

VREME

Klub dobrih poslovnih ideja

USPEHA!

REDOVNI PODLISTAK NEDELJNIKA "VREME", IZLAZI SVAKOG PRVOG ČETVRTKA U MESECU

BOJAN RADUN

**Nectar
preuzima
Fructal**

PROCREDIT BANKA

**Posvećeni
razvoju
preduzetništva**

VREME OSIGURANJA

**Ulaganje u
zdravlje**

**MILENKA JEZDIMIROVIĆ,
DUNAV OSIGURANJE**

**Konkurencija
je dobrodošla**

Konkurencija je dobrodošla

"Država treba da forsira veću uravnoteženost u finansijskom sektoru između bankarskog sa jedne i sektora osiguranja i fondova sa druge strane – kao što je to svuda u svetu"

Bez obzira na sve veću konkurenciju, kompanija "Dunav osiguranje" je prošle godine zabeležila značajan rast dobiti u iznosu od 245 miliona dinara, što je 70 odsto više nego u 2009. godini. Tim rezultatom jedina državna osiguravajuća kuća, koja je više od sto godina sinonim za osiguranje u Srbiji, ojačala je svoje pozicije lidera na tržištu, a nedavnom investicijom u mini solarnu elektranu pokazala da je kompanija budućnosti i važan institucionalni partner. "Veoma sam zadovoljna postignutim rezultatima. Stručni tim kojim rukovodim i svi zaposleni u kompaniji dali su svoj doprinos, shodno svojim odgovornostima. Naša 'porodica' postala je bogatija za još jednog člana, a to je "Dunav banka". Na taj način zaokružili smo ponudu u oblasti osiguranja, sa željom da razvijamo i bankoosiguranje, kao savremeni vid prodaje osiguranja na brz i efikasan način. Sva naša preduzeća, kao deo sistema kompanije protekle godinu završila su sa pozitivnim rezultatima. Bilo je potrebno uložiti mnogo truda i rada, da se prebrode mnoge teške prepreke i unapredi proces upravljanja i rada u "Dunavu", kaže u razgovoru za "Vreme", Milenka Jezdimirović, generalna direktorka "Dunav osiguranja".

"VREME": Kako ocenjujete razvoj tržišta osiguranja u našoj zemlji?

MILENKA JEZDIMIROVIĆ: Tržište osiguranja u Srbiji još je nerazvijeno. Prema podacima za 2009. godinu, premija po stanovniku u našoj zemlji iznosi 110 dolara, što je nedovoljno, a vidimo da je u Sloveniji 1418 dolara i Hrvatskoj 402 dolara po glavi stanovnika.

Učešće neživotnih osiguranja u Srbiji u ukupnoj premiji osiguranja iznosi 84 odsto, dok životna osiguranja učestvuju sa 16 procenta. Najzastupljenija neživotna osiguranja u Srbiji jesu imovinska osiguranja, koja učestvuju sa 26,8 odsto, osiguranje od

auto-odgovornosti sa 26,7 odsto i osiguranje motornih vozila kasko sa 12,2 procenta. To su rezultati za prvi kvartal 2011. godine, uz napomenu da je nakon kratkotrajnog oporavka premije neživotnih osiguranja u 2010. godini u Srbiji ponovo uočljiv trend pada premije kod ove vrste osiguranja, što je, po meni, posledica i stanja u privredi i nivoa kupovne moći stanovništva.

U Srbiji posluje 26 osiguravajućih društava, od čega je 19 u većinskom stranom, a preostalih sedam u domaćem vlasništvu. Konkurencija je žestoka i istovremeno dobrodošla jer nas podstiče da podižemo nivo usluga, što je u interesu svih osiguranika, građana Srbije, a i privrede u celini.

Godišnje premije životnog osiguranja u Srbiji od oko 12 evra po glavi stanovnika, najniže su u okruženju. Da li smatrate da bi za razvoj bio važan veći podsticaj države?

Na razvoj tržišta osiguranja utiču mnogi faktori, od kojih svakako najznačajniju ulogu ima stabilnost makroekonomskih tokova, koji određuju veću ili manju mogućnost građana da kupovinom polisa osiguranja zaštite sebe, porodicu i imovinu. Svetska ekonomska kriza nesumnjivo je ostavila posledice na životni standard naših građana, povećala nezaposlenost i kod većine građana uticala na formiranje egzistencijalne liste prioriteta. Ova ekonomska kriza obušila se mnogo većom žestinom i na mnogo razvijenije i ekonomski moćnije zemlje Evrope i sveta, ali je kao posledicu imala i povećanu tražnju polisa životnog osiguranja. To je pouzdan pokazatelj da građani Evrope i sveta zaštitu za buduća i neizvesna vremena nalaze u životnom osiguranju.

Izuzetno važan faktor u ukupnom razvoju osiguravajuće delatnosti je permanentna i sveobuhvatna edukacija građana, razvoj kulture

osiguranja i podsticanje individualne odgovornosti za obezbeđenje lične i porodične finansijske sigurnosti putem raznih oblika štednje u koje spada i obezbeđenje polise životnog osiguranja. Očekivanja naših građana u pogledu materijalne sigurnosti, naročito u poznim godinama, okrenuta su uglavnom ka državi. Upravo zato država mora stalnom edukacijom i stimulativnim merama da ohrabri i motiviše građane na veću štednju, kako bi teret odgovornosti i brige podelila s njima, kao što je to svuda u svetu. To podrazumeva i stvaranje povoljnog i podsticajnog ambijenta za mnogo brži razvoj životnih osiguranja. Uvođenjem poreskih olakšica, za poreske obveznike koji kupe polisu životnog osiguranja, razvojem finansijskih tržišta i prepoznavanjem delatnosti životnog osiguranja kao ozbiljnog partnera na kojeg može dugoročno računati, država će dobiti značajan domaći izvor sredstava za krupne prioritete investicije u okviru strateškog razvoja.

Za budući brži razvoj tržišta životnog osiguranja veliku odgovornost imaju i osiguravajuća društva, koja takođe treba da se uključe u proces edukacije i "finansijskog opismenjanja". Naime, građani Srbije danas mnogo više znaju o raznim bankarskim uslugama, nego o uslugama životnog osiguranja, za koje kažu da su im nerazumljive. Ono što treba da ohrabri osiguravajuća društva da kreiraju transparentne i građanima dostupne usluge jeste činjenica da na lestvici poverenja u razne oblike štednje, životno osiguranje zauzima visoko mesto. Prva ključna činjenica koja treba da se prezentuje osiguranicima jeste da je novac koji osiguranik izdvaja za polisu životnog osiguranja uvek njegov i da je to svojevrsan vid štednje i zaštite od neželjenih rizika i neprijatnih događaja.

