

# VREME

*Klub dobrih poslovnih ideja*

# USPEHA!

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

## SPOLJNA TRGOVINA

Ko su najveći  
izvoznici

## SLOBODAN VASILIĆ, NEOPLANTA

Država ključna  
za domaće  
stočarstvo

**Intervju: Slobodan Vasilčić, izvršni direktor Neoplante**

# Uloga države ključna za domaće stočarstvo

“Investicije u prateću infrastrukturu i unapređenje energetske efikasnosti dodatno su poboljšali naše poslovanje. To pokazuje i činjenica da smo 2014. u odnosu na 2010. godinu udvostručili proizvodnju, dok su troškovi energije ostali na istom nivou”

“Godina za nama bila je ekonomski vrlo turbulentna”, kaže u razgovoru za “Vreme” Slobodan Vasilčić, izvršni direktor Neoplante o poslovnim rezultatima u 2014. i planovima za 2015. godinu. “To pokazuje i nastavak pada kupovne moći, koji je za posledicu imao i pad tržišta mesnih prerađevina za više od sedam odsto u poređenju sa 2013. godinom. Ipak, Neoplanta je uspela da ostvari odlične poslovne rezultate. Zadržali smo pozitivan trend rasta prodaje, prirodno i finansijski, što je dovelo do rekordnih proizvodnih i prodajnih rezultata. Ako posmatramo tržište u celini, Neoplanta je u 2014. zabeležila rast prometa za 25 odsto u odnosu na 2013. godinu, čemu je doprineo i dosad najveći obim izvoza, pre svega na tržište Ruske Federacije. Odlične rezultate pratio je i rast broja zaposlenih, kojih je sada više od 800. Takođe, završili smo rekonstrukciju novog pogona za konzervirane proizvode, čime je okončan dugoročni projekat rekonstrukcije fabrike. Kada je reč o 2015. godini, koja je za Neoplantu jubilarna, jer obeležava 130 godina poslovanja, ne očekujem značajnije promene poslovnog ambijenta. Ipak, očekujem dalji rast prodaje i sveukupnog poslovanja kompanije, uprkos trendu smanjene kupovne moći stanovništva, pada potrošnje i pada tržišta, te snažne inostrane konkurencije. Pošto izvoz vidim kao veliku razvojnu šansu kompanije, kao jedan od ciljeva je postavljeno proširenje poslovnih aktivnosti u Bosni i Hercegovini i Africi, ulazak na nova tržišta u EU i Ruskoj Federaciji, ali i dalje unapređenje efikasnosti proizvodnih i poslovnih procesa.

**“VREME”:** Koliko su inovacije važne u tržišnoj utakmici? Šta je Neoplanta uradila u 2014. kada je reč o inovacijama – koje su i koliko je uloženo?

**SLOBODAN VASILČIĆ:** Inovacije smatram jednim od ključnih faktora koji su doprineli da Neoplanta danas bude lider na tržištu mesnih prerađevina u Srbiji. Kontinuirano ulažemo napore u razvijanje inovativnih nastupa na tržištu, kako bismo napravili razliku u odnosu na konkurenciju. Sa željom da zadržimo postojeće i privučemo nove potrošače, osluškujemo njihove potrebe i prilagođavamo naš proizvodni portfolio, što pokazuje i činjenica da smo samo prošle godine na tržište lansirali dvocifreni broj novih proizvoda. Prva smo domaća kompanija koja je potrošačima ponudila trajni asortiman u *flow pack* ambalaži, koja omogućava produženu svežinu proizvoda. Takođe, jedini smo proizvođač na tržištu Srbije koji je paštete lansirao u polipropilenskom pakovanju, čiji poklopac omogućava da se proizvod koristi 48 sati nakon otvaranja. Ulaganje u inovacije kroz dizajn i ukus proizvoda naših ključnih brendova – Patelina, Pipi i Gudi, Neoplanta Delikates i Prego, kao i putem jedinstvenih nastupa na tržištu, biće naše opredeljenje i u budućnosti.

