

ISSN 2671-1036  
No. 03 / October 2021

# SLÖCRO Business Mirror

Gospodarsko zrcalo

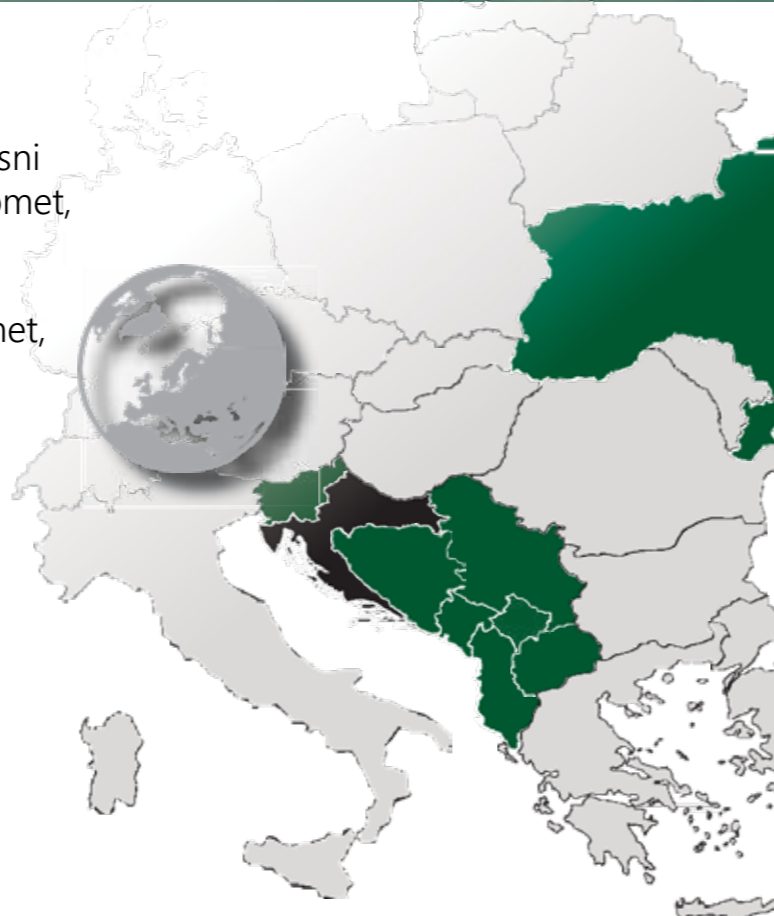
SLÖCRO  
Poslovni klub  
Business Club



**Intereuropa**<sup>®</sup>  
Logističke usluge, d.o.o.

# Pravi logistički partner – iz Hrvatske pokrivamo svijet

- ✓ **Kopneni promet:** zbirni promet, ekspresni promet, cestovni promet, željeznički promet, carinske usluge
- ✓ **Interkontinentalni promet:** zračni promet, pomorski promet, pomorska agencija
- ✓ **Logistička rješenja:** skladištenje i distribucija, logistički projekti



Intereuropa, logističke usluge, d. o. o., Josipa Lončara 3, 10090 Zagreb, Republika Hrvatska  
T: +385 1 3900 666 | E: [uprava@intereuropa.hr](mailto:uprava@intereuropa.hr) | [www.intereuropa.net](http://www.intereuropa.net)

# Uvodnik Poštovani čitatelji!

Dobrodošli u 2019. godinu! Teško je pomisliti kako to istovremeno apsurdno i istinski zvuči dobro. Ne, nije pogreška, doista smo zadovoljni što smo se vratili u 2019. godinu. Naravno, vrijeme prolazi, a godine se broje i za to vraćanje u 2019. ne vrijedi. Međutim, za statističke podatke o kretanju gospodarstva to nam je i više nego dovoljno.

Kriza izazvana koronavirusom je istovremeno iza nas i s nama. Sada je već više nego očito da će virus trajno postati dio naše svakodnevice. Više ga ne uzimamo u obzir kao neki veći remetilacki faktor na kojega treba računati. On je tu, a mi idemo dalje. Danas smo mnogo više fokusirani na druge izazove koji će vrlo vjerojatno postati dominantni problemi u bliskoj nam budućnosti. Europskim gospodarstvima (tako i slovenskom i hrvatskom) kronično nedostaje radna snaga, cijene energenata su podivljale, dobavni lanci su se produljili i poskupjeli... Pripremamo se za zelenu tranziciju, a istovremeno smo euforični zbog Plana oporavka i otpornosti, zaboravljajući da besplatnog ručka nema. Ekonomisti polako, stidljivo i tiho počinju govoriti o inflaciji. Istina, svako zlo je uvijek i za neko dobro, ali svima nama koji smo stariji od milenijalaca sama pomisao na inflaciju izaziva grč u želudcu. Trka u cijinama u kojoj ne možemo pobijediti, usklađivanja, revalorizacije, novac koji iz dana u dan gubi na vrijednosti, preraspodjela bogatstva... Teško je i nabrojati sve ekonomske, društvene, psihološke i možda još neke posljedice inflacije. Pitanje za

milijun dolara je kako se ispravno pripremiti za nadolazeće godine. Je li nas strah? Ne, nije nas strah, ali smo se uželjeli malo normalnosti, a krizni intervali su sve kraći i kraći.

Pred Vama je treći broj revije SLO CRO Business Mirror / SLO CRO Gospodarskoga zrcala, nadamo se zanimljivoga i optimističnog sadržaja.

Pored pregleda trenda slovensko – hrvatske robne razmjene kojega ćemo pratiti iz godine u godinu, skrećem Vam pozornost na izuzetno zanimljiv članak dr. sc. Dubravke Kopun: Kako smo se borili s pandemijom?, te intervju sa gospođom Ksenijom Benedetti o pravilima lijepoga ponašanja na koje često zaboravljamo i Borom Vujovićem u kojem se predstavlja njegovo viđenje tržišta nekretnina koje je u zadnjem razdoblju nadasve zanimljivo. Obratite pozornost i na razmišljanja g. Branka Roglića, vlasnika jedne od najuspješnijih grupacija u regiji.

Da ne bismo bili ekonomsko suhoparni pripremili smo priloge i iz područja kulture. Pritom nismo izašli iz svoga okvira djelovanja. Naprotiv, kultura je, pored gospodarstva, spona koja također spaja Slovence i Hrvate i pomaže nam razumjeti jedni druge.

Ove godine proveli smo i veliku anketu među hrvatskim i slovenskim gospodarstvenicima. U tome su nam pomogli Zdrženje delodajalcev u Sloveniji i HGK – Županijska komora Krapina.

Foto: A. Peterlin



**DR. SC. SAŠA MUMINOVIĆ**  
Predsjednik SLO CRO Poslovnog kluba

Cilj nam je bio provjeriti kakva iskustva i stavove imaju poslovni ljudi Slovenije i Hrvatske jedni o drugima, poslovnoj klimi svoje i susjedne države, te koliko poznamo jedni druge. Odgovori koje smo dobili potvrdili su naše pretpostavke o važnosti osobnih kontakata, susreta i informacija. Bez toga nema dugoročnog businessa. Pandemija nam je dobro pokazala kako je to kada se odjednom prekinu osobni kontakti. Bit će zanimljivo pratiti trend rezultata u narednim godinama.

SLO CRO Poslovni klub nastavlja put povezivanja gospodarstvenika obiju država kroz svoje aktivnosti, susrete, informiranje i promociju. Pri našim aktivnostima i naporima nam svesrdno pomažu javna agencija Spirit Slovenija, Veleposlanstvo Republike Slovenije u Zagrebu, te Veleposlanstvo Republike Hrvatske u Ljubljani.

Svakako očekujemo Vaše komentare, kritike i pohvale. Nadam se da ćete uživati u čitanju naše revije te naš Klub preporučiti Vašim poslovnim partnerima.

Sretno u 2022. godini!



**SLO CRO Business Mirror**  
SLO CRO Gospodarsko zrcalo

**Sufinancira ga:**  
SPIRIT Javna Agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije tujih investicij in tehnologije

**Glavni urednik:**  
dr. sc. Saša Muminović  
**Izvršna urednica:**  
Vesna Vukšinić Zmaić  
**Prijevod na hrvatski:**  
Vesna Vukšinić Zmaić  
**Lektoriranje hrvatskoga jezika:**  
dr. sc. Jasna Kovačević  
**Lektoriranje slovenskoga jezika:**  
Mateja Klemenčič  
**Oblikovanje i grafička priprema:**  
AIKO, Maja Cerjak s.p.

**Fotografije:**  
Ako nije drugačije zapisano osobni su arhiv, Adobe foto stock ili Canva foto stock  
**Tisak:**  
Aero Print, [www.aprinti.net](http://www.aprinti.net)  
**Naklada:**  
500 kom  
**Izdavač:**  
SLO CRO Poslovni klub slovenskih i hrvatskih gospodarstvenika, Koturaška 69, 10000 Zagreb

# BARCAFFÈ RWANDA

NOVI, EGZOTIČAN OKUS  
SINGLE ORIGIN KAVE.



**PUT  
VAŠE KAVE**

SKENIRAJTE KOD I UZ POMOĆ  
BLOCKCHAIN TEHNOLOGIJE  
PRATITE PUT VAŠE KAVE!

[www.barcaffè.hr](http://www.barcaffè.hr)



03 **UVODNIK**  
Riječ predsjednika

06 **GODINA U KLUBU**

10 **ZA USPOREDBU**  
Kako smo se borili s pandemijom?

11 **Intra lighting**

12 **ZA USPOREDBU**  
Pregled slovensko-hrvatske robne razmjene

14 **INTERVJU**  
Vojislav Šuc: S optimizmom gledam na vrijeme koje dolazi

16 **IZAZOVI**  
Od zatvaranja do otvaranja, od epidemije do oporavka

18 **ZA USPOREDBU**  
Iskustva, suradnja, poznavanje i mišljenje o susjednoj zemlji

22 **TOP USPJEH**  
Ambasadori slovenskog gospodarstva GREEN. CREATIVE. SMART.

24 **INTERVJU**  
Dr. Tomaž Kostanjevec: Mogućnosti za ulaganja i zajedničke projekte su u svim sektorima

28 **CGS:**  
Obiščite 3D Demo center CGS

29 **Culmena:**  
Intervju s Anjom Štefanič, direktoricom Culmene

30 **INTERVJU**  
Branko Roglič: Bez ideje ništa ne možete napraviti, ona sve pokreće

34 **ZANIMLJIVOSTI**  
Ljubav prema vinu je ljubav prema životu

36 **INTERVJU**  
Boro Vujović: Razlika situacije od prije nekoliko godina i danas je što se sad sve može prodati

38 **TOP USPJEH**  
Na građevinskom tržištu uspješni više od tri desetljeća

40 **INTERVJU**  
Ksenija Benedetti: Ponekad vas nepoznavanja pravilnog ponašanja mogu stajati posla

44 **INTERVJU**  
Mato Gatnik: Što je zajedničko morskoj soli i knjigama

45 **TOP USPJEH**  
Vetropack Straža: 25 godina u Vetropack grupi

46 **INTERVJU**  
Danira Orešić: Trendovi u odnosima s javnošću pozitivan su izazov profesionalcima svih generacija

48 **TOP USPJEH**  
Proslavili 30 godina i šire posao

50 **NOVE PRILIKE**  
Što Hrvatskoj donosi Plan oporavka i otpornosti?

52 **IZAZOVI**  
Suradnja i razmjena iskustava na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini

56 **INTERVJU**  
Leon Zakrajšek: Za ova tri poteza trebalo mi je trideset godina učenja

58 **ZANIMLJIVOSTI**  
Spomenik Francu Prešernu u Aleji pjesnika na Bundeku

59 **IZAZOVI**  
Kako izgleda uredski prostor nakon Covid-19?

59 **ODRŽIVO**  
Pčele u Društvu AquafilCRO



## sadržaj vsebina

Vsebina / Sadržaj

# Dobrotvorni početak godine

Vesna Vukšinić Zmaić

Kao da koronavirus i potres u Zagrebu nisu bili dovoljni, 2020. godinu u Hrvatskoj završili smo s još jednim snažnim potresom u Petrinji. SLO CRO Poslovni klub odmah je uputio zamolbu članovima Kluba da doniraju financijsku ili materijalnu pomoć onima koji su pogođeni potresom.

**P**onosni smo na sve naše članove koji su odmah pružili materijalnu, ali i financijsku pomoć, među njima; Steklarna Rogaška, Aquafil, Intra lighting, Adria Star, Orbico, Petrol, Podravka i HEP, tvrtke su koje su nam potvrdile informaciju o donaciji ili smo to doznali s društvenih mreža. Uvjereni smo da postoji mnogo više i tvrtki i pojedinaca koji su na katastrofu odgovorili raznim doprinosima. Ovim putem želimo se iskreno zahvaliti svim slovenskim tvrtkama i pojedincima na iznimnom odazivu. Slovenija i Hrvatska snažni su gospodarski partneri, a pomoć koju su slovenske tvrtke i pojedinci pružili ljudima nakon potresa u Petrinji, Glini i Sisku pokazala je da nas veže iskreno prijateljstvo, koje se najviše pokazuje u teškim trenucima. Pomoć je sigurno stigla u prave ruke no, podrhtavanje zemlje ni dandanas nije prestalo.



Zagreb

**»SLOVENIJA IN HRVAŠKA STA MOČNI GOSPODARSKI PARTNERICI, POMOČ, KI SO JO SLOVENSKA PODJETJA IN POSAMEZNIKI IZKAZALI LJUDEM PO POTRESU V PETRINJI, GLINI IN SISKU, PA JE POKAZALA, DA NAS VEŽE ISKRENO PRIJATELJSTVO, KI SE NAJBOLJ POKAŽE V STISKI. NA TEM MESTU SE ISKRENO ZAHVALJUJEMO VSEM SLOVENSKIM PODJETJEM IN POSAMEZNIKOM ZA IZJEMEN ODZIV IN POŠILJANJE MATERIALNE IN FINANČNE POMOČI OŠKODOVANIM V POTRESU V PETRINJI. PREPRIČANI SMO, DA JE POMOČ PRIŠLA V PRAVE ROKE.«**

## Skupština članova Kluba odabrala nove članove Upravnog odbora

SLO CRO Poslovni klub organizirao je prvu internetsku skupštinu članova na kojoj su potvrđena dva nova člana Upravnog odbora i tri člana Nadzornog odbora. Novi članovi Upravnog odbora su Davorka Fištrek iz Podravke, Ljubljana, i Božidar Kadoić, direktor tvrtke Intra lighting u Hrvatskoj.

**Z**a dopredjedicu SLO CRO Poslovnog kluba potvrđena je dugogodišnja članica Upravnog odbora **Ivana Kolar**.

Sastav Upravnog odbora SLO CRO Poslovnog kluba stoga je sljedeći: **dr. Saša Muminović, Branko Roglič, Ivana Kolar, Davorka Fištrek, Janja Starc, Bernard Šrajner i Božidar Kadoić**. Nadzorni odbor sada čine Goran Berić, Tomaž Kačar i Vladimir Tonaj, bivši članovi uprave - Goran Berić i Tomaž Kačar bivši su predsjednici SLO CRO Poslovnog kluba.

**ISKRENE ČESTITKE ODABRANIM ČLANOVIMA VODSTVA!**

Skupštini se pridružio veleposlanik Republike Slovenije u Zagrebu, Nj. E. gosp. Vojislav Šuc, koji je uvodom pozdravio prisutne i zahvalio Klubu na sudjelovanju u proteklom projektu.

Skupštinom, koja se održala putem internetske platforme ZOOM, predsjedao je predsjednik Kluba dr. Saša Muminović. Skupština članova je odobrila završni račun i programsko izvješće za 2020. godinu, te program rada za 2021. godinu.

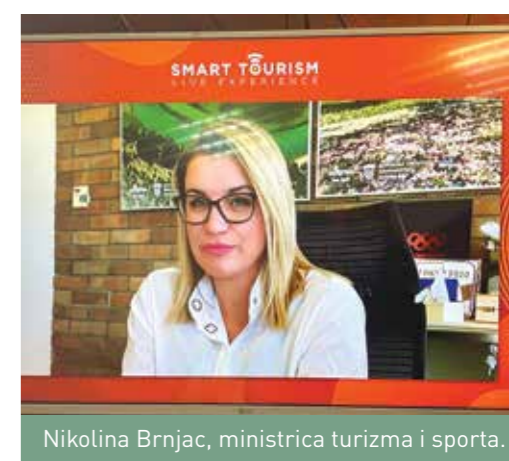
## SMART TOURISM MEET UP - 3. virtualni susreti profesionalaca o pametnom turizmu i budućnosti turizma

U srijedu, 12. svibnja 2021. održan je SMART TOURISM Meet Up - 3. virtualni susreti o turizmu. „Svaka kriza, problem i opasnost donosi i priliku za unapređenje. Jednostavno, tjera nas na redizajn razmišljanja, funkcioniranja i poslovanja te provocira nova rješenja. Komunikacija je najbolji put za traženje učinkovitih rješenja“, rekla je organizatorica konferencije Ivana Kolar. Konferenciju je otvorila gđa. Nikolina Brnjac, ministrica turizma i sporta i poručila: „Pandemija je promijenila sliku turizma i uzrokovala mnoštvo problema, no dala nam je i priliku za bržu transformaciju, refokusiranje, redefiniranje proizvoda, produljenje sezone i novu snagu.“

**S**uorganizator eventa bio je SLO CRO Poslovni klub, glavni pokrovitelj Ministarstvo turizma i sporta, a strateški partner Hrvatska turistička zajednica. Saša Muminović, predsjednik SLO CRO Poslovnog kluba, naglasio je kako su Hrvatska i Slovenija jedna drugoj po značaju treći vanjskotrgovinski partner. Ulazak u projekt eventa i konferencije na "smart" platformi, ali i uživo je važan jer omogućuje neposrednu razmjenu postojećih znanja i iskustava, što je preduvjet za uspjeh čitave destinacije!

Smart Tourism Meet Up je predstavio Smart Tourism Live Experience, jednodnevne radionice o aktualnim temama i globalnim trendovima o kojima je važno razgovarati, o njima učiti i raspravljati. Edukacije će voditi stručnjaci iz prakse od kojih je većina sudjelovala i u Smart Tourism susretima. Autorice i organizatorice eventa, stručnjakinje su s dugogodišnjim iskustvom u turizmu - Ivana Kolar i Leila Krešić-Jurić direktorica HTI Partner i organizatorica HTI Conference & Expo i European HTI Summit Brussels, dok su 3. Smart virtualni susreti o turizmu i Smart Tourism Live Experience njihovi najnoviji zajednički projekti.

Više od 600 registriranih polaznika na tom 3. eventu afirmiralo je Smart Tourism Meet Up kao inicijativu koja okuplja sve koji ćete čuti praktične



Nikolina Brnjac, ministrica turizma i sporta.

i pozitivne praktične primjere od strane kolega iz struke. I sudionici su vrlo raznovrsni: 22 % predstavlja hotele i smještajne kapacitete, 12 % putničke agencije, 10 % sustav turističkih zajednica, a čak preko 20 % polaznika dolazi iz ostalih djelatnosti koji ne predstavljaju turizam.

## Sa Udrugom poslodavaca Slovenije predstavili smo aktualnosti s područja radnog prava hrvatskim tvrtkama u Sloveniji

**»**SLO CRO Poslovni klub je 1. srpnja 2021., s Veleposlanstvom Republike Hrvatske u Ljubljani pozvao predstavnike hrvatskih tvrtki u Sloveniji da im predstavi uvijek aktualnu temu iz područja radnog prava u Sloveniji i mjera Vlade - „Što čeka nas sutra?“. Jože Smole, Udruga poslodavaca Republike Slovenije, predstavio je temu na zanimljiv i jasan način i odgovorio na različita pitanja. Domaćinu, veleposlaniku Nj. E. Borisu Grigiću i Alenki Hudek zahvaljujemo na prijemu i gostoprimstvu. Planiramo daljnju suradnju i susrete s gospodarstvenicima u Ljubljani u budućnosti i veselimo im se.



Slijeva: dr. sc. Saša Muminović, Jože Smole, Nj. E. Boris Grigić.

## Za svjetski dan pčela postavili smo mural u Zagrebu

Uz Slavonsku aveniju, jednu od najprometnijih gradskih ulica u Zagrebu postavljen je umjetnički rad street art umjetnika Mirona Milića, posvećen važnosti zaštite pčela i održivosti ekosustava. Rezultat je to **suradnje Veleposlanstva Slovenije, Atlantic Grupe i SLO CRO Poslovnog kluba** - u nastojanju da se podigne svijest o potrebi zaštite ovih jedinstvenih oprašivača cvjetova o kojima ovisi čak trećina ljudske hrane.

**U** jedinjeni narodi proglasili su Svjetski dan pčela 20. svibnja 2017. godine na inicijativu Republike Slovenije u želji da potaknu međudržavnu suradnju u zaštiti oprašivača kao i globalnim pitanjima zaštite okoliša, prelaska na održivu poljoprivredu, te iskorjenjivanju gladi u državama u razvoju. *"U Sloveniji je pčelarstvo masovna gospodarska odnosno amaterska djelatnost s nekoliko stoljeća starom tradicijom. Prvi profesionalni učitelj pčelarstva bio je Anton Janša (1734.-1773.), 20. svibanj – Svjetski dan pčela, zapravo je njegov rođendan. Kranjska ili siva medonosna pčela – Apis mellifera carnica – poznata je u cijelom svijetu",* naglasio je veleposlanik Republike Slovenije u Hrvatskoj, **Vojislav Šuc** prilikom otkrivanja umjetničkog rada. *"Način na koji se odnosimo prema okolišu danas, postavlja temelje budućnosti i opstanku svijeta kakav poznajemo u vremenima koja dolaze. Svjedoci smo izumiranja vrsta i smanjenja bioraznolikosti, a bez dizanja svijesti i odgovornog ponašanja prema našem okruženju nažalost, ne možemo se nadati boljoj budućnosti"*, rekao je generalni tajnik Atlantic Grupe, **Ivan Mišetić**.

Godina 2021. je Međunarodna godina kreativnog gospodarstva s ciljem skrenuti posebnu pozornost na važnost kreativne ekonomije za zaštitu pčela i drugih oprašivača. Kreativni stvaratelji, arhitekti, dizajneri, pisci i umjetnici ti su koji postavljaju košnice u urbana središta i potrebu za zaštitom pčela na mentalnu kartu stanovništva - i to učinkovitije od drugih društvenih ili ekonomskih aktivnosti.



*"Oprašivanje je vrlo važno i za druge biljke koje se koriste kao biogorivo u proizvodnji vlakna, lijekova, stočne hrane i građevinskog materijala. Na ovaj način čuvaju se i generiraju brojna radna mjesta. Za budućni razvoj ovog područja, kao i za razvoj poljoprivrede i prerade hrane općenito, od ključnog će značaja biti istraživanja, inovacije, obrazovanje, uvođenje novih (zelenih) tehnologija i prijenos znanja",* dodao je **dr. sc. Saša Muminović**, predsjednik SLO CRO Poslovnog kluba. Otkrivanju murala, pridružio se i predsjednik Hrvatskog pčelarskog Saveza, **Željko Vrbos**.

## Susret poduzetnika u Krapini „Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021-2026“

HGK ŽK Krapina je zajedno s Udrugom "Skup za Zagorje" – i SLO CRO Poslovnim klubom slovenskih i hrvatskih gospodarstvenika 10. rujna 2021. godine organizirala susret poduzetnika na temu „Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021-2026“.

**P**redavanje je održao glavni ekonomist Hrvatske gospodarske komore i posebni savjetnik predsjednika Vlade RH za ekonomska pitanja, **dr. sc. Zvonimir Savić** zajedno s kolegama iz Ministarstva gospodarstva, Hrvatske banke za obnovu i razvitak, te Hrvatske agencije za malo gospodarstvo, inovacije i investicije.

Savić je istaknuo kako je u europskom proračunu osigurano 750 mlrd. EUR za ulaganja u reforme i investicije (RRF fond) kako bi se države članice što prije oporavile od posljedica

koronavirusa. *"Uz navedena sredstva, osigurano je 1.074 mlrd. EUR iz višegodišnjeg financijskog okvira, 7-godišnjeg proračuna. Hrvatski dio iznosi 24,5 mlrd. EUR za razdoblje od sljedećih 7 do 10 godina, od čega je 6,3 mlrd. EUR predviđeno za bespovratna sredstva za oporavak i otpornost. To je 12 % našeg BDP-a što niti jedna državna članica nije dobila."*, izložio je Savić.

*"Dopuštena su ulaganja u pogledu ubrzanja provedbi reformi i povezanih javnih ulaganja u državama članicama, a mogu se poticati i privatna ulaganja. To su npr. financijski instrumenti, poticanje inovacija i digitalizacije, jačanje konkurentnosti i zelena tranzicija gospodarstva."*, istaknuo je Savić te dodao kako se očekuje rast BDP-a do 2025. godine, zahvaljujući ovom Planu.

## Projekt LIDAR - Studija potresa u Petrinji kao doprinos budućoj seizmičkoj sigurnosti

U hotelu Esplanade Zagreb u utorak 29. lipnja 2021. na poslovnom okupljanju u organizaciji SLO CRO Poslovnog kluba predstavljena je Studija potresa u Petrinji kao doprinos budućoj seizmičkoj sigurnosti. **Događaju je prisustvovao ministar graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske, Darko Horvat** te je tom prigodom istaknuo važnost suradnje i međusobne komunikacije akademske zajednice, poduzetnika i javnih institucija u svrhu što kvalitetnije provedbe svih projekata.

