

# 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

# VREME

*Klub dobrih poslovnih ideja*

# USPEHA!

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

**DRUŠTVENO  
ODGOVORNO  
POSLOVANJE**

**Odlika  
uspešnih  
kompanija**

**OSIGURANJE**

**"Moja  
desetka"  
– više od  
štednje**

**ANA FIRTEL, FIC**

# Reforme brojne, ali nedovoljno duboke

# Reforme brojne, ali nedovoljno duboke

Prema najnovijem izdanju Bele knjige 2013, prošla godina je donela širok opseg reformi koje treba da budu produbljene i efikasnije primenjene. Najveći napredak je ostvaren u javnim nabavkama, trgovini i porezima, kao i u oblasti industrije informacionih tehnologija. Određeni pomaci su primećeni u većem delu opšteg pravnog okvira (sa najvećim rezultatima u oblastima zaštite konkurencije i e-trgovine), infrastrukturi (transport, energetika, telekomunikacije), zaštiti životne sredine, kao i u oblastima duvanske i industrije privatnog obezbeđenja. Najmanji napredak je uočen u oblasti radnopravnog zakonodavstva i ljudskog kapitala, nekretninama i gradnji i carinama, kao i u oblastima hrane i poljoprivrede, osiguranja i lizinga

U četvrtak 31. oktobra, predstavljena je Bela knjiga za 2013. godinu – skup komentara i preporuka srpskoj vladi za poboljšanje poslovne klime u zemlji, koju svake godine izdaje Savet stranih investitora (Foreign Investors Council – FIC). O ovogodišnjem izdanju Bele knjige i oceni učinka jednogodišnjeg rada Vlade kada je reč o poboljšanju poslovnog ambijenta, za “Vreme” govori Ana Firtel, izvršni direktor FIC-a.

**“Vreme”:** Duže od šest godina ste izvršni direktor FIC-a. Ovo je treća vlada od 2007. godine. Koja vlada je najviše poboljšala poslovnu klimu?

**ANA FIRTEL:** Savet stranih investitora postoji 11 godina i sa svim vladama u tih 11 godina postojao je određen napredak. Od poslednjih šest godina, četiri su bile za mandata jedne vlade, Mirka Cvetkovića, i ako pogledamo taj period, bilo je usvojeno više od 800 zakona važnih za poslovnu klimu. Problem je bio sprovođenje tih zakona, tako da je učinak bio polovičan. Ali ono što je važno reći jeste da je za svih tih 11 godina saradnja stalno išla napred. Dobro je što dijalog postoji i da nije vezan samo za promociju Bele knjige – već se aktivno radi tokom čitave godine i na ekspertskom nivou.

**Kako izgleda ta saradnja?**

Saradnja je obično vezana za rad na donošenju novih zakona. Ono što je naša preporuka državi jeste da uvede obavezne javne

konsultacije zainteresovanih strana tokom tih procesa, što danas nije uvek slučaj – nekada je to samo formalno. Naime, javna rasprava treba da traje duže – kod nas za većinu zakona ona traje sedam dana i postoje slučajevi kada vi jednostavno nemate dovoljno vremena da uradite analizu i date konstruktivan predlog. Iskustvo pokazuje da to nije dobro, jer od pomenutih 800 zakona, neki su imali problem sa sprovođenjem zato što su doneti na brzinu. Ono što želim ovde da istaknem jeste da Savet stranih investitora ne piše zakone – mi ne mislimo da je to naša uloga kao udruženja. Država ima suvereno pravo i obavezu da formuliše zakonska rešenja, a na nama

je, uzimajući u obzir iskustva naših kompanija članica, da damo komentare, predloge i preporuke na predložena zakonska rešenja.

**U odnosu na prošlu godinu, šta je sve učinjeno, a šta nije, kada je reč o preporukama iz Bele knjige?**

Naš opšti zaključak je da je u prethodnih godinu dana pokrenut širok opseg reformi, broj oblasti koje su obuhvaćene reformama je veliki, ali te reforme moraju da budu dublje, i treba da budu efikasno sprovedene. Među oblastima u kojima je postignut najveći napredak je oblast javnih nabavki, gde je došlo do usvajanja važnog zakona.



Ana Firtel

Foto: A. Andić





Predstavljanje Bele knjige: hotel Hajat

Foto: A. Andić

Svesni smo da postoje određeni izazovi u sprovođenju tog zakona, s obzirom da se s njim tek počelo, ali generalno govoreći, mislimo da je to značajan napredak.