Prvo ste društvo za osiguranje u Srbiji koje je investiralo u korporativne obveznice, a



Milenka Jezdimirović, generalna direktorka "Dunav osiguranja"

Foto: Milovan Milenković

nedavno ste u saradnji sa EPS-om i lokalnim samoupravama uložili sredstva u izgradnju postrojenja za proizvodnju solarne energije. Šta ova ulaganja na duži period donose državi, a šta vašim osiguranicima?

Kao potpisnici "Protokola o poslovnoj saradnji povodom proizvodnje električne energije iz obnovljivih izvora", Kompanija "Dunav osiguranje" i JP EPS zajedničkim nastupom napravili su značajan korak ka realizaciji novih projekata razvoja iz obnovljivih izvora energije, što našu zemlju, pa i "Dunav" uvodi u novo poglavlje strateških opredeljenja u ovoj oblasti. Na ovaj način, počinjemo pripreme za intenzivno uključivanje u ostvarivanje ciljeva kojima težimo, a koji su orijentacija i u Evropskoj uniji do 2020. godine, u oblasti obnovljivih izvora energije.

Ovaj vid saradnje za "Dunav osiguranje" predstavlja dvostruku korist i to: širenje aktivnosti u sektoru investiranja u "zelenu" energiju, njenu proizvodnju i, svakako, najluksuzniju oblast investicija u energetici, ne samo Srbije već i cele Evrope. Drugo, svi projekti i njihova realizacija u ovoj oblasti su takođe predmet osiguranja, čime proširujemo i našu osnovnu delatnost. "Dunav osiguranje"

tako dokazuje svoju društvenu odgovornost, kao i činjenicu da je kompanija spremna i sposobna da prati najmodernije trendove u svetu, uz želju da maksimalno doprinese jačanju naših energetskeg potencijala, ali i ukupnom boljitku naše države.

Ulažući sredstva u ovaj projekat, zajedno smo dali i značajnu podršku razvoju lokalnih samouprava u Srbiji, kojima će realizacija projekata koristiti i u pogledu zapošljavanja, povećanja prihoda opštinskog budžeta, kao i prihoda republičkog budžeta. Takođe, ovim smo pokazali da smo prepoznali nameru Vlade da se Srbija ravnomerno regionalno razvija i iznalazi i mobilise investitore koji prepoznaju svoj interes i u ovakvim projektima, čime "Dunav osiguranje" nesumnjivo pokazuje da je značajan institucionalni partner sa namerom da na delu pokaže kako Vlada može naći veliku podršku i u nacionalnim kompanijama.

Kako vidite budućnost "Dunav osiguranja" po pitanju vlasničke strukture?

U budžetskom memorandumu, gde se utvrđuju planovi Vlade Srbije kada je u pitanju javni bilans, istaknuta je orijentacija da se do

2013. godine ne menja status državnog kapitala u kompaniji. Čini mi se da je to veoma mudra i važna odluka, budući da "Dunavu" predstoji temeljna reorganizacija i modernizacija u svakom smislu. Pred nama je i prekompozicija unutar sistema, s obzirom na to da deo viška radne snage moramo zaposliti i konačno rešiti na drugi odgovoran način. Uvođenje novog međunarodnog principa "Solvency II" će svakako prinuditi menadžment da se time sve aktivnije bavi u narednom periodu.

U vreme kada je finansijski sistem u Srbiji toliko bankocentričan da je za osiguranje i fondove ostalo svega pet odsto tržišta, čini mi se da država treba da forsira veću uravnoteženost u finansijskom sektoru između bankarskog sektora, sa jedne strane i sektora osiguranja i fondova sa druge strane, kao što je to svuda u svetu. Budući da smo bankarski sektor skoro do kraja privatizovali, nisam sigurna da država ima dobre poluge za sprovođenje ekonomske politike, koja se značajno može odraziti i na oživljavanje privrede. Primer dobre prakse u Sloveniji je "Triglav osiguranje", a u Hrvatskoj "Kroacija osiguranje", koji su u većinskom vlasništvu države, a posluju veoma dobro. Ti primeri pokazuju kako bi i mi trebalo da rešimo sudbinu najveće domaće osiguravajuće kuće kada je reč o većinskom vlasništvu. Glavna orijentacija treba da bude ne pitanje vlasništva kapitala, nego uspešnost poslovanja. U Švedskoj je značajan deo krupne privrede u državnom vlasništvu, ali posluje odlično, a i u drugim zemljama ima dosta primera da državne kompanije veoma dobro posluju, pri čemu su neke od njih ušle u privatizaciju i nekih naših preduzeća. Praktično treba slediti ustaljenu međunarodnu orijentaciju da je privatizacija jedan od načina, ali ne i jedini način da se obezbedi razvoj tržišta kapitala posebno zemalja u tranziciji, što je u direktnoj vezi sa razvojem dobrog korporativnog upravljanja i što za posledicu ima rast privredne aktivnosti, povećanje štednje i smanjenje korupcije, uz povećanje lične i poslovne odgovornosti, pravičnosti i transparentnosti. Lično smatram da "Dunav osiguranje" ima sve uslove i stručne ekipe da uvede sve ove međunarodne principe i pokaže da nakon podržavljenja društvenog kapitala može biti još uspešnija kompanija sa dobro razvijenim principima korporativnog upravljanja.