**U** zvanike je pozdravio dr. sc. Saša Muminović predsjednik SLO CRO Poslovnog kluba slovenskih i hrvatskih gospodarstvenika. Stručnjaci Geološkog zavoda Slovenije (GeoZS) na čelu s direktorom **dr. sc. Milošem Bavecem** i stručnjaci Hrvatskog geološkog instituta (HGI) koje je predvodio ravnatelj **dr. sc. Slobodan Mika** održali su predavanja na temu „Studija potresa u Petrinji kao doprinos budućoj seizmičkoj sigurnosti“.

Odmah nakon potresa u Petrinji Geološki zavod Slovenije pridružio se međunarodnom projektu u kojem su sudjelovali geolozi iz Italije, Francuske i Hrvatske. Zbog otežane dostupnosti seizmičkog područja, prvenstveno područja ograniče-



Foto: Samir Ceric Kovacevic



Foto: Samir Ceric Kovacevic

nog kretanja zbog opasnosti od mina, stručnjacima Hrvatskog geološkog instituta pridružili su se geolozi Geološkog zavoda Slovenije te napravili snimanje područja s tehnologijom prostornog laserskog skeniranja iz zraka zvanom Lidar. Lidar je akronim od engleskog - Light Detection and Ranging te znači svjetlosno zamjećivanje i klasifikaciju – skeniranjem otkriva vrlo precizne promjene na zemljinoj površini.

Važno je naglasiti zahtjevno i skupo istraživanje tako da je i SLO CRO Poslovni klub financijski podržao taj projekt. Suradnja i njegovanje poslovnih odnosa te međusobna podrška koju promiče SLO CRO Klub i na ovom projektu potvrdio je važnost međusobne suradnje i podrške u akademskoj poslovnoj zajednici te javnim službama.

## BIEN Kranj

**→** SLO CRO Poslovni klub slovenskih i hrvatskih gospodarstvenika bio je važna potpora BIEN-a, Bijenala tekstilne umjetnosti, u sklopu kojeg se organizirao simpozij "Tekstil i održivi pristupi", na kojem se inicijator projekta Carnica Institue fokusirao na ekološke pristupe recikliranju korištenja održivih materijala i razvoj poslovnih prilika na tom području. Na ovogodišnju umjetničku rezidenciju bile su pozvane i četiri dizajnerice tekstila iz Hrvatske, a SLO CRO Poslovni klub omogućio je njihov dolazak. Dizajnerice iz Hrvatske ostvarile su zajednički projekt na temu recikliranja materijala, koji je bio izložen u uličnoj galeriji TAM-TAM u Kranju, a svaka se predstavila i samostalnom izložbom.



Foto: Maša Pic

# Kako smo se borili s pandemijom?

Dr. sc. Dubravka Kopun,  
KOPUN Group, www.kopun.hr



Prošlo je 18 mjeseci od početka pandemije. U tom razdoblju zasipani smo na dnevnoj razini velikim brojem različitih informacija i podataka, koji su rijetko bili prezentirani usporedno ili u odnosu na ostale zemlje ili u odnosu na ukupnu populaciju, stoga u nastavku donosimo pregled ključnih pokazatelja borbe s pandemijom Republike Hrvatske i Republike Slovenije sa zdravstvenog i ekonomskog aspekta.

## ZDRAVSTVENI ASPEKT BORBE S PANDEMIJOM

Sa zdravstvenog aspekta ključni pokazatelji, koji se svakodnevno prezentiraju u medijima odnose se na ukupan broj oboljelih i ukupan broj umrlih od COVID-19. Ali u ovoj analizi dosta su bitni i podaci vezani uz broj testiranih osoba (na 1.000 stanovnika). Paralelno, za buduću tijek pandemije ključni su i pokazatelji:

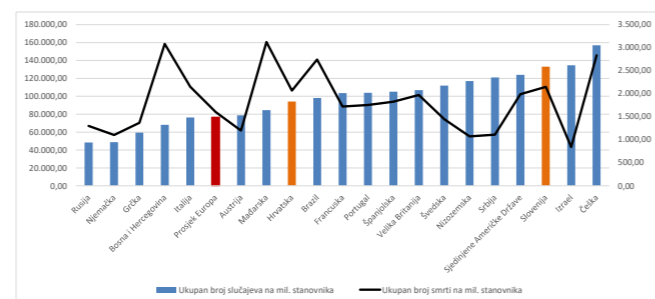
- trenutačnog broja cijepljenih osoba,
- strukture stanovništva (prvenstveno osoba starijih od 65 godina),
- dostupnosti zdravstvenog sustava (broj bolničkih kreveta), ali i
- zdravstvenog stanja pojedine nacije (očekivane godine života, udio populacije pušača, broj kardiovaskularnih smrti, udio dijabetičara).

### OPISI<sup>1</sup>

	HRVATSKA	SLOVENIJA
Ukupan broj oboljelih	385.056	277.853
Broj oboljelih na 1 mil. stanovnika	91.339	128.079
Ukupan broj umrlih	8.456	4.473
Broj umrlih na 1 mil. stanovnika	2.072	2.152
Broj testova na 1.000 stanovnika	654,90	721,34
Udio cijelosti cijepljenih stanovnika	40,49 %	45,43 %
Broj bolničkih kreveta na 1.000 stanovnika	5,54	4,50
Očekivani životni vijek (u godinama)	78,49	81,32
Udio stanovništva starijeg od 65 godina	19,72 %	19,06 %
Broj kardiovaskularnih smrti na 100.000 stanovnika (2017. godina)	253,78	153,49
Udio dijabetičara u ukupnoj populaciji (2017. godina)	5,59 %	7,25 %
Udio pušača – ženske osobe	34,3 %	20,1 %
Udio pušača – muške osobe	39,9 %	25,0 %

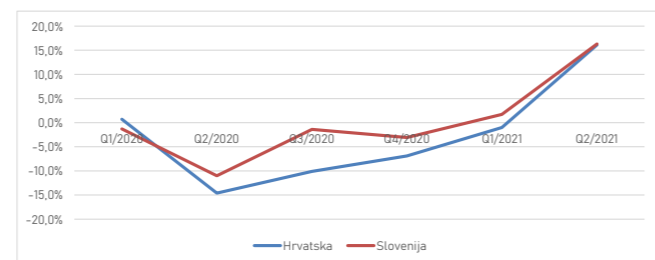
<sup>1</sup> Temeljem podataka Our World in Data tijekom razdoblja 01.02.2020. – 13.09.2021. godine

U odnosu na druge (izabrane) zemlje vidljivo je da su i Republika Hrvatska i Republika Slovenija i po broju oboljelih i po broju smrti (na 1 mil. stanovnika) iznad prosjeka Europe.



## EKONOMSKI ASPEKT BORBE SA PANDEMIJOM

Usporedba promjene realne stope BPD-a tekućeg razdoblja u odnosu na prethodno razdoblje od početka pandemije do Q2/2021 bila je sljedeća:



Značajan oporavak BDP-a u Q2/2021 i u Hrvatskoj i u Sloveniji doveo je i do smanjenja nezaposlenosti uzrokovanog COVID-19 pandemijom. Pregled prosječnih stopa nezaposlenosti po pojedinim kvartalima 2020. i 2021. godine dan je u nastavku:

Razdoblje	HRVATSKA	SLOVENIJA
Q1/2020	8,3 %	4,6 %
Q2/2020	9,2 %	5,2 %
Q3/2020	8,8 %	5,1 %
Q4/2020	9,2 %	5,1 %
Q1/2021	9,6 %	5,3 %
Q2/2021	8,2 %	4,3 %



## Intra lighting s ulaganjima prati potrebe tržišta i nastavlja svoj razvoj

### Ulaganje u nove prostore od 8 milijuna EUR

Intra lighting je dovršila izgradnju nove tvornice u Šempetru pri Gorici u Sloveniji. Prošle godine preseljena je proizvodnja iz Mirena u Šempeter pri Gorici. Potez je bio neophodan za daljnji rast i razvoj poduzeća. Vrijednost ulaganja u novi prostor, uključujući opremu, iznosila je oko 8 milijuna EUR-a.

U novoj su tvornici procesi i operacije osmišljeni tako da bude minimalno međufaznih logističkih kretanja materijala, materijal će se sada čuvati u sedam vertikalnih spremnika ili takozvanih Cardex ormara, a poslovi montaže bit će opskrbljivani komponentama s automatski upravljanim vozilima AGV.

Proizvodnja u Šempetru pri Gorici, koja je najveća u grupi, fokusirana je na proizvodnju svjetiljki od ekstrudiranih aluminijskih profila, u Hrvatskoj je proizvodnja svjetiljki najvećim dijelom bazirana na limu dok se u Srbiji pored svjetiljki baziranih na plastici, proizvode i plastični dijelovi potrebni za sve 3 tvornice. Svi ekstrudirani aluminijski profili izrađeni su po mjeri ili na osnovi matrica razvijenih od strane Intra Lightinga i u vlasništvu su poduzeća.

Portfolio proizvoda tvrtke trenutno uključuje 56 obitelji LED rasvjetnih tijela. Svaka obitelj svjetiljki sastoji se od nekoliko inačica. Ipak, kada ih se prilagodi željama i potrebama kupaca - boja svjetiljke, boja svjetla, dimenzije, kutovi osvjetljenja itd. - portfolio proizvoda povećava se na gotovo 1.000.000 inačica proizvoda godišnje.

Trenutno je u fazi izrada glavnog projekta izgradnje 2 nove proizvodne hale u Čazmi (3000 m<sup>2</sup>) i rekonstrukcije postojećih kapaciteta, s ciljem poboljšanja tehnoloških procesa (robotizacija dijela proizvodnog procesa, nova lakirnica, ...) i postizanja idealne funkcionalne povezanosti postojećeg i novog dijela. Vrijednost investicije je 3 milijuna EUR-a i njezin završetak je planiran za kraj 2022.

**Intra lighting d.o.o.**  
Ulica grada Vukovara 269d; 10000 Zagreb  
Tel.: 01/6389136; 01/6389141  
e-mail: info@intra-lighting.com  
www.intra-lighting.com



# Pregled slovensko-hrvatske robne razmjene

Dr. sc. Saša Muminović

Robna razmjena je krvotok ekonomskih odnosa dviju država. Visok ili nizak krvni tlak za osobe može biti poguban, a gospodarstva se naviknu i na jedan i na drugi. Najbolje je kada raste u kontinuitetu, a oscilacije su te koje ostavljaju negativne tragove. Znači, neka robna razmjena polako raste, a ne talasa previše. Tako je slovensko-hrvatska robna razmjena bila školski primjer kontinuiranoga rasta uz malo talasanja sve do prošle godine.

2020. godina pokvarila je krasan niz od sedam godina u kojima je zabilježen rast robne razmjene. Pad robne razmjene među gospodarstvima Slovenije i Hrvatske u 2020. godini je iznosio 8,5 %. U apsolutnim brojkama robna razmjena je sa 4,619 mlrd. EUR u 2019. godini pala na 4,228 mlrd. EUR. S obzirom na epidemiju izazvanu Covidom-19 rezultat je čak i bolji od očekivanog te još jednom pokazuje kako su slovensko i

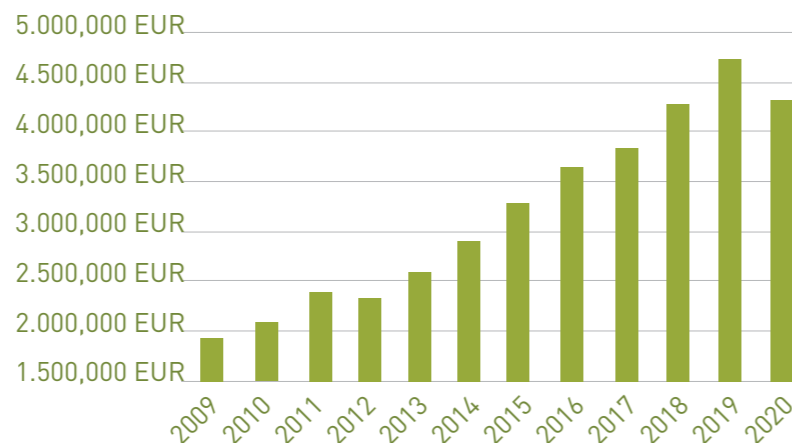
hrvatsko gospodarstvo veoma povezani i upućeni jedni na druge. U prvih šest skupina proizvoda pet skupina su iste za obje države što nam dodatno govori o komplementarnosti slovenskog i hrvatskog gospodarstva.

Kriza nije promijenila činjenicu da su i slovenskom i hrvatskom gospodarstvu najveći vanjskotrgovinski partneri iz EU-a, a među njima Njemačka, Italija i naravno Slovenija.

Promatrajući razdoblje 2009. – 2019. robna razmjena Slovenije i Hrvatske povećana je za impozantnih 140 %, odnosno iz 2 mlrd. EUR na skoro 5 mlrd. EUR. Ukoliko promatrano razdoblje proširimo i 2020. godinom robna razmjena povećana je za nešto manjih 119,7 %.

Naravno, ponovno skrećemo pozornost da moramo uzeti u obzir koliko su slovensko i hrvatsko gospodarstvo manje od njemačkog ili talijanskog, te nezaobilazni utjecaj razmjene usluga (prvenstveno turizma) koje u ovom nisu uključene.

## ROBNA RAZMJENA 2009. - 2020. (U 1.000 EUR)



Dr. sc. Saša Muminović

## ROBNA RAZMJENA SLOVENIJE I HRVATSKE 2009-2020 (U 1.000 EUR)

GODINA	IZVOZ ROBA IZ SLOVENIJE U HRVATSKU	IZVOZ ROBA IZ HRVATSKE U SLOVENIJU	UKUPNO	SALDO
2009	1.282.012 EUR	642.480 EUR	1.924.492 EUR	639.532 EUR
2010	1.264.416 EUR	793.182 EUR	2.057.598 EUR	471.234 EUR
2011	1.424.025 EUR	926.700 EUR	2.350.725 EUR	497.325 EUR
2012	1.356.693 EUR	943.463 EUR	2.300.156 EUR	413.230 EUR
2013	1.484.298 EUR	1.069.049 EUR	2.553.347 EUR	415.249 EUR
2014	1.774.997 EUR	1.084.053 EUR	2.859.050 EUR	690.944 EUR
2015	1.864.299 EUR	1.371.065 EUR	3.235.364 EUR	493.234 EUR
2016	2.076.048 EUR	1.506.922 EUR	3.582.970 EUR	569.126 EUR
2017	2.256.618 EUR	1.507.453 EUR	3.764.071 EUR	749.165 EUR
2018	2.511.062 EUR	1.683.867 EUR	4.194.929 EUR	827.195 EUR
2019	2.894.876 EUR	1.724.670 EUR	4.619.546 EUR	1.170.206 EUR
2020	2.636.748 EUR	1.591.355 EUR	4.228.104 EUR	1.045.393 EUR

IZVOR: <https://www.izvoznookno.si>; Službena statistika

## RAST ROBNE RAZMJENA SLOVENIJE I HRVATSKE 2009-2020

GODINA	IZVOZ ROBE IZ SLOVENIJE U HRVATSKU	IZVOZ ROBE IZ HRVATSKE U SLOVENIJU	UKUPNO
2010 vs 2009	-1,4 %	23,5 %	6,9 %
2011 vs 2010	12,6 %	16,8 %	14,2 %
2012 vs 2011	-4,7 %	1,8 %	-2,2 %
2013 vs 2012	9,4 %	13,3 %	11,0 %
2014 vs 2013	19,6 %	1,4 %	12,0 %
2015 vs 2014	5,0 %	26,5 %	13,2 %
2016 vs 2015	11,4 %	9,9 %	10,7 %
2017 vs 2016	8,7 %	0,0 %	5,1 %
2018 vs 2017	11,3 %	11,7 %	11,4 %
2019 vs 2018	15,3 %	2,4 %	10,1 %
2020 vs 2019	-8,9 %	-7,7 %	-8,5 %
<b>2020 vs 2009</b>	<b>105,7 %</b>	<b>147,7 %</b>	<b>119,7 %</b>

## ROBNA RAZMJENA U 2020. GODINI - PRVIH ŠEST SKUPINA PROIZVODA (U 1.000 EUR)

Slovenski izvoz u Hrvatsku

Hrvatski izvoz u Sloveniju

UDIO	EUR	SKUPINA PROIZVODA	UDIO	EUR
16 %	417.331	Mineralna goriva i ulja, proizvodi njihove destilacije, bituminozne tvari i mineralni voskovi	4 %	67.702
9 %	243.523	Vozila, osim željezničkih ili tramvajskih vozila, te njihovi dijelovi i pribor	9 %	141.459
9 %	227.744	Nuklearni reaktori, kotlovi, strojevi i mehaničke naprave, njihovi dijelovi	8 %	128.747
8 %	208.009	Farmaceutski proizvodi		
5 %	136.406	Aluminij i proizvodi od aluminija	9 %	148.386
5 %	129.162	Električni strojevi i oprema te njihovi dijelovi, aparati za snimanje ili reprodukciju slike i zvoka te dijelovi i pribor za te proizvode	6 %	94.787
		Drvo i proizvodi od drveta, drveni ugalj	4 %	65.658

IZVOR: <https://www.izvoznookno.si>; Službena statistika

# S optimizmom gledam na vrijeme koje dolazi

Vesna Vukšinić Zmaić

## Intervju: Vojislav Šuc

Nj. E. gospodin Vojislav Šuc Veleposlanik je Republike Slovenije u Hrvatskoj. Iza njega brojne su diplomatske funkcije veleposlanika i generalnog konzula u različitim državama Europe, misije pri Ujedinjenim narodima i drugim međunarodnim organizacijama u Ženevi. Međutim, njegov mandat u Hrvatskoj obilježava pandemija Covid-19, potres u Zagrebu i Petrinji te predsjedavanje Slovenije Vijeću EU. Veleposlanika smo pitali kako utječu na njegov mandat i koji su prioriteti Slovenije za vrijeme predsjedavanja Vijećem EU-a, a bitni su za obje države.

**P**oštovana ekscelencijo, dužnost veleposlanika Republike Slovenije u Zagrebu preuzeli ste u drugoj polovici 2019. godine. Nedugo nakon toga svijet je zahvatila pandemija, Zagreb je doživio potres, nastupila je kriza u gospodarstvu i zdravstvu. Kako ste se nosili sa situacijom u veleposlanstvu i kako ocjenjujete situaciju danas? Možemo li već biti optimističniji?

U svom sam mandatu zaista doživio neočekivano, ne doživljavate kombinaciju potresa i pandemije svaki dan. Gledajući unatrag, u veleposlanstvu smo učinili veliki posao u tim kriznim vremenima na uspostavljanju komunikacije između dvije zemlje, u svim segmentima, kako međuljudskim tako i gospodarskim. Međutim gledajući naprijed, iz krize možemo izaći kao pobjednici samo ako znamo iskoristiti mogućnosti koje nam se pružaju. Ove mogućnosti stoje ispred Hrvatske, Slovenije i ostalih članica EU-a. S optimizmom gledam na vrijeme koje dolazi. No, prije svega moramo pobijediti Covid, što se neće dogoditi preko noći.

Slovenija je 1. srpnja 2021. godine preuzela predsjedavanje Vijećem EU-a, koje se obilježilo u raznim gradovima svijeta i Zagrebu. S kojim je projektima Veleposlanstvo Republike Slovenije u Zagrebu predstavilo slovensko predsjedanje Vijećem EU-a.

Predsjedavanje Vijećem EU-a prilika je za zemlju da se predstavi u svijetu šire kroz političke, gospodarske i kulturne projekte. S obzirom na to

da zbog ograničenja Covida masovne manifestacije nisu moguće, predstavili smo slovensko predsjedanje u medijima kroz moje intervju u novinama, nastupe na televiziji, putem digitalnih konferencija, platformi i slično. Imamo i niz događanja na području kulture, gdje je Slovenija izloženija zbog predsjedanja. Tako smo na Svjetskom književnom festivalu u Zagrebu bili država u fokusu, na Varaždinskim baroknim večerima ove godine Slovenija je zemlja partner, Slovenija također vodi projekt Europe Readr, koji podržava Europska unija, a u Hrvatskoj je, uz sudjelovanje EUNIC Hrvatska i lokalnog partnera Re: Think Sisak, otvoren u Holandskoj kući u Sisku. U okviru Zagreb Design Week-a održao se Dan slovenskog dizajna na kojem su sudjelovali slovenski dizajneri, među kojima i ikona slovenskog dizajna dr. Saša Mächtig. 18. listopada 2021. postavljena je bista slovenskom pjesniku Francetu Prešernu u zagrebačkom parku Bundek.



N.E. Vojislav Šuc na sastanku veleposlanika EU s hrvatskim ministrom vanjskih i europskih poslova

Foto: Sandro Sklepić

»**MAKROEKONOMSKI PODATKI KAŽEJO, DA JE BLAGOVNA MENJAVA MED SLOVENIJO I HRVAŠKO KLJUB PANDEMIJI KORONA VIRUSA V LETU 2020 PRESEGLA 90 % BLAGOVNE MENJAVE IZ LETA 2019 I DOSEGLA VREDNOST 4.258 MILIJARDE EVROV. BLAGOVNA MENJAVA V LETOŠNJEM LETU NAJ BI CELO PRESEGLA MENJAVU IZ LETA 2019.**«

Recite nam nešto više o Digitalnoj platformi Europe Readr?

Koja je ideja i koji joj je cilj?

Digitalna platforma Europe Readr približava čitateljima širom svijeta aktualna društvena pitanja. Potiče razmišljanje o tome u kakvom svijetu želimo živjeti. Slovenija je kao predsjednica Vijeća EU odlučila čitanje knjiga iz svih država članica EU-a staviti u središte javnog prostora pa je uz potporu Europske unije stvorila digitalnu platformu s 27 književnih djela, po jedan iz svake države članice EU-a na izvornom jeziku i u prijevodu na engleski jezik. Veleposlanstvo Republike Slovenije i hrvatski partneri predstavili su ovaj projekt u Sisku i povezali ga s festivalom ulične umjetnosti Re: Think Sisak. Kao polazište postavili smo pitanje budućnosti života nakon nedavnih potresa na tom području.

Slogan predsjedništva je Zajedno. Otporna. Europa. Prioritete slovenskog predsjedanja EU-om predstavili ste i u Hrvatskom saboru. Koji su prioriteti istaknuti?

Istina, predstavio sam naše prioritete u Saboru. Među prioritetima želio bih istaknuti savladavanje pandemije Covida na koju je EU uspješno odgovorila te cijepila 70 % svog stanovništva i osigurala golem ukupni fond od 850 milijardi eura za oporavak i istovremeni prijelaz na zeleno gospodarstvo i digitalizaciju Europe. Trenutno, za vrijeme našeg predsjedanja, potvrđuju se nacionalni planovi oporavka, a u idućim tjednima početak će se crpiti početna financijska sredstva. Kao što znate, prva tranša Hrvatske iznosi 816 milijuna eura, a Slovenije 231 milijun EUR. Jačanje otpornosti EU-a na buduće pandemije također je jedan od prioriteta, pa je izgradnja zdravstvene unije neophodna. Europskoj uniji je također potrebna otpornost na području kibernetičke sigurnosti.

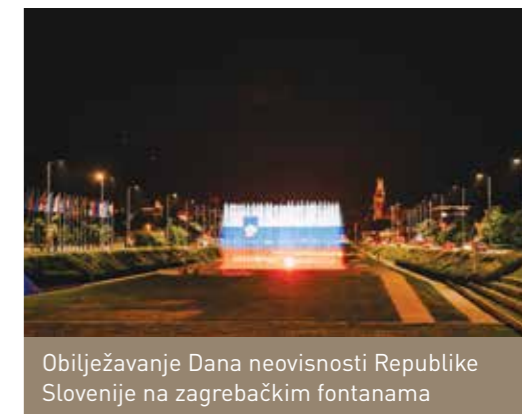
Nadalje, u listopadu će Slovenija biti domaćin sastanka čelnika EU-a i zapadnog Balkana na Brdu kraj Ljubljane, tijekom našeg predsjedanja održava se konferencija o budućnosti Europe, a jačanje sigurnosti u vezi s migracijama na našem je popisu prioriteta.

U tom je kontekstu šengenski režim iznimno važan, što možete reći o proširenju i pristupanju Hrvatske u Schengenu?

Sigurnost je ključna za EU i njene građane, jer bez nje nema sloboda koje uživamo u Europskoj uniji, uključujući slobodan prijelaz granica. Sada je zbog migracija ta sloboda ograničena.

Bitno je da se države članice dogovore o tome kako zajednički upravljati vanjskim granicama i migracijama EU-a, a potreban nam je i sporazum o zajedničkoj useljenskoj politici. Slovenija će nastojati postići konsenzualna rješenja ovih pitanja što je prije moguće. Kao što znate, članice Schengenskog prostora zadovoljavaju zahtjevne uvjete i visoke standarde koje mora zadovoljiti i svaki novi potencijalni član tog područja. Hrvatska je na dobrom putu i Slovenija podržava njeno pridruživanje. Međutim, do proširenja članstva doći će nakon suglasnosti svih članica Schengena.

Intervju



Obilježavanje Dana neovisnosti Republike Slovenije na zagrebačkim fontanama

Foto: Sandro Sklepić

Ubrzanje zelene i digitalne tranzicije jedan je od prioriteta slovenskog predsjedanja EU-om - gdje vidite Hrvatsku i Sloveniju kao partnere u gospodarstvu?