#### Uprkos problemima sa nabavkom lekova?

Upravo sam to i rekla, dakle, postoje problemi u sprovođenju, mi smo toga svesni,

ne kažemo da je to savršeno. Mislimo da je zakon dobar, jer uvodi više kontrole i anti-koruptivne mere, ali činjenica je da kod takvih sistemskih zakona često ima problema u sprovođenju tokom prvih godinu dana.

Govoreći o pozitivnim pomacima, u oblasti trgovine došlo je do izmena i dopuna

zakona kojima su uklonjene barijere za priliv novih investicija. I u oblasti poreza je došlo do napretka, to se pre svega odnosi na uvođenje obavezujućih mišljenja i izmena u Zakonu o PDV-u, npr. poreski tretman slobodnih zona. Takođe, zabeležili smo napredak u regulatornom segmentu i u oblasti IT industrije.

Gde nije bilo napretka? Pre svega u oblasti radno-pravnih odnosa, u oblasti nekretnina i gradnje, i carina. Takođe, reforme su izostale u oblasti lizinga, osiguranja, hrane i poljoprivrede. Kod poljoprivrede, jedna od važnih tema je unapređenje inspekciskog sistema, kako bi se podigla konkurentnost domaćih proizvoda i osigurala poštena tržišna utakmica. Takođe, tu je i pitanje sprovođenja Zakona o bezbednosti hrane. Bela knjiga već godinama ima preporuku da treba da se osnuje nacionalna referentna laboratorija.

#### Možete li da sumirate preporuke ovogodišnjeg izdanja "Bele knjige"?

Postoje četiri ključne preporuke: neophodna je makroekonomska stabilnost, neophodne su sistemske reforme i jasno definisanje uloge države na tržištu, potrebno je jačanje kapaciteta države da bi sprovodila zakone i osigurala vladavinu prava, a četvrta preporuka je unapređenje poslovne klime.

## Klimavi stubovi razvoja

Od 267 preporuka koje su predate prošle godine, u 47 odsto slučajeva (125) napravljen je progres, dok u 53 odsto (142) nije bilo napretka. Konkretno, u 98 slučajeva bilo je određenog napretka, dok je kod 27 preporuka došlo do znatnog napretka (10 odsto od ukupnog broja preporuka), kaže se u novoj Beloj knjizi. Savet stranih investitora posebno izdvaja oblasti saobraćaja, energije, telekomunikacija i IT, nekretnina i izgradnje i tržište rada i ljudski kapital, zbirno ih nazivajući "Stubovima razvoja": "Opšta ocena za promene u sektorima koji se vode kao 'Stubovi razvoja' glasi da su one i dalje manje od onog što je potrebno, čak manje i od onog što je moguće. Tačno je to da opšta teška ekonomska situacija ne može a da nema uticaja i na ove sektore privrede. S druge strane, ovi sektori zaslužuju veću pažnju zbog svog multiplikatorskog efekta na rast cele privrede. Pored toga, za neke od željenih promena nisu potrebna značajnija finansijska sredstva", navodi se u Beloj knjizi.

Od prošlogodišnje 63 preporuke koje su se odnosile na ove oblasti, u svega šest slučajeva došlo je do "značajnog napretka" (jedan u energetici, dva u telekomunikacijama i tri u informacionim tehnologijama), u 14 do "delimičnog napretka" (tri u oblasti saobraćaja, dva u oblasti energetike, ukupno sedam u telekomunikacijama i IT sektoru, jedna u oblasti nekretnina i izgradnje i jedna u oblasti tržišta rada i ljudskog kapitala), dok nikakvog napretka u odnosu na prošlu godinu nije bilo kod više od dve trećine preporuka, odnosno kod 43 preporuke za ove ključne oblasti srpske privrede. Glavninu od toga čini oblast tržišta rada i ljudskog kapitala, gde od prošlogodišnjih 26 preporuka u čak 25 nije došlo ni do kakvog pomaka.

