



PRAKTIČNA POLITIKA ZASTUPANJA
Regionalne privredne komore Niš

SADRŽAJ:

Situaciona analiza	3
Istorijski okvir.....	3
Istorijat Regionalne privredne komore Niš.....	3
Dostignuća Regionalne privredne komore Niš.....	3
Tekući projekti i aktivnosti.....	5
Poslovna saradnja.....	6
Izazovi s kojima se Komora suočava	7
PESTEL analiza.....	7
Teme za zastupanje	9
Strateški plan.....	9
Marketing i komunikacija.....	12
Monitoring i evaluacija (M&E) i održivost.....	13
Reference.....	15

Situaciona analiza

Istorijski okvir

Poslovna udruženja imaju dugu tradiciju u Nišu. Kao i u mnogim drugim delovima sveta, kraj 1800-ih i početak 1900. godine obeležili su rast proizvodnje i prerade u Nišu. Od fabrike konjaka kralja Milana 1880. godine Niš je prerastao u poslovni centar jugoistočne Srbije. Brzi razvoj industrije u Nišu vodio je do formiranja Udruženja industrijalaca grada Niša 1911. godine, prvog poslovnog udruženja zabeleženog u regionu. Misija Udruženja bila je da „radi na razvoju i napretku razvoja industrije u Nišu, zasnovanog na sopstvenoj inicijativi ili zahtevu zainteresovanih strana kao i da poduzme sve mere u nadležnosti vladinih organa i industrijske komore“.

Istoriijat Regionalne privredne komore Niš

Početak nove faze komornih organizacija počeo je donošenjem novog zakona o osnivanju zajedničkih ekonomskih komora 1962. godine. Te iste godine, formirana je Regionalna privredna komora Niš na osnovu pomenutog zakona. Regionalna privredna komora Niš je u godinama koje slede odigrala važnu ulogu u razvoju ekonomije jugoistočne Srbije sve do kraja 20. veka.

Dostignuća Regionalne privredne komore Niš

Uspesi iz prošlosti brojni su i značajni, a neke od njih ćemo pomenuti po oblastima u kojima je Komora intervenisala:

Žensko preduzetništvo

- Formiranje Centra za žensko preduzetništvo „TEODORA“. Projekat je finansiran uz pomoć CARDS programa u partnerstvu s Privrednom komorom iz Milana
- Pomoć pri organizaciji rada Centra za žensko preduzetništvo – projekat finansiran uz pomoć CARDS programa
- Uspostavljanje saradnje među centrima za žensko preduzetništvo sa sličnim programima u Zaječaru, Leskovcu, Preniku i Vracu, kreirajući prekograničnu saradnju
- Podizanje kapaciteta ženskog preduzetništva u Kuršumliji – projekat izveden u partnerstvu sa USAID.

Projekti vezani za omladinu:

- Kreiranje prekogranične saradnje „Mladi/mladima“, koja povezuje mlade ljude iz Niša i mlade ljude iz Pernika.

Projekti vezani za očuvanje životne sredine:

- INTERREG – ADRIATIC CROSS BORDER – Projekat koji se bavi efikasnošću korišćenja energije, ostvaren u saradnji s regionom Molise iz Italije i Fakulteta prirodnih nauka Univerziteta u Nišu. Ovaj projekat bavio se razvojem i primenom solarne energije
- Sajam tehnike u Plovdivu – partnerski projekat s LEDIB programom.

Oblast obrazovanja:

- Pomoć pri organizaciji Prvog simpozijuma za studente doktorskih nauka sproveden u partnerstvu s Građevinskim fakultetom Univerziteta u Nišu i LEDIB programom.

Aktivnosti u oblasti turizma:

- SITURS – projekat razvoja turizma, u saradnji s Privrednom komorom iz Peskare i Privrednom komorom Beograda.

Međunarodne aktivnosti:

- Program uspostavljanja saradnje između privrednih komora Plovdiva i Niša.

Razvoj u oblasti Informacionih Tehnologija:

- Unapređenje IT sistema u slabo razvijenim oblastima – EMBRACE, CADSES, s partnerom iz Grčke
- Redizajn internet prezentacije Privredne komore Niš – partnerski projekat s LEDIB programom
- Seminari za zaposlene radnike komore iz oblasti informacionih tehnologija, poslovne komunikacije, projektnog upravljanja, PCM, LFM, PRAG i finansijskog upravljanja – partnerski projekat s LEDIB programom.