Obje će zemlje u narednim godinama uložiti goleme količine novca u zelenu industriju i digitalizaciju. U tim projektima možemo tražiti poslovne prilike i sinergiju. Suradnja između Republike Slovenije i Republike Hrvatske na području projekata zaštite okoliša, energetike i digitalizacije vrlo je aktivna. Tako slovenske tvrtke u Hrvatskoj provode više od 10 velikih projekata koje financira EU u području pročišćavanja voda, kanalizacije i gospodarenja otpadom. Osim toga, radi veće integracije u EU, slovenske i hrvatske tvrtke povezuju se i na području elektrogospodarstva, recimo u segmentu pametnih električnih mreža i uređaja za skladištenje energije. Tvrtke iz obje zemlje također traže zajednička rješenja na području e-mobilitnosti, racionalne potrošnje energije, pametnih gradova i sela te logistike i telekomunikacija. Na kraju, ali ne i najmanje važno, postoji i komunikacija između morskih luka obiju zemalja po pitanjima okoliša, kao i o konkretnoj sigurnosti plovidbe Jadranskim morem.

Makroekonomske podatke pokazuju da je trgovina između Slovenije i Hrvatske, unatoč pandemiji koronavirusa 2020., premašila 90 % trgovine u 2019. godini i dosegla vrijednost od 4,258 milijardi eura. Očekuje se da će ovogodišnja robna razmjena čak premašiti promet iz 2019. godine.

»**V NOVI SVET, KI PRIHAJA, GLEDAM Z OPTIMIZMOM. PREDVSEM PA MORAMO NAJPREJ PREMAGATI COVID, KAR SE NE BO ZGODILO ČEZ NOČ.**«

# Od zatvaranja do otvaranja, od epidemije do oporavka

Mr. sc. Boris Grigić  
veleposlanik Republike Hrvatske u Republici Sloveniji

Prošla godina bila je obilježena pandemijom Covid-19, stoga se i moj prilog za prošlogodišnji SLO CRO Business Mirror najviše bavio time kako smo se s diplomatskog vidika nosili s krizom kakva još nikada nije zabilježena. Ove godine imamo više iskustva, dostupna su cjepiva pa se i život, usprkos ponovnom jesenskom rastu epidemije, manje-više vraća u normalu, a gospodarstva i jedne i druge zemlje pokazuju znakove oporavka.

**H**rvatski gospodarski rast je u drugom kvartalu ove godine iznosio 16,1 % tako da bi prema sadašnjim očekivanjima rast BDP-a u 2021. mogao dosegnuti i više od 8 %. Situacija se popravila i na tržištu rada te je u Hrvatskoj danas 1.606.000 zaposlenih što je najviše u posljednjih 13 godina. Stopa nezaposlenosti iznosi 7,4 %, a stopa zaposlenosti 67 %. Investicije su u drugom kvartalu ove godine bile za 18,3 % više nego prošle godine, a za 4,6 % više nego 2019.

Turistička sezona bila je iznad svih očekivanja. Putem projekata „Safe Stay in Croatia“ i „Croatian Islands - COVID free zone campaign“



Mr. sc. Boris Grigić

stvoreni su uvjeti za sigurnu i uspješnu turističku sezonu. Hrvatska je osim toga bila prva zemlja potpuno spremna za COVID potvrde odnosno europske digitalne COVID potvrde te je među prvima regulirala status digitalnih nomada. Od početka godine ostvareno je 12 milijuna dolazaka i preko 75 milijuna noćenja. To je 67 % od ostvarenog 2019. godine što se tiče dolazaka, a 77 % od ostvarenog 2019. što se tiče noćenja.

Kada govorimo o turizmu, ne možemo ne spomenuti slovenske turiste koji su i ovog ljeta bili među najvjernijima i najbrojnijim gostima ostvarivši u prvih osam mjeseci ove godine 973.417 dolazaka te 7.904.970 noćenja, što predstavlja povećanje od nešto više od 3 % u odnosu na prošlu godinu. To još nije na pretkriznoj razini, ali uvjeren sam kako ćemo se uskoro vratiti na razinu iz 2019. godine i nadmašiti je.

Znakove oporavka pokazuje i robna razmjena Slovenije i Hrvatske. Dok je u 2020. godini robna razmjena smanjena za 9,0 % (4,114 mlrd. EUR), uz pad hrvatskog izvoza za 6,2 % (1,535 mlrd. EUR), a hrvatskog uvoza za 10,6 % (2,579 mlrd. EUR), u prvih šest mjeseci 2021. hrvatski izvoz u Sloveniju je bio veći za 33,8 % (966 mlrd. EUR), dok je uvoz bio veći za 13,1 % (1,462 mlrd. EUR), a ukupna robna razmjena je povećana za 20,5 % i iznosila je 2,428 mlrd. EUR.

COVID kriza uzela je velik danak hrvatskom gospodarstvu. Trošak epidemije za hrvatski proračun do sada je bio 35 milijardi kuna što obuhvaća nepredviđene troškove i smanjene prihode. U takvim uvjetima plan hrvatske vlade je smanjenje proračunskog deficita na -3,8 % s -7,4 % koliko je iznosio u 2020., kao i smanjivanje javnog duga s 88,7 % u 2020. na 82,5 % u 2022. godini. Za postizanje tih ciljeva nužna će biti europska sredstva. Kroz Nacionalni plan otpornosti i oporavka Hrvatska već primila prvu doznaku od gotovo 820 milijuna eura. U desetgodišnjem razdoblju Hrvatskoj će biti na raspolaganju 9,6 milijardi eura iz fonda EU sljedeće generacije, 15 milijardi kroz Višegodišnji financijski okvir te milijarda eura za obnovu od potresa.

To je ukupno 25 milijardi eura što predstavlja izuzetnu investicijsku injekciju kakvu imamo zahvaljujući članstvu u EU.



S predsjednicima Milanovićem i Pahorom u Kostanjevici na Krki, srpanj 2021.

U razdoblju koje je pred nama, provodeći Nacionalni plan oporavka i otpornosti, koristeći europska sredstva i hrvatske ambicije, prioriteti su i ulazak u Eurozonu i Schengenu.

Priprema za Europski tečajni mehanizam II. doprinijela je zadržavanju investicijskog kreditnog rejtinga Hrvatske. Ulazak Hrvatske u Eurozonu očekuje se 1. siječnja 2023. godine.

Članstvo Hrvatske u Eurozoni i Schengenu donijet će niz velikih pozitivnih promjena za hrvatske gospodarstvenike i građane. Vrlo opipljive i konkretne koristi imat će i slovenski gospodarstvenici koji posluju ili namjeravaju poslovati u Hrvatskoj, ali i slovenski građani koji imaju velik broj nekretnina u Hrvatskoj i često ih posjećuju. Izuzetno nam je važno (i drago) da nas Slovenija u potpunosti podržava u tim nastojanjima i na tome smo joj zahvalni.

Hrvatska je, uz koronakrizu, doživjela i dva razorna potresa nakon kojih su nam Slovenija i Slovenci odmah priskočili u pomoć, kako putem državnih institucija, tako putem mnogih regionalnih i lokalnih inicijativa, društava, poduzeća, pojedinaca i volontera. Na sam dan potresa u prosincu, kao i na dan potresa u Zagrebu prošle godine u ožujku, slovenska pomoć je bila prva. Izuzetno nam puno znači takva brza reakcija i solidarnost naših susjeda.

Dogovor Hrvatske i Italije o proglašenju isključivih gospodarskih pojava u Jadranskom moru proveden je uz punu informiranost Slovenije, u



Ulazak Hrvatske u Eurozonu očekuje se 1. siječnja 2023. godine.



S predsjednikom Vlade Republike Slovenije Janšom tijekom hrvatskog predsjedanja Vijećem EU, lipanj 2020.

dobrosusjedskom i europskom duhu koji je rezultirao novim oblikom trilateralne suradnje u sjevernom Jadranu. Vjerujem kako će taj oblik suradnje znatno pripomoći kako očuvanju Jadranskog mora i njegovih prirodnih resursa tako i osnaživanju gospodarskih veza i boljoj prometnoj povezanosti.

Zajedno smo ostvarili još jedan, europski, vanjskopolitički uspjeh kada smo se 17. rujna na Cipru pridružili neformalnoj skupini mediteranskih država članica EU (EUMED) čime su nam otvorena nova vrata za sudjelovanje u zaštiti cijelog Mediterana.

Na kraju bih nekoliko riječi posvetio i važnom slovenskom predsjedanju Vijećem EU-a koje je došlo u trenutku traženja zajedničkih rješenja za oporavak i daljnje jačanje EU. SI PRES ima punu hrvatsku podršku svim inicijativama koje imaju za cilj osnažiti EU, pokazati dodatnu vrijednost politika EU-a u jačanju našeg gospodarskog i socijalnog modela, u produbljivanju kohezije i konvergencije i ubrzanju digitalne transformacije te jačanju borbe protiv klimatskih promjena.

Posebno važnim smatram pažnju koju SI PRES, kao što je to činilo i HR PRES, posvećuje nastavku politike proširenja EU-a. Sastanak na vrhu između EU-a i ZB-a koji se održava 6. listopada u Brdu kraj Kranja biti će svojevrsni nastavak Zagrebačkog summita EU – ZB. Kao prijatelji država Zapadnog Balkana i promicatelji njihove integracije u EU, nastavljamo činiti sve što možemo da te države dostignu europske standarde što će biti blagotvorno i za jačanje gospodarske suradnje s tim zemljama.



Predaja donacije drvene grade za Petrinju, Straža, ožujak 2021.

# Iskustva, suradnja, poznavanje i mišljenje o susjednoj zemlji

SLO CRO Poslovni klub

Ove godine po prvi put u SLO CRO Poslovnim klubovima odlučili smo provesti anketu među slovenskim i hrvatskim poduzetnicima. Zanimalo nas je kakvo iskustvo suradnje imaju poduzetnici s obje strane granice, kao i kakvo mišljenje imaju o tome. Pritom smo se vodili premisom da je percepcija važna kao i sama stvarnost. Na žalost, anketa nije provedena na uzorku cijele populacije, ali ga ipak smatramo reprezentativnim. Može se smatrati uzorkom onih kojima tema suradnje dopušta važnost, da su za to odvojili nekoliko minuta.

Zahvaljujemo svim poduzetnicima koji su odvojili malo vremena za ispunjavanje ankete, te nam omogućili napraviti korak dalje u razumijevanju iskustava i stavova gospodarstvenika objiju država. Također, želimo se zahvaliti i partnerima u istraživanju: Združenju delodajalcev Slovenije i HGK – Županijskoj komori Krapina koji su pomogli da anketni upitnik dođe do što većeg broja poduzetnika.

## DEMOGRAFSKI PODACI

U razdoblju od 31.08. do 24. 9 2021. proveli smo istraživanje među slovenskim i hrvatskim gospodarstvenicima o njihovim mišljenjima i stavovima o slovensko-hrvatskoj poslovnoj suradnji. Na anketu se odazvalo 45 ispitanika iz Slovenije i 82 ispitanika iz Hrvatske.

Među hrvatskim ispitanicima 72 % su bili muškarci, dok su među Slovencima prevladavale žene koje su odgovorile na 55,6 % svih odgovora. Raspored ispitanika prema dobi prilično je ravnomjeren: u slovenskom uzorku prevladava udio onih u dobi između 51 i 60 godina i onih u dobi između 41 i 50 godina, ukupno 53,3 %. U hrvatskoj verziji većina su oni u dobi između 51 i 60 godina (30,5 %) i 28 % u dobi između 41 i 50 godina. U Hrvatskoj su na istraživanje uglavnom odgovorili oni ispitanici koji su najvjerojatnije glavni donositelji odluka u tvrtki. U uzorku je bilo 41,5 % vlasnika i direktora poduzeća. Slijedi direktor ili član uprave (34,1 %). U Sloveniji je struktura onih koji su dali odgovore

bila drugačija: prevladalo je srednje rukovodstvo (37,8 %), zatim direktori ili članovi uprave s 33,3 % i vlasnici s 22 %. U većini slučajeva matična država poduzeća bila je ona na čijem su jeziku odgovorili na anketu. U slovenskom uzorku nalazi se i po jedno poduzeće iz Italije i Grčke, a u hrvatskom je uzorku, osim onih iz Hrvatske, bilo i društvo s matičnim društvom u Sloveniji i Njemačkoj.

Poduzeća su relativno ravnomjerno raspoređena po veličini. U hrvatskom uzorku većina poduzeća bila je mikro veličine, s do deset zaposlenih - više od trećine (36,6 %). Slijede ih mala i srednja poduzeća s 26,8 % i 9,8 % onih čije je poduzeće veliko. U Sloveniji je uzorak relativno ravnomjerno raspoređen po veličini. Iznenađujuće je, međutim, udio onih koji su se odazvali iz velikih poduzeća u odnosu na hrvatski uzorak. To predstavlja čak 31,1 %; dok je u srednjim i malim poduzećima bilo ih po 22,2 %, a u mikro samo slaba četvrtina: 24,4 %.

Prema vrsti djelatnosti u slovenskom uzorku, poduzeća su uglavnom dolazila iz sektora usluga, ukupno 17,7 %. Slijede oni iz trgovine i oni iz strojarstva ili transportne industrije. Također je relativno visok udio onih iz građevinske, prehrambene i drvne te kemijske i farmaceutske industrije. Ostalo su individualni odgovori (odgovorila je samo jedna osoba iz svakog sektora). U hrvatskom uzorku bilo je mnogo onih koji rade na području trgovine. Takvih je bilo više od 23 %; slijede oni iz turizma (8,5 %), građevinarstva (8,5 %), i neki iz prehrambene industrije (4,9 %). 5 % je iz drvne industrije, a 6,1 % iz elektronike i telekomunikacija.

## ISKUSTVO SURADNJE I SURADNJA DANAS

Ispitanike smo pitali o njihovim iskustvima u poslovnoj suradnji sa susjednom zemljom. Zanimalo nas je i što po njihovom mišljenju utječe na suradnju. Suradnju smo smatrali bilo kojom vrstom poslovne suradnje - od kupnje materijala ili usluga do prodaje proizvoda ili usluga.

U hrvatskom uzorku 93 % ispitanika odgovorilo je da je u prošlosti surađivalo s poduzećima iz susjedne zemlje. Zanimljivi su razlozi zašto se

poduzeće odlučilo ući na slovensko tržište. Pritom su ispitanici mogli odabrati više razloga. Najveći je i najlogičniji: potražnja za našim proizvodima (48,7 %), a slijede razlozi poput preporuka (to je navelo čak 32 % ispitanika), blizina tržišta (23,2 % ispitanika), rezultati istraživanja tržišta 13,4 % i iskustvo sličnih poduzeća. To navodi 7,3 % ispitanika. Tri ispitanika izjavili su da surađuju sa Slovenijom zbog suradnje na području natječaja EU-a.

U prošlosti je gotovo 96 % anketiranih slovenskih poduzeća surađivalo s hrvatskim poduzećima. Razlozi za sudjelovanje slični su onima u Hrvatskoj. Jedan je potražnja, koju je navelo 57,8 % ispitanika. Jedan je potražnja, koju je navelo 57,8 % ispitanika, a drugi zapravo fizička blizina (60 %). Slijede preporuke i iskustva drugih sličnih poduzeća. Dva su ispitanika čak izjavili da surađuju s Hrvatskom kako bi surađivale na području natječaja EU. Gotovo više od 91 % ispitanika iz Slovenije i 89 % iz Hrvatske još uvijek surađuje s poduzećima iz susjedne zemlje. Stoga možemo pretpostaviti da su na anketu odgovorili uglavnom oni koji su zainteresirani za takvu suradnju ili imaju relativno čvrsto mišljenje o ovoj temi. Iz ovoga također možemo zaključiti da odgovori opće populacije poduzeća ne bi nužno bili isti kao odgovori koje predstavljamo.

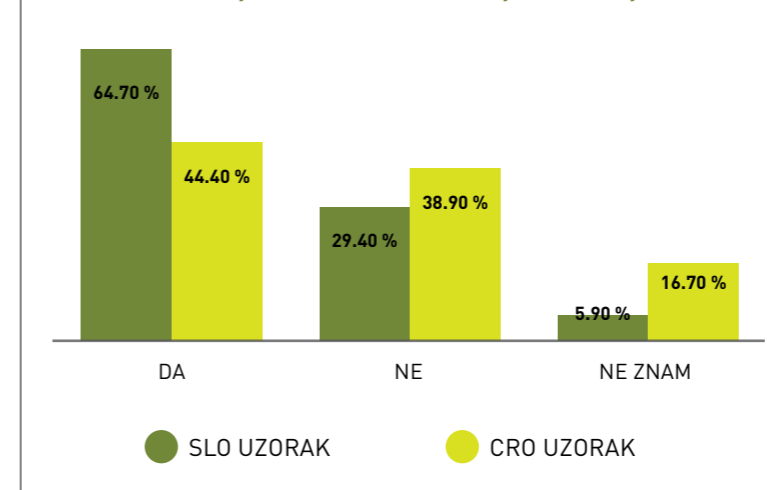
## PRIPREMA ZA IZLAZAK NA TRŽIŠTE

Zanimljivo je pitanje kako se poduzeće priprema za ulazak na tržište i što mu je za to potrebno. Najveći udio ne odgovara, barem u slovenskom uzorku, da nisu pripremljeni istraživanjem tržišta. Naime, u Sloveniji ih je bilo samo 15,6 %. Preporuke kao izvor priprema za ulazak na tržište navodi 60 % ispitanika.

Isto tako i 60 % ili 49 ispitanika u Hrvatskoj navodi da su se pripremili za ulazak na tržište putem preporuka. No, bilo bi zanimljivo znati koje su to preporuke. Naime, spominje ih više od polovice ispitanika. Dobra trećina (35,4 %) navodi da se pripremala za ulazak na tržište provođenjem istraživanja tržišta. 6 % također navodi da je prošlo proces zajedničkog vlasništva. Zanimljivo je da nitko iz Hrvatske u Sloveniji nije otvorio franšizu. U Sloveniji je 6,7 % ispitanika izjavilo da se tako pripremalo za ulazak na hrvatsko tržište.

Među uzorkom hrvatskih poduzeća, 8,5 % izjavilo je da i oni imaju poduzeća ili podružnicu u Sloveniji. Zanimljivo, nitko od njih ne navodi da bi kao hrvatski investitor u Sloveniji imao ikakvih prepreka. U gotovo polovici slučajeva podružnica u Sloveniji ujedno je i prva podružnica/poduzeće koju je hrvatska tvrtka otvorila u inozemstvu ili kada se odlučila za internacionalizaciju.

Je li Vaše prvo poduzeće/podružnica kada ste se odlučili za internacionalizaciju bilo otvoreno u Sloveniji / Hrvatskoj?



Među uzorkom slovenskih poduzeća, 33,3 % izjavilo je da i oni imaju poduzeće ili podružnicu u Hrvatskoj. U gotovo 65 % slučajeva podružnica u Hrvatskoj ujedno je i prva podružnica/poduzeće koju je otvorilo slovensko poduzeće u inozemstvu ili kada se odlučilo za internacionalizaciju.

## POSAO I POLITIKA

Interesantan je, međutim, odgovor na prilično provokativno pitanje utječe li politička situacija u susjednoj zemlji na poslovanje. Samo četvrtina hrvatskih ispitanika smatra da to može utjecati na poslovanje. 62,2 % misli da ne. Ostatak se ne može odlučiti. To, zapravo, ukazuje da je suradnja više odraz mikrodinamike i da takozvana visoka politika očito na nju ne utječe toliko u pozitivnom ili negativnom smislu. S druge strane, moramo se zapitati postoji li ovdje i koncept očekivanog odgovora i jesu li ispitanici odgovorili onako kako misle da želimo čuti njihov odgovor.

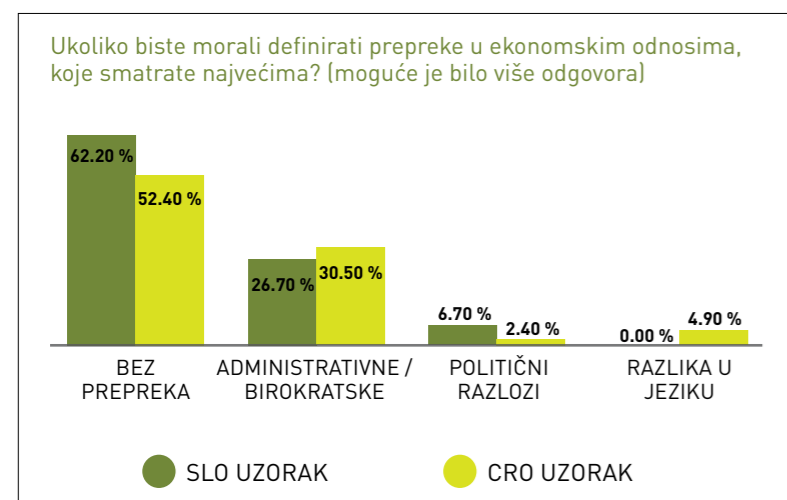
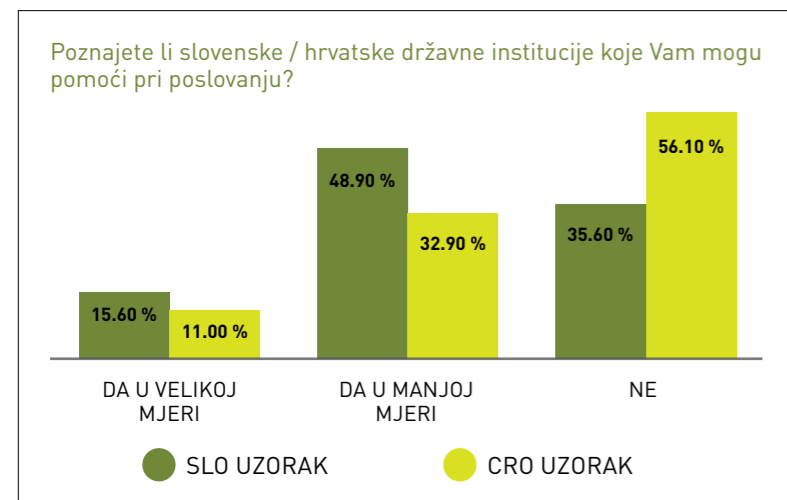
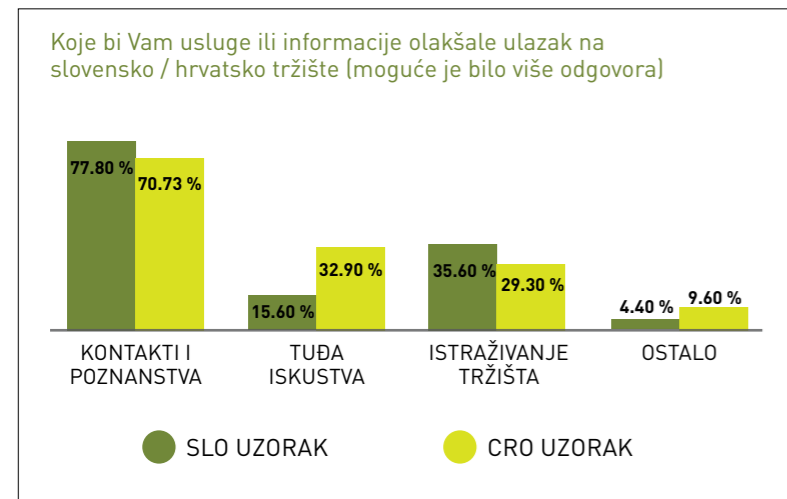
Ispitanike smo nastavili "provocirati" utjecajem političke situacije na poslovanje. Dobra četvrtina - tj. 26,8 % - smatra da je utjecaj na političke situacije uglavnom pozitivan. Čak 32 % navodi da je utjecaj "nekako srednji". Samo udio ispitanika, koji ne doseže 10 %, smatra da je politički utjecaj pretežno negativan. Zanimljivo je da je udio odgovora onih koji su to diplomatski izbjegli, navodeći da ne znaju ili ne mogu odlučiti ili smatraju da je utjecaj neutralan čak četvrtina U uzorku slovenskih tvrtki čak trećina njih ima tvrtku ili podružnicu u Hrvatskoj. Kad smo ih pitali imaju li prepreka kao slovenski ulagači, samo je 10 % njih odgovorilo potvrdno. Zanimljivo je da poduzeća iz Slovenije u nešto većoj mjeri nego poduzeća iz Hrvatske smatraju da politička situacija u susjednoj zemlji može utjecati na poslovanje. Ovaj trenutak ih 40 %; 42,2 % smatra da ne. Ostali se nisu odlučili ili su rekli da ne znaju. Na pitanje u Sloveniji je li utjecaj trenutne političke situacije na poslovanje pozitivan ili negativan, dobra četvrtina njih odgovorila je da je uglavnom pozitivan. Da je pretežno pozitivan misli 37,8 %. Kao i kod susjeda, dobra četvrtina ispitanika nije smatrala da zna odgovor.

## POZNAVANJE UVJETA POSLOVANJA, POTPORNH MJERA I INSTITUCIJA

Ispitanici su također upitani misle li da poznaju opće uvjete poslovanja u susjednoj zemlji. Kad smo to pitali poduzeća koja su većinom iz Slovenije (pa im je stoga i hrvatsko tržište susjedno), 44,4 % ih je smatralo da u većoj mjeri poznaju uvjete poslovanja u Hrvatskoj.

U manjoj mjeri poznaje ih isti takav udio. Samo dobrih 11 % smatra da ne poznaje uvjete poslovanja u Hrvatskoj.

U većoj mjeri poznaju i hrvatske državne službe koje im mogu pomoći u poslovanju. Takvih je odgovora gotovo 16 %, a u manjoj mjeri poznaje ih 50 %. Zabrinjavajuće je, međutim, da čak 35,6 % ne poznaje hrvatske državne službe koje bi im mogle pomoći u poslovanju. Potpore stranim ulaganjima predviđene hrvatskim zakonodavstvom također nisu dobro poznate u Sloveniji. Više od 77 % ispitanika reklo je da ih uopće ne poznaje. U velikoj mjeri za te potpore zna 8,9 % ispitanika, a u manjoj mjeri 13,3 %. Vidimo, dakle, da ovdje još ima prostora da hrvatski državni aparat komunicira svoje mjere potpora s investitorima. Na naše pitanje hrvatskim ispitanicima znaju li uvjete poslovanja u Sloveniji, samo ih je 20,7 % odgovorilo negativno. U manjoj mjeri, više od polovice zna uvjete, a u velikoj mjeri više od četvrtine.