# Odlika uspešnih kompanija

“Jedna od najvećih domaćih kompanija, sa preko 1700 zaposlenih – Victoria Group, priključila se FPL-u u novembru prošle godine. Kroz saradnju sa njima mogli smo da vidimo da je Victoria Group u periodu 2007–2012. uložila preko 1,5 miliona evra u projekte društvene odgovornosti. Najskoriji primer ove prakse smo imali priliku da vidimo kroz njihovu sistemsku i održivu pomoć – donacijom od 250.000 evra Urgentnom centru Kliničkog centra Srbije”

Kakva je praksa domaćih firmi kada je reč o društveno odgovornom poslovanju (*Corporate Social Responsibility* – CSR)? Koliko one ulažu u ovu oblast u periodu krize i postoje li razlike u odnosu na multinacionalne kompanije koje posluju u Srbiji? O temi korporativne društvene odgovornosti za “Vreme” govori Neven Marinović, izvršni direktor Foruma poslovnih lidera Srbije i Smart kolektiva.

**“Vreme”:** Po vašoj proceni, koliko je neko-liko teških godina za privredu uticalo na obim društveno odgovornog poslovanja kompanija u Srbiji? Da li je to među prvim stavkama na kojima se šteti u krizi?

Neven Marinović: Kriza jeste uticala na smanjenje budžeta kompanija za društveno odgovorne aktivnosti, ali ne nužno i na njihov obim, jer se oblici angažovanja menjaju. Možda kompanije izdvajaju manje novčanih sredstava, ali sve češće doniraju proizvode, usluge ili uključuju svoje zaposlene u programe podrške, što na kraju dovodi do toga da su kompanije u celosti angažovanije, jer su više uključene i povezane sa lokalnim zajednicama u kojima posluju.

Kako do sada nije postojao mehanizam kojim bi se izmerili obim i vrednost ulaganja u ovu oblast, u okviru Foruma poslovnih lidera Srbije (FPL) pokrenuli smo prvu sveobuhvatnu analizu koja identifikuje i meri uticaj kompanija na društveni razvoj i dobili prve konkretne rezultate. U istraživanju je učestvovalo 17 kompanija članica FPL-a, a rezultati pokazuju da su samo u 2012. godini ove kompanije uložile preko 465 miliona dinara, direktno podržale i sarađivale sa 855 partnera iz javnog i civilnog sektora i doprinele realizaciji 1000 projekata u lokalnim zajednicama.

Iako su novčane donacije i dalje

najzastupljeniji vid podrške, zanimljivo je da su u vreme finansijske krize sve češći oblici nefinansijske podrške, kao što su angažovanje zaposlenih na programima podrške lokalnoj zajednici i donacije u proizvodima i uslugama. Na primer, samo u prošloj godini, više od četiri i po hiljade zaposlenih učestvovalo je u 58 volonterskih projekata i posvetilo 11.110 sati rada, što iznosi više od 3,5 miliona dinara, dok su u proizvodima i uslugama kompanije donirale više od 25 miliona dinara.

**Kakve koristi zapravo kompanije imaju od CSR aktivnosti? I koliko ima istine u tvrdnji da je, naročito kod velikih kompanija, reč u suštini samo o stvaranju pozitivne slike u javnosti kroz PR aktivnosti, a ne istinskoj posvećenosti unapređenju poslovanja i odnosa sa lokalnom zajednicom?**

Koristi koje kompanije imaju od CSR aktivnosti su višestruke – to su, pre svega, bolja reputacija, produktivni zaposleni, lojalni potrošači... Međutim, ono što je ključno kako bi kompanija osetila ove koristi, jeste posvećenost principima društveno odgovornog poslovanja u dužem vremenskom periodu. S obzirom da je u pitanju sistematski pristup koji zahteva integrisanje različitih oblasti poslovanja, samo kompanije koje su zaista spremne da se posvete i obavežu, mogu očekivati uspeh u budućnosti. Osim aktivnosti u lokalnoj zajednici koje su javnosti najvidljivije, tu su i briga o zaposlenima, tržišni nastup i, svakako, briga o životnoj sredini. Ove oblasti su podjednako važne i manje podložne PR-u, a da je reč o sveobuhvatnom pristupu vidi se i kroz istraživanje Foruma poslovnih lidera Srbije, prema kome je u usavršavanje zaposlenih i poboljšanje uslova rada uloženo više od 660 miliona dinara, dok je u projekte zaštite životne sredine investirano više od 60 miliona.