**Kolika je vrednost investicija u fabriku u 2014? Kakvi su planovi za 2015. i šta za vaše dalje poslovanje znači modernizacija?**

Rekonstrukcija fabrike pokrenuta je 2011. godine, kao najobimniji projekat u sklopu dugoročnog investicionog plana. Projekat je uspešno završen prošle godine, a ukupna vrednost investicije iznosila je oko 12,5 miliona evra. Adaptacijom proizvodnih pogona omogućeno je korišćenje punog kapaciteta linije klanja (900 svinja na dan), čime smo dostigli 36 tona dnevne obrade svežeg mesa. Što se tiče prerađevina, trenutni kapacitet iznosi 80 tona

dnevno, što je povećanje od 50 odsto u odnosu na raniji period. Investicije u prateću infrastrukturu i unapređenje energetske efikasnosti dodatno su poboljšali naše poslovanje. To pokazuje i činjenica da smo 2014. u odnosu na 2010. godinu, udvostručili proizvodnju, dok su troškovi energije ostali na istom nivou. Kompletan projekat je za nas veoma značajan jer verujemo da će učvrstiti našu poziciju na postojećim, i omogućiti nam ulazak na nova tržišta. Sa najmodernijom fabrikom u regionu sada smo još konkurentniji, imajući u vidu unapređenja koja se odnose na efikasnost tehnoloških procesa, ali i potrošnju i upravljanje energentima.

**Koliko Neoplantine proizvodnje ide u izvoz i na koja tržišta? Možete li reći nešto o širenju na nova tržišta?**

Udeo izvoza u prometu Neoplante u 2014. godini je iznosio 25 odsto, pri čemu je izvoz udvostručen u odnosu na 2013. Proizvode plasiramo na tržište regiona (Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Makedonija), Ruske Federacije i Afrike. Trenutno smo jedina mesna industrija iz Srbije koja izvozi u Afriku, konkretno Angolu, a prodor na ovo tržište u velikoj meri nam je olakšalo poslovanje u sklopu Nelt Grupe. Nelt je vodeći distributer i provajder logističkih usluga u jugoistočnoj Evropi, koji posluje i u zemljama podsaharske Afrike – Angoli, Zambiji, Zimbabveu, Mozambiku i Malaviju. Uz to, nedavno smo imali prvu isporuku prerađevina na tržište Švedske, što smo takođe jedini uspeali od proizvođača na domaćem tržištu. I dalje smo fokusirani na iznalaženje novih tržišta za naše proizvode, a shodno tome, u planu je izvoz prerađevina u Nemačku. Osim toga, intenzivno radimo na jačanju izvoznih aktivnosti



na postojećim tržištima, uključujući i Rusku Federaciju, koja ima izuzetno veliki potencijal.

**Pre godinu i po dana izjavili ste za RTS da Neoplanta meso iz uvoza koristi za mesne preradevine. Zbog čega za preradevine koristite meso iz uvoza, a ne samo iz Srbije? Kakvo je to meso iz uvoza, i koliko takvog mesa godišnje nedostaje na srpskom tržištu?**

Naša zemlja, nažalost, već dugi niz godina ima osiromašen stočni fond, zbog čega su veliki proizvođači, poput Neoplante, primorani na uvoz sirovina. O tome najbolje svedoči podatak da stočni fond Srbije, u ukupnom obimu, nije dovoljan za potrebe naše kompanije. Napominjem da se uvoze isključivo sirovine 1. kategorije, odnosno meso najvišeg kvaliteta. Takođe želim da naglasim da Neoplanta, kao kompanija sa zaokruženim procesom proizvodnje,

ima sopstvenu farmu, jednu od najvećih u regionu, sa godišnjom proizvodnjom od oko 40.000 tovljenika. Ujedno, nastojimo da potpomognemo razvoj stočarstva u Srbiji putem projekata uslužnog tova, koje realizujemo sa odabranim kooperantima. Ipak, čvrsto verujem da je za rešavanje situacije u kojoj se trenutno nalazi domaće stočarstvo neophodan sistemski pristup, i da bi država u tome trebalo da ima ključnu ulogu. Domaćim proizvođačima bi svakako značila podrška države, pre svega u vidu stvaranja ambijenta za ulaganje u stočarstvo.