Tekstilna oblast:

- LETEKS – projekat iz tekstilne oblasti s Komorom Firenze i Privrednom komorom iz Beograda
- Kreiranje tekstilne grupe Niškog regiona – partnerski projekat s LEDIB programom

- Povezivanje članova tekstilne grupe s Danskim tekstilnim kompanijama koje posluju u Nišu – partnerski projekat s LEDIB programom
- Projekat posete zaposlenih u tekstilnoj grupi Niškog regiona predstavnicima Tekstilne oblasti iz Danske – partnerski projekat s LEDIB programom
- Projekat povezivanja Komora iz Valjeva i Niša. Povezivanje kompanija iz oblasti obrade tekstila i građevinske oblasti – projekat u partnerstvu s LEDIB programom i rad na pronalaženju međunarodnih partnera
- Kreiranje grupe za obradu metala – partnerski projekat između Privredne komore Niš, Bosne i Hercegovine, Španije i Engleske.

Tekući projekti i aktivnosti

U martu 2008. godine Regionalna privredna komora Niš potpisala je Sporazum o Saradnji s Danskim programom za lokalni ekonomski razvoj LEDIB. Ovim planom koji planira petogodišnje partnerstvo otpočinje novo strateško opredeljenje Privredne komore u cilju unapređenja kapaciteta i uspostavljanja vodećeg mesta u regionu kao poslovne organizacije. U toku ovog procesa, Regionalna privredna komora Niš može obezbediti napredak u zastupanju potreba svojih članica i promovisati jači dijalog između javnog i privatnog sektora u cilju stabilizacije nezaposlenosti i izgradnje ekonomskih odnosa.

Zaposleni, ali i upravljački kadar Komore svakog dana bliži je ostvarenju vizije svoje poslovne organizacije – generatora razvoja jugoistočne Srbije, sa stručnom pomoći organizacija DIBD iz Danske i partnerstvom sa LEDIB programom. Prepoznajući da je jedini način da se postigne uspeh prilagođavanje organizacijskog funkcionisanja potrebama i zahtevima malih i srednjih preduzeća kao i poslovnih udruženja putem usvajanja novih znanja i veština, Regionalna privredna komora Niš pruža primer rada i razvoja malim i srednjim preduzećima.

Poslovna saradnja

Regionalna privredna komora Niš saraduje sa svim Komorama iz Srbije ali i međunarodnim komorama na raznim regionalnim, nacionalnim ili međunarodnim projektima koje finansira Evropska unija. Primer ove uspešne saradnje s komorama u Bugarskoj doveo je do porasta razmene robe između dve zemlje u visini od 44 odsto. Dalje, više od 400 preduzetnika i mladih ljudi učestvovalo je u uspostavljanju i unapređenju prekogranične saradnje između Bugarske i Srbije.

Međunarodna saradnja

Komore iz raznih zemalja s kojima je Regionalna privredna komora Niš uspostavila uspešnu saradnju u proteklom periodu:

Rumunija (Komora iz Bukurešta)

Bugarska (Komora Burgas, Vidin, Sofija, Pernika, Vrace)

Republika Srpska (Regionalna privredna komora Banja Luka)

Bosna i Hercegovina (Privredna komora Zenica – region Doboja)

Hrvatska (Privredna komora Zagreb)

Rusija (Komora Novgorod)

Slovačka (Industrijska privredna komora Ciline)

Španija (Komora Oviedo)

Grčka (Komora Solun, Komora Piera – Katerini)

Turska (Komora Jedrene)

Iran (Privredna komora Zanzan)

Domaća saradnja

Jak akcenat na obrazovni segment Regionalne privredne komore Niš vidljiv je kroz saradnju s Univerzitetom u Nišu i drugim univerzitetima u zemlji. U isto vreme, spisak saradnika Komore je dugačak i obuhvata Centar za zapošljavanje, opštinske i državne strukture, regionalni centar za razvoj malih i srednjih preduzeća i preduzetnika iz Niša, Udruženje privrednika, nevladine organizacije itd.