Ana Radić

Srpski Nectar preuzima Fructal

“Investicija je podsticaj i za druge privrednike iz Srbije koji imaju planove da ulažu u Sloveniju, ali moraju da vode računa da ne pokušavaju da prevaziđu realne mogućnosti, jer je onda šteta veća nego korist”, kazao je za “Vreme” Bojan Radun, izvršni direktor Nectara

Vest o sklapanju ugovora sa Pivovarnom Union (deo Pivovarne Laško) o akviziciji slovenačkog Fructala od strane srpskog Nectara odjeknula 25. jula ne samo u ove dve zemlje već i šire. Činjenica da će se nekadašnji superbrend bivše Jugoslavije i vodeći slovenački proizvođač uskoro naći u vlasništvu srpske porodične kompanije pokazala je da srpsko preduzetništvo ima potencijala da prelazi granice. Kada se realizuje, ova investicija biće najveća srpska investicija u Sloveniji, i ujedno najveće ulaganje stranih investitora u toj zemlji ove godine. Iako vlasnici Nectara smatraju da su prošli 20 odsto skuplje nego što su predviđali – ne žale ulaganja i očekuju da će im se za sedam godina vratiti. Naime, ukupna vrednost ugovorene investicije je nešto više od 50 miliona evra, od čega 35, 3 miliona za 93,73 odsto akcija i 13

miliona za otkup akcija malih akcionara i otplatu dugova Fructala. Bojan Radun, izvršni direktor i suvlasnik Nectara, kazao je da je između 15 i 20 odsto sume Nectar obezbedio iz sopstvenog profita. On je napomenuo da im je uprkos kratkim rokovima, EBRD već odobrio kredit od 35 miliona evra, ali još nisu odlučili da li će povući celu tranšu. Spremnost da kreditiraju ovu akviziciju, pokazalo je i više banaka, a najviše Societe Generale (iz Srbije i Slovenije), pa pregovori tek predstoje.

ZA SRPSKO VOČARSTVO: Vlasnici Nectara očekuju da će proces preuzimanja biti gotov najkasnije do novembra i procenjuju da će ukupni prihod prodaje dve kompanije u 2011. biti veći od 140 miliona evra. Taj prihod bi srpske proizvođače uveo u grupu od 15 najvećih proizvođača nektara i napitaka u Evropi. Vlasnici Nectara naglasili su i da razlog prodaje Fructala (u 2010. imao 56



Bojan Radun: Jačanje pozicija na tržištima regiona i Evropske unije Foto: Milovan Milenković

miliona evra prihoda od prodaje i pet miliona profita) nije njegovo loše poslovanje, već dugovi u koje je zapala Pivovarna Union, koju su banke prinudile da proda sva preduzeća koja se ne bave njihovim glavnim biznisom.

Slobodan Radun, predsednik i vlasnik “Radun grupe”, u okviru koje Nectar posluje, kazao je da su pregovori o kupovini trajali oko šest meseci. Osnovna ideja ove investicije je da se ojačaju pozicije u celom regionu i napravi baza za nastup na okolnim i tržištima Evropske unije, pa će iskoristiti to što je jedna kompanija u Srbiji, a druga u EU. Neće gasiti pogone za proizvodnju u Ajdovčini i Kamniku, odgovorno će se odnositi prema zaposlenima, a u Sloveniji će nastaviti da ulažu u razvoj onog voća koje je Fructal i do sada lokalno otkupljivao. Sa druge strane, kako tvrdi izvršni direktor Nectara, Fructal je poslednjih deset godina ostatak voća uvezio iz Španije, Italije, Grčke i Poljske, pa je sigurno da će se

taj odnos sada promeniti u korist kvalitetnog srpskog voćarstva.

NAPRED, ALI OPREZNO: Bojan Radun je naglasio da su Fructal i Frutek jedni od najvećih brendova na ovim prostorima dosad. “Nama je kao kompaniji i kao porodici čast da smo došli u poziciju da upravljamo njima. To je ujedno i velika odgovornost, pa ćemo uložiti sve potrebno znanje i energiju da ovim brendovima vratimo sjaj. Fructal je na nekim tržištima izgubio snagu, ali nije izgubio pozitivan imidž, što dokazuje i ovoliko interesovanje za njegovu prodaju”, kazao je izvršni direktor. On je istakao da su u kategoriji sokova, nektara i napitaka, Nectar, Life i Fructal jedini brendovi koji su značajno regionalno zastupljeni, a s obzirom na to da će se sada nalaziti pod istim “krovom” ulagaće se podjednako u njihov rast i razvoj na tržištima koja ih budu prihvatala.

Bojan Radun je za “Vreme” izjavio da su neki komentari slovenačkih medija u javnosti pogrešno interpretirani. “Ne mislim da smatraju da je ironija što srpsko preduzeće kupuje Fructal, već što je menadžment slovenačke kompanije davao obećanja koja nije mogao da ispuni i došao u situaciju da mora da proda poznati nacionalni brend kompaniji koja ponudi najviše. Ispostavilo se da je to kompanija iz Srbije, gde su imali velike planove širenja. Zbog problema koje je napravilo ranije rukovodstvo, imali su ‘vruć krompir’ u rukama, pa se sad slovenačka javnost obrušila na njih”, objasnio je Radun. On je dodao i da očekuje da će ova investicija biti podsticaj i za druge investitore iz Srbije koji imaju planove da ulažu u Sloveniju, ali ih je i kao predsednik Srpske asocijacije menadžera upozorio da vode računa da ne pokušavaju da prevaziđu realne mogućnosti, jer je onda šteta veća nego korist.

Ana Radić

Posvećeni razvoju preduzetništva

“Samo u prvoj polovini ove godine banka je investirala oko 140 miliona evra u razvoj malih i srednjih preduzeća, kao i oko 30 miliona evra u unapređenje domaće poljoprivredne proizvodnje”

ProCredit banka ove godine obeležava prvu deceniju poslovanja u Srbiji. Jedina banka sa nemačkim kapitalom odobrila je do sada tri milijarde evra kredita, od čega je 80 odsto namenjeno razvoju malih i srednjih preduzeća, preduzetnika i poljoprivrede. O strategiji poslovanja i planovima na našem tržištu, razgovarali smo sa Borislavom Kostadinovim, predsednikom UO ProCredit banke u Srbiji.

“VREME”: Kako ste odlučili da 2001. stupite da srpsko tržište, koliko je to bio rizičan potez i da li ste zadovoljni poslovanjem do sada?