**Potrošače svakako zanima koliko ima istine u pričama koje se neprestano pojavljuju u medijima – ne znamo kakvo meso jedemo, jedemo odmrznuto meso staro više godina, švercovano GMO meso iz Argentine ilegalno ulazi u Srbiju preko Kosova, uvozimo najlošije kategorije**

**mesa, meso je prepuno antibiotika... Kao insajder, kao neko ko radi u mesnoj industriji, koliko, po vama, ima istine u svakom od ovih napisa? Koliko je na tržištu mesa nepoznatog porekla i kvaliteta?**

Već duže vreme se u pojedinim medijima pojavljuju natpisi koji su direktno usmereni protiv mesoprerađivačkih industrija, što doprinosi kreiranju negativne atmosfere i dodatno utiče na pad tržišta i pad potrošnje. Verujem da je veoma važno da potrošači znaju šta im se nudi i "šta jedu", ali isto tako da je ovo veoma ozbiljna i osetljiva tema koja se tiče najšire javnosti, te da su spekulacije bilo kakve vrste, kao i uopštavanja, izuzetno štetni za kompletnu domaću privredu. Sa pozicije na kojoj se trenutno nalazim, sa sigurnošću tvrdim da kompanija Neoplanta primenjuje najviše standarde proizvodnje, a da je visok kvalitet, uz obaveznu higijensku ispravnost i zdravstvenu bezbednost proizvoda, apsolutni prioritet. Kompanija posluje poštujući principe HACCP-a, uz implementirane standarde ISO 9001 i IFS, koji akcenat stavlja upravo na bezbednost proizvoda. Naši proizvodi su, u skladu sa važećim zakonima, svakodnevno kontrolisani od strane Veterinarske uprave, a sprovodimo i dodatne, interne kontrole. Jedini njihov cilj jeste da osiguramo da će iz naše fabrike na tržište dospeti isključivo bezbedni proizvodi, visokog kvaliteta.

**Koliko istine ima u informacijama da je u EU dozvoljeno zamrzavanje mesa do šest meseci, a kod nas do godinu dana, pa onda, kad se približi istek tih šest meseci, to meso iz EU se uvozi u Srbiju?**

Prema važećim zakonima i pravilnicima, EU dozvoljava da sveže meso, pre upotrebe, bude zamrznuto do dve godine, odnosno ukupno 24 meseca. Srbija, sa druge strane, ima oštrije kriterijume – dozvoljen starosni rok smrznutog mesa je 12 meseci. Takođe, u Srbiju ne sme da uđe meso starije od šest meseci od datuma zamrzavanja, bez obzira na deklarisan rok trajanja. U tom smislu, zakoni koje propisuje naša zemlja, a tiču se roka upotrebe smrznutog mesa, rigorozniji su od zakona EU. Uz sve to, interni propisi Neoplante su još oštriji – mi uvozimo samo sirovine koje su u smrznutom stanju maksimalno dva meseca, ne duže od toga.

## Spoljna trgovina

# Ko su najveći izvoznici

Ko su nosioci srpskog izvoza koji je u 2014. zabeležio rekordne 14,84 milijarde dolara, kako će na izvoznike uticati nova monetarna politika Evropske centralne banke i može li neka kompanija da se približi Fijatu

Poslednji podaci Republičkog zavoda za statistiku (RZS) na prvi pogled su neobični. Ukupna spoljnotrgovinska robna razmena u januaru 2015, govore ti podaci, iznosila je 2,13 milijardi dolara, što je pad od 10,3 odsto u odnosu na isti period prethodne godine. Isti podaci prikazani u evrima govore da je izvoz u januaru bio 1,82 milijarde evra, što je porast od 4,8 odsto u odnosu na januar 2014. Od ove ukupne razmene, u izvoz je otišla roba vredna 905,9 miliona dolara (pad od 9,4 odsto), odnosno 777,3 miliona evra (povećanje od 6,1 odsto u odnosu na prethodni januar).

Ovako prikazan izvoz i spoljnotrgovinska razmena postaju razumljiviji kada se uzme u obzir da je samo tokom 2014. godine dinar oslabio prema dolaru za 20 odsto, a 5,5 odsto prema evru. Dakle, ovaj čudnovat "rast i pad" razmene i izvoza posledica je promene snaga između dolara i evra u poslednjih godinu dana. Odlukom Evropske centralne banke (ECB) iz januara ove godine, da će mesečno upumpavati 60 milijardi evra u evrozonu, ovaj odnos je samo ubrzano nastavio da se menja, u korist dolara.

Šta će ovo značiti za srpski izvoz? Dalje slabljenje evra moglo bi negativno da utiče na neke privredne grane u Srbiji (vidi okvir "Politika ECB loša po domaću poljoprivredu"). Sa druge strane, podaci Narodne banke Srbije i RZS govore da su u periodu 2006–2014. cene porasle za 81,1 odsto. U istom periodu, evro je ojačao 43 odsto u odnosu na dinar, dakle, gotovo upola manje.