Neven Marinović

**U kom trenutku razvoja se kompanije obično odlučuju da počnu da misle na potrebe društva iz kog su nastale? Pretpostavljam da je neophodno da se pređe određeni prag prihoda i dostigne stabilnost poslovanja – teško da male firme obraćaju pažnju na CSR?**

Kompanije ne posluju u izolaciji, one su nezostavan deo društva i svakoj kompaniji je u interesu da posluje u zdravom društvenom sistemu. Pored uobičajenog mišljenja da su CSR aktivnosti namenjene samo velikim i moćnim kompanijama, i mala i srednja preduzeća (MSP) mogu uspešno da implementiraju ovaj koncept, i takvi primeri svakako postoje i u Srbiji. S obzirom na to da najveći deo privrede upravo čine MSP, jako je važno da i ona usvoje principe društveno odgovornog poslovanja. Kao što sam ranije pomenuo, načini na koje oni mogu da doprinesu su različiti i to ne moraju nužno da budu novčane donacije u lokalnoj zajednici, već to može biti, na primer, unapređenje energetske efikasnosti, čime, osim smanjenja negativnih uticaja, mogu da ostvare i

određene uštede u poslovanju.

Iako Forum poslovnih lidera Srbije trenutno okuplja 20 vodećih kompanija koje posluju u Srbiji, posebno se trudimo da motivišemo i podstaknemo MSP da implementiraju prakse društveno odgovornog poslovanja, bilo da to čine kompanije članice kroz svoj lanac nabavke ili naša mreža kroz promociju primera dobrih praksi u sektoru MSP-a. Na primer, ove godine smo prvi put u saradnji sa međunarodnim partnerima i uz podršku Evropske komisije dodelili Evropsku nagradu za CSR partnerstvo u kategoriji malo i srednje preduzeće i prijatno smo iznenađeni primerima sa kojima smo se tokom konkursa susreli. Dobitnici nagrade imali su priliku da na Evropskoj ceremoniji koja je održana u Briselu razmene iskustva sa drugim dobitnicima ove nagrade iz sektora MSP-a iz 29 evropskih zemalja i to je jedan od načina da MSP-u i dodatno odamo priznanje i motivišemo ga.

### **CSR poslovanje se uglavnom dovodi u vezu sa inostranim, multinacionalnim kompanijama. Kakva je situacija sa domaćim firmama u Srbiji?**

Može se reći da su multinacionalne kompanije na neki način pokrenule ovo pitanje u Srbiji donevši nove prakse i trendove iz svojih centrala. S obzirom na to da multinacionalne kompanije imaju podršku svojih centrala koje razvijaju globalne strategije u ovoj oblasti, domaćim kompanijama je na neki način teže, pa je tim pre lepo videti da ni domaće kompanije ne zaostaju kada je u pitanju primena ovog koncepta. U vezi s tim, rekao bih da se CSR vezuje pre svega za uspešna preduzeća, bila ona multinacionalna ili domaća.

### **Možete li uporediti odnos domaćih kompanija prema CSR-u sa istom praksom u Zapadnoj Evropi? Ima li suštinskih razlika? Da li možete da navedete primer domaće kompanije sa dobrom CSR praksom?**

Verujem da suštinske razlike ne postoje – dok su na neki način multinacionalne kompanije usmerene svojim globalnim strategijama, domaće imaju i veću slobodu pri definisanju prioriteta društveno odgovornog poslovanja, ali onda dolazimo i do tog momenta da su i očekivanja od lokalne zajednice veća.

Ponosni smo što je Forum poslovnih lidera

Srbije, za pet godina otkad postoji, uspeo da okupi istinske lidere društveno odgovornog poslovanja, i njegove članice su uglavnom multinacionalne kompanije, ali odskoro postoji sve veće interesovanje i domaćih kompanija. Na primer, jedna od najvećih domaćih kompanija, sa preko 1700 zaposlenih – Victoria Group, priključila se FPL-u u novembru prošle godine. Kroz saradnju sa njima mogli smo da vidimo da je Victoria Group ozbiljno posvećena ovom konceptu, i da je u periodu 2007–2012. uložila preko 1,5 miliona evra u projekte društvene odgovornosti. Najskoriji primer ove prakse smo imali priliku da vidimo kroz njihovu sistemsku i održivu pomoć – donacijom od 250.000 evra Urgentnom centru Kliničkog centra Srbije. To su zaista primeri vredni pohvale, pogotovo imajući u vidu potrebu za ulaganjem u ovakve institucije i važnost koju ono ima za sve građane.

### **Po vašem iskustvu, koji pristup daje bolje rezultate: ad hoc pomoć aktuelnim problemima, o kojima se najviše govori u javnosti, ili sistemski pristup, kada se planski ulaže u mali broj oblasti, ili čak samo određene institucije?**

Strateška ulaganja daju dugoročnije efekte, ali su *ad hoc* donacije takođe važne u nekim hitnim i nepredviđenim situacijama poput prirodnih katastrofa, velikih kampanja za rešavanje nekog društvenog problema i slično.

