zvaničnom profilu firme. Odgovori nisu stigli do naznačenog vremena.

Slična pitanja su poslata i centrali „Đeneralijs“ u Italiji, a posebno da li oni imaju istu ovakvu praksu i da li podržavaju to što radi njihova filijala u Srbiji, međutim, i od njih su odgovori izostali.

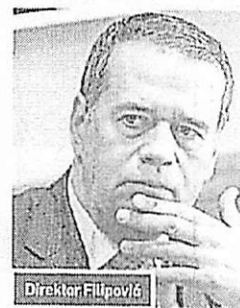
ali koji nas je pozvao i dodaje:

- Primetili smo da, recimo, predsednik izvršnog odbora Dragan Filipović zanemaruje finansijske i poslovne događaje, ali da rado učestvuje u snimanjima za društvene mreže.

Na jednom snimku deca sede za stolom zajedno sa Draganom Filipovićem i svako dete predstavlja određeni sektor - marketing, ljudske resurse, logistiku, naplatu štete, a najmlađe dete za stolom je, zapravo, beba od nekih godini i po, možda malo starija. Iznose u reklamama kako je stanje u njihovim oblastima i šta treba uraditi, dok u drugom snimku ista ta deca razmatraju kupovinu određenog proizvoda (tramboline).

Prema oceni psihologa Snežane Repac, koristili deca u ovakvom kontekstu, da se prikazuju kao mali ljudi koji vode veliki posao nije primereno jer se detetu šalje poruka da je sposobno da radi važne stvari, ali i da bude rane uz rane s profesionalcem, iako nije.

- Ovo jeste zlorab deca. Nije primeren kontekst da se deca prikazuju kao mali ljudi koji vode veliki posao, to je kao da su stavili dete da vozi Meper ili avion... Stavljajući deca u ulogu ozbiljnih znanjaca, pre svega, priključuje im se velika važnost kroz takve reklame gde oni žure da poručuju. Najgora poruka je da su kompetentni da budu rane uz rane s profesionalcima iako, naravno, nisu. Njihova slika identiteta se još formira i oni dobijaju predznak i očekivanja od društva da budu ispoštovani, a deca vole da ispućuju očekivanja i moraju da uđu u ulogu, ali pošto je uloga preteška, biće problema da to iznesu na dečji



Direktor Filipović

način - kaže naša sagovornica.

Ona dodaje da je to pogrešno: - Ovo može da izgleda kao i da se dodvorava deci, danas se deca stavljaju u centar svega, izvrću se uloge, deci se daju uloge koje nemaju i to je potpuno pogrešno.

DRUGI ASPEKT

Takođe, tu je i drugi aspekt - ovom porukom se vredaju i zaposleni u kompaniji.

- Ovim reklamama se sugeriše da je taj posao lagan da mogu i deca da ga rade - navodi Snežana Repac.

Dejan Gavrilović iz udruženja za zaštitu potrošača Efektiva kaže da je pitanje šta su iz „Đeneralijs“ hteli da postignu ovim reklamama jer oni koji se žale na njihove usluge sad mogu da kažu da im deca rade posao.

- Ne znam šta je poenta, cilj je da se prikazuje kako deca rade posao ozbiljnih ljudi, posao osiguranja treba da bude ozbiljna stvar, a ne da se prikazuje kao dečja igra. Neki imamo takve situacije kad se ljudi žale na njih, pa ispađa kao da deca rade posao - iznosi Gavrilović.

**JEDAN OD ZAPOSENIH U
OSEĆAMO SE DEGRADIRANO
KAD TO VIDIMO, PA JE I HOĆE
DA KAZU DA NAŠ POSAO MOGU
I DECA DA RADE**

**GAVRILLOVIĆ: EFETIVNA NE
ZNAM ŠTA JE POENTA DA SE
PRIKAZUJE KAKO DECA RADE
POSLOJ OZBILJNIH LJUDI**





Datum: 20.12.2024

Medij: Srpski telegraf

Rubrika: Vesti

Autori: Katarina Blagović

Teme: Generali Srbija osiguranje

Naslov: SKANDAL U ĐENERALIJU

Napomena:

Površina: 1150



Strana: 1,6,7

SKANDALOZNI REKLAMNI SPOTOWI POZ

„ĐENERALI“ GRUI ZLOUPOTREBIO D

KATARINA BLAGOVIĆ

Katarina Blagović srpski telegraf

„Đenerali“, jedna od vodećih osiguravajućih kuća u Srbiji, objavljuje na svojim zvaničnim kanalima na društvenim mrežama snimke reklame u kojima, kako se tvrdi u komentarnim njihovih objava, zloupotrebljava decu, i to ranog uzrasta.

Mališani, naime, u tim reklamama glume direktore sektora, čine su, tvrde sagovornici Srpskog telegrafa, deca zloupotrebljena, a zaposleni u ovoj kompaniji ponizni.

DODVORAVANJE

Našoj redakciji javila se nekoliko zaposlenih iz ove kompanije i skrenula pažnju na pomenute reklame. Zaposleni koji su s nama kontaktirali kažu da su se osetili



Poslata pitanja ostala bez odgovora

Pitanja su ovim povodom juče poslata mejlom „Đenerali osiguranje“ i odnose se, pre svega, na to da li ove spotove smatraju primerenim, da li je to zloupotreba dece radi promocije kompanije, kao i da li je primereno koristiti decu za promovisanje ozbiljne finansijske institucije. Takođe, upitani su i da li se na ovaj način srozava struka osiguranja, kao i da li je tačno da predsednik izvršnog odbora zanemaruje finansijske i poslovne događaje, a rado se snima za društvene mreže. Tu je i pitanje o snimcima jednog od direktora s letovanja na zvaničnom profilu firme. Odgovori nisu stigli do naznačenog vremena.