Drugim rečima, cene robe i usluga rale su dvostruko brže od rasta cene evra, čime je domaća valuta veštački ojačana. To su najbolje na svojoj koži osetili neto izvoznici: što je dinar jači, njihov proizvod koji ide u izvoz je manje konkurentan.

Kada je sredinom januara Švajcarska nacionalna banka odustala od odbrane fiksiranog kursa franka, a franak istog trenutka skočio za 15 odsto u odnosu na evro, građani Švajcarske su odjednom u okolnim zemljama EU mogli kupiti 15 odsto više robe nego prethodnog dana, ali je za švajcarske izvoznike ovo bio izuzetno težak udarac ("Nemam reči. Današnja akcija Švajcarske nacionalne banke je cunami, za izvoznu industriju, za turizam i, u krajnjoj liniji, za celu zemlju", izjavio je tada izvršni direktor kompanije Swatch, Nik Hajek).

Podaci RZS pokazuju da se spoljnotrgovinski deficit Srbije konstantno smanjuje – od 2011, kada je bio nešto iznad osam milijardi dolara, do 5,76 milijardi

dolara u 2014. (vidi tabelu "Spoljnotrgovinska robna razmena"). Ujedno, izuzev "preloma" u 2009, prvoj godini krize, obim izvoza iz Srbije je od 2001. sve vreme rastao, i u 2014. dostigao rekordnih 14,84 milijardi dolara. U prvom broju mesečnika "Nova ekonomija" za 2015. godinu, objavljena je lista najvećih neto izvoznika Srbije u tekstu "Ko su neto izvoznici u Srbiji?" (str. 44-49) autora prof. dr Zorana Jeremića i doc. dr Marka Milojevića, pri čemu je celokupnu analizu dvojice autora o najuspešnijim preduzećima, najvećim izvoznicima, uvoznicima i neto izvoznicima u periodu 2008–2014, moguće pogledati na sajtu Business Info grupe (<http://www.big.co.rs/upload/Edition/Download/2015-03/>)

## Slobodan Milosavljević: Politika ECB loša po domaću poljoprivredu

Po rečima dr Slobodana Milosavljevića, savetnika predsednika Privredne komore Srbije i bivšeg ministra trgovine i poljoprivrede, trend povećanja izvoza u protekle tri godine je jasan, uz dalje smanjenje trgovinskog deficita i veću pokrivenost uvoza izvozom. "Nama su najveći strani investitori ujedno i najveći izvoznici iz Srbije. To na neki način direktno opravdava borbu za svakog investitora, jer su oni generatori i ekonomskog rasta, a posebno izvoza. Takođe, mi se nalazimo u situaciji da nama Fijat drži izvoz, i to traje već dve godine. Mi nemamo kompaniju koja bi mogla da kompenzuje vrednost godišnjeg Fijatovog izvoza, eventualno Železaru, ali tek za nekoliko godina. Svaki proizvod, pa i ovaj naš '500L', ima svoj životni ciklus, koji ide od faze rasta i prosperiteta do faze kada tražnja za tim proizvodom kreće da pada, iako on još uvek donosi značajne rezultate. Mi se sada nalazimo u fazi kada je tražnja za tim Fijatovim proizvodom iz Srbije krenula da opada. Veliko je pitanje da li će i kako Fijat u budućem periodu ili osvežavati to vozilo, ili uvoditi neko novo vozilo u proizvodnju i onda na taj način zadržavati ili povećavati nivo izvoza iz fabrike u Kragujevcu", kaže Milosavljević. Govoreći o novim merama ECB, bivši ministar trgovine kaže da će one naročito pogoditi srpsku poljoprivredu. "Nova monetarna politika ECB ima za cilj da podstakne oporavak privrede zemalja članica EU, sa ciljem povećanja konkurentnosti kroz podsticaje u proizvodnom sektoru, ali i kroz smanjenje vrednosti evra. Nama to u ovom trenutku donosi i dobro i loše. Loše, jer imamo jeftinije evropske proizvode na našem tržištu, i to posebno u sektoru poljoprivrede – jeftiniji proizvodi mesne, mlečne, pa i svih drugih industrija, što će otežati plasman naših proizvoda na našem tržištu. Sa druge strane, veća kupovna moć evropskih zemalja, a time i njihovih potrošača, otvoriće mogućnost za više kupovina u Srbiji."