No, kad smo ih izravno pitali poznaju li slovenske državne institucije koje bi mogle pomoći u poslovanju u Sloveniji, više od polovice njih odgovorilo je: NE. Nešto manje od trećine njih odgovorilo je u manjoj mjeri, a samo 11 % ispitanika tvrdi da ih poznaje u većoj mjeri.

Na pitanje što bi vam olakšalo ulazak na hrvatsko, odnosno slovensko tržište za slovenske ispitanike, gotovo 78 % slovenskih ispitanika odgovorilo je kontakti i poznanstva. Istraživanje tržišta spomenulo je 35 % ispitanika, a inozemno iskustvo 15 % ispitanika. Na hrvatskom uzorku ispitanika, većina, 70 % njih, isto tako je odlučila kontakti i poznanstva. Istraživanje tržišta spomenulo je 30 % ispitanika, a inozemno iskustvo 32 % ispitanika.

Očigledno je, dakle, da naši ispitanici veliki naglasak stavljaju na osobna iskustva - na osobne kontakte i poznanstva.

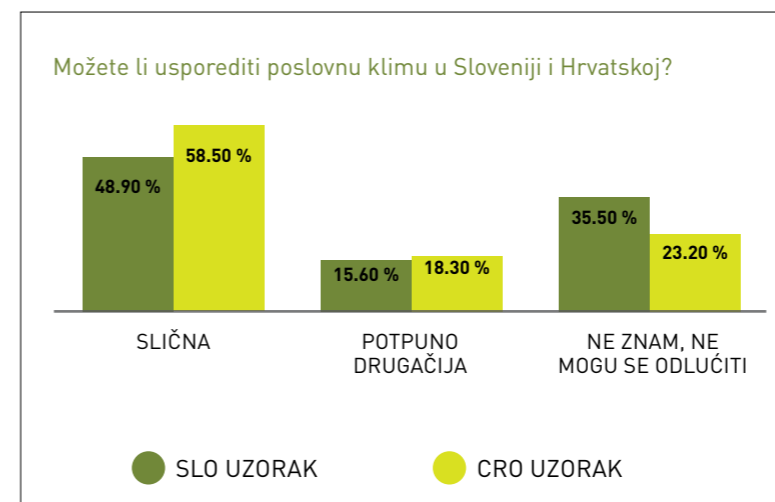
Čak više od 88 % ispitanika tvrdi da poznaje opće uvjete poslovanja u Hrvatskoj. No, kada je riječ o tome poznaju li državne institucije u Hrvatskoj koje bi im mogle pomoći, samo 15 % ispitanika tvrdi da ih poznaje u većoj mjeri, a samo nešto manje od polovice u manjoj mjeri. Kad je u pitanju konkretno pitanje poznaju li potpore stranim ulaganjima predviđene hrvatskim zakonodavstvom, gotovo 78 % ih ne pozna. Ipak, čini se da se poduzeća ne obraćaju za potpore državnim tijelima pri ulasku na inozemno tržište.

Na pitanje ako su spremni platiti informacije, istraživanja ili slične usluge koje bi im približile ulazak i šanse za uspjeh na hrvatskom tržištu, 44,4 % izjavljuje da bi to bili spremni platiti; dok gotovo 30 % kaže NE jer provode vlastita istraživanja. Dodatnih 22 % tvrdi da na internetu ima dovoljno informacija.

Možda je još relevantniji odgovor jednog od ispitanika: "Ovisno o cijeni". Slični su odgovori i na hrvatskoj strani. 22 % je spremno platiti i informacije, usluge i istraživanje. Čak 37 % ispitanika navodi da sami provode istraživanje tržišta. Da na internetu ima dovoljno informacija misli gotovo 38 % ispitanika. No slovenskom partneru koji je rekao da bi bio spreman platiti informacije "ovisno o cijeni" pridružuje se i hrvatsko mišljenje da bi bili spremni platiti informacije samo ako su korisne - ali to ne možemo znati unaprijed.

#### POSTOJE LI PREPREKE U SUDJELOVANJU?

Također smo pitali obje strane koje su prepreke u poslovanju – ukoliko bi ih morali definirati. U hrvatskom uzorku više od polovice njih



odgovorilo je da nema prepreka u poslovanju. Na drugom mjestu bile su administrativne ili birokratske prepreke. Ovaj je odgovor vrlo zanimljiv, pogotovo s obzirom na to da poduzeća ne poznaju ona državna tijela koja bi im mogla pomoći pri ulasku na inozemna tržišta (kao što su Spirit ili Spot točke i nedostatak informacija). Zanimljivo s obzirom na to koliko poduzeća tvrdi da ima dovoljno informacija na internetu. Kao prepreke suradnji, 7 % s hrvatske strane također navode slabe veze između dviju zemalja, a 4 % razliku u jeziku (za njih zasigurno možemo pretpostaviti da još nisu pokušali prodrijeti na kinesko tržište). Samo su se dvojica odlučila za političke razloge. I na slovenskoj strani više od polovice (62 %) je onih koji vjeruju da ne postoje prepreke poslovnoj suradnji.

Slično hrvatskim kolegama, slovenski uzorak najčešće navodi administrativno -birokratske prepreke (26,7 %). Također navode nedostatak informacija (gotovo 9 %) i slabu povezanost zemalja i političke razloge. Tih je nešto manje od sedam posto.

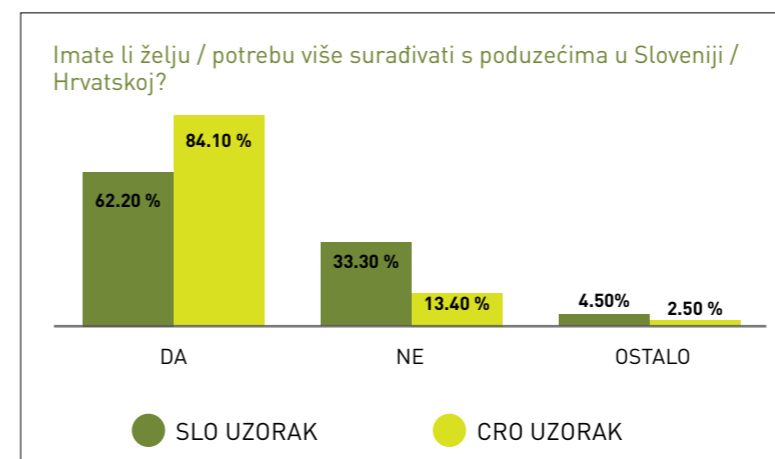
#### POSLOVNA KLIMA U SLOVENIJI I U HRVATSKOJ

Ispitanici su također upitani mogu li usporediti poslovnu klimu u Sloveniji i Hrvatskoj. U slovenskom uzorku 15,6 % odgovara da je poslovna klima potpuno drugačija. Gotovo polovica ju ocjenjuje sličnom. Zanimljivo je da se 36 % ispitanika ne može odlučiti.

U Hrvatskoj čak 58,5 % smatra da je poslovna klima slična. Gotovo petina (18,3 %) smatra da je poslovna klima potpuno drugačija.

#### POZNA MO LI POTPORE DRUGE DRŽAVE?

U hrvatskom uzorku većina ispitanika ne poznaje podršku i informacije koje nudi javna infrastruktura, kao što su Spot točka ili Spirit. (Za upitati



se je li možda jezik prepreka?). Ima ih više od 90 %. Kad pogledamo uzorak u Sloveniji, isto otkrivamo da, primjerice, gotovo 78 % ispitanika uopće ne poznaje portal Hitro.hr. To malo dovodi u pitanje stav poduzeća iz obje zemlje da na internetu ima dovoljno informacija i da im dodatne informacije uopće nisu potrebne.

S druge strane, također možemo reći da bi informacije vjerojatno trebalo prezentirati na drugačiji način nego do sada.

#### KAKO OCJENJUJEMO MJERE VLASTITE DRŽAVE I MJERE SUSJEDNE DRŽAVE TIJEKOM COVID KRIZE?

Slovenski ispitanici mjere Vlade Republike Slovenije procjenjuju kao brze i učinkovite 22,2 %, a njih 20 % kao brze i ne baš učinkovite. Samo 9 % smatra ih neučinkovitim. Isti ispitanici ocjenjuju hrvatske mjere lošije od mjera vlastite vlade. 11,1 % brzo i učinkovito, 13,3 % brzo i ne baš učinkovito i 31 % sporo i ne baš učinkovito. Hrvatski poduzetnici dali su mjerama hrvatske vlade bolju ocjenu. Njih 31,7 %, mjere vlade vidi kao brze učinkovite. Brze i ne baš učinkovite ih vidi 18,3 %, a spore i ne baš učinkovite 24 %. Slično kao u Sloveniji, 22 % hrvatskih ispitanika ocjenjuje slovenske mjere brzim i učinkovitim.

#### ŽELJE I NAMJERE

U uzorku hrvatskih poduzeća gotovo 85 % njih odgovorilo je da imaju potrebu po većoj suradnji; samo 13,4 % odgovorilo je da nemaju potrebe za većom suradnjom. U slovenskom je uzorku 63 % onih koji žele sudjelovati više. Trećina, međutim, navodi kako im ne treba veća suradnja.

#### ZAKLJUČAK I PRIJEDLOZI

Iz svega navedenog možemo zaključiti da unatoč tome što poduzetnici tvrde da je na internetu dovoljno informacija, tim informacijama se slabo služe. Postavlja se pitanje zašto je to tako? Koje alate trebamo pružiti, svi mi koji pokušavamo potaknuti suradnju, bilo da se radi o državnim tijelima Spirit, Hitro.hr ili neformalnim udrugama poput našeg Poslovnog kluba, da bi naše informacije ili aktivnosti bile dovoljno vidljive. Stavovi i iskustva poduzetnika u Sloveniji i Hrvatskoj koje smo predstavili, predstavljaju samo djelić zagonetke.

Da bismo vidjeli cijelu sliku, cijeli mozaik, bilo bi potrebno provesti anketu o cijeloj populaciji tvrtki, no te mogućnosti i resurse udruga poput SLO CRO Poslovnog kluba nema. Međutim, rezultati naše ankete zasigurno pokazuju da na polju podrške poduzetnicima postoji prostor za njihovo približavanje.

# Ambasadori slovenskog gospodarstva GREEN. CREATIVE. SMART.

SPIRIT Slovenija, javna agencija



Bez obzira koliko je mala ili pak upravo zbog toga, Slovenija se uvijek uspješno prilagođavala međunarodnom okruženju koje se stalno mijenja. Možda se slovensko gospodarstvo zaista ne smatra velikim, no ono je iznimno konkurentno, brzo rastuće i jedno od najviše izvozno orijentiranih gospodarstava u Europi.

**I FEEL SLOVENIA**

*Krepimo slovensko gospodarstvo*

**ZELENA. USTVARJALNA. PAMETNA.**

**»ŠTEVILNA SLOVENSKA PODJETJA S SVOJIM ZNANJEM, KOMPETENCAMI, INOVACIJAMI IN RAZVOJEM ŠIRIJO GLAS O KONKURENČNIH PREDNOSTIH SLOVENIJE NA GLOBALNEM TRGU. NJIHOVE KREATIVNE, TEHNOLOŠKO NAPREDNE, INOVATIVNE REŠITVE IN EKOLOŠKO TER DRUŽBENO ODGOVORNO RAVNANJE, UMEŠČAJO SLOVENSKO GOSPODARSTVO V OSRČJE SVETOVNEGA ZEMLJEVIDA.«**

**AMBASADORJI SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA**

<p>Acies Bio Arctur AV Living Lab Biosistemika Domel Donar</p>	<p>Duol Elaphe Eles Fotona Geneplanet Iskra</p>	<p>Iskraemeco JUB Kronoterm Magneti Ljubljana Marles hiše Maribor Medex</p>	<p>Optotek Podkrižnik TPV Automotive Varis Lendava</p>
--	---	---	--

Svojim znanjem, kompetencijama, inovacijama i razvojem mnoge slovenske tvrtke šire glas o konkurentnim prednostima Slovenije na globalnom tržištu. Njihova kreativna, tehnološki napredna, inovativna rješenja te ekološki i društveno odgovorno ponašanje slovensko gospodarstvo stavljaju u središte svjetske karte.

Javna agencija SPIRIT Slovenija, koja se brine o konkurentnosti i promicanju slovenskog gospodarstva u zemlji i inozemstvu, 2019. godine pokrenula je nacionalnu komunikacijsku kampanju nacionalnog brenda I feel Slovenia u području gospodarstva pod nazivom »I FEEL SLOVENIA. GREEN. CREATIVE. SMART.« Namijenjena je sveobuhvatnoj i jedinstvenoj promociji slovenskog gospodarstva na globalnom konkurentnom tržištu, a kampanja ističe ključne konkurentske prednosti Slovenije u malim područjima zelenog gospodarstva, ekoloških tehnologija, robotike, mobilnosti, digitalizacije, razvoja i istraživanja te kreativne industrije.

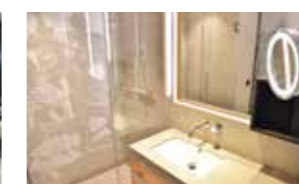
Kako bi učvrstio vidljivost i pozitivan imidž slovenskog zelenog, kreativnog i pametnog gospodarstva, SPIRIT Slovenija 2020. godine imenovao je 19 ambasadora slovenskog gospodarstva kojima su se ove godine pridružila 22 nova ambasadora slovenskog gospodarstva. Sve su to iznimne slovenske tvrtke i organizacije od kojih svaka nudi jedinstvene proizvode i usluge s visokom dodanom vrijednošću na svom području.

Djeluju u raznim područjima, od biotehnologije, mobilnosti, pogonske tehnologije, energije, industrije namještaja, izgradnje kuća i niskogradnje, proizvodnje toplinskih pumpi, medicinskih instrumenata, boja i lakova, hrane, automobilske industrije, građevinske industrije, proizvoda od metala, razvoja elektromotora te softverska rješenja.

Zajedno čine izvrsnu reprezentativnu sliku slovenskog gospodarstva, među njima su mikro, mala i srednja, kao i velika poduzeća, brzorastuća i ona koja su u zrejoj fazi razvoja. Regionalno su raspršeni po cijeloj zemlji; od Primorja do Prekmurja, od Gorenjske i Štajerske do središnje i JI Slovenije, čime se jača razvojni potencijal na regionalnoj i lokalnoj razini.

Unatoč činjenici da se razlikuju, svi imaju nešto zajedničko - riječ je o visokotehnološkim i visoko održivim tvrtkama, čija su inovativna i pametna rješenja i visokokvalitetni proizvodi plod slovenskog znanja.

Zahvaljujući odabranim tvrtkama, ambasadorima nacionalne kampanje, agencija će moći ojačati pozitivan imidž Slovenije, povjerenje u slovensko gospodarstvo i njegovo stabilno i prosperitetno poslovno okruženje u sklopu brojnih poslovnih događaja, sajмова i poslovnih izaslanstava.



# Mogućnosti za ulaganja i zajedničke projekte su u svim sektorima

Vesna Vukšinić Zmaić

## Intervju: dr. sc. Tomaž Kostanjevec

Dr. sc. Tomaž Kostanjevec ravnatelj je Javne agencije za promicanje poduzetništva, internacionalizacije, stranih ulaganja i tehnologije - SPIRIT Slovenija. Razgovarali smo s njim o trenutnim izazovima, aktivnostima i budućim planovima agencije.

**S**PIRIT Slovenija pokriva tri područja slovenskih razvojnih programa s ciljem postizanja poduzetničke, inovativne, tehnološki razvijene, izvozno orijentirane i privlačne destinacije za strane ulagače. Kakav je utjecaj pandemija imala na provedbu vaših aktivnosti? Kako ste tada radili i kako sada pomažete tvrtkama koje su se našle u problemima zbog pandemije?

Odmah nakon objave pandemije, SPIRIT Slovenija otvorio je Jedinствену informacijsku točku mjera podrške gospodarstvu za ublažavanje učinaka Covid-19 na platformi za tvrtke [www.spiritslovenia.si](http://www.spiritslovenia.si), gdje smo objavili sve informacije za pomoć tvrtkama. Također smo postavili forum na kojem bi tvrtke mogle razmjenjivati iskustva. Gotovo preko noći smo reorganizirali

rad u agenciji i omogućili zaposlenicima da rade od kuće. Na taj smo način suzbili širenje virusa među zaposlenicima i istovremeno osigurali nesmetanu provedbu aktivnosti agencije tijekom pandemije. Tijekom pandemije bili smo u izravnom kontaktu s tvrtkama kako bismo vidjeli koliko snažno pandemija ima utjecaj na njihovo poslovanje i koji su njihovi trenutni izazovi. Na temelju povratnih informacija pripremili smo prijedlog novih mjera potpore za pomoć tvrtkama na području internacionalizacije u nekoliko dana. U tom smo razdoblju također uspješno prilagodili provedbu nekih planiranih aktivnosti i ponudili ih tvrtkama u alternativnim oblicima uz pomoć internetskih alata. Premjestili smo seminare i obrazovne programe u virtualni svijet. Organizirali smo radionice i konferencije za domaću i inozemnu javnost putem interneta. Iskoristili smo i alternativne mogućnosti za predstavljanje slovenskih tvrtki koje su ponudili organizatori nekih otkazanih događaja u inozemstvu. S tvrtkama smo također proveli niz radionica usmjerenih na upravljanje trenutnim rizicima i razmatranje mogućnosti za obnovu poslovnih modela i uvođenje održivih načela u poslovanje tvrtke.

Inače potičemo slovenska poduzeća na digitalizaciju i pomažemo im u obrazovnim programima i poticajima u okviru javnih natječaja, a također se prilagođavamo novim uvjetima

sudjelujući na virtualnim platformama nekih velikih međunarodnih sajmova i konferencija. Ipak, nadamo se da će se situacija smiriti kako bismo mogli ponovno početi obavljati aktivnosti u inozemstvu jer tvrtke smatraju da je osobni kontakt s poslovnim partnerima i dalje najvažniji.

Čak i u ovom trenutku, s raznolikim rasponom aktivnosti namijenjenih tvrtkama u svim fazama njihovog razvoja, nastojimo pomoći slovenskom gospodarstvu, tvrtkama i ublažiti posljedice izazvane epidemijom koronavirusa. Time smo pomogli ugostiteljsko-turističkom sektoru koji je najviše patio od pandemije, a rekordnom broju tvrtki iz oba sektora pomogli smo s dva javna poziva. Inače, naš ključni zadatak ostaje krovni položaj slovenskog izvoznog gospodarstva na strateškim tržištima definiranim vladinim dokumentima i privlačenje ulagača u ključne industrije.

Ovom prigodom želio bi spomenuti prilično aktualnu pomoć tvrtkama u poteškoćama. Prošle godine pokrenuli smo novi mentorski program za tvrtke čiji problemi ih sprječavaju u normalnom poslovanju i ugrožavaju njihov opstanak. Program EARLY WARNING Slovenija povezuje tvrtke u problemima s iskusnim mentorima, koji ih besplatno mentoriraju na dobrovoljnoj osnovi i nude im moguća rješenja za poboljšanje poslovanja. Namijenjen je tvrtkama koje tek uočavaju prve znakove mogućih problema u tvrtki, kao i onima koji već imaju poslovnih problema. Pomoć tvrtkama u potrebi je besplatna i temelji se na visokoj razini povjerenosti.

### U koje ste projekte trenutno najviše uključeni?

Agencija ima širok spektar djelatnosti i usluga, aktivni smo na svim područjima, no mogli bismo istaknuti četiri najvažnija ovogodišnjeg projekta.

Ove godine predstavljanje Slovenije na svjetskoj izložbi **Expo Dubai** zasigurno je najopsežniji projekt naše agencije jer je SPIRIT Slovenija odgovoran za sadržaj i organizacijsku pripremu i provedbu predstavljanja Slovenije u Dubaiju. Za nas su Ujedinjeni Arapski Emirati odskočna daska za tržišta na kojima, kao država, imamo goleme neiskorištene mogućnosti na svim područjima. Želimo iskoristiti svoje sudjelovanje na EXPO-u kako bismo bolje upoznali te mogućnosti i ojačali svoju poziciju na tim tržištima. Vrlo sam zadovoljan što smo izgradili naš paviljon među prvim zemljama sudionicama. Paviljon će predstavljati vrhunsko slovensko poslovno središte i kao takav bit će polazište za proboj našeg znanja, ideja i rješenja



Slovenski paviljon stoji na izvrsnoj lokaciji, odmah iza jednog od tri glavna ulaza u Expo, i doista ga je nemoguće propustiti.

**»VZPOSTAVILI SMO SPLETNO BAZO ZA ZBIRANJE RAZLIČNIH INVESTICIJSKIH PROJEKTOV U SLOVENIJI, KI SE SPROTI DOPOLNJUJE. Z NJO POVEZUJEMO NOSILCE INVESTICIJSKIH PROJEKTOV S POTENCIALNIMI INVESTITORJI. «**

na globalnoj razini. U roku šest mjeseci inozemnoj poslovnoj javnosti predstaviti će se između 100 i 200 slovenskih tvrtki. Pripremamo 11 tematskih gospodarskih delegacija u Dubaiju, koje će uključivati stručne forume i umrežavanje s potencijalnim stranim poslovnim partnerima, a sudjelovati će i dodatnih 150 do 200 slovenskih tvrtki. Dopustite mi da dodam da naš paviljon ima još jednu važnu prednost: stoji na izvrsnoj lokaciji, odmah iza jednog od tri glavna ulaza u Expo, i doista ga je nemoguće propustiti.

Tijekom slovenskog predsjedavanja Vijećem Europske unije u ljubljanskom BTC Cityju održava se **Digitalni centar Slovenije** - Tehnologija za ljude. Slovenskim tvrtkama i institucijama nudi prostor u kojem se slovenskoj i međunarodnoj javnosti prezentiraju najnaprednije tehnologije, proizvodi, usluge i prototipovi, stvoreni pod taktikom slovenskog znanja i suradnje. Kao partner izložbe, SPIRIT Slovenija organizira razne gospodarske delegacije i događaje na kojima tehnološki napredne slovenske tvrtke u području digitalizacije, robotike, umjetne inteligencije, informacijske sigurnosti, industrije 4.0 i pametnih gradova mogu uspostaviti poslovne kontakte s inozemnim tvrtkama, razmjenjivati znanja i doživjeti i koristiti nove poslovne mogućnosti. Osim toga, mogu se predstaviti inozemnim gospodarskim i političkim izaslanstvima, sudjelovati u događajima povezivanja matchmaking i drugim aktivnostima centra.

Budući da vjerujemo kako je suradnja jedini put do inovativnog poduzetništva, uključili smo sve relevantne dionike ekosustava u projekt reforme



Dr. sc. Tomaž Kostanjevec ispred slovenskog paviljona na Expo u Dubaiju

**slovenskog inovacijskog ekosustava**, koji vodi Opća uprava za reforme pri Europskoj komisiji. Također smo uspjeli pripremiti analizu situacije i benchmarking s drugim uspješnim inovacijskim zemljama. Prve mjere u području inovacijske djelatnosti moći ćemo započeti sljedeće godine, u okviru Programa oporavka i otpornosti, a kasnije i u okviru nove kohezijske perspektive.

U agenciji smo svjesni važnosti dosljednog pozicioniranja nacionalnog brenda na inozemnim tržištima i na taj način konsolidiramo vidljivost svih konkurentskih prednosti, koje želimo istaknuti. U tu svrhu 2019. godine započeli smo provedbu **nacionalne kampanje za promicanje slovenskog gospodarstva u inozemstvu "I FEEL SLOVENIA. GREEN. CREATIVE. SMART"** a odabrali smo i 41 veleposlanika za ovu kampanju. Riječ je o iznimnim slovenskim tvrtkama i organizacijama od kojih svaka nudi jedinstvene proizvode i usluge s visokom dodanom vrijednošću u svom području, a zajedno tvore izvrsnu reprezentativnu sliku slovenskog gospodarstva. Nadamo se da će zajednička promocija doprinijeti širem doseg i još većem povjerenju u slovensko gospodarstvo.

**SPIRIT Slovenija također nudi različite obrazovne programe i gotovo u potpunosti financira edukaciju na temu upravljanja međunarodnom trgovinom. Kakav je odaziv na obrazovanje?**

U SPIRIT-u Slovenija itekako smo svjesni da se samo dobro pripremljene i kvalificirane tvrtke mogu uspješno suočiti s izazovima na domaćem i svjetskom tržištu, pa naše aktivnosti uključuju brojne obuke i seminare, kojima nastojimo olakšati njihovo poslovanje. Kao što sam ranije spomenuo, zbog trenutne situacije, te smo edukacije morali početi provoditi virtualno. Također smo morali djelomično prenijeti program International Trade Management (ITM) na internet. Odaziv na ove edukacije je velik jer su tvrtke sve svjesnije da im trebaju nove, više digitalne kompetencije. Polaznici ovih edukacija kažu da im je ovaj oblik obrazovanja prihvatljiv u datoj situaciji, ali ipak kažu da im nedostaje dio koji nastupi nakon treninga, a to je umrežavanje s polaznicima i predavačima. Web to ne može zamijeniti. Ljudima nedostaje osobnog kontakta i nadamo se da ćemo u budućnosti sve svoje obrazovne aktivnosti moći provoditi uživo.