Slična pitanja su poslata i centrali „Đenerali“ u Italiji, a posebno da li oni imaju istu ovakvu praksu i da li podržavaju to što radi njihova filijala u Srbiji, međutim, i od njih su odgovori izostali.

Angažovali mališane da glume direktore sektora, na snimku čak i beba koja nema ni dve godine

MDJ STAV

MARKO DRAGIĆ
NACIONALNA ORGANIZACIJA
POTROŠAČA SRBIJE
Šta se tiče zakona, dozvoljeno je da deca budu u reklamama. Ustav je da je data saglasnost roditelja

degradirano posle pomenutih objava.

- Deca u reklamama su verovatno deca kolega i sigurni smo da postoji saglasnost, ali koristiti decu za reklamiranje firme koje se bavi osiguranjem je vrlo neozbiljno, blago rečeno.

Veliki broj nas se osećio poniženo jer ispada da je naš posao toliko lak i da ne iziskuje nikakva znanja da mogu i deca da ga rade - kaže jedan od zaposlenih.

- Ovo jeste zloupotreba dece. Nije primeren kontekst da se deca prikazuju kao mali ljudi koji vode veliki posao, to je kao da su stavili dete da vozi Mercedesa...

Stavljanje dece u ulogu ozbiljnih ljudi, pre svega, pridaje im se velika važnost kroz takve reklame gde oni žure da porastu. Najgora poruka je da su kompetentni da budu rade uz rane s profesionalcima iako, naravno, nisu.

Njihova slika identiteta se još formira i oni dobijaju predznak i očekivanja od društva da budu ispoštovani, a deca vole da ispucale očekivanja i moraju da uđu u ulogu, ali pošto je uloga preteška, biće problema da to iznesu na dečiji

nli koji nas je pozvao i dodaje:

- Primetili smo da, recimo, predsednik izvršnog odbora Dragan Filipović zanemaruje finansijske i poslovne događaje, ali da rado učestvuje u snimcima za društvene mreže.

Na jednom snimku deca sede za stolom zajedno sa Draganom Filipovićem i svako dete predstavlja određeni sektor - marketing, ljudske resurse, logistiku, naplatu štete, a najmlađe dete za stolom je, zapravo, beba od nekih godini i po, možda malo starija. Iznose u reklamama kako je stanje u njihovim oblastima i šta treba uraditi, dok u drugom snimku ista ta deca razmatraju kupovinu određenog proizvoda (tramboline).

Prema oceni psihologa Snežane Repac, koristili decu u ovakvom kontekstu, da se prikazuju kao mali ljudi koji vode veliki posao nije primereno jer se dečetu šalje poruka da je sposobno da radi važne stvari, ali i da bude rade uz rane s profesionalcem, iako nije.

- Ovo jeste zloupotreba dece. Nije primeren kontekst da se deca prikazuju kao mali ljudi koji vode veliki posao, to je kao da su stavili dete da vozi Mercedesa...

Stavljanje dece u ulogu ozbiljnih ljudi, pre svega, pridaje im se velika važnost kroz takve reklame gde oni žure da porastu. Najgora poruka je da su kompetentni da budu rade uz rane s profesionalcima iako, naravno, nisu.



način - kaže naša sagovornica.

Ona dodaje da je to pogrešno: - Ovo može da izgleda kao i da se dodvorava deci, danas se deca stavljaju u centar svega, izvršu se uloge, deci se daju uloge koje nemaju i to je potpuno pogrešno.

DRUGI ASPEKT

Takođe, tu je i drugi aspekt - ovom porukom se vredaju i zaposleni u kompaniji.

- Ovim reklamama se sugerise da je taj posao lagan da mogu i deca da ga rade - navodi Snežana Repac.

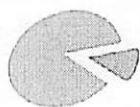
Dejan Gavrilović iz udruženja za zaštitu potrošača Efektiva kaže da je pitanje šta su iz „Đenerali“ hteli da postignu ovim reklamama jer oni koji se žale na njihove usluge sad mogu da kažu da im deca rade posao.

- Ne znam šta je poenta, cilj je da se prikazuje kako deca rade posao ozbiljnih ljudi, posao osiguranja treba da bude ozbiljna stvar, a ne da se prikazuje kao dečja igra. Neka imamo takve situacije kad se ljudi žale na njih, pa ispada kao da priznaju da deca rade tamo - iznosi Gavrilović.

JEDAN OD ZAPOSLJENIH: OSEĆAMO SE DEGRADIRANO KAD TO VIDIMO, PA JEL HOĆE DA KAZU DA NAS POSAO MOGU I DECA DA RADE

GA VRILIO JE EFETIVNA NE ZNAM ŠTA JE POENTA DASE PRIKAZUJE KAKO DECA RADE POSAO OZBIJNIM LJUDI





Datum: 20.12.2024
Medij: Srpski telegraf
Rubrika: Vesti
Autori: Katarina Blagović
Teme: Generali Srbija osiguranje

Napomena:
Površina: 1150



Naslov: SKANDAL U ĆENERALIJU

Strana: 1,6,7