## Viktorija grupa: Srpska soja i suncokret sa dodatom vrednošću

Prema podacima iz pomenute analize, na listi najvećih 30 neto izvoznika u 2014, dve članice Viktorija grupe našle su se među prvih deset – Sojaprotein na petom mestu, sa neto izvozom od 61 milion evra, a Victoriaoil na devetom mestu, sa 49 miliona evra neto izvoza. Analiza pokazuje i da je u periodu 2008–2014. Sojaprotein ostvario ukupan rast izvoza od 297 odsto – sa 16 na 64 miliona – i po tom rastu je na četvrtom mestu za posmatrani period.

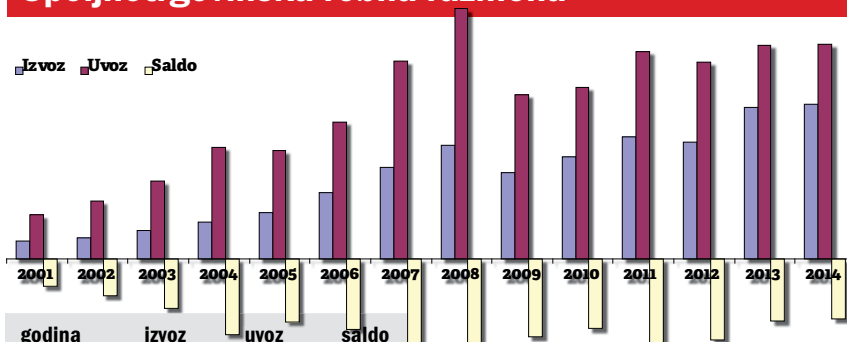
Kako kažu u Viktorija grupi, njihova kompanija je jedan od najvećih neto izvoznika u Srbiji, a prosečni godišnji izvoz u poslednje tri godine iznosio je 173 miliona evra. Za 2015. očekuje se rast izvoza za 15 odsto, u 40 zemalja, od čega je 80 odsto ukupnog izvoza namenjeno tržištu Evropske unije.

“Kompanija dominantno izvozi prerađene poljoprivredne proizvode. Sirovine u našim proizvodima su domaćeg porekla – srpsku soju i suncokret prerađujemo u proizvode dodatne vrednosti”, kaže Nikola Vujačić, direktor operacija Viktorija grupe. “Proizvodi od soje iz naše fabrike Sojaprotein namenjeni su prehrambenoj, ali i farmaceutskoj industriji. U pojedinim proizvodnim segmentima namenjenim prehrambenoj industriji ostvarujemo udeo i do 50 odsto evropskog tržišta. Takođe, veliki iskorak je ostvaren sa sojinim proteinskim koncentratima, kao najmlađem segmentu proizvodnog portfolija Viktorija grupe, a dalji rast očekujemo zahvaljujući nedavno završenoj implementaciji Dunav Soja standarda. Ujedno, prvi smo u regionu dobili ovaj sertifikat za proizvodnju sojinih proteinskih koncentrata od NON-GMO soje.

Naša uljara Victoriaoil je prošle godine najveći izvoz realizovala na tržištima Austrije, Italije, Grčke i u zemljama regiona. Tradicionalno odlični rezultati zabeleženi su u prodaji suncokretovog ulja, a napravljen je veliki proboj sa flaširanim jestivim uljem od repice na tržištima Češke i Slovačke”, zaključuje Vujačić.

## Spoljnotrgovinska robna razmena

Izvoz Uvoz Saldo



godina	izvoz	uvoz	saldo
2001.	1721	4261	-2540
2002.	2075	5614	-3539
2003.	2755	7473	-4718
2004.	3523	10750	-7227
2005.	4482	10455	-5979
2006.	6428	13170	-6744
2007.	8825	18968	-10143
2008.	10974	24042	-13069
2009.	8344	15807	-7463
2010.	9795	16471	-6676
2011.	11780	19862	-8082
2012.	11228	18929	-7701
2013.	14611	20551	-5940
2014.	14843	20609	-5765

u mil. USD

Izvor: Republički zavod za statistiku

The\_Economy\_And\_Finance\_Board\_2015.pdf). Prvi – ubedljivo prvi – na listi najvećih izvoznika je Fijat iz Kragujevca, koji sa 1,36 milijardi evra ukupnog izvoza u 2014. daleko nadmašuje pratioc – NIS (370 miliona evra), Tigar Tyres (233 miliona), Železaru Smederevo (201 milion), Tetra Pak (160 miliona) i Hemofarm (149 miliona). Fijat je i najveći neto izvoznik sa 436 miliona evra u 2014, što je malo manje nego zbir neto izvoza sledećih šest najvećih neto izvoznika – HIP-Petrohemije iz Pančeva (127 miliona evra),