Međutim, trendovi u korporativnoj filantropiji su takvi, i to pokazuje i istraživanje koje smo radili, da ona sve više prerasta od trenutne reakcije na potrebe zajednice u strateško ulaganje u razvoj zajednice u kojoj kompanija posluje i zasniva se na određivanju oblasti podrške koje su istovremeno prioriteta i za lokalnu zajednicu, i za kompaniju. U skladu sa tim, kompanije sve češće grade dugoročna partnerstva u lokalnoj zajednici, a istraživanje Foruma poslovnih lidera Srbije pokazuje da su u 2012. godini kompanije najčešće sarađivale sa organizacijama civilnog društva, ali da značajno mesto zauzimaju i državne institucije i organi lokalne uprave.

Prema istom istraživanju, obrazovanje je oblast u koju ulaže najveći broj kompanija, potom slede zaštita životne sredine, promocija zdravih životnih stilova i kultura i umetnost.

## **KAKO DA ZARADITE KROZ OSIGURANJE**

### **“Moja desetka” – više od štednje**

Jednokratnom uplatom premije na period od 10 godina ostvaruje se zarada veća od 50 odsto, što je više od bilo kog drugog vida investiranja

Štednja isplativija nego na bilo kom drugom mestu može se ostvariti kroz program mešovitog životnog osiguranja “Moja desetka”, kompanije Wiener Stadtische osiguranje: jednokratnom uplatom premije na period od 10 godina, ostvaruje se zarada veća od 50 odsto, što je više od bilo kog drugog vida investiranja.

“Moja desetka” je proizvod mešovitog životnog osiguranja koji se ugovara isključivo na deset godina: za to vreme vlasnik polise je pokriven životnim osiguranjem, a po isteku perioda dobija svoj novac natrag, i to uvećan za više od 50 odsto. Najmanji iznos jednokratne uplate je 2000 evra, a polisima mogu ugovoriti osobe od 14 do 65 godina starosti.

Ovo je znatno više i od oročene štednje u bankama, i od klasičnog životnog osiguranja.

<b>PRIMER 1</b>	<b>Žena, 40 god</b>	<b>Muškarac, 40 god</b>
Jednokratna premija	10.000 EUR	10.000 EUR
Trajanje osiguranja	10 godina	10 godina
Osigurana suma za doživljenje sa garantovanom dobiti	15.731 EUR	15.697 EUR

<b>PRIMER 2</b>	<b>Žena, 40 god</b>	<b>Muškarac, 40 god</b>
Jednokratna premija	2.000 EUR	2.000 EUR
Trajanje osiguranja	10 godina	10 godina
Osigurana suma za doživljenje sa garantovanom dobiti	3.146 EUR	3.139 EUR

“Moja desetka” je mešovito osiguranje života, što znači da vlasnik polise ima osiguravajuće pokrivenje i u slučaju smrti.

Ovo je jedinstvena ponuda na našem tržištu: proizvod “Moja desetka”, kompanija Wiener Stadtische osiguranje je ponudila svojim sugrađanima povodom deset godina poslovanja u Srbiji, kao znak zahvalnosti za dosadašnju uspešnu saradnju.



190 GODINA TRADICIJE.





**RB "KOLUBARA"**

## Novo lice srpskog giganta

Na konferenciji za medije u Rudarskom basenu "Kolubara", direktor Milorad Grčić (na slici) je istakao da poređenjem proizvodnih rezultata u prvih devet meseci 2012. i istom periodu ove godine, RB "Kolubara" je ostvarila proizvodnju koja je za 6,2 odsto veća u 2013, a da je pritom ta proizvodnja koštala oko 4,33 milijarde dinara manje nego u istom periodu prošle godine. Naglasivši da godina nije dovoljno dug period da se skoro razoren sistem podigne na noge, rekao je da su mere racionalizacije koje se sprovode, korak po korak, zavođenje reda u svim oblastima poslovanja i svim sektorima "Kolubare" i da su već vidljivi pozitivni pomaci i rezultati. Od početka godine do sada, na kopovima "Kolubare" proizvedeno je 23,6 miliona tona uglja i 53,7 miliona kubika otkrivke. Ove količine predstavljaju prebačaje planova za ovaj vremenski period. Do kraja 2013. godine očekuje se prekoplanska proizvodnja za tekuću godinu. U prvih šest meseci ove godine "Kolubara" je poslovala pozitivno sa dobitkom od blizu 1,5 milijardi dinara, a u istom periodu prošle godine finansijski bilans je bio 2,8 milijarde dinara u minusu.