**Što biste savjetovali hrvatskim ulagačima u Sloveniji, u koji biste ih sektor usmjerili? Gdje u Sloveniji vidite najveće mogućnosti za inozemna ulaganja?**

Slovenija nastoji privući uglavnom takve inozemne ulagače, čiji investicijski projekti u smislu učinaka postižu veću dodanu vrijednost po zaposleniku, što će imati pozitivan utjecaj na

inovacije, tehnološki razvoj i ostatak gospodarstva, koji će slovenske tvrtke uključiti u njihove opskrbe lance, pridonose podizanju kompetencija naše radne snage i uravnoteženom regionalnom razvoju, a istovremeno su ekološki prihvatljive tehnologije.

Privlačimo razne investitore od tvrtki koje žele uspostaviti proizvodnju u Sloveniji, do tvrtki koje žele preuzeti ili spojiti tvrtku, do financijskih ulagača koji žele ulagati u razne projekte. Istodobno, želio bih naglasiti kako je SPIRIT Slovenija izvrsna ulazna točka za inozemne ulagače, jer se prema svakom ulagaču ponašamo pojedinačno i stojimo mu uz bok u fazi prije ulaganja, tijekom njegova trajanja, ali i nakon njegova završetka.

Mogućnosti za ulaganja i zajedničke projekte sa slovenskim tvrtkama su u svim sektorima, a posebno bih istaknuo sljedeće: transport i logistiku, strojeve i elektroničku opremu, automobilsku industriju, alate od prostih metala i farmaceutske proizvode, drvo i drvene proizvode, te turizam. Uspostavili smo internetsku bazu podataka za prikupljanje različitih investicijskih projekata u Sloveniji, koja se stalno ažurira, s čime povezujemo nositelje investicijskih projekata s potencijalnim ulagačima.

Stoga se toplo pozivaju hrvatski ulagači i sve hrvatske tvrtke zainteresirane za ulaganje ili poslovanje sa slovenskim tvrtkama.

**Kako ocjenjujete rad SLO CRO Poslovnog kluba u Hrvatskoj?**

Drago nam je što je mreža slovenskih poslovnih klubova sve više razgranata jer su klubovi već prisutni gotovo u cijelom svijetu pa slovenskim tvrtkama možete ponuditi učinkovitu pomoć pri ulasku ili širenju poslovanja na inozemnim tržištima. Vrlo smo zadovoljni suradnjom sa slovensko-hrvatskim poslovnim klubom jer ste među najaktivnijima u mreži naših poslovnih klubova. Vaša pomoć tvrtkama neprocjenjiva je jer poznajete lokalno poslovno okruženje, poslovne specifičnosti i običaje. Vrijedan ste izvor informacija za slovenska poduzeća koja žele prodirjeti na hrvatsko tržište i ujedno pravi promotor slovenskog gospodarstva u inozemstvu.

Veselim se zajedničkom radu u budućnosti!



U mrežavanje s potencijalnim stranim poslovnim partnerima jedan je od ciljeva Expa.

Foto: arhiv SPIRIT

I FEEL  
SLOVENIA

*Empowering business*

**GREEN.  
CREATIVE.  
SMART.**

Razmišljate o **preseljenju** vašeg izvoznog posla? Tražite **dobavljača ili poslovnog partnera**? Slovenija je pravi izbor, a poslovna agencija SPIRIT Slovenija **mjesto je za sve vaše zahtjeve!**

**Što nudimo:**

- Besplatne konzultantske usluge
- Prilagođene informacije o slovenskim dobavljačima i mogućnostima ulaganja
- Kontakt s potencijalnim poslovnim partnerima, stručnjacima iz industrije i državnim tijelima
- Pomoć tijekom procesa ulaganja na svakom koraku
- Podrška u razvoju vašeg poslovanja jednom, kada ste ovdje

**Javite nam se!**

**SPIRIT Slovenia**  
Agencija za razvoj poslovanja

Verovškova 60  
SI-1000 Ljubljana, Slovenija  
+386 (0)1 589 18 70  
invest@spiritslovenia.si

**SPIRIT  
INVEST SLOVENIA**  
www.investslovenia.org



REPUBLIC OF SLOVENIA  
MINISTRY OF ECONOMIC DEVELOPMENT  
AND TECHNOLOGY

## SPOZNAJTE IZJEMNE MOŽNOSTI ADITIVNE PROIZVODNJE S TEHNOLOGIJO 3D TISKA HP MJF

- Tehnologija **HP Multi Jet Fusion** uspešno dopolni ali povsem nadomesti tradicionalne načine proizvodnje.
- Prednosti: veća produktivnost, niži stroški, krajsi čas izdelave, boljša kakovost in nižja teža izdelkov.
- Področja: industrija, transport, medicina, potrošno blago in elektronika, vojaška industrija, izobraževanje.

### OBIŠČITE 3D DEMO CENTER CGS PLUS V LJUBLJANI



CGS plus d.o.o.  
Brnčičeva ulica 13  
1000 Ljubljana

T +386 1 530 11 00  
E info@cgspplus.si  
https://cgspplus.si/



# PROJEKT 100 PAMETNIH TVORNICA



## INTERVJU S ANJOM ŠTEFANIĆ, DIREKTORICOM CULMENE

### 1. Što je projekt „100 pametnih tvornica“?

„100 Pametnih tvornica“ je projekt tvrtke Culmena, pokrenut s ciljem stvaranja Pametnih tvornica u Hrvatskoj te jačanja hrvatskog gospodarstva i konkurentnosti proizvodnih tvrtki.

### 2. Što je pametna tvornica?

Pametna tvornica je tvornica u kojoj se koriste tehnologije Industrije 4.0 na optimalan i ekološki održiv način, a karakteriziraju ju povezanost u realnom vremenu, umreženost, autonomnost, produktivnost i održivost.

### 3. Koje benefite mogu očekivati tvrtke koje se uključe u projekt „100 Pametnih tvornica“?

Projekt funkcionira na principu „ključ u ruke“, odnosno mi provodimo cjelokupnu transformaciju tvrtke u Pametnu tvornicu. Benefiti su mnogi, a uključuju poslovnu procesnu transformaciju tvrtke, bolje financijske rezultate, optimizaciju procesa, digitalizaciju poslovnih procesa i proizvoda, velike uštede resursa, postavljanje i praćenje KPIeva, održivo poslovanje te benefite za zaposlenike, marketing i prodaju. Poduzeća po završetku transformacije dobivaju **certifikat Pametne tvornice**.

### 4. Pomoću koje metodologije se provodi transformacija poduzeća?

Transformacija se provodi pomoću Culmenine **Culis metodologije**, koja je produkt dugogodišnjeg iskustva i rada na optimizaciji procesa u industriji Republike Hrvatske i u svijetu. Iskustvo i velik broj odradenih projekata pokazali su da tvrtke postižu najbolju poslovnu transformaciju kombinirajući **Lean, Digitalnu transformaciju i Green**, koji su temelj CULIS metodologije. U središtu CULIS metodologije je čovjek (zaposlenik, menadžer, lider, vlasnik) kojem se na jednostavan način omogućuje usvajanje i primjena novih digitalnih tehnologija.



Tvrtka Culmena osnovana je 2004. godine i od tada je napravljeno preko 350 uspješnih projekata. Specijalizirani smo za područje proizvodnje u kojem imamo preko 20 godina iskustva. Upoznali smo hrvatske tvrtke s Lean metodologijom i među prvima još 2013. zagovarali važnost Digitalne transformacije i Zelenog upravljanja. Osnivači smo i organizatori dvije godišnje konferencije o Leanu i Digitalizaciji – GALP i Lean Spring Summit te izlažemo na svjetskim sajmovima Industrije 4.0. Izradili smo Nacionalnu strategiju za digitalizaciju industrije te usko surađujemo s Europskom komisijom po pitanju digitalizacije industrije. Naš najnoviji projekt je upravo projekt „100 pametnih tvornica“.

### 5. Koliko je vremensko trajanje projekta, tj. transformacije tvornice?

Okvirno trajanje projekta je između **12 i 24 mjeseca**, no ovisi o veličini poduzeća i trenutnom stanju, u smislu već implementiranih tehnologija. Svakom poduzeću nudimo personalizirani pristup.

### 6. Tko su partneri u projektu?

Partneri u projektu su poduzeća specijalizirana za različita područja potrebna za potpunu transformaciju tvornice u Pametnu tvornicu. Područja koja pokrivaju Partneri u projektu su: IoT, Connectivity, Umjetna inteligencija, Robotika, Planiranje proizvodnje, Cyber-security, ERP, Obnovljivi izvori energije, Cirkularna ekonomija, Arhitektura i EU fondovi.

Trenutni partneri u projektu su sljedeće tvrtke: **Nokia, Micro-link, Lean Scheduling Europe, Damko, Purić, Communter Ad Decus, Elproms Team i Impuls savjetovanje**.

### 7. Koja poduzeća mogu ući u projekt?

U projekt trenutno mogu ući **proizvodna poduzeća**. Mogu se pridružiti poduzeća svih veličina (micro, small, medium, large) iz bilo koje industrije.

### 8. Koje su mogućnosti financiranja projekta?

Projekt se može financirati iz **vlastitih izvora poduzeća, kredita ili EU fondova**.

### 9. Kako mogu saznati više o projektu?

Posjetite našu web stranicu [www.culmena.hr](http://www.culmena.hr) ili nam se javite na mail [info@culmena.hr](mailto:info@culmena.hr). Također, dostupni smo i na LinkedIn profilu: Culmena.

PARTNERI U  
PROJEKTU

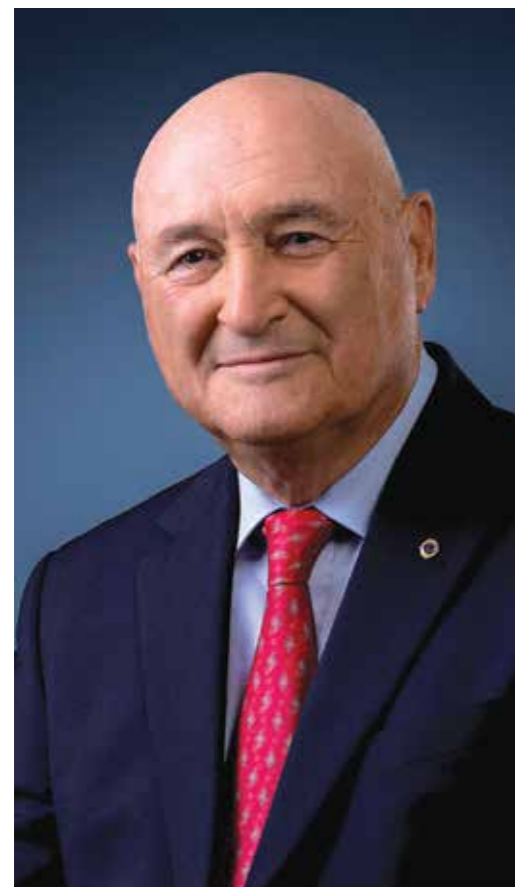


# Bez ideje ništa ne možete napraviti, ona sve pokreće

Vesna Vukšinić Zmaić

## Intervju: Branko Roglić

Od istovara pšenice u splitskoj luci u završnom razredu srednje škole, preko servisa za popravak televizora na Elektrotehničkom fakultetu, dokapitalizacije Croatia baterija do vlasnika i predsjednika Nadzornog odbora Orbico Grupe, najvećeg distributera u Europi s konsolidiranim prihodima od 2,5 mlrd EUR, 8.000 zaposlenih i poslovanjem u 20 europskih zemalja. Časni je generalni konzul Republike Slovenije u Splitu i potpredsjednik SLO CRO Poslovnog kluba. Voli loviti ribu i ponosan je vlasnik vinograda. Predstavljamo vam gospodina Branka Roglića!



Branko Roglić

**G**ospodine Roglić, evo godina dana je prošla od predstavljanja vaše autobiografije. Kako danas s odmakom gledate na knjigu i kakve su reakcije kolega i poslovne zajednice na nju?

Da, točno, godinu dana je prošlo i jako sam zadovoljan reakcijama na knjigu. Kolege su pozitivno reagirale, time sam postigao cilj koji sam htio a to je da s privatizacijom u Hrvatskoj devedesetih koja je bila takva kakva je bila, nisam imao nikakve veze. U Hrvatsku sam već došao s gotovim novcem, i dalje razvijao svoje poslove. Moji radnici do kojih mi je naročito stalo, sada znaju da je sve to nastalo prirodnim rastom bez ikakvih privatizacijskih malverzacija koje su u Hrvatskoj bile uobičajene.

**Što biste preporučili poduzetnicima i onima koji to tek žele biti? Koje su to najvažnije pretpostavke za uspjeh, ukoliko se to može tako pojednostaviti?**

Ako bih mogao preporučiti koncentirati u dvije riječi, onda bi rekao da je prva ideja a druga skromnost. Bez ideje ne možete napraviti ništa, ona pokreće sve. Kad imate ideju, zapošljavate ljude, doći će kapital, a kad nemate ideju, ovisite o radu svojih mišića ili svoje pameti i služite ideji nekoga drugoga. Što se skromnosti tiče, bez nje nema ni poštenja. Poštenje i skromnost su usko vezani. I najbolja ideja ako nema skromnosti i poštenja neće se moći ostvariti.

**Kako idu skupa skromnost i neskromne ideje?**

Uvijek se može bit skroman. Ja sam upoznao ljude, koji su imali 200.000 zaposlenih i golema bogatstva koja nisu služila njima privatno, nego zajednici i ljudima koji su tamo radili. Moj vječiti uzor je vlasnik Ikee, sad već pokojni Ingvar Kamprad. On se ponašao normalno kao bilo koji od njegovih zaposlenika. Umro je ali njegove ideje su vječne i nadahnjuju mnoge poduzetnike, a među njima i mene.



U uredu zagrebačkog Orbica.

**Koje odluke smatrate bitnim, a koje činjenice smatrate neminovnim u budućem poslovanju, a da su se dogodile s pandemijom?**

Pa slušajte, pandemija, koliko je štetila, mislim da je čak doprinijela razvoju društva općenito. Mi smo naučili poslovati online. Dakle bez interneta pandemija ne bi donijela ništa, ali zbog interneta i pandemije više se toliko ne putuje. Primjerice - prije mjesec dana preuzeo sam distribuciju Lipton čajeva u 20 zemalja. Tom prigodom predsjednik Liptona bio je u Londonu, njegov direktor za EU u Parizu, moji sinovi u Zagrebu, predsjednik uprave Jure Tršan u Kranju, a ja sam bio na brodu i lovio sam ribu. Na taj način smo odradili i taj sastanak te započeli posao, s novim principalom. Prije pandemije to nije bilo moguće - putovali bi u London i potrošili deset tisuća eura za putovanja i hotele. Ovo nas nije koštalo ništa. Odradili smo ovaj online sat i dalje se posvetili poslu. Dakle pandemija je donijela velike koristi u smanjenju troškova putovanja. To će sigurno štetiti hotelskim i aviokompanijama te općenito prijevoznicima. No to uvijek bude tako, prema poslovici: kad nekome smrkne, drugome svane.

**No, osobni kontakt ipak je bitan, u poslu pogotovo.**

Osobni kontakt neće izumrijeti. S poslovnim partnerom sretete se osobno jednom ili dva put godišnje, a ne više tako često kao prije, jer to sada možete odraditi online.

**»VSE OD ZAČETKOV JE ORBICO NARAVNAN K ČLOVEKU. PRVA SKRB VSAKEGA PRAVEGA PODJETNIKA MORA BITI ČLOVEK, TEGA SEM SE STROGO DRŽAL. NA ZAPOSLENE SEM VEDNO GLEDAL KOT NA LJUDI, KI SO MI BLIZU, PROJEKT, KI GA IMAMO, PA NAŠ SKUPNI.«**



**Šta nam možete reći o pandemijskoj poslovnoj godini Orbico Grupe i investicijskim planovima.**

Orbico Grupa je u 2020. završila sa 18.2 milijarde kuna prihoda. Veći smo od Ine za cca 4 milijarde kuna. Orbico Zagreb osamnaesti je po veličini u Hrvatskoj ali Orbico Grupa je kao privatno poduzeće na prvom mjestu. Dakle u pandemiji nismo izgubili, dapače dobili smo. Ljudi su radili od kuće ali su i dalje kupovali naše proizvode. Započeli smo poslove s novim principalima, jer su mali distributeri posrnuli. U razvoju Orbica nismo nikada zakasnili platiti račune bankama, dobavljačima niti radnicima plaće, a pri tome nikada nijedna Orbico tvrtka nije bila blokirana. Tome doprinosi strogo vođenje računa o troškovima i skromnost. Iako Orbico u voznom parku posjeduje 3.000 automobila, ja svoj auto vozim sam. Tek u zadnje vrijeme na duža putovanja povedem sa sobom mlađeg kolegu. Skromnost je bitna i u odnosu prema ljudima i svojim zaposlenicima. Ako ste bahati - nitko vam ne prilazi, a kada ste skromni, lakše stupate u kontakte i ostvarujete bolju komunikaciju s okolinom. Što se tiče investicija, u Poljskoj smo napravili naš novi najveći logistički centar, s kapacitetom od 50.000 paletnih mjesta. On je potpuno automatiziran i robotiziran. Za dva mjeseca planiramo otvoriti sličan logistički centar u Sofiji. U okolici Zagreba, također planiramo izgraditi logistički centar, oko kojeg smo već u pregovorima. Uz sve ove investicije koje smo imali, rezultati poslovanja su sveli naš dug na 0,6 EBITDA. Siguran sam da za dvije godine nećemo imati duga, te ćemo poslovati s vlastitim novcem.

**Vaša grupa daje podršku i kvalitetnim lokalnim proizvodima. Kako biste ocijenili Vaš projekt Orbico Adriatic wines? Kako se dogodila i razvila ta ideja?**

Ideja OAW dogodila se u Poljskoj. Poljaci su



Branko Roglić na događanju SLO CRO Poslovnog kluba, s bivšom veleposlanicom Republike Slovenije u Zagrebu, dr. sc. Smiljanom Knez.

Foto: Antun Bukovac



U Zagrebu, prošle godine na predavljanju autobiografije.

Foto: Igor Šprajcar

poznati kao veliki potrošači piva i votke. Međutim zadnjih deset godina potrošnja vina u Poljskoj raste. Budući da smo jaki na tom tržištu, shvatio sam da bi trebalo napraviti neku platformu na kojoj bi plasirali vina u 20 zemalja u kojima smo prisutni. Ovdje sam mislio prvenstveno na vina proizvedena u Sloveniji, Hrvatskoj te Bosni i Hercegovini. Prilikom razrade ove ideje konzultirao sam gospodina Zdravka Mastnaka, poznatog proizvođača vina i pjenušca u Sloveniji.

Projekt je trenutno na početku, no nadam se da ćemo za dvije godine moći reći kako smo ostvarili napredak i razveselili naše proizvođače vina.

#### Koje vino vi pijete?

Pijem svoje vino! Imam Dingač, Postup, Sivi pinot i Chardonnay, a najviše volim Žilavku. Posjedujem 15.000 trsova na poluotoku Pelješcu. Tu zemlju sam kupio prije 20 godina jer se ukazala dobra prilika. Inače, kad sam u Sloveniji pijem vina Batiča, Mlečnika, Kristančića i Goriških Brda koja su vrhunska i ravna najboljim vinima u Europi.

#### Orbico slovi za jednog od najpoželjnijih poslodavaca u Hrvatskoj. Što biste poručili mladima kojima je cilj raditi u tako uspješnim kompanijama? Na koja se usavršavanja trebaju usredotočiti?

Rekao sam što znači ideja, skromnost i ambicija, te volja za usavršavanjem. Čovjek mora imati školu. To je baza. Bez toga ne možete imati ideju. Definicija ideje je inteligencija + iskustvo. To su me naučili u Americi. Prvi puta sam to čuo kao gost mog partnera Procter & Gamble. Dakle, ako imate inteligenciju i imate iskustvo možete imati ideju. Ona je pokretač svega. Najuspješniji ljudi današnjice su izašli s idejom iz garaže prije 20-tak godina. Mladim ljudima bih savjetovao da se obrazuju u okviru svojih talenata. Dakle, imate slikara koji ima talenta i treba se obrazovati u tom smjeru, inženjera s idejama i talentom treba obrazovati u tom smjeru. Ako je čovjek obrazovan i inteligentan, te ima iskustvo onda može dobiti ideju koju će dalje razvijati.

#### U svakom slučaju, čovjek bi se trebao cijelo vrijeme obrazovati.

Naravno, ja cijelo vrijeme učim. U mojoj spavaćoj sobi pored kreveta ima 50 knjiga. Neke sam cjelovito pročitao, a u pojedinima samo ono što me je zanimalo. Fizika mi je bila uvijek najdraža jer se sve oko nas događa po njenim zakonima. Zbog toga sam izrazito cijenio hrvatskog znanstvenika i rektora Zagrebačkog sveučilišta Ivana Supeka.

#### Kako motivirate zaposlene?

Orbico je od početka okrenut čovjeku. Prva briga svakog pravog poduzet-

»NOVA TEHNOLOGIJA NAM OMOGOČA, DA SLEDIMO TRENDOM IN SPREMEMBAM TER SE JIM PRILAGODIMO. ČE NISTE NA TEKOČEM S SPREMEMBAMI, NE MORETE OBSTATI.«

nika treba biti čovjek, ja sam se toga striktno pridržavao. Na zaposlenike sam uvijek gledao kao meni bliske ljude, a projekt koji imamo je naš zajednički. Ljudi su to prepoznali. Dobro poslovanje Orbica i sudjelovanje u radu je već motivirajuće. Svatko tko radi u Orbicu mora se potpuno posvetiti poslu, kako bi ostvario rezultate kojima će zaraditi plaću sebi i svojim kolegama. Pojedinaac koji ne radi dobro, šteti sebi i svojim kolegama. Radnici se brinu da tvrtka radi dobro danas, a vlasnik brine da poduzeće ima dugoročno održivo poslovanje. Moja je vizija da će jednom unuci naših radnika raditi u nekom Orbicu i kad mene više neće biti. Moja je briga da stvari idu u tom smjeru. Poslovanje poslodavca poduzetnika nije luksuz, nisu crveni tepisi i jahte nego, briga o ljudima.

Motivacija može biti financijska ali jednako je tako važno da budu dobri međuljudski odnosi među zaposlenicima. Ja sam rekao šefovima i direktorima, da se moraju ponašati prema svojim radnicima onako kako se ja ponašam prema njima. U Orbicu nema bahatosti.

#### Što mislite o mladima i školstvu, kako izgraditi tržište rada?

Iz ovoga što sam ispričao, moglo bi se naći upute kako izgraditi tržište rada. Mislim da su učitelji i profesori – naročito učitelji, jako bitna poluga u razvoju društva. Osnovna škola važno je razdoblje u razvoju svakoga od nas, zato su učitelji oni koji daju temelj, da bi mladi mogli kroz srednju školu dalje razviti svoje talente i biti korisni za društvo.

#### Kako gledate na hrvatsko gospodarstvo i njegovu budućnost. Na što se treba fokusirati?

Mislim da trebamo definirati segmente u kojima se Hrvatska mora razvijati. Svi mi u regiji

pa i Slovenija trebamo se razvijati na komparativnim prednostima. EU je veliko i sredeno tržište, od 500 mil. ljudi. Da bi bili uspješni morate definirati komparativne prednosti i na njima razvijati gospodarstvo. Dakle Slovenija na prerađivačkoj industriji, IT industriji i turizmu, dok se Hrvatska treba orijentirati na turizam, poljoprivredu, drvenu industriju te sport. Obje su slične zemlje i komplementarne. Treba poraditi na turizmu izvan sezone, jer ljudi u mirovini vole putovati pa je to razlog više za produžetak sezone. Što se tiče sezone, znamo da se ljeti ide na more a zimi na skijanje.

#### A područje automobilizma kojeg zastupa Rimac?

To su početci i treba mu pružiti podršku. Čovjek iz malog mjesta u Hrvatskoj napravio je najbrži auto na svijetu i pobijedio sve te mudrace koji su se stotinama godinama bavili automobilizmom. To je velika stvar.

#### Svijet i način poslovanja se mijenja. Dosadašnja pravila više ne vrijede. Kako se snaći u tome?

Sigurno je da se svijet mijenja. Prije se mijenjao jednom u 200 godina, pa se mijenjao svakih 50 godina, a sada svake sekunde. Nova tehnologija dopušta nam, da pratimo trendove te da smo u tijeku s promjenama i da na njih možemo reagirati. Ako niste u tijeku s promjenama ne možete opstati.

#### Kako vidite gospodarsku suradnju Slovenije i Hrvatske i kakva iskustva imate?

Mislim da je suradnja uvijek bila dobra te da je gospodarstvo uvijek funkcioniralo. Ja sam ozbiljan posao započeo u Sloveniji te praktički iz Slovenije otvarao poslove na području Hrvatske, Bosne i u svim državama kasnije. Nikada u Sloveniji nisam osjetio da me se drukčije tretira jer sam Hrvat, i zato osjećam zahvalnost prema Sloveniji i Slovencima. Shodno tome, kao konzul, te kroz poslove radim sve da odnosi između meni bitnih država budu što bolji. I danas moji ključni manageri su Slovenci – Jure Tršan, predsjednik uprave, Igor Šprajcar, član nadzornog odbora, a Irena Novinec vodi kompletnu kozmetiku. Svi moji znaju da sam vezan na Sloveniju, gdje imam jako puno prijatelja. U Ljubljani posjedujem stan gdje često boravim sa svojom obitelji. Ljubljana je jako lijep grad i jedan od onih u kojem bi mogao živjeti pored Splita i Zagreba, jer se tamo osjećam kao kod kuće.