## 30 najvećih neto izvoznika u Srbiji u 2014. godini

kompanija	izvoz	uvoz	neto
Fiat Automobili Srbija	1365	929	436
Hip-petrohemija	148	21	127
Yura Corporation	119	42	77
RTB Invest	81	15	66
Sojaprotein	64	2	61
Hemofarm	149	89	60
Jugoimport-SDPR	67	12	55
Sirmium Steel	99	48	51
Victoriaoil	52	3	49
Sunoko	50	8	42
LBK Livnica Kikinda	55	19	37
VaLy	94	58	36
Tarkett	98	62	36
MK Commerce	37	1	35
Fabrika šećera TE-TO	33	3	30
Čirić i sin Sakule	29	0	29
Koteks Viscofan	42	16	26
Prvi Partizan	44	19	25
Umka	41	17	24
Železara Smederevo	201	177	24
Delta Agrar	31	9	22
Ball Pakovanja Evropa	97	75	22
SMATSA	29	8	21
Šećerana Crvenka	22	1	20
Altiva	19	0	19
Tarkett SEE	21	4	17
Vait	17	0	17
Crop S & Partners	26	9	17
Šajkaška fabrika šećera	17	1	16
Granexport	16	0	16
Elixir Food	17	1	16
Gorenje Tiki	28	13	16
Forma Ideale	22	7	15

(u milionima evra)

Izvor: [http://www.big.co.rs/upload/Edition/Download/2015-03/The\\_Economy\\_And\\_Finance\\_Board\\_2015.pdf](http://www.big.co.rs/upload/Edition/Download/2015-03/The_Economy_And_Finance_Board_2015.pdf)

Yura Corporation iz Rače (77 miliona), RTB Investa (66 miliona), Sojaproteina iz Bečeja (61 milion), Hemofarma iz Vršca (60 miliona) i Jugoimport-SDPR iz Beograda (55 miliona).

Ovakva neravnoteža i koncentracija izvoza u jednoj kompaniji može da bude zabrinjavajuća, naročito kada njen izvršni direktor (Serđo Markione) početkom marta na sajmu automobila u Ženevi izjavi da “Fijat više nikada neće biti konkurentan na masovnom tržištu Evrope kao što je nekada bio”.



Predstavnici Wiener Srbija sa Rudolfom Ertlom

## WIENER STÄDTISCHE

### “Günter Geyer” nagrada

U konkurenciji oko 50 kompanija iz 25 zemalja sveta, Wiener Städtische osiguranje a.d.o. Beograd je osvojilo drugu nagradu za društvenu odgovornost, i to za projekte “Sportski čas – Ispravi se!”, “100 hrastova za 10 godina”, kao i za saradnju sa NURDOR-om, Kolom Srpskih sestara i Domom za decu bez roditeljskog staranja “Drinka Pavlović”. Nagradu od 30.000 evra Wiener Städtische osiguranje usmeriće u nove projekte društvene odgovornosti u Srbiji. Petu godinu zaredom “Günter Geyer” nagradu na nivou Vienna Insurance Groupa dodeljuje glavni akcionar Wiener Städtische Versicherungsverein da bi svoje članice podsetio na odgovornost prema svom okruženju i zajednici u kojoj žive i posluju. Iz kompanije je saopšteno i da se u sve društveno odgovorne aktivnosti uključuju volonteri, koji su naročito značajnu ulogu odigrali tokom poplava u maju 2014. godine: gotovo 200 volontera učestvovalo je u akciji “Wiener uz Srbiju” organizujući pomoć za više od 600 porodica, a u okviru projekta vrednog oko 105.000 evra renovirano je i 15 kuća u Obrenovcu.

## DELTA HOLDING

### Specijalna “Virtus” nagrada

Kompaniji Delta Holding drugu godinu zaredom dodeljena je nagrada “Virtus” za doprinos razvoju društvene zajednice. Ove godine Delti je pripala Specijalna nagrada za pomoć u sanaciji štete nastale tokom majskih poplava. Nakon majskih poplava, koje su pogodile našu zemlju prošle godine, Delta Holding je kontinuirano slao donacije u vodi, hrani, sredstvima za higijenu, odeći i obući. Pokrenuta je akcija “Obnova poljoprivrede”, u okviru koje je donirano 190 tona stočne hrane za sedam najugroženijih opština u Srbiji. Kompanija je obnovila i 52 kuće, uključujući i

celu Ulicu Save Kovačevića u Obrenovcu. Ukupna pomoć ugroženima od poplava, koju je u ime Deltinog poslovnog sistema uputila Delta fondacija, dostigla je vrednost od 861.365 evra.