BORISLAV KOSTADINOV: Početak svakog posla nosi određeni rizik, ali procena akcionara i menadžmenta ProCredit Grupe bila je da je Srbiji potrebna banka posvećena razvoju preduzetništva, poljoprivrede i promociji odgovornog bankarstva. Danas možemo da kažemo da je to bila ispravna odluka, a doslednost toj ulozi dovela je do toga da ProCredit banka ove godine obeležava deceniju veoma uspešnog poslovanja na tržištu Srbije. Kao jedina banka sa nemačkim kapitalom na ovim prostorima tokom proteklih godina smo prošli kroz mnoge izazove, prilagođavajući se potrebama tržišta i različitim regulatornim okvirima. Zahvaljujući odličnom razumevanju potreba klijenata i spremnosti da im izađemo u susret, do sada smo odobrili oko tri milijarde evra kredita, od čega je oko 80 odsto namenjeno razvoju malih i srednjih preduzeća, preduzetnika i poljoprivrede. Samo u prvoj polovini ove godine, ProCredit banka je investirala oko 140 miliona evra u razvoj malih i srednjih preduzeća u Srbiji, kao i oko 30 miliona evra u unapređenje domaće poljoprivredne proizvodnje. Rezultat svega toga je i činjenica da je ProCredit banka u ovom trenutku treća banka po prinosu na kapital u Srbiji.

Glavni segment poslovanja ProCredit banke je kreditiranje malih i srednjih preduzeća, kao i poljoprivrede. Kako vidite njihov položaj i uslove za razvoj u Srbiji, u poređenju sa zemljama regiona?

Često se misli da je ambijent u svim



Odgovorno bankarstvo: Borislav Kostadinov

zemljama regiona isti ili sličan. To je samo donekle tačno, naročito danas kada su Bugarska i Rumunija već članice Evropske unije, dok Srbija, Makedonija i Albanija teže statusu kandidata. Samim tim, svaku od zemalja regiona karakterišu specifičnosti koje u nekim segmentima poslovanje čine boljim, jednostavnijim ili povoljnijim. Poslednjih godina se može uočiti nadmetanje zemalja u regionu u stvaranju povoljnijeg ambijenta za privlačenje investitora. Konkurencija je uvek dobra, ali smatram da mnogi investitori region zapadnog Balkana vide kao jedno tržište i da bi zbog toga zemlje na ovim prostorima trebalo zajednički da rade na unapređenju i svojih i konkurentskih prednosti čitavog regiona. Srbija i njen privredni ambijent imaju brojne prednosti, od geografskog položaja do velikog broja mladih i izuzetno školovanih stručnjaka. Verujem da će sa dobijanjem statusa kandidata za članstvo u EU Srbija postati veoma interesantna investitorima, što bi trebalo da doprinese otvaranju novih proizvodnih kapaciteta i radnih mesta. Ovaj trend je već uočljiv, budući da sve više inostranih kompanija otvara predstavništva u Srbiji i razmatra mogućnosti za otpočinjanje poslovanja. Kada je o poljoprivredi reč, uz povezane industrije

to je jedna od najperspektivnijih grana privrede u Srbiji. Svakako je dobro što je prepoznata kao razvojna šansa i od strane regulatora i javnosti, a o našoj posvećenosti poljoprivredi i prihvatanju partnerskog odnosa od strane poljoprivrednika govori i činjenica da je preko 48 odsto kredita u otplati u sektoru isplativa upravo ProCredit banka.

Da li imate u planu uvođenje novih proizvoda i kakvi su vam planovi za srpsko tržište?

Tokom decenije ProCredit banka je uspela da izgradi stabilnu i prepoznatljivu poziciju, a namera nam je da ostanemo dosledni i nastavimo sa unapređenjem postojećih i uvođenjem novih proizvoda i usluga, koji će klijentima doneti efikasniju i sveobuhvatniju podršku. U ovom trenutku, već su zaživeli krediti za energetske efikasnost, koje osim povoljnih uslova, odlikuje unapređenje kvaliteta života i poslovanja, kao i pozitivan efekat na životnu sredinu. Osim toga, nastavićemo da razvijamo usluge internet i mobilnog bankarstva. Ipak, osnova svega je da kroz naš profesionalizam, kulturu direktne i otvorene komunikacije i odgovorno kreditiranje, ostanemo prepoznatljivi činilac na tržištu.

A. R.

Razvijati finansijsku pismenost

Programi koji uče ljude kako da troše, štede i razumno upravljaju novcem treba sprovesti u kontinuitetu, a u edukaciji moraju da učestvuju banke, sve finansijske institucije, država, škole, nevladin sektor i mediji

Finansijska pismenost u Srbiji danas je na višem nivou nego ranijih godina, iako mnogo ljudi savet o upravljanju novcem potraži tek kada se suoči sa nekim problemom vezanim za lični budžet. S obzirom na to da je finansijska edukacija izuzetno važna, kako za razvoj zemlje tako i za kvalitetniji život pojedinaca, programi koji uče ljude kako da troše, štede i razumno upravljaju novcem treba sprovesti u kontinuitetu. Banke, finansijske institucije, država, škole, nevladin sektor i mediji, imaju odgovornost da se aktivno uključe u programe zajedničke saradnje i udruženi pomognu ljudima da razumeju sve aspekte i značaj finansijske pismenosti, zaključili su učesnici okruglog stola "Finansijska pismenost u Srbiji danas", koji je 15. jula u Beogradu organizovala Visa

Inc., globalna kompanija za sisteme plaćanja, u saradnji sa Narodnom bankom Srbije i Fondom za mlade talente Ministarstva omladine i sporta. Govorilo se o veštinama u upravljanju ličnim budžetom, značaju finansijske pismenosti, kao i o spremnosti mladih u Srbiji da se obrazuju u tom pravcu.

KREATIVNA EDUKACIJA: Vladimir Đorđević, regionalni menadžer kompanije Visa u Srbiji, naglasio je da je Visa finansijsku pismenost i finansijsku edukaciju mladih svrstala među svoje ključne aktivnosti u većini od 200 zemalja sveta u kojima posluje. "Zato i u Srbiji nastojimo da osim redovnog i primarnog poslovanja, doprinesemo razvoju finansijske pismenosti. Veoma nam je drago što su rezultati našeg istraživanja pokazali da je 70

odsto mladih u Srbiji spremno da posveti svoje slobodno vreme u obrazovanje o upravljanju finansijskama, a posebno što bi polovina njih za radionice na tu temu izdvojila i nekoliko dana. Takođe, moramo uzeti u obzir da većina učesnika u istraživanju smatra da težište odgovornosti za edukaciju iz upravljanja finansijskama treba da ponesu banke i druge finansijske institucije. Verujemo da će nam naša ekspertiza globalne kompanije za finansijske usluge omogućiti da pomognemo ljudima da bolje upravljaju svojim finansijskama i razumeju sve prednosti, ali i odgovornosti koje dolaze sa širokom ponudom finansijskih proizvoda. Visa programi finansijske pismenosti širom sveta sprovodi već više od jedne decenije", kazao je Đorđević. On je istakao da Visa ima ambiciozan plan da do 1. maja 2013. svojim programima obuhvati 20 miliona ljudi na planeti i da je na dobrom putu da taj cilj i ostvari.