IZAZOVI S KOJIMA SE KOMORA SUOČAVA

Situaciona analiza

Postoji mnogo faktora u makro-društvenoj sredini koji utiču na odluke upravljačkog tela svake organizacije. Promena u poreskom zakonu, novi zakoni u proceduri, prepreke u trgovini, demografske promene i promene vladinih praktičnih politika kao što je uvođenje novog zakona koji treba da stupi na snagu 2012. godine sve su primeri makro promena.

PESTEL analiza

Politički faktori

Ovaj faktor vidljiv je kroz udruženja industrijskih oblasti kao što su Komore koje su napravljene da štite interese raznih vrsta poslova kroz udruživanje. One predstavljaju određeni sektor ili industrijsku liniju proizvodnje. Ova tela kao što su Komore predstavljaju mnoge kompanije i stoga mogu imati mnogo više moći nego bilo koja pojedinačna kompanija u smislu uticanja na vladinu strukturu i odluke od važnosti za RPK.

Ekonomski faktori

Nacionalni prihod, nezaposlenost i inflacija predstavljaju teme za delovanje planiranih aktivnosti dobro organizovane Komore kao snažnog glasa privatnog preduzetništva. Načini rešavanja ovog gorućeg problema Komore biće način na koji će je njene članice, sadašnje i buduće, prepoznati i prihvatiti kao važan agent promene.

Socijalni faktori

Društveno-odgovorno poslovanje nije sasvim prepoznata kategorija u okviru privatnog sektora. Ipak, neke od najvećih kompanija u Srbiji usvojile su ovu kategoriju i uskladile poslovne principe i strateške planove s njom. Društveno-odgovorno poslovanje predstavlja snažnu kariku za članove Ekonomske komore Niš, ali i za građane ove regije. Ne treba zaboraviti da koristi od donosioca odluka, naročito u sektoru privatnog poslovanja, mogu imati veliki, nekad presudan uticaj na rešavanje lokalnih a ponekad i problema prepoznatih na međunarodnom nivou.

Tehnološki faktori

Prepoznajući da tehnološki napredak predstavlja bazu svakog uspešnog posla u današnje vreme, ovaj segment treba posmatrati s naročitom važnošću za rad i razvoj. Brzina koraka kojim se razvija novi posao kao i prilagođavanje već započetih poslova

prednostima internet tehnologije jedan je od osnovnih koraka u napredovanju na poslovnom planu, kako na lokalnom tako i na globalnom nivou. Stoga je ulaganje u edukaciju lokalnih kapaciteta od ključne važnosti, kako bi se što bolje odgovorilo i što bolje pripremilo za izazove koje nosi konkurentno tržište.

Društveno okruženje

U okviru strateških planova praktična politika o zaštiti čovekove sredine predstavlja važan oslonac u pristupu rešavanju problema kao što je zagađenost reka, uticaj teške i lake industrije na okolinu i stanovništvo i pristupe u rešavanju. Imajući u vidu glavno ekološko obeležje grada Niša – reku Nišavu – i ostale regionalne ekološke prednosti, naponi Privredne komore, a time i njenih članica, treba da idu u pravcu očuvanja prirodnog okruženja kako na lokalnom, tako i na regionalnom nivou.

Pravni faktori

Od 1962. godine kada je zakon o formiranju Komore stupio na snagu, sve privatne organizacije i institucije bile su u obavezi da plaćaju članarinu za članstvo u Regionalnoj privrednoj komori. U to vreme, Komora je radila na dobrobit svojih članova i svoju, a prihodi ostvareni na ovaj način predstavljali su sigurnu stranu Komore. Ipak, već u skoroj budućnosti očekuje se decentralizacija privatnog preduzetništva s uvođenjem novog zakona o poslovnom udruživanju koji stupa na snagu 2012. godine.

TEME ZA ZASTUPANJE

Situaciona analiza - zaključak

Bavljenje temom nezaposlenosti, zaštite intelektualne svojine, zaštite društvene sredine, prepoznavanja uloge i odgovornosti Privredne komore Niš u okviru pravnog okvira novog zakona koji stupa na snagu 2012. godine, ekonomske krize, kao i prisustva regionalnih programa za razvoj (LEDIB), zajedno sa zaključcima PESTEL analize predstavljaju faktore koje treba uzeti u obzir u kreiranju budućih pravaca kojim Regionalna privredna komora Niš treba da se kreće kako bi osigurala uspeh i prosperitet.