U Cankarjevom domu u Ljubljani na predavljanju slovenskog prijevoda autobiografije, s voditeljicom Mojcom Mavec.

Foto: Luka Svetič

#### Potpredsjednik ste SLO CRO Poslovnog kluba, kako ste zadovoljni radom?

Zadnje tri godine radimo odlično. Predsjednik Saša Muminović i vi Vesna podigli ste klub na profesionalnu razinu. Sigurno moramo raditi još na članstvu, no doprinos kluba je vidljiv i na razmjeni dobara između Slovenije i Hrvatske. Klub stvara atmosferu zajedništva, na naših doručcima zblizavaju se poslovni ljudi, rađaju se ideje i suradnja. Siguran sam da je to put u budućnost zajedničkog gospodarstva Slovenije i Hrvatske.

Naši poslovni doručci se trebaju nastaviti održavati. Mislim da bi lokacije njihovih održavanja trebalo mijenjati po raznim mjestima u Hrvatskoj i Sloveniji, kako bi ljudi upoznali ljepote obje zemlje.

#### Što biste htjeli za zaključak ovog intervjua poručiti našim čitateljima, poslovnim ljudima iz Slovenije i Hrvatske?

Uputio bih ljude jedne na druge, na zajedništvo. Politika misli na sebe, a mi moramo u međuvremenu osmisliti dovoljno novih poslova. Znamo da danas postoje poslovi koji nekad nisu postojali, a tako će biti i u budućnosti. Poslovi o kojima danas niti ne sanjamo postojat će u budućnosti.

Tvrtke se rađaju i gase, i zato je jako bitno da od početka o njima razmišljamo dugoročno. Poduzetnik je poslanstvo, a glavna briga mu je da se prilagođava tržištu i brine o ljudima.

»BREZ IDEJE SE NE DA NAREĐITI NIČESAR, IDEJA POGANJA VSE. KO BOSTE IMELI IDEJU, BOSTE ZAPOSLOVALI, PRIŠEL BO KAPITAL, ČE JE NIMATE, STE ODVISNI OD SVOJIH MIŠIC ALI SVOJE PAMETI IN SLUŽITE IDEJI NEKOGA DRUGEGA.«

# Ljubav prema vinu je ljubav prema životu!

Tomaž Bakšič



**ORBICO**  
AdriaticWines

U svijetu danas postoji tisuće vinskih sorti. U Hrvatskoj je na Nacionalnoj listi priznatih kultivara 258 sorti vinove loze namijenjenih za proizvodnju vina – što Hrvatsku bez sumnje čini bogatom vinskom zemljom. U Hrvatskoj možete proizvoditi najbolje autohtone sorte Plavac Mali, Graševinu, Malvaziju Istarsku i Teran, te međunarodne sorte Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Muškat, Rajnski Rizling.

**P**roizvodnja vina je iznimno složen proces koji predstavlja dalek put od vinograda do čaše. Za stvaranje vrhunskog vina, potrebno je znanje i strast prema vinu u svakom koraku procesa proizvodnje: od održavanja vinograda, preko berbe, prerade, samog postupka fermentacije, do uvjeta čuvanja, pretoka i stabilizacije – sve to, kako bi se na koncu došlo do čaše odličnog vina.

Projekt Orbico Adriatic Wines (OAW) okuplja proizvođače, distributere i ljubitelje vina u Europi. S Adriatic vinima smo prisutni na tržištu Poljske, Češke, Njemačke, Nizozemske i Slovenije.

Pratimo trendove u proizvodnji vina u svijetu i Hrvatskoj, želimo ponuditi atraktivan portfolio i razlikovati se od konkurencije. Zato smo, uzimajući u obzir našu veličinu i rasprostranjenost, zaključili kako kupcima trebamo ponuditi prirodna vina koja se sve više traže. Hrvatska se može pohvaliti nekim bitnim komparativnim prednostima poput autohtonog sortimenta i duge vinske tradicije, što neke konkurentske zemlje nemaju.

Hrvatska vina (Degrassi, Fakin, Iločki podrumi, Dalmatian Dog) u Sloveniji možete naručiti i preko web stranice Enaa.com. Za sve dodatne informacije nas pozovite na +386 40 378 217 ili pošaljite email na tomaz.baksic@orbico.com.

Pozivamo Vas da nas pratite na web stranici projekta OAW [www.adriatic-wines.com](http://www.adriatic-wines.com) i na našem Facebook i Instagram profilu.

Vina su dio naše svakodnevice.  
Kušajte ih u dobrom društvu!



VINAKOPER

## Triglav klub vrijedi jer novac štedi!

Preuzmite našu besplatnu aplikaciju i  
ostvarite odlične pogodnosti i popuste!



Skenirajte ovaj QR kod i preuzmite  
našu besplatnu Triglav klub aplikaciju.



Sve će biti u redu.

**triglav**

[triglav.hr](http://triglav.hr)

# Razlika situacije od prije nekoliko godina i danas je što se sad sve može prodati

Vesna Vukšinić Zmaić



## Intervju: Boro Vujović

Boro Vujović dopredsjednik je Udruženja poslovanja nekretninama pri Hrvatskoj gospodarskoj komori te osnivač i direktor tvrtke Opereta, najveće agencije za promet nekretnina u Zagrebu koja je dugogodišnji član SLO CRO Poslovnog kluba. Gospodinu Vujoviću uputili smo pitanja na temu potresa i pandemije za koje vjerujemo da su promijenili trgovinu nekretnina, te kakva je danas dinamika prodaje nekretnina u Hrvatskoj općenito.



Boro Vujović

**K**ako ocjenjujete da je pandemija Covid-19 utjecala na tržište nekretnina u Hrvatskoj i jesu li se ostvarila očekivanja iz gospodarske krize 2008.?

Pandemija je utjecala na tržište nekretnina kako u Hrvatskoj, tako i u cijelom svijetu. Kad je počela pandemija, očekivao se pad cijena i scenarij sličan 2008. g., ali se dogodilo suprotno tome. Države su drugačije reagirale, dale su subvencije za očuvanje radnih mjesta i gospodarstvo. Zbog toga nije došlo do kolapsa sustava, nego je situacija krenula u drugom smjeru. Jedan od razloga je što nije bilo "efekta švicarca" koji je učinio krizu 2008. "pogubnom" za tržište nekretnina. Drugačija je bila i reakcija banaka, koje su dale klijentima moratorij na kredite, time se izbjegao pritisak na prodaju nekretnina, te se nije ponovio scenarij 2008. godine. Pandemija je učinila da ljudi mogu raditi od kuće, tako da se smanjio pritisak na uredske prostore i tu je došlo do promjena na tržištu. Manji je interes za zakupima uredskih prostora, ali se zato povećao pritisak na skladišne i logističke nekretnine. Dobar dio prometa se prebacio na internet, a za to su potrebni logistički centri, kojih u ovom trenutku nedostaje na tržištu. Mnogi kupci iz inozemstva su shvatili da mogu raditi od kuće i da im je ljepše sjediti u kući na Jadranskoj obali, nego zatvoren u stanu u nekom od gradova EU-a. To je naše nekretnine učinilo još atraktivnijima. Potres u Zagrebu je imao učinak na tržište. Nestao je dobar broj nekretnina sa tržišta. Dovel je do povećanja cijena novijih nekretnina, a stare nekretnine učinilo neatraktivnima.

**Cijene, čini se, nisu bile nikad više. U isto vrijeme ponuda novogradnje raste. Što mislite dokle to može ići i očekuje li se neka stagnacija po tom pitanju?**

Teško je točno prognozirati što će se dogoditi s cijenama. Ne očekujemo da će cijene padati s obzirom na sve trenutne okolnosti: niske kamatne

stope za stambene kredite i niska kamata na štednju. Nekretnine iz premium segmenta će i dalje postizati visoke cijene i moguć je rast cijena. S obzirom na količinu građevinskih dozvola i kupovnu moć građanstva moguća je stagnacija cijena. Važno je naglasiti da na sadašnjem tržištu ne rastu cijene svih nekretnina linearno. Više su poskupili novi stanovi na atraktivnim lokacijama, nego oni na "neatraktivnim". Razlika između situacije od prije nekoliko godina i danas je što se sada sve može prodati. Do prije 5 godina je stan u podsljemenskoj zoni bilo teško prodati, bez obzira na cijenu.

**Obala i Zagreb su znatno drugačije tržište od unutrašnjosti. Po čemu se izdvajaju i razlikuju?**

Kupci Zagreba su domaći kupci iz Hrvatske, BIH i dijaspore. U ovom trenutku malo stranaca imamo na zagrebačkom tržištu. Nakon potresa i koronavirusa se smanjila atraktivnost Zagreba kao turističke destinacije, pa je to još izraženije.

Prednost obale je što ima kupce iz cijele Europe, a Dubrovnik iz cijelog svijeta. To nekretninama na obali daje prednost u odnosu na Zagreb. Veći bazen kupaca više platežne moći. Većina ih kupuje second home na obali, ali sve je više kupaca koji zbog home office modela preseljavaju na našu obalu.

**Koliko je potres u Zagrebu, te obnova koja ide sporo, utjecala na tržište nekretnina u glavnom gradu?**

Tektonski poremećaj u svakom smislu te riječi. Stare zgrade u centru grada su od najatraktivnijih nekretnina, postale najmanje poželjna roba. Novogradnjama u centru cijena je dodatno narasla, ali je starim stanovima značajno pala. U 2020. godini broj kupoprodaja je pao za skoro 50 % u centru, kao posljedica potresa. To što obnova sporo teče dodatno usporava oporavak tržišta u centru grada. Sve je to utjecalo na rast cijena na drugim lokacijama u gradu.

**Koji su vaši prijedlozi za poboljšanje regulatora na tržištu nekretnina?**

Priča se o novom krugu legalizacije, što bi bilo odlično za tržište nekretnina. Imamo dosta nekretnina bez uporabne dozvole i novi krug bi pomogao to riješiti. Trenutno takve nekretnine imaju malu tržišnu vrijednost, jer ih banke ne žele financirati.

APN koji imamo svake godine, dovede do velike potražnje i zbog toga rastu cijene, jer kupci imaju kratak rok da realiziraju kredit i dobiju subvenciju. Prijedlog je da mjera bude trajna, bez vremenskog ograničenja ili da se ukine.



Opereta se trudi klijentima uštedjeti najvažniji resurs, a to je vrijeme.

**Kako u Opereti pomazete kupcima stanova, što im nudite i kako olakšate kupnju nekretnine, znamo da taj proces može biti jako stresan.**

Opereta se trudi našim klijentima uštedjeti najvažniji resurs koji svi imamo, a to je vrijeme. Zbog toga za nekretnine iz naše ponude imamo tlocrte, kvalitetne opise i slike. Virtualnu šetnju smo radili i ranije, ali nam je nakon početka pandemije postala važno sredstvo rada, jer na taj način omogućujemo kupcima da iz topline svog doma obidu nekretninu koja ih zanima i vide sve detalje. Pa ako nakon toga zaključite da ih zanima, onda je obilazak 90 % i realizacija. Na taj način se smanjuje broj ljudi u nekretnini prodavatelja i mogućnost eventualne zaraze. Kod prezentacije kuća i zemljišta obavezno dižemo dron, kako bi potencijalni kupci vidjeli sve detalje.

Danas kad imamo puno interesenata, važno je znati tko je "ozbiljan", tako da za naše kupce imamo besplatnu ponudu kreditnog savjetovanja. Brzo i jednostavno možemo prilagoditi ponudu kredita našim kupcima, dati im izbor više banaka i naći za njih najbolju opciju. Često se dogodi da kupci imaju bolju ponudu kod nas, nego direktno u banci čiji su klijenti.

Kupci se često susreću s izazovom adaptacije i uređenja nekretnine koju su kupili. Tu je važna pomoć arhitekta, dobar projekt i troškovnik šteti vrijeme i novac investitora. Zato našim kupcima nudimo mogućnost savjetovanja s našim arhitektonskim timom kako bi njihova nova nekretnina bila uređena baš po njihovoj mjeri.



Prednost obale je što ima kupce iz cijele Europe, a Dubrovnik iz cijelog svijeta.

# Na građevinskom tržištu uspješni više od tri desetljeća

Urša Cajzek

GIC GRADNJE d. o. o. iz Rogaške Slatine od svog osnutka 1990. godine jedna je od najvažnijih građevinskih tvrtki u Sloveniji. S dugogodišnjim iskustvom, pažljivo isplaniranim pristupom, znanjem i uspješnom provedbom svakog projekta omogućena je visoka kvaliteta građevinskih usluga te investicijski inženjering i proizvodnja građevinskog materijala.

**U** Sloveniji, a posljednjih nekoliko godina i u Hrvatskoj, izvode inženjersku gradnju, poslovne i industrijske objekte, trgovačke i servisne centre, ugostiteljske i turističke objekte, individualne i višestambene objekte, sanaciju i adaptaciju objekata, održavanje cesta, investicijsko inženjering i provedbu specijalnih gradnji. Uspješno poslovanje tvrtke je evidentno godinama i temelji se na važnim i bogatim referencama u raznim projektima za različite klijente.

## FOKUS NA ZAPOSLENIKE

GIC GRADNJE poseban naglasak stavljaju na zaposlenike. Redovito se usavršavaju kako bi kontinuirano poboljšavali svoje znanje. Također imaju poseban odnos prema sigurnosti i zdravlju zaposlenika i okolišu u kojem djeluju, pa su stekli nekoliko certifikata i dozvola, uključujući ISO 9001: 2015 za kvalitetu, ISO 14001: 2015 za zaštitu okoliša, ISO 45001: 2018 za sigurnost i zdravlje na radu.

## SVEOBUHVAJNA PONUDA I TIMSKI RAD

Svojim uslugama nude integrirana rješenja u području graditeljstva i zadovoljavaju očekivanja najzahtjevnijih kupaca. U grupi **GIC** putem kapitala ili poslova povezano je nekoliko tvrtki koje ostvaruju više od 70 milijuna eura godišnjih prihoda sa 150 stalno zaposlenih. Osim sinergijskih učinaka isprepleće se puno znanja i stalne suradnje među svim zaposlenicima u grupi. Naime, timski rad kod njih znači put do uspjeha.



Autobusni kolodvor u Slavenskom Brodu.



Foto: Arhiv GIC

## VLASTITI RESURSI

Osim visokokvalificiranog osoblja, konkurentska prednost tvrtke uključuje vlastite betonare, kamenolome, razvojne odjele, laboratorije i trgovinu. Ova vrsta poslovanja daje tvrtki izravnu prednost u odnosu na konkurente, a prije svega smanjuje njezinu ovisnost o opskrbi projekata ključnim građevinskim materijalom.

## POVIJEST TVRTKE UGLAVNOM SU NJIHOVE REFERENCE

Bogate i opsežne reference u 30-godišnjoj povijesti stoga uključuju više od tisuću uspješno završenih projekata. Istaknimo nekoliko nedavno dovršenih; novi Putnički terminal na Brniku, s investitorom Fraport Slovenija, garažna kuća u Luci Koper, veličine 120.000 m<sup>2</sup>, hladnjača Futura u Hočama i mnogi drugi. Trenutno se radi na više od deset gradilišta, jedan od većih projekata je izgradnja upravne zgrade Sava osiguranja, skladišta za klijenta Henkel i vlastiti projekti izgradnje stanova na različitim lokacijama po Sloveniji. U Hrvatskoj je nedavno dovršen autobusni kolodvor u Slavenskom Brodu, a radovi u Logističkom centru Rijeka već su u tijeku.



Novi putnički terminal aerodrom Brnik

*gradimo vaše sanje®*

- ▶ **GRAĐEVINARSTVO**
- ▶ **BETONSKI PROIZVODI**
- ▶ **TRGOVINA**
- ▶ **BETONARE**
- ▶ **NEKRETNINE**

### GIC GRADNJE d.o.o.

Sv. Florijan 120  
3250 Rogaška Slatina  
SLOVENIJA

tel.: +386 3 81 82 830  
mail: gradnje@gic-gradnje.si  
web: www.gic-gradnje.si



### GIC GRADNJE d.o.o.

VIII Ravnice 4/a  
10000 Zagreb

tel.: 01 2348 655  
mail: info@gic-gradnje.eu



# Ponekad vas nepoznavanja pravilnog ponašanja mogu stajati posla

Vesna Vukšinić Zmaić

## Intervju: Ksenija Benedetti

Bonton je skup neformalnih pravila koja nitko u društvu izričito ne zahtijeva, ali je vrlo očito kada ih netko ne slijedi. Poznavanje i poštivanje bontona velika je umjetnost i nužnost na putu do uspješnog poslovanja. Ksenija Benedetti u Sloveniji smatra se autoritetom na području ispravne i odgovarajuće poslovne komunikacije. Kao voditeljica Protokola Republike Slovenije, u osamnaest godina svoje karijere, zajedno sa svojim kolegama, pripremila je i izvela oko 800 posjeta na najvišoj razini i oko 130 državnih proslava. Kao poseban izazov u karijeri ističe posjet britanske kraljice Elizabete II. Sloveniji, posjet američkog predsjednika G. W. Busha i tri posjeta ruskog predsjednika Vladimira Putina. Nakon uspješne karijere šefice Protokola Vlade Republike Slovenije, 2018. godine krenula je na neovisni poslovni put i otvorila privatnu Akademiju za poslovni protokol. Pitali smo Kseniju Benedetti koliko je pandemija koronavirusa posegnula u pravila lijepog ponašanja i promijenila ih.



Ksenija Benedetti

**K**oja su tri glavna pravila poslovnog bontona - koja su se promijenila u korona razdoblju i više se ne primjenjuju?

- 1. Rukovanje.** Umjesto toga smislili smo pozdrav laktovima, šakama, nogama i "namaste", no ne čini se da bi se jedan od ovih novih načina pokazao ekvivalentnim, pa se u posljednje vrijeme, unatoč životu s virusom, rukovanje vratilo u prvi plan.
- 2. Međusobna udaljenost.** Neki su se već i prije neprikladno nametnuli u osobni prostor drugog. To se tijekom epidemije iz razumljivih razloga više ne događa. Međutim, povećala se međuljudska udaljenost.
- 3. "Zoom look".** Budući da su mnogi susreti i sastanci premješteni u virtualne prozore na ekranima, gdje je vidljiv samo naš gornji dio tijela, za vrijeme ovakvih sastanaka kod kuće

odijevamo se „napola“: Gornji dio je poslovni, a donji dio trenirke i papuče.

**Uistinu se dugo nismo uspjeli dogovoriti oko rukovanja i čini se da nijedno rješenje nije najsretnije.**

Da. Prilikom izvođenja drugih oblika pozdrava svima je išlo malo na smijeh. U početku su bili pozdravi s laktovima, trenutno se češće koriste pozdravi šakom, no rukovanje se polako i stidljivo vraća.

**Do kada trebamo biti tolerantni prema onome tko zanemaruje osnovna pravila bontona i gdje je potrebno postaviti jasnu granicu?**

Ovisno o pojedincu i grubosti i nepoštivanju bontona. Nisam pobornica verbalnog "podučavanja" drugih kada čine neprihvatljive pogreške. Da nešto nije korektno radije pokažem s humorom ili neverbalnom komunikacijom. Nepoštovanje i vrijeđanje ne dopuštam, ali nikad ne "vraćam" istom mjerom. Asertivno ponašanje je moj izbor.

**Što možete reći o poslovnom bontonu internetske komunikacije?**

Vrijeme se zgusnulo i svi žurimo. Na društvenim mrežama gotovo da nema granica onoga što je pristojno i primjereno, a što nije. Nepriстойnost je prihvatljiva za istomišljenike, dok bi iste riječi nekog, koji ne razmišlja isto, prvi označili kao sasvim nepristojne. Svatko razvija pristojnost na svoj način. Skrivena iza ekrana, osoba se osjeća sigurnom, misli da joj je sve dopušteno, piše što želi, cijelo vrijeme potrese frustracije, liječi svoje komplekse, ništa mu se neće dogoditi. Mislim da ljudi koji komuniciraju na tako odbačen način imaju velikih problema sami sa sobom. Da ne spominjem one koji se pojavljuju kao anonimni ili pod stranim imenom ili stvaraju astroturfing (manipulaciju javnog mišljenja op. a.) Ovo mi se čini jako zstrašujuće, a također i vrlo opasno za društvo. Ne smeta mi što je twitter postao jedan od kanala komunikacije javnih službenika, ali svi bi trebali biti jako oprezni što objavljuju i na koji način komuniciraju. Virtualni sastanci imaju slična pravila kao sastanci uživo, izgled vašeg prozora vrlo je važan, kao i pozadina, urednost, odgovarajuće osvjetljenje, postav kamere, neverbalna komunikacija, točnost, odaziv, učinkovito vođenje.

Oblik e-pošte također je sličan onima na papiru, osim što naravno ne pišemo pošiljatelj, adresa i datum. E-poruke su puno kraće od teksta na papiru, odmah prelazimo na stvar, sve ostalo prilažemo u privitcima. Dobro razmislimo što ćemo upisati u okvir Predmet, pročitajmo tekst prije nego što ga pošaljemo, ne upotrebljavajmo uskliknike i velika slova jer bi to značilo da vrištimo.



**U Global talent Survey 2020 u kojem je sudjelovalo 190 zemalja, rezultati pokazuju da je u Sloveniji, među prvih deset prioriteta na radnom mjestu, na prvom mjestu bio dobar odnos s kolegama, a na drugom mjestu usklađivanje privatnog i profesionalnog života, što dosad još nisu zabilježili. Pojava koronavirusa očito je utjecala na promjenu vrijednosti na radnom mjestu.**

Poslodavci ponekad zaboravljaju da je zadovoljan i motiviran suradnik mnogo uspješniji i kao takav posljedično više doprinosi uspjehu tvrtke. Pored svih sjajnih prednosti, na žalost novi komunikacijski alati također uzrokuju da nema više radnih dana te smo dostupni gotovo 24 sata dnevno. U Francuskoj neke tvrtke koje si to mogu priuštiti isključuju server u 17 sati kako bi zaposlenicima dale mir u privatnom životu. Drugdje skraćuju radno vrijeme sa osam na šest sati ili s pet na četiri dana u tjednu i povećavaju plaćene slobodne dane. Virus je zasigurno utjecao na mnoge promjene, uključujući i pozitivan smjer, no nedavno sam čula poslodavca kako kaže: „Neću više dopuštati rad od kuće. Ne mogu tako kontrolirati radnike“, što je potpuno pogrešan pristup.

**»POMEMBNO JE, DA KO POSLUJEMO S PODJETJI DRUGIH DRŽAV, TEMELJITO OPRAVIMO »DOMAČO NALOGO« IN SE POZANIMAMO, KAKŠNA PRAVILA VELJAJU V TISTI DRŽAVI IN KAKŠNE SO KULTURNE IN DRUGE RAZLIKE. VČASIH SO NEKATERI ZARADI NEPOZNAVANJA POSEBNOSTI OB POSEL.«**

**Recite nam još nešto o kodeksu odijevanja - što je prikladno, što nije a što mislite o teniscama, koje sada primjećujemo za vrste prigoda.**

Znamo da je promjena jedina konstanta u našim životima. Sama sam na strani slobodnijeg načina odijevanja, ali potrebno je znati tko, kada, kako. Različite profesije, poslovi, različita događaji, različita odjeća. Jedno je ako ste zaposleni u financijskoj tvrtki, u politici, drugo ako ste učitelj, treće ako ste informatičar u IT tvrtki ili dizajner. Nije isto ako imate službeni



Različite profesije i događaji, različita odjeća.

sastanak ili idete na svečanu večeru, drugo je ako idete na team building u seoskom turizam. U načelu, kravate odlaze sa vratova muških odijela, ženske su se cipele otvorile sprijeda i straga, odgovarajuća duljina suknje skratila se za dva do tri centimetra kao i rukavi na ženskoj odjeći. Tenisice s poslovnim odijelom snižavaju razinu odjeće, to se više ne može nazvati klasičnim poslovnim odijelom. Ljeti se jakna može odložiti. Ukratko: pravila odijevanja su labavija, prilagođavaju se vremenu i tako treba.

**Čini mi se da sve više ljudi ima tetovaže, no postavlja se pitanje kada je tetovaža previše osobna, ne bi li bilo bolje da bude skrivena?**

Osobno imam tri tetovaže, jednu na zapešću. Nitko ih nije vidio dok sam radila u državnom protokolu. Ljeti je ona na zapešću bila potpuno pre-

»DELODAJALCI VČASIH  
POZABLJAJU, DA JE  
ZADOVOLJEN IN MOTIVIRAN  
(SO)DELAVEC VELIKO  
BOLJ USPEŠEN IN KOT TAK  
POSLEDIČNO BOLJ PRISPEVA  
K USPEŠNOSTI PODJETJA.«

krivena narukvicama. Kod nas i dalje postoje predrasude među ljudima o tome, i mislim da ih je bolje sakriti u određenim zanimanjima. Zbog razbijanja tabua moja tetovaža namjerno je vidljiva na naslovnici moje knjige Putokazi. Ali još ne prihvaćamo tetovaže kao nešto obično, poput, primjerice, komada nakita. Možda uskoro hoćemo.

**Kulturne razlike među zemljama također diktiraju različita pravila ponašanja. Kao bivša šefica Protokola Republike Slovenije, zasi-**



Ksenija Benedetti s turskim predsjednikom Erdoganom i njegovom suprugom prigodom njihova posjeta.



Pravila u arapskim i azijskim zemljama razlikuju se od naših.