**IVANČIĆ I SINOV I**

## Briga za najmlađe

Kompanija Ivančić i sinovi donirala je dva monitora za praćenje vitalnih funkcija novorođenčeta (EKG-a, pulsa, pritiska, saturacije kiseonikom, EtCO2) beogradskom Institutu za zdravstvenu zaštitu majke i deteta "Dr Vukan Čupić".

"Ove godine najpoznatiji brend kompanije, Probiotic, obeležava svoj 10. rođendan. Taj jubilej smo odlučili da proslavimo na malo drugačiji način i da još jednom učinimo dobro delo za zdravlje najmlađih članova našeg društva. Naime, od svake prodaje kutije Probiotica izdvojili smo po deset dinara koji su upravo išli u humanitarni fond. Na taj način su prikupljena neophodna sredstva za kupovinu dva monitoring aparata, koji su bili neophodni Institutu za

majku i dete. Simbolično preklapanje brojeva je na jedan lep i human način obeležilo jubilej našeg proizvoda, a Institut je dobio moderne aparate koji mogu da kontrolišu sve vitalne funkcije novorođenčadi", izjavio je mr ph. Nenad Milivojević, marketing menadžer kompanije Ivančić i sinovi.

**COCA-COLA**

## 45 godina proizvodnje u Srbiji

U Pančevu, Užicu i Pirotu nedavno su otvorene Coca-Cola teretane na otvorenom. Ove aktivne zone biće postavljene u 45 opština širom Srbije, a povodom obeležavanja 45 godina od početka proizvodnje čuvenog svetskog napitka u našoj zemlji. Dugo i uspešno poslovanje dokazuje i

činjenica da danas u okviru Coca-Cola sistema u Srbiji posluju tri fabrike u kojima radi 1300 ljudi. Rezultati studije o uticaju kompanije na privredu i društvo, koju su izradili ugledni evropski ekonomisti, pokazali su da Coca-Cola ostvaruje 1,18 odsto BDP-a, a da svaki zaposleni obezbeđuje još 13 radnih mesta u Srbiji što je 0,62 odsto ukupne radne snage.

**ATLANTIC GRUPA**

## Rast prihoda od 2,6 odsto

Atlantic Grupa je u prvih devet meseci 2013. godine ostvarila prihod od prodaje u iznosu od 496,7 miliona evra, što u odnosu na isti period prošle godine predstavlja rast od 2,6 odsto. Dobit pre kamata i poreza (EBIT) porasla je 13 odsto na 50,1 milion evra, dok neto dobit nakon manjinskih interesa u ovom periodu iznosi 25,8 miliona evra zahvaljujući, između ostalog, značajno sniženim troškovima kamata nakon prošlogodišnjeg uspešnog refinansiranja. "Uspešnim sprovođenjem zacrtane strategije Atlantic Grupa je u prvih devet meseci 2013. godine nastavila sa organskim rastom prihoda od prodaje uz poboljšanje profitabilnosti. Posebno smo zadovoljni pokretanjem novih investicija i činjenicom da rezultati potvrđuju stabilnost našeg poslovnog modela u teškom privrednom okruženju. Dodatno, ostvarenim rezultatima na tržištima Rusije i ostalih zemalja ZND, te ključnim evropskim tržištima potvrđujemo internacionalizaciju kao naš strateški fokus. Istovremeno, kontinuirano smo posvećeni upravljanju rizicima, održavanju likvidnosti i upravljanju finansijskim obavezama", istakao je Emil Tedeski, predsednik Uprave Atlantic Grupe.

**JTI**

## Šest miliona dolara ulaganja u Srbiji u 2013.

Dragan Glamočić, ministar poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, svečano je pustio u rad novu unapređenu liniju za prerađivanje duvana u JTI fabrici u Senti. Ova linija deo je šest miliona dolara vredne investicije kompanije JTI u proizvodne pogone i

poslovanje u Srbiji u 2013. godini. "JTI je lider u proizvodnji i preradi duvana u Srbiji i naša strategija će doprineti održivoj proizvodnji duvana u Srbiji. U saradnji sa našim kooperantima i drugim poslovnim partnerima, vredno ćemo raditi na tome da proizvodimo duvan najboljeg kvaliteta", rekao je Piter Kilburg, potpredsednik za finansije za proizvodnju duvana na globalnom nivou kompanije JTI.