Nevenka Savović, direktor Odeljenja za komunikacije NBS-a, kazala je da ta institucija svojim edukativnim programima, na interaktivan način (kroz izložbene postavke, predavanja, diskusije, kreativne radionice i učestvovanje u društvenim događajima) javnosti ukazuje na značaj finansijskog obrazovanja građana – od najmlađih do najstarijih. "U okviru finansijske edukacije pokrenuto je više akcija na temu promovisanja dečje štednje, prepoznavanja falsifikata novca, proučavanja uloge i značaja centralne banke, kao i upoznavanja s novcem i njegovim raznim aspektima. Narodna banka Srbije će inicirati da se program finansijske edukacije uvrsti i u zvaničan nastavni plan i program u osnovnim i srednjim školama. Seminar za nastavnike i profesore, kao najvažnije posrednike u nastavnom procesu, odobrilo je Ministarstvo prosvete i on je uključen u program obaveznog stručnog usavršavanja nastavnika.

VISA ISTRAŽIVANJE

Dve trećine ispitanika uzrasta od 18 do 25 godina izjavilo je da je edukacija u upravljanju finansijskama važna, dok bi 70 odsto mladih uložilo slobodno vreme u dodatno obrazovanje iz te oblasti. Skoro polovina njih spremna je da izdvoji i nekoliko dana za radionice na temu finansijske pismenosti, a taj stav je nešto zastupljeniji kod onih sa većim primanjima. Većina učesnika u istraživanju smatra da težište odgovornosti za edukaciju iz upravljanja finansijskama treba da ponesu banke i finansijske institucije. Kada je reč o načinima na koje bi želeli da dobiju više podataka o bankarskim proizvodima i upravljanju finansijskama, skoro dve trećine mladih bi volelo da konsultuje osobu iz banke, a skoro polovina njih prijatelje i porodicu smatra relevantnim izvorom informacija. Interesantno je da je skoro 40 odsto ispitanika navelo direktan i-mejl kao poželjno sredstvo za primanje informacija, a jedna trećina mladih volela bi da pohađa predavanja i radionice u organizaciji škole, fakulteta ili neke finansijske institucije.

Kada je reč o štednji, skoro 40 odsto ispitanika novac čuva kod kuće, dok 50 odsto uopšte ne štedi (polovina njih izjavila je da za to nema mogućnosti). Najviše obrazovanih mladih ljudi uložilo bi novac u nastavak obrazovanja, štednju, investicioni fond ili nekretnine. Takođe, veliki broj ispitanika bi novac iskoristilo kao početni kapital za pokretanje sopstvenog biznisa. Većina ispitanika na Visa Forumu mladih lidera Srbije smatra da bi idealna suma novca za zadovoljenje njihovih kratkoročnih i srednjoročnih potreba bila do 100.000 evra. Rezultati istraživanja kompanije Visa pokazali su da mladi u Srbiji, posebno u uzrastu od 18 do 21 godine, u velikoj meri finansijski zavise od svojih roditelja. Bankarske proizvode više koriste zaposleni i stariji od 21 godinu, a svega oko 20 procenata mladih u Srbiji obavlja *on-line* kupovinu.



VLADIMIR ĐORĐEVIĆ: Edukacija mladih je ključna aktivnost kompanije Visa

Formiranjem Centra za korisnike finansijskih usluga, Narodna banka Srbije je inicirala uspostavljanje Instituta zaštite korisnika finansijskih usluga, nastavljajući da građanima još

aktivnije pruža pomoć u ostvarenju njihovih prava, kao i pomoć u razumevanju i korišćenju usluga finansijskog sektora. U okviru Centra za korisnike finansijskih usluga radi i Informativni centar. Takođe, u NBS-u su pokrenuli i specijalizovani sajt "Tvojnovac" (www.tvojnovac.nbs.rs), namenjen svima koji žele da se informišu i nauče nešto više o finansijskim proizvodima i uslugama. Narodna banka Srbije predstavila je učesnicima okruglog stola i svoju društvenu igru "Monetura", koja na zabavan i maštovit način uvodi učesnike u svet kreiranja i sprovođenja monetarne politike u skladu sa svim izazovima koji se pred nju svakodnevno postavljaju. Upoznavanje domaće javnosti sa načinima vođenja monetarne politike kroz "Moneturu" predstavlja novi vid finansijske edukacije koji će Narodna banka sprovesti u skladu sa svojim društveno odgovornim vrednostima i ciljevima

Od svog osnivanja, sredinom 2008. godine, Fond za mlade talente nagradio je i stipendirao više od 6000 učenika srednjih škola i studenata, a za te namene Fond je do sada izdvojio preko 1,3 milijarde dinara, što ga čini najvećim državnim fondom za stipendiranje u Jugoistočnoj Evropi. "U cilju pružanja podrške svojim stipendistima u daljem stručnom i naučnom usavršavanju, Fond je uspostavio saradnju sa značajnim kompanijama, institucijama i organizacijama među kojima su i NBS i kompanija Visa. Fond za mlade talente već četvrtu godinu učestvuje na konferencijama koje organizuje kompanija Visa i to je pokazatelj da Fond na najbolji način učestvuje u unapređenju finansijske pismenosti mladih u Srbiji", kazala je Jana Vlajković, analitičar u Fondu za mlade talente Ministarstva omladine i sporta. Osim kroz stipendije, Fond mladim talentima podršku pruža i kroz partnerstvo sa značajnim institucijama u Srbiji, neki od stipendista imali su i stručnu praksu u NBS-u. Takođe, pokrenuta je i inicijativa potpisivanja ugovora o poslovnoj saradnji sa kompanijom Visa.