Strateško planiranje

Deo uspešnog planiranja zastupanja predstavlja strateški plan. On služi kao dodatno sredstvo za razjašnjavanje ciljeva na koje će se određeni ciljevi odnositi u budućnosti:

1. Artikulisana misija i vizija Privredne komore kako bi uticala na kreiranje stabilnog kursa Komore na tekuće probleme ali i pokazala proaktivan pristup uz određene prioritete
2. Kreiranje sveobuhvatnije i aktivnije strategije uključujući i detaljniji SMART plan i analizu
3. Uvođenje kriterijuma uspeha u određene oblasti koje bi kasnije bile inkorporirane u pojedinačne akcione planove članica Privredne komore
4. Potreba da se odrede ključni prioriteti za praktičnu politiku zastupanja koja podržava poslovni okvir Komore.

Zastupanje - kako dostići najbolje rezultate?

U smislu prepoznavanja adekvatne praktične politike zastupanja neophodno je razmotriti **slabosti, potencijalne pretnje i prednosti i mogućnosti** u okviru SWOT analize

SLABOSTI

- Nedovoljna pismenost na polju informacione tehnologije – ICT, a takođe i znanje engleskog zaposlenih nije na zavidnom nivou
- Prednosti učlanjenja za većinu od 3000 (mikrokompanija) u suštini su limitirane
- Potreba da se unapredi slika Komore među donosiocima odluka kroz aktivnosti sprovedene na polju marketinga
- Pravna centralizacija u Beogradu
- Interna saradnja sa sekretarijatom predstavlja osnov za unapređivanje odnosa

- Nedostatak iskustva s neprofitnim nevladinim organizacijama
- Nemogućnost donošenja odluka u vezi s alokacijom sredstava bez garantovanog povraćaja investicije
- Nedostatak društveno-odgovornih kompanija u Srbiji

POTENCIJALNE PRETNJE

- Mnoge javne ustanove kao što je Centar za pomoć osnivanju poslova, Kancelarija za mala i srednja preduzeća, kancelarija za lokalni ekonomski razvoj
- Jedan od najsiromašnijih delova Srbije
- Konkurentnost cena – potreba za ispunjavanjem lestvicama proizvodnje
- Snažna finansijska zavisnost od pojedinih kompanija
- Gubljenje legitimnosti i reprezentativnosti s kvantitativnim smanjenjem članarina
- Komorski sistem nema veliku podršku Vlade
- Privatizacija
- Novi zakon o Komorama i udruživanju

PREDNOSTI I MOGUĆNOSTI

- Duga tradicija udruživanja u Komoru
- Dobro poznati i dobro povezani među vodećim ličnostima iz sveta poslovnih aktivnosti i politike
- Mogućnost da postane autentični lider/partner u ekonomskom razvoju regiona
- Mogućnost da postane lider u društveno-odgovornim aktivnostima regiona
- Mogućnost da u ime lokalnih aktivnosti i poslova zagovara jedinstvenim glasom na regionalnom nivou

Primena i načini zagovaranja

Zagovaranje treba da bude vidljivo u dva sloja. Interni sloj zagovaranja prisutan je u odnosu Komore prema kompanijama članicama. Spoljni sloj usmeren je prema opštoj populaciji i zainteresovanim stranama ili donosiocima odluka. U novom okruženju, organizacije moraju da posvete dosta pažnje internoj komunikaciji i razgovaranju u cilju postizanja uspešnosti i održivosti.

Neke od mogućih tačaka zagovaranja bi uključile:

1. Izgradnju kapaciteta članica Komore kroz obezbeđivanje obuka za: organizacioni razvoj, strukturne promene, upravljanje ljudskim resursima, lične kapacitete itd.
2. Rebrandiranje i vraćanje organizacije članicama, uticajnim ličnostima, političkim liderima i opštoj populaciji. Ova aktivnost treba da predstavlja više od promotivne kampanje s novim sloganom i logoom i objasniće nove vrednosti Privredne komore i način na koji ove vrednosti mogu da doprinesu boljitku članica Komore i opšte populacije u ekonomskom smislu.