Kris Vuds, generalni direktor kompanije JTI za Zapadni Balkan, istakao je: "Ova investicija je utoliko značajnija ukoliko se ima u vidu da poslujemo u okruženju u kom će rastuća ilegalna trgovina rezanim duvanom proizvesti gubitak u državnom budžetu od čak 18 milijardi dinara u 2013. godini. Zato pozdravljamo brzu i odlučnu reakciju Vlade i nadležnih organa u sprečavanju i sankcionisanju ilegalne trgovine rezanim duvanom."

**ERSTE BANK A.D. NOVI SAD**

**Rezultati poslovanja**

"Malim i srednjim preduzećima tokom prvih tri kvartala plasirali smo 120 miliona evra, od toga 80 miliona u kreditima, a ostatak u garancijama i akreditivima. Ukupno je tokom ovog perioda finansirano 375 MSP klijenata. U odnosu na kraj prošle godine ukupan broj malih i srednjih preduzeća sa kojima radimo povećan je za 150 kompanija, što je povećanje od oko sedam odsto. Nastavljamo da na sveobuhvatan način podržavamo potrebe stanovništva i privrede Srbije, da ostvarujemo stabilan i zdrav rast portfolija i poboljšavamo finansijski rezultat", izjavio je Slavko Carić, predsednik Izvršnog odbora Erste Bank a.d. Novi Sad, prilikom predstavljanja poslovnih rezultata ove banke. Između ostalog, bilansna suma banke je uvećana za 19,1 odsto – sa 80,7 milijardi dinara na kraju 2012. godine na 96,1 milijardu dinara na kraju trećeg kvartala 2013. godine, ukupni krediti u odnosu na kraj 2012. su povećani za 4,9 odsto i iznose 58,4 milijarde dinara, dok su ukupni depoziti povećani za 22,3 odsto i iznose 75,9 milijardi dinara. Neto dobit na kraju trećeg kvartala 2013. godine iznosi 854,2 miliona dinara, što je deset odsto više nego u istom periodu prethodne godine, kada je iznosila 776,2 miliona dinara, saopšteno je iz Erste banke.



**Braća Burazeri: Stvaranje murala**

**foto: Branimir Milovanović**

**NELT**

**Premijerno predstavljeno deset murala**

Murali jedinstvenih motiva i stilova koje su oslikali renomirani umetnici i dizajneri iz regiona, predstavljeni su u kompaniji Nelt u ponedeljak, 4. novembra. Autori murala su Nina Radenković, EmaEmaEma, Maša Milanković, TKV, Bratislav Milenković, Marko Prokić, Nebojša Cvetković, Braća Burazeri, Nemanja Jehlička i Željko Lončar. Umetnici su namenski osmislili murale za koje su smatrali da su adekvatni za ovo specifično okruženje, a svi zajedno će predstavljati unikatni umetnički kolaž. Projekat je pokrenut na inicijativu jednog od vlasnika kompanije NELT, gospodina Nebojše Šaponjića, koji je imao priliku da poseti "Wynwood Walls" u Majamiju, nekadašnju lokaciju sa starim skladištima. Ovaj prostor preuređen je u park visokoumetničkog karaktera, a najpoznatiji zidni slikari i graffiti umetnici iz celog sveta angažovani su da oslikaju ova do tada neugledna skladišta. Sam prostor između skladišta je preuređen u park, a ceo kompleks je okarakterisan kao revitalizovana gradska jedinica. Projektom se izašlo iz okvira street i graffiti arta, jer je okruženje u kome se Neltov magacin nalazi puno zelenila i izopšteno od gradske vreve.