VREME OSIGURANJA

Sigurno ulaganje u zdravlje i budućnost

Ugovaranjem polise osiguranja života svoja slobodna finansijska sredstva investirate u sigurnu budućnost. Najzastupljenije, mešovito životno osiguranje, ublažava neprijatne događaje u vašem životu na koje ne možete da utičete. Istovremeno, zahvaljujući svojoj izrazito štednoj komponenti obezbeđuje finansijsku sigurnost u poznim godinama. Vaš izbor programa osiguranja života, uz poznata pokriva, kao što su doživljenje isteka ugovora, smrti i nezgoda, može obuhvatiti i rizike od teških bolesti. Nažalost, broj obolelih od težih bolesti stalno raste. Četiri najčešće teške bolesti u svetu – karcinom, srčani infarkt, moždani udar i bolesti srca koje zahtevaju bajpas operaciju – i u Srbiji su u



porastu. Broj obolelih od malignih bolesti sve brže raste i često su pogođene žene srednje dobi. Kada se već oboli, najvažnije je na vreme obezbediti adekvatno lečenje i povratiti zdravlje. Zbog toga je Wiener Städtische osiguranje dopunilo osiguranje života osiguranjem od nastupanja težih bolesti koje se

može zaključiti uz naš Classic program. U slučaju dijagnostikovanja neke od bolesti, osiguraniku se odmah isplaćuje osigurana suma kojom on može pokriti potencijalno visoke troškove lečenja. Osiguranje pokriva i neophodnu trajnu negu – što je jedinstvena usluga na domaćem tržištu osiguranja. Kada razmislite o svemu, možda vam neće biti strano da odvajate manje od jednog evra dnevno i tako ostvarite uštedu od nekoliko hiljada evra, a istovremeno unapred olakšate situaciju kada bolest ili nesrećan slučaj mogu bitno poljuljati finansijsku sigurnost vas i vaše porodice. N.B.

WIENER STÄDTISCHE 
VIENNA INSURANCE GROUP



Draginja Đurić, predsednik Izvršnog odbora Banca Intesa na dodeli "Nagrade za izvrsnost"

"EUROMANY" NAGRADE

Banca Intesa najbolja u Srbiji, Raiffeisen u CEE

Prema tradicionalnom istraživanju koje je 8. jula objavio "Euromoney", vodeći svetski časopis u oblasti finansija i bankarstva, za najbolju banku u Srbiji u 2010. godini proglašena je Banca Intesa, a u srednjoj i istočnoj Evropi – Raiffeisen Bank International. Kriterijumi na osnovu kojih ovu prestižnu nagradu već drugu godinu zaredom dobija Banca Intesa jesu ostvareni poslovni rezultat, kvalitet usluga, profesionalizam i inovativnost u svim segmentima poslovanja. U obrazloženju "Euromoney" nagrade stoji da iako su tokom prethodne godine rastuća inflacija i niz poskupljenja izazvali pad u kvalitetu aktive bankarskog sektora Srbije, to nije bilo prepreka da Banca Intesa ponovo ostvari izuzetne rezultate. Bez obzira na vodeću poziciju u zemlji po ukupnoj aktivni, članica Intesa Sanpaolo grupacije povećala je svoju bilansnu sumu za dodatnih 16,6 odsto – na 359,1 milijardu dinara u 2010. godini, ostvarivši neto dobit od 7,62 milijarde dinara, što predstavlja rast od 26,8 odsto u poređenju sa prethodnom godinom. Procenat kašnjenja u otplati kredita u Banca Intesa su ispod proseka bankarskog sektora i znatno niži od nivoa koji je prisutan kod manje konzervativnih zajmopodavaca.

AKVIZICIJE

Delhaize preuzeo Maxi

Kompanija Delhaize Group iz Belgije primila je 27. jula bezuslovna odobrenja od svih institucija za kontrolu pripajanja kompanija i finalizirala kupovinu srpskog maloprodajnog lanca Delta Maxi u vrednosti od 932, 5 miliona evra. Uz postojeće poslovanje u Grčkoj i Rumuniji, ovom transakcijom Delhaize Group postaje jedan od vodećih maloprodajnih lanaca u jugoistočnoj Evropi. U Srbiji, Delta Maxi ima oko 350 prodavnica i predstavlja najveći lanac prehrambenih maloprodajnih objekata. Delta Maxi je počeo da posluje 2000. godine i ima oko 450 prodavnica u Srbiji, Bugarskoj, Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori

i Albaniji. Očekuje se da mreža Delta Maxija u ovih pet zemalja dostigne broj od oko 500 prodavnica na kraju 2011. godine. Rezultati Delta Maxija će biti uključeni u rezultate kompanije Delhaize Group od 1. avgusta 2011, kao deo operativnog segmenta jugoistočne Evrope i Azije. Ova transakcija podrazumeva vlasništvo nad značajnim brojem prodavnica u Srbiji i sedam distributivnih centara Delta Maxi Grupe.

Pjer-Olivijer Bekers, predsednik i generalni direktor kompanije Delhaize Groupa, ovim povodom je izjavio: "Ova transakcija se savršeno uklapa u 'New Game Plan' – novi strateški plan, čiji je cilj ubrzan i profitabilan rast prihoda. Kupovinom Delta Maxija u kombinaciji sa postojećim poslovanjem u Rumuniji i Grčkoj, Delhaize Group postaje jedan od vodećih igrača u regionu."

HALCOM I TELENOR

Moderna alternativa plaćanja

Usluga za mobilna plaćanja PlatiMo, koju srpski mobilni operator Telenor nudi svojim korisnicima, u saradnji sa Komercijalnom, Raiffeisen, Erste i Credit Agricole bankom, privukla je pažnju najvećih srpskih distributera i trgovinskih lanaca. Usluga mobilnog plaćanja PlatiMo, koja se temelji na Halcomovom rešenju, na prezentaciji održanoj 21. jula u Beogradu "Prodaj više sa PlatiMo" uverila je više od 120 trgovaca, banaka i izdavaoca mesečnih računa da je moderna alternativa plaćanja. Mogućnost plaćanja uslugom PlatiMo već nude brojni trgovci, kojima su se nedavno pridružili i "Philip Morris", Metro Cash&Carry, Jat, Knjižara i Tehnomanija. Ova usluga je cenovno dostupan, a za korisnika jednostavan i siguran kanal za plaćanje neposredno sa bankovnog računa.