Povraćaj investicije

Regionalna privredna komora Niš za svrhu ima da kreira pozitivno poslovno okruženje za svoje članove. Investicija koju članice Komore ulažu kroz plaćanje članstva opravdano je većinom različitih privlačnih ponuda koje Komora pruža. Pošto radi na unapređenju ekonomskog kvaliteta života, Komora ima sledeće ciljeve i radi na tome da:

- Pomogne prosperitetu poslova i jača umrežavanje, kao i da razvija kapacitet organizacija članica
- Povećava poslovne mogućnosti
- Pomaže i podržava razvoj svakog dela i segmenta zajednice
- Doprinosi sveukupnoj ekonomskoj stabilnosti društva
- Promoviše sistem privatnog preduzetništva u konkurentnom tržištu, radi na izgradnji održive poslovne klime za velike proizvođače, kao i mala i srednja preduzeća.

Vrste aktivnosti kroz koje Komora može da osigura povraćaj investicije su:

- Kreiranje edukativnih aktivnosti u cilju razvijanja kapaciteta i pomoći izgradnji kapaciteta koja je članovima neophodna. Ovo se može ostvariti kroz mogućnosti za trening radnika, pristup forumima, pregovaranjem o smanjenju nadoknade među savetnicima koji pružaju direktne konsultantske usluge članicama, kao i angažovanje u programima stažiranja među mladim ljudima koji bi kompanijama svojim prisustvom omogućile nižu cenu rada, dok bi uticale na građenje radne snage u regionu. Sve ove preporuke uklapaju se s nacionalnim sistemom za zapošljavanje; efikasna koordinacija regionalnih i državnih službenika u smislu praćenja programa koji se preklapaju; kao i određivanje veština koje su potrebne zaposlenima u okviru kompanija.
- Zaštita intelektualne svojine inicirana od strane Srpskih kompanija ključna je za prosperitet i vođstvo u ringu globalne ekonomije

- A. Piraterija u Srbiji ima ogromne ekonomske implikacije i odgovorna je za gubitak velikih količina novca i mnogih poslova. Kao dodatak ekonomskom nazatku, kupci su dodatno izloženi opasnim i defektnim proizvodima
- B. Potrebno je obezbediti uslove za preduzimače i pronalazače kako bi bili sigurni da će njihove ideje biti zaštićen zakonom
- Omogućavanje konkurentnog prisustva članica Komore na tržištu omogućujući niže cene kupljenih proizvoda
 - Trgovinski sajmovi, seminari ili konferencije treba planirati na polugodišnjoj bazi i treba da služe tome da se članice povežu jedna s drugom, razmene ideje o poslu, mogućnostima napretka i potencijalnim zajedničkim aktivnostima
 - Kreiranje veza između različitih grana poslova i ohrabrivanje članova da posluju jedni s drugima kako bi se osigurao rast i uspeh kompanija članica
 - Komora treba da ponudi javnosti „Pečat kvaliteta“, što znači da ulazeći u poslovne aktivnosti s članicama Komore, ona garantuje da će se posao obavljati uz najviši kvalitet, korektne cene, dobru uslugu i da organizacija kao što je Komora stoji iza asortimana proizvoda članica.

Marketing i komunikacija

Kao organizacija koja obuhvata članstvo, Komora će imati velike koristi od korišćenja moderne, objedinjene strategije marketinga, one koja cilja opštu populaciju i ne bavi se samo pojedinačnom ciljanom populacijom. Takva strategija zahteva korišćenje direktne komunikacije, a ne toliko masovnih medija. Takođe zahteva da strateški plan komunikacije bude inkorporiran u sveobuhvatni strateški plan organizacije. Na posletku, marketing i komunikacija u modernom poslovanju predstavljaju upravljачku aktivnost koja služi ostvarenju ciljeva organizacije, a ne samo učestvovanje u pojedinim aktivnostima.

Kao dodatak korišćenju strateške komunikacije koja treba da pomogne organizaciji kroz razvojni put članova i finansijskih resursa, komunikacija će garantovati transparentnost faza zagovaranja.

Marketing predstavlja važno sredstvo zagovaranja. Stoga, Komora će želiti da iskoristi svoju profesionalnu funkciju i stečeno iskustvo za internu i eksternu komunikaciju, kao i da promoviše poslove od važnosti i praktične politike. Ovakva komunikacija nije ograničena na potrebu da se kreira više zakona koji su u pozitivnoj sprezi s poslovanjem, nego i da se informiše i uključi javnost. Potreba javnosti za poslom, finansijskom sigurnošću i ličnim mogućnostima čini je jednako važnim agentom promena na novom tržištu Srbije.