**gurno ste se susreli s mnogim posebnostima. Možete li navesti državu u kojoj poslovni protokol diktira drugačija pravila od onih na koja smo ovdje navikli.**

Pravila u arapskim i azijskim zemljama svakako se jako razlikuju od naših, a male se razlike mogu primijetiti i diljem Europe. Važno je da pri poslovanju s tvrtkama u drugim zemljama temeljito obavimo "domaću zadaću" i saznamo koja su pravila u toj zemlji te koje su kulturne i druge razlike. Ponekad vas mogu posljedice nepoznavanja specifičnosti kulture stajati posla. U načelu vrijede pravila zemlje u kojoj se nalazimo, no unatoč činjenici da poslovni partneri dolaze nama, moramo znati te razlike.

**Negdje sam pročitala da se poslovni bonton smatra nepisanim pravilom koje svi zaposlenici trebaju znati, a nitko o tome posebno ne podučava. U Sloveniji vi ste riješili taj problem i otvorili Akademiju za poslovni protokol. Tko su vaši učenic?**

Ovladavanje poslovnim protokolom izražava profesionalnost, pouzdanost, vjerodostojnost i kompetentnost u poslovanju, što su snažne konkurentske prednosti. U Sloveniji do otvaranja moje Akademije doista nije postojala takva škola. Program se sastoji od pedeset sati, raspoređen je na četiri mjeseca, sastavljen je na temelju najviših profesionalnih i obrazovnih standarda, otvorenog i temeljitog prijenosa znanja i iskustva te interaktivnog rada. U školi ugošćujem i renomirane i uspješne predavače i poduzetnike, ove godine, primjerice, kreativca Aljošu Bagola, kliničkog psihologa dr. Aleksandra Zadela, novinarku i televizijsku voditeljicu Elen Batista, poduzetnika Janeza Škrabca i Gregora Jamnika, glumca i profesora na AGRFT-u Sebastiana Cavazzu i druge. Akademska godina 2021/2022. je popunjena, a već se primaju prijave za sljedeću 2022/2023. Nadam se da ćemo ga uspjeti održati uživo, u protivnom ćemo se morati preseliti online. Na kraju, nakon položenog ispita, polaznici dobivaju Certifikat znanja iz Akademije za poslovni protokol. Obuka je namijenjena svima onima kojima profesionalni rad uključuje zahtjevne oblike poslovne komunikacije, zaposlenicima u tvrtkama, ministarstvima i sastavnim tijelima, uredima, upravama, agencijama, općinama, javnim ustanovama te onima koji na

različite načine djeluju u ime tvrtke i svima koji žele teorijom i praksom osvojiti pravila protokola i pravila prikladne i učinkovite komunikacije. Akademiju su pohađali vrlo različiti profili, od ravnatelja knjižnice, vlasnika i menadžera malih i srednjih poduzeća, djelatnika javne uprave, osoblja za odnose s javnošću, voditelja prodaje i marketinga, zaposlenika u turizmu, s nama je bila i jedna hrabra poslanica u parlamentu i dvoje novinara. Zanimljivo je kako se među njima stvaraju posebne veze koje njeguju i nakon završetka školovanja.



# Što je zajedničko morskoj soli i knjigama

Maja Tomič

## Intervju: Mato Gatnik

Mato Gatnik. Poduzetnik, mentor poslovnog razvoja i autor. Prije pet godina počeo je razvijati hrvatsko tržište za slovensku tiskaru Aero Print. Zbog promjena koje je donio Covid-19, odlučio se za samostalan poslovni put te ponudio svoje znanje i rješenja na globalnom tržištu. Danas je u vodstvu Aero Printa, koji više nije samo tiskara, već aktivna multidisciplinarna skupina koja svojim regionalnim aktivnostima ne mari više za granice.

### Kako ste to postigli?

Prvo smo definirali svoj smjer - tko smo i kamo želimo ići. Danas je tiskarstvo nezahvalna industrija kojom vladaju kupci koji žele bezuvjetnu kvalitetu i najnižu cijenu u nemogućim rokovima. Doda li tisku vrijednost koja je u očima kupca mnogo veća od samog tiska, onda ste u potpuno drugoj ulozi. Tvrtka je dopunila vlastite aktivnosti preuzimanjem slovenske izdavačke kuće i internetske knjižare Cangura. Pokrenuli smo partnerski projekt Adribathic na platformi za grupno financiranje Kickstarter, obogaćujemo jadransku sol mirisom i aromatičnim sastojcima, zvukom, osjećajem i pričom te dopuštamo svakome da u svoju kućnu kadu unese osjećaj Jadrana. Pakiranje je izrađeno od papira koji sadrži ostatke maslina iz proizvodnje ulja.

### Što mislite da je ključno za uspjeh, rast i razvoj u ovim vremenima?

Koristim svoju rečenicu iz knjige Business2020 u kojoj sam surađivao: "Poduzetnik možeš biti, dok ne staneš."

### Kome možete pomoći, za koga je Aero Print idealan partner?

Volimo raditi sa startupovima, s poduzetnicima koji znaju da uspjeh ne dolazi bez rada. S onima koji traže vrijednost, a ne cijenu. Malim kreativcima koji se izgrađuju u internetskoj prodaji otvaramo vrata globalnog tržišta i pazimo da

ne brinu o svakodnevnim zadacima, jer mi za njih sve radimo. Stoga se mogu usredotočiti na razvoj proizvoda i marketing, što povećava njihovu učinkovitost. Omogućavamo velikim međunarodnim tvrtkama, poput Subwaya i Mola, regionalnu opremu za prodajna mjesta, bez jezičnih, političkih, logističkih i transportnih prepreka.

### Koji su sljedeći koraci?

Prvi je objavljivanje knjige Volite ljude, koristite stvari - obrnuto nikad ne pali. To je nešto bolje što sam pročitao posljednjih godina. Uz obnovljenu Canguru i njezinu hrvatsku inačicu, pokrenut ćemo i najveću internetsku knjižaru s izborom knjiga na četiri jezika. Jačamo izdavački program kao i obrazovanje. Želimo postaviti snažan poslovni akcelerator i hub te privući ulagače i pomoći u razvoju regije i posla. Osobno otvaram regionalnu jedinicu međunarodne organizacije Optimists international koja pomaže djeci s teškoćama u razvoju da dosegnu veće potencijale. Optimists Adria zaživjet će ove godine, ovom prigodom ljubazno pozivam čitatelje da postanu članovi i potpora.



Mato Gatnik

# Vetropack Straža: 25 godina u Vetropack grupi

Maja Starček

25vetropackstraža  
1996. 2021.

Malo se kompanija danas može pohvaliti poslovanjem duljim od 160 godina kao što to može Vetropack Straža. Zasluga je to prije svega promišljenosti i dobrih odluka njezinog vodstva, a jedna od takvih odluka bila je i pronalaženje strateškog partnera u jednom od najtežih trenutaka njezine povijesti. Bilo je to 1996. godine, nakon Domovinskog rata i raspada jugoslavenskog tržišta - humska tvornica stakla, nakon dvogodišnje poslovne suradnje, postala je dio Vetropack grupe.

Integracijom u Vetropack grupu započeo je period značajnog ulaganja u ljude, tehnologiju i infrastrukturu, a samim time i konstantnog napretka i razvoja. U 25 godina u tvornicu u Humu na Sutli uloženo je više od 2 milijarde kuna. Tijekom prošle godine proveden je i najveći investicijski projekt u njezinoj povijesti - izgrađena je nova staklarska peč za obojeno staklo i postavljena nova proizvodna linija, uz dodatne infrastrukturne radove koji su značajno promijenili i modernizirali vizuru tvornice.

Danas tvornica proizvodi više od milijardu i 200 milijuna staklenih spremnika godišnje, a ukupni prihod iznosi gotovo milijardu kuna na godišnjoj razini.

„U proteklih 25 godina Vetropack Straža izrasla je u jednu od najmodernijih europskih staklana i jedan je od najjačih stupova Vetropackovog tima. Ali, razvoj je živo biće. Pred nama je novo vrijeme - puno poslovnih izazova, razvojnih i



strateških planova, strateških projekata i siguran sam da ćemo ih uspješno provesti, kao i proteklih 25 godina“, smatra predsjednik Uprave Vetropack Straže, **Tihomir Premužak**.

Početak rujna, ovaj 25-godišnji jubilej Vetropack Straža obilježila je u zabočkom Dvorcu Gjalski s 200-tinjak kupaca i dobavljača, predstavnika lokalne politike, državnih tijela i organizacija, predstavnika Vetropack grupe te ministrom gospodarstva i održivog razvoja Tomislavom Čorićem kao izaslanikom premijera Republike Hrvatske. Tjedan dana kasnije, otvorila je svoja vrata lokalnoj zajednici. Posjetitelji su obišli pogon tvornice i ostali ugodno iznenađeni modernizacijom tvornice zadnjih šest godina, od prošlog Dana otvorenih vrata.

Vetropack Straža danas je primjer moderne, konkurentne i održive kompanije koja zna da su njezini zaposlenici ključ uspjeha te da integrirana briga za lokalnu zajednicu i okoliš osigurava ravnotežu između profitabilne, socijalne i ekološke komponente poslovanja.

»V ZADNJIH 25. LETIH JE VETROPACK STRAŽA ZRASEL V ENO NAJSODOBNEJŠIH EVROPSKIH STEKLARN IN ENEGA NAJMOČNEJŠIH STEBROV VETROPACKOVE EKIPE. TODA RAZVOJ JE ŽIVO BITJE. PRED NAMI JE NOV ČAS - VELIKO POSLOVNIH IZZIVOV, RAZVOJNIH IN STRATEŠKIH NAČRTOV, STRATEŠKIH PROJEKTOV IN PREPRIČAN SEM, DA JIH BOMO USPEŠNO IZVEDLI, TAKO KOT V PRETEKLIH 25. LETIH,« JE PREPRIČAN PREDSEDNIK UPRAVE DRUŽBE VETROPACK STRAŽA TIHOMIR PREMUŽAK.

# Trendovi u odnosima s javnošću pozitivan su izazov profesionalcima svih generacija

Light komunikacije

Light Komunikacije  
PR & Marketing

## Intervju: Danira Orešić

Preduvjet za uspjeh je uživati u radu i stalno raditi na sebi u osobnom i profesionalnom smislu. Nove tehnologije i brze promjene u struci i izvan nje u prvi su plan stavili važnost konstantne edukacije i profesionalnu aktualnost. Ako konstantno učenje prihvatite kao realnost i pronalazite u tome veselje, imate šanse uspješno poslovati. Dugogodišnje iskustvo i brojne reference dobar su temelj poslovanja, no uspješan rad agencije osigurat će samo ako od sebe očekujemo iskorak unapređenja i pomicanja granica.

**C**lanica Hrvatske udruge za odnose s javnošću, Danira Orešić tijekom dugogodišnjeg rada na području komunikacija realizirala je značajan broj projekata, pripada prvoj generaciji školovanih PR stručnjaka u Hrvatskoj, a zanimljivo je da posjeduje i diplomu Studija dizajna na Tekstilno-tehnološkom fakultetu u Zagrebu. U više od dvadeset godina iskustva u odnosima s javnošću, potpisuje promociju najpoznatijih svjetskih brendova iz područja kozmetike, mode, farmaceutike, medicine i visoke gastronomije, kao i produkciju brojnih ekskluzivnih događaja koji zahtijevaju izuzetnu preciznost izvedbe i poznavanje protokola. Vlasnica je agencije Light komunikacije specijalizirane za usluge iz područja odnosa s javnošću, strateškog savjetovanja, organizacije događaja te vizualnih komunikacija - dizajna.

### Što čini dobrog managera za odnose s javnošću?

Pouzdanost, disciplina, kreativnost i usmjerenost na realizaciju ciljeva, potreba za profesionalnim usavršavanjem, opća kultura, istančan osjećaj za procjenu rizika i mjeru - temeljne su vrijednosti koje dobar stručnjak za odnose s javnošću treba posjedovati.

### Znamo li dovoljno što su odnosi s javnošću danas?

Iako se PR često nepravedno shvaća kao generiranje objava u medijima, on obuhvaća puno širi spektar aktivnosti - od uspostavljanja kvalitetnog odnosa s klijentom, do njegovanja odnosa s medijima, krajnjim korisnicima i svim javnostima o kojima ovisi uspjeh tvrtke, a kvalitetno i profesional-



Danira Orešić

Foto: Hrvoje Serdar

no vođenje društvenih mreža i atraktivan dizajn tj. vizualne komunikacije postale su imperativ. Poslovna je zajednica sve svjesnija važnosti suradnje sa iskusnim PR savjetnikom. Stabilni i postojani odnosi s javnošću nikad nisu bili bitniji. Dugogodišnji kvalitetni odnosi s medijima uz poznavanje struke, pravi su put do kvalitetne i postojane medijske zastupljenosti klijenata, a rezultat toga je izgradnja svijesti o brendu, te njegovo pozicioniranje na inozemnom i domaćem tržištu.

### Nove tehnologije i novi trendovi u odnosima s javnošću?

Svjedoci smo brzih promjena unutar struke, ali i globalno. Mijenjaju se kanali komunikacija, stil, promjene su vidljive u vizualnim komunikacijama, nove tehnologije postaju svakodnevice, a radimo globalno. Osjećaj za promjene i njihovo prihvaćanje preduvjet su uspješnog poslovanja i stvaranja novih vrijednosti.

Nove tehnologije i brze promjene u struci i izvan nje u prvi su plan stavili važnost konstantne edukacije i profesionalnu aktualnost. Ako konstantno učenje prihvatite kao realnost i pronalazite u tome veselje, imate

»ZANESLJIVOST, DISCIPLINA, USTVARJALNOST IN OSREDOTOČENOST NA DOSEGANJE CILJEV, POTREBA PO STROKOVNEM RAZVOJU, SPLOŠNA KULTURA, IZRAZIT OBČUTEK ZA OCENO TVEGANJA IN ZMERNOST - TO SO TEMELJNE VREDNOTE, KI BI JIH MORAL IMETI DOBER STROKOVNJAK ZA ODNOSI Z JAVNOSTMI.«

šanse uspješno poslovati. Dugogodišnje iskustvo i brojne reference dobar su temelj poslovanja, no uspješan rad agencije osigurat će samo ako od sebe očekujemo iskorak unapređenja i pomicanja granica. Upravo zato sinergiju mladih stručnjaka i iskusnih profesionalaca smatram dobitnom kombinacijom. Uključivanjem u tim agencije mladima pružamo šansu da uče, a oni i nas obogaćuju novim znanjima. Zajednički možemo kreirati vrhunsku i kompletnu uslugu vođenja odnosa s javnošću.

### Treba li imati svoj stil u odnosima s javnošću?

Apsolutno da. Svaki profesionalac ima svoj rukopis i to je dobro. Izgradila sam svoj stil poštujući pravila struke i pronašla sam se u suradnji s klijentima i suradnicima koji njeguju slične životne vrijednosti kao i ja. Ne bježim od emocija i nastojim inspirirati, ukazati na ljepotu i dobre vrijednosti i naravno informirati javnost. Bitno je imati svoj stil, kriterije i standarde rada, a to će prepoznati klijenti s kojima smo kompatibilni. S obzirom na to da sam diplomirala dizajn inzistiram na kvaliteti vizuala, fotografija, scenografije i volim i sebe i druge iznenaditi kreativnošću.

### Koje su promjene u poslovanju u segmentu organizacije evenata i konferencija?

Nakon mnogih komercijalnih i korporativnih evenata, press konferencija i stručnih predavanja ušli smo u etapu hibridnih evenata u kojima sponu između klijenata i korisnika predstavlja tehnologija, a razmjena znanja i iskustava odvija se na nov način. Rekla bih da se rad na organizaciji evenata i konferencija nastavlja, ali da ćemo i zadržati nove tehnologije koje smo usvojili tijekom posljednje dvije godine. Prvo takvo iskustvo doživjeli smo na prvoj virtualnoj konferenciji o turizmu - Meet up: Smart Tourism 5.0., za koju smo razradili i proveli komunikacijsku strategiju, a potom su slijedile međunarodne konferencije Post Covid turizam i nove prilike.



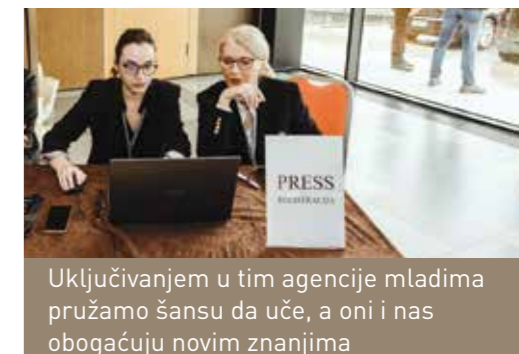
Foto: Hrvoje Serdar

Ovakvi događaji prava su prilika da pokažemo našu ekspertizu koja objedinjuje pripremu te provedbu kompletne komunikacijske strategije uz kvalitetno i atraktivno pozicioniranje teme u medije.

### Proširili ste uslugu na vizualne komunikacije?

Ova me tema posebno veseli budući da sam završila Školu za primijenjenu umjetnost i dizajn u Zagrebu i diplomirala dizajn odjeće na Tekstilno-tehnološkom fakultetu. Crtanje i slikanje moja su ljubav pa ne treba čuditi što sam odlučila baviti se i vizualnim komunikacijama. Iza nas je prvi dizajn etiketa i drago mi je da je izazvao veliku pozornost i pozitivno iznenađenje. Sada je naš tim specijaliziran i za izradu web stranica, grafički dizajn, snimanje videomaterijala te kreiranje promotivnih fotografija uz art direkciju. Grafički dizajn i branding upotpunile su naše dosadašnje usluge, a to su odnosi s javnošću, social media management, te organizacija evenata.

Uspješne dugogodišnje suradnje s vrhunskim domaćim i međunarodnim brendovima naše su najbolje reference i motivacija da svakom novom projektu pristupimo s velikim entuzijazmom. Upravo zato svakoj situaciji pristupamo s optimizmom i pozitivnim stavom, te svojim radom želimo poručiti - za stručnost, učinkovitost i fokusiranost na ciljeve uvijek je pravo vrijeme.



Uključivanjem u tim agencije mladima pružamo šansu da uče, a oni i nas obogaćuju novim znanjima

Foto: Samir Cerić Kovačević

# Proslavili 30 godina i šire posao

Modri val

MODRI VAL Academy  
*Driven by knowledge*

Tvrtka Modri val, koja se bavi uglavnom čišćenjem u proizvodnim i poslovnim prostorima, osnovana je 1990. godine. Trideseta obljetnica tvrtke obilježena je prošle godine, za koju kažu, da je bila najteža do sada. Ipak, unatoč krizi sljedeću godinu proširuju svoje poslovanje.



je i psihoterapija. "Moja djeca se bave sportom a u sportu je psihoterapija prepoznata kao važan dio napretka", kaže Vovčko, ističući kako je posjet psihoterapeutu jednom tjedno vrlo dobro funkcionirao i postao je redovan obrazac rada. Svi su oni osobno porasli i nastaviti će tim putem.

"Ljudi su temelj tvrtke, vi radite za ljude, oni rade za vas, mi radimo jedni za druge, moramo znati slušati i prihvatiti jedni druge", dodao je. Unatoč padu prihoda od 60 % u mjesecima potpunog zatvaranja, nisu smanjili plaće zaposlenicima.

## U PLANU PROŠIRENJA DJELATNOSTI - FACILITY

Tvrtka je prepoznala da tim treba odmor i odlučila se ove godine radi toga nigdje ne širiti, jer je kako kaže sugovornik, situacija u epidemiji bila zaista stresna - kako zadržati ljude, kako ne ugroziti postojanje tvrtke, kod pretplatnika se pojavila nervoza, a posljedično i kod njih.

Međutim, odlučili su napraviti novi odjel 'facility'. Ne bave se samo čišćenjem, već obavljaju i sve kućanske poslove, od suhozida, električnih instalacija, vodovoda do selidbi. U sljedećoj godini dodatno će ojačati ovu aktivnost i steći stranke kojima mogu ponuditi cijeli paket usluga.

"Želimo kupce kojima možemo ponuditi cjelokupnu facility uslugu", zaključuje Vovčko.

Unatoč promjenama koje su nas zadesile u prethodnoj godini, zbog dugogodišnjeg iskustva, kvalitete, brzog odaziva, pokrivenosti regije te dobrog i iskrenog odnosa prema kupcima, bilježimo rast u sve tri zemlje u kojima poslujemo, kaže direktor tvrtke **Anže Vovčko**. Tako je prodaja u Sloveniji porasla za 22,8 %, u Hrvatskoj za 34,9 %, a u Bosni i Hercegovini za 13,8 %.

O kvaliteti se među ostalim brinu posjedovanjem vlastitog centra za obuku Modri val Academy. Unutar akademije provjeravaju znanje svojih zaposlenika četiri do šest puta godišnje.

## KAKO SU PROŠLI TIJEKOM EPIDEMIJE?

U vrijeme pandemije bili su zatvoreni nekoliko mjeseci. I kako su uspjeli tako uspješno prebroditi prošlu godinu? Tvrtka je u 2020. godinu ušla u dobroj financijskoj kondiciji jer je osigurala dosta projekata u prethodnoj godini. Iskristili su i državnu subvenciju zahvaljujući kojoj nisu otpuštali zaposlenike.

Situacija u kojoj su se našli promijenila je i njihov pogled na ljude pa su u redovnu praksu uveli proljetne i jesenske 'free weekend' za srednji menadžment i vodstvo. Novost u tvrtki



Vrhunski  
proizvodi  
za poklone!



Trgovina Rogaška Zagreb

Trg žrtava fašizma 3  
tel: 00385 98 218 5563

[www.rogaska-crystal.com](http://www.rogaska-crystal.com)

[f](#) [ig](#) [rogaska1665](#)

CRYSTAL  
AMBIENCE

1665  
ROGASKA

# Što Hrvatskoj donosi Plan oporavka i otpornosti?

Tiko Pro d. o. o.



Kriza uzrokovana koronavirusom snažan je udar na europsko, ali i svjetsko gospodarstvo. Kako bi se ublažile ekonomske i društvene posljedice pandemije, na razini EU uspostavljen je poseban instrument s pratećim financijskim sredstvima koji bi državama članicama trebao osigurati **ubrzan gospodarski oporavak te digitalnu i zelenu transformaciju**.

**U** instrumentu pod nazivom „**EU sljedeće generacije**“ ima mjesta i za Hrvatsku kao punopravnu članicu EU-a. Možemo se nadati okvirnom iznosu od **6,3 milijarde EUR** raspoloživih bespovratnih sredstava te **3,6 milijarde EUR** u obliku **zajmova**. Naravno, preduvjet za korištenje spomenutih sredstava je **Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. – 2026. (NPOO)** koji u skladu s ciljevima RRF-a obuhvaća **reformu i investicije** koje se moraju provesti u narednim godinama, a najkasnije do kraja kolovoza 2026. godine.

## STRUKTURA I RASPODJELA ULAGANJA

NPOO sastojat će se od niza reformi i povezanih investicija koje su u skladu sa specifičnim razvojnim potrebama kroz **5 glavnih komponenti** i jednom inicijativom:

- **Gospodarstvo** (poboljšanje konkurentnosti gospodarstva uz jačanje poljoprivrede, prometnog sektora, energetike i zaštite okoliša te podizanje razine održivosti turizma ulaganjem u kontinentalni turizam i produljenje turističke sezone) – **53 % sredstava**.
- **Javna uprava, pravosuđe i državna imovina** (poboljšanje učinkovitosti javne uprave, pravosuđa i upravljanja državnom imovinom, kvaliteta i dostupnosti javnih usluga građanima te učinkovita borba protiv korupcije) – **9 % sredstava**.
- **Obrazovanje, znanost i istraživanje** (temeljiti će se na jačanju sustava znanosti i obrazovanja, kao i na cjeloživotnom učenju,

koje treba biti jedan od temelja konkurentnosti Hrvatske u godinama oporavka pred nama, uz poticanje deficitarnih zanimanja i izvrsnosti) – **16 % sredstava**.

- **Tržište rada i socijalna zaštita** (poticanje zapošljavanja, razvoj vještina za tržište rada, osnaživanje mirovinskog sustava te sustava socijalne skrbi, suzbijanje siromaštva i socijalne isključenosti) – **4 % sredstava**.
- **Zdravstvo** (dostupnost i održivost zdravstvenog sustava, njegova daljnju modernizacija za prevenciju i rano otkrivanje bolesti te razvoj telemedicine i medicinske robotike) – **5 % sredstava**.
- **Inicijativa: Obnova zgrada** (uključuje dekarbonizaciju zgrada i energetske uštede u građevinarstvu, protupotresnu obnovu Zagreba i okolice, jačanje sposobnosti za djelovanje kod prirodnih katastrofa i obnovu zgrada sa statusom kulturnog dobra) – **12 % sredstava**.

## MOGUĆNOSTI ZA PODUZETNIKE KROZ BESPOVRATNA SREDSTVA U OKVIRU NPOO-A

Prilike za poduzetnike bit će također kroz natječaje od kojih će dio biti kroz **bespovratna sredstva**, a dio kroz **povoljne zajmове, jamstva** i sl. Zaključujemo da će to uglavnom biti slični natječaji kao što su to bili iz prethodne financijske perspektive. Konkretnije, poduzetnici mogu očekivati bespovratna sredstva za:

- tranziciju na energetske i resursno učinkovito gospodarstvo
- ulaganje u upravljačke kapacitete MSP-a
- bespovratne potpore za novoosnovana poduzeća i jačanje akceleratorne aktivnosti
- komercijalizaciju inovacija
- digitalizaciju
- poticanje zelene tranzicije i energetske učinkovitosti kao i OIE
- transformaciju i jačanje konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija
- poticanje zelene i digitalne tranzicije poduzetnika u sektoru turizma.

Financijski instrumenti osim za MSP-ove, bit će dostupni i za srednje kapitalizirana poduzeća kao i velike subjekte kroz povoljnije kamatne stope.