EUROBANK EFG

Poslovni forum u Beogradu

Program pod nazivom "Go international", koji sprovodi Eurobank EFG pod pokroviteljstvom Ministarstva spoljnih poslova Grčke, u saradnji sa tri vodeće grčke poslovne asocijacije, pruža podršku povezivanju grčkih sa inostranim kompanijama, koje se bave uvozom i izvozom. Nakon uspešno održanog Forumu na Kipru u februaru, naredni će se održati u Beogradu 24. i 25. oktobra ove godine. Tu će predstavnici grčkih kompanija imati priliku da se susretnu sa velikim preduzećima iz šest balkanskih zemalja (Srbije, Crne Gore, Slovenije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine i Mađarske) i Rusije. Ministarstva Grčke i Vlade Srbije takođe će prisustvovati Forumu. Izbor Srbije kao zemlje domaćina zasniva se na dinamičnim ekonomskim i trgovinskim aktivnostima između Grčke i Srbije, kao i pogodnom geografskom položaju koji zemlja ima u širem području. Srbija je i jedina evropska zemlja koja ima specijalni trgovinski sporazum sa Rusijom, što joj omogućava da postane most ka ovom velikom i važnom tržištu.

CARLSBERG SRBIJA

LAV twist limun

Carlsberg Srbija lansirao je napi-tak *Lav twist limun*, koji spada u potpu-no novu kategori-ju piva u zemlji, a u svetu je za kratko vreme stekao ve-liko broj ljubitelja. "Ukus je potpuno drugačiji i predstav-lja idealan izbor za prilike kada želite da pobedite letnju vrelinu, opustite se nakon napornog dana ili kada se dru-žite sa prijateljima", istakla je Draga-na Nerandžić, marketing menadžer u Carlsbergu Srbija. *Lav twist limun* je mešavina mutnog, svetlog lager piva i osvežavajućeg limuna u odnosu 60 pre-ma 40 odsto. Sadrži blagu notu alkohola od dva odsto, a zahvaljujući savršeno izbalansiranom odnosu ukusa savršen je za letnje osveženje.



SOCIETE GENERALE SRBIJA

Podsticanje poljoprivrede

Societe Generale banka počela je da odobrava dinarske subvencionisane kredite za poljoprivrednike sa rokom otplate do tri godine i sa fiksnom kama-tom od osam odsto. Maksimalan iznos kredita je do pet miliona dinara za fizič-ka lica, odnosno do 15 miliona dinara za zadruge, a klijenti su oslobođeni pla-ćanja administrativnih troškova.

Krediti za podsticanje poljoprivredne proizvodnje dostupni su fizičkim licima, nosiocima registrovanih poljoprivrednih gazdinstava, zadrugama sa najmanje deset članova, preduzetnicima i malim preduzećima. Mogu se koristiti za raz-voj stočarstva, ratarstva, voćarstva, vi-nogradarstva i povrtarstva, investiciona ulaganja u poljoprivrednu mehanizaci-ju, opremu i poljoprivredne objekte, kao i za refinansiranje kratkoročnih kredita iz 2010. godine.

PIRAEUS BANKA

Izuzetno fiksna stopa

Novim keši i kreditima za refinansiranje sa fiksnom kamatnom stopom u prve tri godine otplate kredita, Piraeus banka je klijentima obezbedila bolju zaštitu od fluktuacije kamatnih stopa. Bez obzira na to da li klijent prima platu preko Piraeus banke ili ne, na raspolaganju su mu gotovinski i krediti za refinansi-ranje sa dodatnim kešom, u evrima ili dinarima po izuzetnim uslovima. Fik-sna kamatna stopa za kredite u evrima kreće se od 16,5 odsto, a nakon isteka prve tri godine otplate kredita, prime-njuje se promenljiva kamata koju čine fiksna marža u iznosu od 15,5 odsto i tromesečna vrednost Euribora. Kod di-narskih kredita fiksna kamatna stopa kreće se od 20 odsto, dok promenljivu kamatu nakon tri godine otplate kredi-ta čine fiksna marža u vrednosti od 8,5 odsto i dvonedeljna referentna kama-tna stopa NBS-a.

HP

SOHO mreža na 1Gbps

Bežični prenos podataka ima svojih prednosti, ali za ozbiljan prenos, npr. kopiranje svih epizoda omiljene seri-je između dva računara, neophodan je žični prenos podataka. Napredni-ji korisnici često dobijaju svičeve kao integrisani deo WiFi rutera koji servis provajder isporučuje korisnicima inter-neta, bilo ADSL, bilo kablovskog, ili ih kupujete sami. HP Value serija svičeva projektovana je za mala i srednja pre-duzeća i napredne kućne korisnike. Svi uređaji iz ove serije mogu da povežu od osam do 48 uređaja, a napajanje se vrši direktno iz mreže ili preko adapte-ra. Jednostavno se instaliraju: na zid, plafon, ispod stola ili se mogu posta-viti na sto. HP mrežnu opremu, pored osetno niže cene i viših performansi, od konkurencije izdvaja i doživotna garan-cija. Za dodatne informacije posetite hp.com/networking.

PR INDUSTRIJA

Javnost uzvraća udarac



piše: **Bogdanka Rangelov**,
direktorka PR i konsalting
agencije "Farmer & Spaic"

Običan čovek i kako ga iz posmatrača pretvoriti u učesnika društvenih kretanja, postali su centar in-teresovanja PR industrije, koja je ogromna i koja troši milijarde dolara godišnje. Kao što je najveću ekspanziju PR industrija doživela tokom "velike depresije", krajem dvadesetih godina XX veka u Sjedinjenim Američkim Državama, gde je i nastala, u Srbiji, skoro sto godina kasnije, PR doživljava svoj uspon, opet u uslovima ekonomske krize. Ako je tih dvadesetih godina ona bila posvećena "kontrolisanju svesti javnosti", kao što su navodili njeni predvodnici, javnosti koja bi trebalo da bude lišena bilo kakvog oblika organizovanja, puštajući da joj se usadi ideja da je jedina vrednost u životu imati više komfora, danas *Twitter*, *Facebook* i *YouTube* vraćaju toj javnosti aktivnu ulogu. Organizujući se na mreži, ona ima priliku da povрати ulogu učesnika. Tako se PR koristi za pozivanje na volonterski rad, donatorstvo, pomoć ugroženima, zaštitu životne sredine, preventivne preglede, preduzetništvo, umrežavanje kroz debate, diskusije i forume.

Aktuelna ekonomska kriza uslova je da se resursi koriste promišljenije, a ulog je održivost. Sadržaji koje korporacije plasiraju postaju složeniji, a opet ispisani jednostavnim jezikom. PR industrija radi u službi održivosti, a samosvest je vrednost koja postaje nova PR tema.