Uspeh komunikacije zavisi od znanja i korišćenja svih raspoloživih sredstava koje možete naći u sledećoj tabeli:

Cilj	Sredstvo
Informisati	Obaveštenja za javnost, provera informacija, proglasi, leci, konferencije za novinare, brošure, radio, televizija, Internet
Ubediti	Kampanje, promocije, reklamiranje, poster, govori
Sakupiti podatke	Prezentacija praktičnih politika, nacrt budžeta, fokus grupe, istraživanja i analize
Konsultovati se	Okrugli stolovi, intervjui, javne diskusije, sastanci, otvorene telefonske linije
Ujediniti	Partnerstva, timovi, saveti građana, građanske komisije, zajednički koncepti, zajedničke aktivnosti, timovi za istraživanja, pokroviteljstva, nagrade, proslave.

Monitoring i evaluacija i održivost

Uspeh u mnogim kampanjama ili zagovaranju zahteva stabilnost i kontinuitet svih planiranih aktivnosti. Ovo uključuje: planiranje, potvrđivanje dugoročnih ciljeva, praćenje svake faze kampanje, kao i korektivne radnje u promenjenom društvenom kontekstu. Važno je spomenuti da je kreiranje adekvatnog seta indikatora koji treba da prate rezultate proces u kojem su promene i prilagođavanje deo uspeha, naročito u ranim fazama implementacije programa, kad dostupnost osnovnih podataka raste. Treba napomenuti da indikatori treba da budu praktični i povezani. Pregled stavki koje treba uzeti u obzir pri kreiranju baze indikatora:

Finansijski menadžment

Razvitak politike nabavki od suštinskog je značaja za svaku kompaniju i biće od velikog uticaja na produktivnost Komore, u smislu jedinstvenog programa. Dalje, investicije u finansijski operativni sistem takođe se smatraju veoma važnim.

Rast članstva i novi članovi

Praćenje članstva i kreiranje baze članova esencijalno je za budućnost udruživanja kompanija. Ukoliko shvatimo da je baza podataka velika pomoć pri umrežavanju kompanija i stvaranju uspešnih zajedničkih aktivnosti jasno je da članovi predstavljaju kamen oslonac budućeg uspeha Komore. Predlaže se kreiranje jedinstvene baze koja će se popunjavati interaktivnim pristupom svake članice Komore.

Nivo učestvovanja i razvoj novih poslova

Organizaciona struktura u svakom poslu veoma je važna za delegiranje poslovnih zaduženja. Participaciju organizacija članica Komore ne treba olako uzeti, naročito uzimajući u obzir činjenicu da je Komora neprofitna organizacija, i da njihov rad ili investicija ne mogu biti finansijski kompenzovani. Savetuje se da postoje opcione strukture koje neće morati da plaćaju članarinu (Organizacioni odbor, Upravni odbor...) ali takođe bi trebalo definisati i formirati obrazovne strukture koje treba da budu plaćene za svoj rad. Ovaj pristup bi mogao da reši pitanje definisanja nivoa učestvovanja u radu Komore.

Kako aktivnosti Komore mogu pomoći članovima da počnu i budu uspešni u svom poslu:

Važno je da upravna zgrada Komore ima veoma dobru interakciju sa članovima Komore. Produktivan primer i pristup je da se definišu određeni problemi u otpočinjanju novih poslova koristeći kapacitete Komore. Po dobijanju svih podataka operativni zadatak Komore trebalo bi da bude:

- 1.0 Savetovanje članova određenim medijskim pristupom (radni materijal, brošure, Internet, fokus grupe, seminari ili zatvorene fokus grupe)
- 2.0 Razvoj kapaciteta na polju zagovaranja, lobiranja, verbalne i neverbalne komunikacije (razvoj treninga za zaposlene)
- 3.0 Medijacija u sponi s lokalnim, regionalnim i nacionalnim donosiocima odluka.

Reference

1. RPKN, dokument koji sadrži misiju i viziju Komore, RPKN, 2008
2. US Chamber of Commerce, na adresi <http://www.uschamber.com>, 2009
3. Ključni nalazi i predlozi za organizacioni razvoj, Konfederacija danskih industrija, Jun 2009