**ECCOS 2013**

**Popularni CEO sve važniji za biznis**

Devet od deset eksperata korporativnih komunikacija vodećih evropskih kompanija ocenilo je da je kapacitet CEO-a da se nosi sa upitima medija i drugim javnim nastupima, postao ključan za ukupan uspeh i reputaciju kompanija kojima upravljaju. Istraživanje ECCOS 2013 (European Chief Communication Officers Survey), u kome su učestvovali vodeći evropski eksperti komunikacija, otkrilo je koliko važan postaje imidž koji ima vodeći čovek kompanije – predsednik ili CEO. U prilog tome najviše doprinosi činjenica da se u kompanijskim vestima, i uspeh i loši rezultati sve više pripisuju određenim pojedincima. Samim tim, imidž poslovnih lidera postao je od suštinske važnosti za reputaciju kompanije. Rezultate istraživanja predstavili su Ketchum i EUPRERA (Evropska asocijacija za edukaciju i istraživanja u oblasti odnosa sa javnošću). "Javnost se često više identifikuje sa pojedincima koji vode kompaniju, nego sa samim kompanijama kao organizacijama. Pozicioniranje CEO-a kao osobe koja može biti zapamćena i kojoj se veruje zahteva pažljivo planiranje. Kompanije koje misle da to ostave sudbini ili slučaju, preuzimaju na sebe veliki rizik", istakla je Ljiljana Boljanović, direktorka agencije Olaf&McAteer (ekskluzivni partner Ketchama u Srbiji).



**TELEKOM**

## “Kada voziš, parkiraj telefon!”

Telekom Srbija, u saradnji sa Upravom Saobraćajne policije MUP-a Srbije i Srpskim komitetom za bezbednost saobraćaja, pokrenuo je kampanju “Kada voziš, parkiraj telefon!”, koja ima za cilj promenu stava, odnosno podizanje svesti vozača o opasnostima upotrebe mobilnog telefona tokom vožnje, kao i povećanje nivoa bezbednosti saobraćaja na putevima. Kampanji su se, kao promoteri, pridružili i Ivana Španović i Emir Bekrić, osvajači bronzanih medalja na Svetskom prvenstvu u Moskvi i najbolji atletičari Balkana u 2013. godini. Prema istraživanjima, razgovor telefonom tokom vožnje povećava rizik od nastanka nezgode četiri, a pisanje i čitanje SMS poruka čak osam puta, jer je pažnja vozača preusmerena sa saobraćajne situacije, a vreme potrebno da vozač reaguje na određene situacije u saobraćaju povećano. Neki istraživači u ovoj oblasti porede korišćenje mobilnog telefona sa dejstvom alkohola od najmanje 0,8 mg/ml. Osim što reaguju sporije, vozači koji koriste telefon

tokom vožnje ne zapažaju veliki broj detalja i situacija iz okruženja, što za posledicu ima nastanak saobraćajne nezgode.

**DELTA HOLDING**

## Prihod 445 miliona evra

U prvih devet meseci ove godine kompanija Delta Holding ostvarila je prihode od prodaje od 50,1 milijardu dinara, odnosno 445 miliona evra. Na devetomesečnom kolegijumu Kompanije rezultat je ocenjen kao veoma dobar, u uslovima poslovanja koji su izuzetno teški za celokupnu privredu Srbije, a za Delta Holding u nekim segmentima još i teži. U istom periodu, operativni profit pre amortizacije (EBITDA) iznosio je 4,3 milijarde dinara, odnosno 38,1 milion evra. U budžet Republike Srbije, po osnovu poreza i doprinosa, uplaćeno je 7,4 milijarde dinara, odnosno 66 miliona evra. Za devet meseci u humanitarne svrhe donirano je 750.000 evra. Organizovano je 228 akcija koje su obuhvatile 36.000 korisnika pomoći. Ukupna davanja zajednici, uključujući i društveno odgovorna sponzorstva, iznosila su 1,2 miliona evra.

**UNIQA**

## Preuzimanje kompanija “Basler”

Osiguravajuća grupacija UNIQA potpisala je ugovor o preuzimanju srpskih i hrvatskih osiguravajućih kompanija Basler, švajcarske Baloise grupe. Ugovor je potpisan 21. oktobra 2013. godine. Ta akvizicija je trenutno predmet odobrenja nadležnih regulatornih organa i antimonopolskih komisija u obe zemlje, a očekuje se da će biti u potpunosti završena u prvom kvartalu 2014. godine. Visina transakcije za obe kompanije iznosi 75 miliona evra. Wolfgang Kindl, član Upravnog odbora osiguravajuće grupacije UNIQA i CEO UNIQA Internationala ovim povodom je izjavio: “Ovo je zaista izvrsna prilika za UNIQA International da poboljša tržišne pozicije u Hrvatskoj i Srbiji, kao i u celoj Jugoistočnoj Evropi. Verujemo da postoji veliki potencijal za budući rast u regionu. Ova akvizicija u potpunosti podržava naš strateški program UNIQA 2.0, i u skladu je sa poslovnim modelom profitabilnog, dugoročnog rasta na našim ključnim tržištima.”