## DIJAMANT

### Najbolji u zapošljavanju osoba sa invaliditetom

Ministar za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja Aleksandar Vulin sredinom marta je tokom posete kompanije Dijamant u Zrenjaninu izjavio da je ta kompanija, na osnovu rezultata kontrole Inspekcije rada, nesumnjivo najbolja kada je u pitanju zapošljavanje osoba sa

invaliditetom. On je pohvalio kompaniju Dijamant ističući da vode računa o radnicima, posebno o onima sa nekim od oblika invaliditeta, kao i što učešćem u brojnim humanitarnim akcijama pomaže onima kojima je pomoć neophodna. Direktorka Dijamanta Slavica Kešeljk rekla je da kompanija ima 750 zaposlenih, od kojih su 26 osobe sa invaliditetom i dodala da su oni “uklopljeni u organizacionu strukturu, u punom obimu, tako da se ne osećaju izuzetom od drugih radnika”.

## HEMOFARM

### Glavna “Virtus” nagrada

Kompanija Hemofarm dobitnik je ovogodišnje glavne nagrade Virtus za filantropiju. Hemofarm i Hemofarm fondacija ovo priznanje osvojili su u kategoriji posebnog doprinosa na nacionalnom nivou na polju korporativne odgovornost u 2014. godini tokom koje su podržali čak 128 projekata vrednih više od 108 miliona dinara: pomoć je upućivana poplavljenim područjima, zdravstvu, kulturi, deci, socijalno ugroženima, talentima i najboljim studentima.

## HENKEL

### Ispunjeni finansijski ciljevi

Henkel je zabeležio dobar učinak u 2014. u izazovnom okruženju, saopšteno je iz ove kompanije. U fiskalnoj 2014. godini, prodaja je neznatno porasla u odnosu na prethodnu godinu i iznosi 16,428 milijardi evra. Usled negativnih efekata kursnih razlika od 4,0 odsto, prodaja je porasla za 4,4 odsto. Organski rast prodaje, koji isključuje uticaj kursnih razlika i akvizicije/prodaje, zabeležio je značajan rast od 3,4 odsto. Nakon korekcije jednokratnih dobiti, jednokratnih troškova i troškova restrukturiranja, korigovani operativni profit (EBIT) povećan je za 2,9 odsto, sa 2,516 milijardi evra na 2,588 milijardi evra. Korigovani prihod od prodaje (EBIT marža) zabeležio je rast od 0,4 procentna poena, sa 15,4 na 15,8 odsto.

**COMMUNIS DDB**

## Predavanje studentima u Berlinu

Ivan Stanković, direktor i vlasnik marketinške agencije Communis DDB, održao je predavanje studentima Berlinske škole kreativnog liderstva na temu "Kako identifikovati, zgrabiti i razviti šanse". Tom prilikom, on je sa akademcima podelio svoja znanja, stečena tokom dugogodišnje karijere na čelu jedne od vodećih marketinških agencija u Srbiji i regionu. "Drago mi je što sam imao priliku da sa kreativcima, budućim liderima u oblasti marketinga, podelim svoja iskustva, jer je vrlina ljudi našeg podneblja da najbolje funkcionišemo u turbulentnim uslovima koji nas teraju da uvek budemo brzi i kreativni. Istovremeno to predstavlja i manu, jer se ne snalazimo toliko dobro kada turbulencija nema i zbog toga smatram da je razmena iskustava veoma važna za dalji razvoj oblasti", izjavio je povodom predavanja Ivan Stanković, direktor agencije Communis DDB.