Tržište u Srbiji sazreva, iako još u tranzicionoj fazi, spremno je da sasluša i prihvati nešto novo i drugačije. Sve je više domaćih kompanija koje prepoznaju vred-nost PR-a, klijenti znaju šta mogu da očekuju i gde to da pronađu. U takvom okruženju, u proteklih pet godina razvija se i naša PR agencija, u kojoj je prosek godina 28, a koja konsultuje neke od najvećih korporativnih, javnih i nevladinih sistema.

Slika jednog grada

Arhitekturu ne treba doživljavati samo kao projektovanje po narudžbi investitora, već kao delatnost koja je *res publica*

Za “Vreme” iz Beča

U svojoj dužoj tradiciji podrške kulturi i umetnosti, internacionalno osiguravajuće društvo Vienna Insurance Group (VIG) veliku pažnju poklanja arhitekturi. Već 13. godina uspešno se realizuje projekat u centrali u Beču, pod nazivom “Arhitektura u Ringturmu”. Do sada je organizovano 25 izložbi, a od 19. jula do 11. novembra u izložbenom prostoru upravne zgrade, posetioci i građani austrijske prestolnice moći će da se upoznaju sa arhitekturom Beograda. Kustos ove izložbe je Adolf Stiler, a stručni saradnik arhitekta Bojan Kovačević. Pored članova top menadžmenta kompanije VIG, i članova UO Wiener Staditsche osiguranja iz Srbije, izuzetno posećenom svečanom otvaranju prisustvovao je i ambasador Srbije u Austriji Milovan Božinović.

GRAD ATMOSFERE: Na oko 70 panela, sa brojnim ilustracijama, prikazane su značajnije građevine podeljene u tri istorijska perioda. Kako bi posetioci što bolje razumeli okolnosti pod kojima su zgrade nastajale, uvodni tekstovi prikazuju društvene i političke prilike u kojima su arhitekta stvarale. Zanimljivo je da je projekat za zgradu Generalštaba, čuveni Nikola Dobrović izradio 1929. godine, a zgrada koja je uništena u NATO bombardovanju 1999. izgrađena je u periodu od 1953. do 1960. godine. Ova zgrada, jedini Dobrovićev realizovan projekat u Beogradu, još čeka rekonstrukciju, koja je po mišljenju stručnjaka moguća. Bojan Kovačević je naglasio da je loše za kulturni identitet što se u Srbiji malo radi na restauraciji objekata: “Arhitekturu ne treba doživljavati samo kao projektovanje po narudžbi investitora već i kao delatnost koja je *res publica*. Kod zgrade Generalštaba treba imati u vidu da nije reč o popravci objekta za vojsku, već simbolu moderne Srbije. Da je to pravi način za očuvanje identiteta grada, a ne rasipanje novca, dobar primer je austrijska kuća iz Rusta, koja je podignuta početkom XVIII veka, a prva restauracija je urađena već 1703. godine.”



Izbor predstavljenih objekata autori su podelili u tri istorijska perioda koji se prepliću: između dva svetska rata, period Titove vlasti, i savremeni koji je još u toku. Oko polovine izloženih radova odnosi se na savremeni period, pa Kovačević ističe da nisu izabrani samo najvažniji objekti, već oni koji najbolje dočaravaju sliku jednog grada. On ističe ono što stranci prvo i primete: da je Beograd više grad atmosfere, nego što je poznat po svojoj uređenosti i izgrađenosti. Adolf Stiler je kazao da je u prvom periodu najveću ulogu u širenju ideja savremene arhitekture imala grupa autora modernog pravca (Branislav Kojić, Milan Zloković, Dragiša Brašovan, Dušan Babić). U Ringturmu su detaljno prikazani projekti Dečje klinike, FIAT centrale (Zloković), Zgrade vazduhoplovstva (Brašovan), kao i stambena zgrada u Prizrenskoj ulici u kojoj je živeo Ivo Andrić (Kojić).

MOTIVI NESVRSTANOSTI: Kada je arhitektura Beograda iz perioda SFRJ u pitanju, Stiler napominje da ona nema socijalistički uticaj kakav je postojao u zemljama Istočnog bloka, već je moderna – što se najbolje vidi na primeru Novog Beograda. Njegov izgled, sa različitim stambenim blokovima i velikim zelenim

površinama, kao da poručuje da Jugoslavija želi da bude slobodna i nesvrstana zemlja. Simbol ovog dela grada je Genex kula, izgrađena po projektu Mihajla Mitrovića. Značajna je i činjenica da nije postojao jedan “državni” arhitekta, već grupa projekatana, što je dalo autentičnu sliku naseljima širom grada.

Kada je savremena arhitektura u pitanju, mora se zapaziti da ne postoje veliki projekti, već uglavnom niču manje stambene i poslovne zgrade, što je uticaj i krize u zemlji. Od većih, nezavršenih projekata, na izložbi su prikazani nacrti za Muzej nauke i tehnike (Boris Podrecca) i Centar za promociju nauke (Volfgang Tšapeler). Od realizovanih projekata, svoje mesto u Ringturmu našao je i shopping centar Zira (Projmetal AD), Hotel i Expo centar (Vladimir Lojanica), Wellness Sky (Studio 4 of 7 Architecture), pozorište JDP (Zoran Radojčić i Dejan Miljković) i drugi objekti izrađeni od 2000.

Od manjih objekata među onima koji čine “sliku grada” su još i “Infinity” u Dobračinoj (Miodrag Mirković), zgrada u Golsvortijevoj (Ivan Ratković), Muzej “Macura” (Ivan Kučina i Nenad Katić) i Haus T (Zoran Radojčić).

A. Radić



Pokrećemo jedni druge

U. S. Steel Serbia je aktivan član lokalnih zajednica u kojima naši zaposleni i članovi njihovih porodica žive. Trudimo se da budemo uključeni u sve sfere njihovog života. Zato nastavljamo da ulažemo i učestvujemo kao volonteri u očuvanju zdrave životne sredine, bogatog kulturnog ambijenta, modernog zdravstva i školstva, sportskih uspeha, srećnog detinjstva i **boljeg života u Srbiji.**



**STVARAMO VEZE
KOJE TRAJU**



U. S. Steel Serbia

VREME

Copyright © NP Vreme, Beograd

Upotreba materijala iz ovog fajla u bilo koje svrhe osim za
ličnu arhivu dozvoljena je samo uz pisano odobrenje NP Vreme

PDF IZDANJE RAZVILI: Saša Marković i Ivan Hrašovec

OBRADA: Marjana Hrašovec