**IMLEK**

## Nagrada "Moj izbor 2015"

Poslednjeg dana marta, u Skupštini grada svečano su dodeljena priznanja potrošača Srbije "Moj izbor 2015" za najomiljenije domaće proizvode i brendove. Kompanija Imlek dobitnik je dve zlatne medalje "Moj izbor 2015". U konkurenciji od 195 najboljih domaćih proizvoda i brendova za kategoriju "Mleko i mlečni proizvodi" potrošači već petu godinu zaredom biraju Moju Kravicu kao najomiljeniji brend. Posebno priznanje potrošača za najomiljenijeg domaćeg proizvođača u Srbiji dobila je kompanija Imlek. Priznanje "Moj izbor" je jedino priznanje u Srbiji koje se dodeljuje isključivo na osnovu glasova potrošača iz cele Srbije, što je potvrda dugogodišnjeg poverenja koje brend Moja Kravica uživa među kupcima.

**VIP**

## Nagrada za Dejana Turka

Dejan Turk, direktor/CEO kompanije Vip mobile, dobitnik je priznanja "Kapetan Miša Anastasijević" za postignute odlične rezultate i ostvarenu lidersku poziciju u oblasti korporativne odgovornosti. Posebno su prepoznati projekti "Budi Vip student", "Vip ekomotivacija" i "Porodične firme stub razvoja ekonomije Srbije". Ovo priznanje tradicionalno dodeljuje žiri sastavljen od istaknutih privrednika, novinara i profesora za 24 pojedinca i kompanije koji su ostvarili izuzetan uspeh u poslovanju i doprinos podizanju privrednog kapaciteta glavnog grada.

**WIENER STÄDTISCHE**

## Izložba srpske arhitekture u Beču

U četvrtak, drugog aprila, završava se izložba moderne arhitekture u Srbiji, koju su posetio tokom prethodnih mesec i po mogli da posete u galeriji Ringturm u Beču, sedištu osiguravajuće kuće Wiener Städtische. Kustos izložbe pod nazivom "Grad kao regionalni kontekst arhitekture" bili su Adolf Stiler i Bojan Kovačević, a postavka je obuhvatala primere preteče moderne arhitekture u srpskim gradovima tokom '20-ih i '30-ih godina XX veka, graditeljski zamah u periodu socijalističke Jugoslavije, a bilo je prikazano i nekoliko primera savremene arhitekture, kao spoj sa aktuelnim trenutkom.

**SIEMENS**

## O energetske bezbednosti i efikasnosti

Kompanija Siemens d.o.o. Beograd učestvovala je na 4. regionalnoj Biznis Plus konferenciji u organizaciji Biznis Plusa i medijskih partnera ove kuće. Kompanija Siemens bila je jedan od učesnika prvog dana konferencije, na panelu o Energetskoj

bezbednosti i efikasnosti regiona. Energetska efikasnost nije samo štednja u upotrebi energije, već prvenstveno njeno efikasno korišćenje na svim nivoima, saopšteno je iz kompanije i navedeno da je odličan primer za potencijal koji Srbija ima na polju energetske efikasnosti Siemens fabrika vetrogeneratora u Subotici. U ovoj fabrici upotrebom energetske efikasne mašina postignuta je značajna ušteda električne energije, dok su zahvaljujući strogoj kontroli potrošnje vode i toplotne energije ukupni troškovi za energiju smanjeni za 20 odsto.

**TETRA PAK**

## Novi magacin

Tetra Pak®, svetski lider u rešenjima za preradu i pakovanje hrane, danas je najavio otvaranje novog magacina za gotove proizvode u Gornjem Milanovcu. Sa površinom od 4000 kvadratnih metara, novi magacin donosi značajno poboljšanje u skladištenju gotovih proizvoda čime se smanjuje vreme utovara za polovinu, a logistika organizuje efikasnije. Otvaranje magacina najnoviji je deo investicije od ukupno 11,9 miliona evra koje je Tetra Pak uložio u protekle dve godine kako bi povećao proizvodni kapacitet i prostor za skladištenje u fabrici u Gornjem Milanovcu.

**MK GROUP**

## Ugošćeni mladi iz SOS Dečjeg sela

Srednjoškolci i studenti, štice SOS Dečjeg sela u Kraljevu, posetili su MK Group gde su se družili sa predstavnicima kompanije i stekli uvid u to kako izgleda njihov radni dan. Ovom prilikom, od predstavnika kompanije mogli su da čuju kako u praksi izgleda poslovna komunikacija i da vide sa kojim se sve izazovima zaposleni u jednoj od najvećih domaćih kompanija svakodnevno susreću. U okviru organizovane posete, mladi su posetili i klub "Privrednik", a tom prilikom Miodrag Kostić, predsednik MK Groupa, svečano im je uručio poklone – tablet računare kako bi tokom školovanja beležili još veće uspehe.

# 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