## TRENTUTNE MOGUĆNOSTI ZA PODUZETNIKE

S obzirom da se još uvijek nalazimo u jednom „prijelaznom“ periodu iz jedne financijske perspektive u drugu, tekuća godina nije bila toliko bogata natječajima, posebice ne za poduzetnike. Kao najpopularniji natječaji definitivno se može izdvojiti Poziv na dostavu projektnih prijedloga „**Jačanje konkurentnosti poduzeća ulaganjima u digitalnu i zelenu tranziciju**“ koji je bio namijenjen **isključivo prerađivačkoj industriji**. Ukupna vrijednost bespovratnih potpora koje će se dodijeliti ovim Pozivom iznosi 1,14 milijarde kuna, a procjenjuje se da se uz sredstva korisnika zatvara investicijski ciklus u vrijednosti više od 3,6 milijardi kuna.

No, bez obzira na nešto manje aktualnih natječaja, **povoljni HAMAG BICRO zajmovi** i dalje su dostupni i vrlo popularni zbog izrazito niske kamatne stope.

Nadalje, tu je i **Zakon o poticanju ulaganja** koji je savršen za sve koji žele investirati u **proizvodno-prerađivačke, razvojno-inovacijske, aktivnosti poslovne podrške i aktivnosti usluga visoke dodane vrijednosti**.

Zakonom se mogu osigurati **porezne potpore za MSP-ove, ali i velike poduzetnike** u obliku umanjenja stope poreza na dobit za 50 %, 75 % ili čak 100 % (ovisno o iznosu ulaganja i broju novootvorenih radnih mjesta) ili **bespovratne novčane potpore za nova radna mjesta** povezana s projektom ulaganja.

## ZAKLJUČAK

Prva sredstva „europske košarice“ stižu na jesen, pa se ujedno i prvi natječaji očekuju krajem ove i početkom sljedeće godine. Važno je napomenuti da će zbog izrazito kratkog roka za apsorpciju sredstava NPOO-a trajati **veoma kratko** kao i razdoblje otvorenih natječaja. Trebat će reagirati vrlo brzo i učinkovito.

Ne smijemo zanemariti iskustvo prethodnog financijskog razdoblja iz kojeg smo svi ponešto naučili. Vodeći se time, apsorpcija i provedba projekta NPOO-a kao i novog VFO-a za razdoblje 2021. – 2027. trebala bi teći jednostavnije i učinkovitije, a administrativne prepreke trebale bi se svesti na minimum.

Ukoliko želite uspješno povlačenje EU sredstava – savjet je da sa pripremom započnete – već danas.



Ideja je Vaša.  
MI ĆEMO SE POBRINUTI  
ZA OSTALO.

- Priprema projekata za pridobivanje bespovratnih sredstava
- Priprema poslovnih planova i projektnih izvještaja
- Vođenje projekata od ideje do realizacije

VAŠ PARTNER U SVIJETU BESPOVRATNIH SREDSTAVA  
INFO@TIKO-PRO.HR WWW.TIKO-PRO.HR @TIKOPRO

# Suradnja i razmjena iskustava na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini

Vesna Vukšinić Zmaić  
Foto: Samir Cerić Kovačević

Međunarodna konferencija o cjelogodišnjem turizmu **Turizam 365**, održana u petak **8. listopada 2021.** u Termama Tuhelj, u tri dijela povezala je turizam s politikom, businessom te svakodnevnim životom.

**T**urizam 365 autorski je projekt **Ivane Kolar**, direktorice tvrtke Julius Rose, a posljednje tri godine **partner u organizaciji je i SLO CRO Poslovni klub**. Konferencija je okupila eminentne stručnjake domaćeg i europskog turizma, **pet ministara turizma Europske unije**, a na konferenciji su prisustvovali i **predsjednik Vlade Republike Hrvatske Andrej Plenković**, te **predsjednik Vlade Republike Slovenije Janez Janša**, i to u panelu na temu pozicioniranja turizma u strategijama razvoja i važnosti turizma za gospo-

darstvo. Konferenciju su otvorili Ivana Kolar, **Nikolina Brnjac**, ministrica turizma i sporta Republike Hrvatske, **Saša Muminović**, predsjednik SLO CRO Poslovnog kluba, **Željko Kolar**, župan Krapinsko-zagorske županije i **Dragan Kovačević**, potpredsjednik HGK.

Tom je prigodom **Ivana Kolar** istaknula: „*Cilj i svrha ove konferencije od samog početka je poticanje razvoja cjelogodišnjeg i kreativnog turizma te dije- ljenje znanja i zajedništvo u tom razvoju.*“

Ministarski forum okupio je pet EU ministara turizma: ministrica turizma i sporta Republike Hrvatske **Nikolina Brnjac**, ministar za gospodarstvo i razvoj tehnologije Republike Slovenije **Zdravko Počivalšek**, državni tajnik za turizam Ministarstva za industriju, trgovinu i turizam Kraljevine Španjolske **Fernando Valdés Verelst**, ministar za turizam Republike Italije **Massimo Garavaglia**, te ministar za gospodarsku strategiju i regulaciju Republike Mađarske **László György**.



Turizam 365 autorski je projekt Ivane Kolar, direktorice tvrtke Julius Rose.



Ministarski forum okupio je pet EU ministara turizma. Na fotografiji ministrica turizma i sporta Republike Hrvatske Nikolina Brnjac, ministar za gospodarstvo i razvoj tehnologije Republike Slovenije Zdravko Počivalšek te moderator panela Igor E. Bergant.



Na konferenciji Turizam 365 su prisustvovali i predsjednik Vlade Republike Hrvatske Andrej Plenković, te predsjednik Vlade Republike Slovenije Janez Janša.

Nove prilike za napredak turizma u Hrvatskoj nakon uspješne sezone sudionicima je predstavila **ministrica turizma i sporta Republike Hrvatske Nikolina Brnjac**. Uzvanicima se obratio i **ministar za gospodarstvo i razvoj tehnologije Republike Slovenije Zdravko Počivalšek**: „*Europski turizam mora postati otporniji na moguće zdravstvene, sigurnosne i slične krize u budućnosti. Turizam budućnosti fokusiran je na individualni i boutique turizam prilagođen čovjeku, stoga u ovom trenutku slovenski turizam ima značajne prednosti jer smo se prije pandemije obvezali na sve prije navedene elemente – svoju viziju pretočili smo u slogan Green. Active. Healthy.*“

**Predsjednik SLO CRO Poslovnog kluba dr.sc. Saša Muminović** u okviru obraćanja sudionicima Konferencije predstavio je anketu koju je proveo SLO CRO Poslovni klub o iskustvu suradnje poduzetnika s obje strane granice. Naglasio je kako je **SLO CRO Poslovnom klubu** veliko zadovoljstvo biti suorganizator konferencije **Turizam 365** koja je već u svom nastajanju premašila nacionalne okvire. „*Razmjena znanja i suradnja gospodarstvenika temelj je uspješnog poslovanja. U SLO CRO Poslovnom klubu promoviramo slovensko-hrvatsku gospodarsku suradnju, ali smo isto tako svjesni koliko je važno zajedničko nastupanje na trećim tržištima. Smatramo da će upravo ta sinergija biti korak naprijed u već ionako odličnoj gospodarskoj suradnji dviju država. Da bismo mogli napraviti taj iskorak važno je također koliko se međusobno poznamo i koliko smo kompatibilni.*“ Na konferenciji je predstavljen mali isječak, a cijelu analizu predstavljamo u ovom broju SLO CRO Business Mirrora.



Predsjednik SLO CRO Poslovnog kluba dr. sc. Saša Muminović naglasio je kako je SLO CRO Poslovnom klubu veliko zadovoljstvo biti suorganizator konferencije Turizam 365 koja je već u svom nastajanju premašila nacionalne okvire.

»**PRIBLIŽNO TRETJINA SLOVENSkih INVESTICIJA IZVEN SLOVENIJE JE NA HRVAŠKEM. GRE ZA PREKO DVE MILIJARDI EVROV INVESTICIJA. IMAMO PA TUDI MILIJARDO HRVAŠKIH INVESTICIJA U SLOVENIJI.**« **OB TEM JE JANEZ JANŠA DEJAL, DA SE ČLANSTVA HRVAŠKE V EVRSKEM OBMOČJU NE BODO RAZVESELILI LE NA HRVAŠKEM, TEMVEČ TUDI V SLOVENIJI.** »**ČE LAHKO UPORABLJAŠ ISTO VALUTO, JE TO TUDI DODATNI MOTIV PRI GOSPODARSKEM SODELOVANJU,**« **JE OCENIL.**

Predsjednik Vlade Republike Hrvatske **Andrej Plenković** i predsjednik Vlade Republike Slovenije **Janez Janša** naglasili su važnost turizma za gospodarstvo, kao i međusobne suradnje dviju zemalja. Janez Janša rekao je, kako je Slovenija za turiste prošle godine uvela vaučere, koji su ove godine prošireni na kulturne i sportske događaje. "Odlučili smo kako je bolje uvesti kupone, da ljudi sami odaberu kamo će ići. To je za nas bila win-win situacija.

Dodatno je naglasio, kako se trećina slovenskih ulaganja izvan zemlje, više od dvije milijarde eura, nalazi u Hrvatskoj, dok je u Sloveniji i milijardu eura hrvatskih ulaganja. Članstva Hrvatske u eurozoni neće veselit samo u Hrvatskoj, već i u Sloveniji. Korištenje iste valute dodatni je motiv u gospodarskoj suradnji", rekao je Janez Janša. Oba premijera potvrdila su vrlo dobre odnose i izrazili uvjerenje kako će ulazak u Hrvat-



Nakon konferencije premijeri Plenković i Janša održali su i bilateralni sastanak.



Slijeva: Veleposlanik R Slovenije u Zagrebu nj. eks. Vojislav Šuc, ministar za gospodarstvo R Slovenije Zdravko Počivalšek, premier R Slovenije Janez Janša, organizatorica konferencije Ivana Kolar, premier R Hrvatske Andrej Plenković, ministrica za turizam Nikolina Brnjac i župan Krapinsko-zagorske županije Željko Kolar.

ske u eurozoni poboljšati gospodarsku suradnju između dvije zemlje.

Slovenija je jedan od najvažnijih hrvatskih trgovinskih partnera te postoje svi preduvjeti da suradnja bude još bolja, rekao je Plenković. Nakon konferencije premijeri Plenković i Janša održali su i bilateralni sastanak. Premijer Plenković taj je sastanak ocijenio jako dobrim. "Možemo biti jako zadovoljni snažnom porukom prema nama susjednim zemljama i željom da se nastavi proces proširenja Europske unije, što je u interesu Hrvatske i Slovenije", poručio je.

Predsjednik slovenske Vlade Janša čestitao je na dobroj organizaciji konferencije o turizmu, ali i uspješne turističke sezone općenito. Rekordan posjet slovenskih turista ove sezone dokazuje da se i u vremenu pandemije može dobrom organizacijom ostvariti dobra sezona. Slovenija se tijekom zimske turističke sezone veseli posjetu hrvatskih gostiju, dodao je premijer Janša.

Drugi dio posvećen turizmu i businessu otvorio je Patrick Torrent, izvršni direktor Turističke zajednice Katalonije i predsjednik NECSTouR europske udruge za razvoj destinacija i održivog turizma.

Martina Srnec, direktorica sektora za promociju i oglašavanje Hrvatske turističke zajednice, Ivana Budin Arhanić, potpredsjednica korporaci-

**»TURIZEM PRIHODNOSTI JE OSREDOTOČEN NA INDIVIDUALNI I BUTIČNI TURIZEM, PRILAGOJEN ČLOVEKU, ZATO IMA TRENUTNO SLOVENSKI TURIZEM POMEMBNE PREDNOSTI, SAJ SMO SE PRED PANDEMIJO ZAVEZALI VSEM ZGORAJ NAŠTETIM ELEMENTOM – SVOJO VIZIJO SMO SPREMENILI V SLOGAN GREEN. ACTIVE. HEALTHY.« JE DEJAL MINISTER ZDRAVKO POČIVALŠEK.**

ativnog razvoja Valamar Riviere i Kristian Šustar, direktor razvoja Uniline TA, raspravljali su o važnosti kreiranja nove turističke budućnosti, dok su direktor projekta Healing Forest Jan Schmidt, glavna tajnica Europske SPA asocijacije Csilla Mezösi, direktorica HTI Partner Leila Krešić-Jurić i Mohamed Al Mheiri, direktor Dubai Health Authority, raspravljali o zdravstvenom turizmu kao najperspektivnijem dijelu turizma.

U posljednjem dijelu konferencije, ljudi koji žive turizam na terenu Jelena Holenko Pirc, vlasnica turističke agencije Lynx & Fox, Krešimir Dvorski, vlasnik NextBike i City Dash, Matko Marohnić konzultant, Horwath HTL i Damjana Domanovac, direktorica međunarodnog sajma za turizam PLACE2GO, potaknuli su sudionike na preispitivanje ugodne zone ljetnog turizma i pokazali potencijal za cjelogodišnji turizam u Hrvatskoj.



Your health tourism industry partner



Events



Buyers



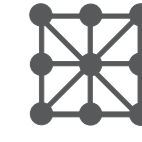
Magazine



Digital News



Consultancy



Network

[www.hticonference.com](http://www.hticonference.com)



# Za ova tri poteza trebalo mi je trideset godina učenja

Vesna Vukšinić Zmaić

## Intervju: Leon Zakrajšek

Nakon studija na ljubljanskoj Likovnoj akademiji, specijalizirao je u Internacional de Recerca Grafica-Calella Centru u Španjolskoj, te otišao u Japan kao stipendist japanske vlade i studirao u privatnim ateljeima te na Sveučilištu Tama Art u Tokiju. Leon Zakrajšek je nagrađivani grafičar koji se specijalizirao za japanske tehnike moku hanga, sumi i druge tradicionalne japanske umjetničke tehnike, koje je učio kod najistaknutijih japanskih umjetnika. Posvećen proučavanju i promicanju tradicionalnih japanskih grafičkih tehnika u svijetu kao umjetnik, kustos je i član žirija brojnih međunarodnih grafičkih izložbi. U čast 60-te obljetnice autora i 45-te obljetnice prve samostalne izložbe, 12. travnja 2022. u Galeriji grada Ptuja bit će otvorena retrospektivna izložba. Bit će izloženo 105 izvornih djela iz razdoblja 1978. – 2021. Leon Zakrajšek od 2008. živi i stvara u Zagrebu, s iznimkom posljednje dvije godine, i mnogo putuje.



Leon Zakrajšek

**P**oštovani gospodine Zakrajšek, možemo li reći da je susret s Harumiom Sonoyamom, kojeg ste upoznali na Bienalu grafike u Ljubljani, obilježio vaš umjetnički put?

Škola dizajna u ljubljanskim Križankama bila je rasadište talentata i ta škola mi je dala umjetnički okvir. Slučajnosti izgledaju kao slučajnosti, ali to nisu. Gledajući unatrag 45 godina kreativnog pamćenja, otkrivam da ljudi unatoč tome što su iz različitih dijelova svijeta, imaju zajednički nazivnik koji ih povezuje. Našao sam se u tom krugu, koji te uvuče, usisa. Možete sudjelovati ili izaći. Sonoyama je zasigurno bio presudan na mom umjetničkom putu. On je najveći litograf na svijetu, surađujemo 30 godina i zahvalan sam mu što mi je otvorio vrata Japana. Preko njega sam upoznao najvažnije umjetnike u Japanu i šire, zahvaljujući njemu, dobio sam stipendiju od japanske vlade. Još uvijek surađujemo, doći će u Ptuj, a zatim dva dana kasnije u Šibenik, gdje će biti izložba japanskih autora, koju organiziram za njih.

**Prije deset godina rekli ste u jednom intervjuu da ljudi ne znaju što je klasična grafička tehnika, što je original grafika? Je li danas bolje?**

Stvari idu nabolje, ali ne ovdje, nego vani. Tamo su ljudima dosadili printovi koje svatko može napraviti kod kuće, pa traže originalne, klasične tehnike. Danas svatko može napraviti što god želi, ali u klasičnoj grafičkoj tehnici vrijede pravila koja nešto znače. Mene to zanima, ja sam u to zaljubljen. Imam poštovanje prema umjetničkim djelima, tehnologiji, materijalu i prema praznom listu papira. Mi zapadnjaci nemamo to u sebi, dok je u Aziji izuzetno prisutno. Imao sam čast, da je moj mentor bio Fumio Kitaoka, koji



Terra Incognita

me uzeo za učenika i naučio me, među ostalim, poštivanju materijala. Prvi dan učenja stavio mi je metlu u ruke i rekao da počistim atelje, a zatim naoštirim noževu za drvorez. Rekao sam mu da japanske noževu za drvorez još nisam oštrio, a on mi je odgovorio da će mi pokazati i da ću naučiti. Trebalo mi je znanje i on mi ga je dao. Kad je zaključio da mi treba kist, odveo me je do majstora čija obitelj čitavo stoljeće izrađuje kistove. Prvo smo popili čaj, a tek nakon sat vremena ovaj je majstor otvorio ormar u kojem je bilo 50-ak kistova. Uzeo sam njih deset, zatim smo još sat vremena pili čaj i razgovarali - kad je došlo vrijeme za povratak kući, moj je mentor odabrao jedan kist od tih deset i počeo odbrojavati tisuće i tisuće jena, negdje oko dvije tisuće dolara. Kad smo izašli van, pitao sam ga što je to bilo a on je odgovorio da će jedan za početak biti dovoljan, nije želio reći da su to iznimno cijenjeni kistovi. Taj imam još i danas. I kupio sam ih još nekoliko kasnije. Dobar kist je za slikara kao Stradivarka za violinistu.

**I japanski papir je priča za sebe**

Kad imate taj papir ispred sebe, najbolje je u početku ne puno intervenirati na njega, to je melem za oči, za dodir. S poštovanjem gledate na taj papir. Izuzetno je skup, ručno izrađen, netko je uložio puno truda u njegovu izradu. U Japanu su materijali tradicija, umjetnik tamo ne kupuje jeftine boje, već odlazi proizvođaču čija obitelj proizvodi boje već deset generacija. Odnos prema materijalima naučio sam u Japanu. Kod njih je sve ritual, isto tako i stvaranje. Morate se pripremiti, primjereno odjenuti. Ono što ja

radim su kratki, usavršeni potezi. Već su mi rekli da sam bolje plaćen od vozača formule. Ali ja ne razmišljam o tome. Za ova tri poteza trebalo mi je trideset godina učenja. Dvadeset i pet puta odlazio sam u Japan, učio kod najvećih majstora. Ne želim oponašati japansku i azijsku umjetnost. No neke sam značajke ugradio u svoj rad.

**»STVARI, KI JIH JAZ DELAM, TO SO KRATKE, DOVRŠENE POTEZE. SO MI REKLI ŽE, DA SEM BOLJE PLAČAN KOT VOZNIK FORMULE. VENDAR NE RAZMIŠLJAM O TEM. ZA TE TRI POTEZE SEM POTREBOVAL TRIDESET LET UČENJA.«**

**Što osigurava autorsku kvalitetu?**

Mislim da ne možete biti kvalitetan autor ako ne živite u svojoj stvaralačkoj biti 24 sata dnevno. Kreativne stanke mogu biti duge, stariji si, češće su i traju duže. Svaki dan idem u svoj studio, ponekad radim, ponekad samo razmišljam. Ne možete svaki dan raditi kao stroj. Slikanje je proces, to je ritual.

**Kako ćete odabrati djela za retrospektivu u Ptuju?**

Radovi su već odabrani i dio su moje privatne zbirke, s izuzetkom četiri djela koja su u inozemnom vlasništvu kolekcionara, a obuhvaćaju moj rad i teme u raznim tehnikama od srednje škole do danas.



Enso I

# Spomenik Francu Prešernu u Aleji pjesnika na Bundeku

Dr. sc. Jasna Kovačević  
voditeljica Gradske knjižnice Bogdana Ogrizovića, Zagreb

Već nekoliko mjeseci hrvatski tisak prenosi informaciju kako će spomenik Francu Prešernu biti postavljen na šetnici uz jezero Bundek na dijelu Zaprudski otok, gdje su već postavljeni spomenici ruskim pjesnicima Aleksandru Sergejeviču Puškinu i Sergeju Aleksandroviču Jesenjinu, bugarskom pjesniku Ivanu Vazovu, te mađarskom pjesniku Mór Jókaiju. Slovenski veleposlanik u Zagrebu, Nj. E. Vojislav Šuc povodom Prešernova praznika u veljači najavio je kako će Republika Slovenija u parku Bundek u Zagrebu postaviti bistu Franca Prešerna kao izraz kulturne suradnje Slovenije i Hrvatske, pri čemu će Veleposlanstvo Republike Slovenije i Slovenski dom Zagreb financirati bistu, dok će se temelji za njezino postavljanje, kao i popločenje prilaza i krajobrazno uređenje oko spomenika financirati iz proračuna Grada Zagreba.

**K**ako je istaknuto u Veleposlanstvu Republike Slovenije u Zagrebu, ovaj spomenik ne predstavlja samo izraz prijateljstva dvaju naroda, nego je i podsjetnik na njihovu zajedničku povijest, pa se tako treba podsjetiti i na činjenicu kako je ovaj najpoznatiji slovenski pjesnik 19. stoljeća bio dijelom obvezne školske lektire u Hrvatskoj u godinama prije Domovinskog rata, važan kao utemeljitelj modernog slovenskog pjesničkog jezika, ali i kao najistaknutiji autor Kranjske čbelice, pjesničkog almanaha koji je bio poveznica slovenske i europske književnosti. I napokon, France Prešern je autor pjesme **Zdravljica**, napisane 1844. godine, koja je današnja državna himna Republike Slovenije.



Slijeva:  
Darko Šonc, Borut Pahor, Zoran Milanović, Tomislav Tomašević

Od inicijative do realizacije projekta prošlo je punih pet godina, da bi napokon u ponedjeljak, 18. listopada 2021. bila bista svečano otkrivena. Uz prigodan kulturni program otkrili su je slovenski predsjednik **Borut Pahor** i hrvatski predsjednik **Zoran Milanović**, koji su istoga dana u prijepodnevnim satima otkrili spomenik Ljudevitu Gaju u Ljubljani, ističući pritom dobrosusjedske odnose i Europu kao „zajednički dom“.

U prigodi otkrivanja spomenika nazočnima su se obratili i predsjednik Slovenskog doma, **Darko Šonc**, te gradonačelnik Grada Zagreba, **Tomislav Tomašević** koji je i podržao projekt, te istaknuo kako je spomenik iskaz poštovanja i prijateljstva prema slovenskom narodu.

Autor biste je slovenski akademski kipar i predavač na Akademiji likovnih umjetnosti i oblikovanja **doc. mag. Metod Frlic**.

# Kako izgleda uredski prostor nakon Covid-19

Nuccia Basanić, Voditeljica odjela za savjetovanje i posredovajne u komercijalnim nekretninama  
Colliers Hrvatska, Slovenija, BiH



Definiranje vremenskog perioda povratka u urede i modela korištenja ureda trenutno predstavlja jedan od najvećih izazova mnogim zakupcima, a ključno je za uspješnost poslovanja, ali i privlačenje i zadržavanje kadra.

**T**ijekom pandemije mnoge su tvrtke bile primorane usmjeriti veliki dio radne snage na rad od kuće što je većina brzo i učinkovito postigla. Trenutno je veća briga definirati srednjoročnu i dugoročnu strategiju korištenja ureda. Svaka kompanija, zakupac, susreće se s mnogim izazovima jer je osim zadržavanja kontinuiteta poslovanja jednako važno donijeti odluku po pitanju fizičkog prostora koji je jedan od većih troškova. No u nekim slučajevima, ta odluka nije donesena lokalno već se tzv. workplace strategije donose na globalnoj ili regionalnoj razini, što uzrokuje odgodu u definiranju korištenja poslovnog prostora.

Zakupodavci su se najviše susretali s izazovima evaluacije poslovne zgrade i njene prilagodbe novim mjerama, prvenstveno u tehničkom pogledu kao što je postavljanje punktova za dezinfekciju, redovna dezinfekcija svih zajedničkih prostora uključujući liftove, stubišta, recepciju, zatim provjera i eventualna prilagodba sustava ventilacije u zatvorenim prostorima ali i komunikacija prema zakupcima. Činjenica je da je mnogo zakupaca bilo ili će tek biti primorano djelomično ili potpuno prilagoditi uredski prostor i/ili komercijalne uvjete koji će biti fleksibilniji kako bi omogućili bržu prilagodbu novim situacijama. Pred zakupodavcima je da poslovnu zgradu i sadržaje u njoj prilagode, postavljaju nove protokole korištenja, uvedu tehnologije koje će omogućiti brže i lakše korištenje, sve s ciljem zadržavanja i privlačenja novih zakupaca. Također moraju napraviti optimizaciju potrebnih ulaganja u poslovnu zgradu kako bi i dalje ostali konkurentni na tržištu.



Kao posljedica Covid-19 pandemije izvjesno je kako će za nama ostati kulturni zaokret u korištenju poslovnih prostora. Pri pripremi strategije korištenja uredskog prostora, dugoročno važna pitanja koja je potrebno postaviti jesu:

- Trebaju li svi zaposlenici raditi u uredu?
- Je li postojeći uredski prostor prilagođen svojim dizajnom i razmješajem kako bi zadovoljio produktivnost, suradnju i reflektirao kulturu kopanije?
- Jesmo li opremljeni tehnologijom koja nam lako omogućava brzu prilagodbu u slučaju da se ponovno dogodi slična situacija?
- Kakav je odnos ušteda i produktivnosti/suradnje u slučaju da dio zaposlenika radi od kuće?
- Mogu li zaposlenici koristiti nove modele rada, kao npr. coworking (fleksibilni zakup ureda) umjesto fiksnih radnih mjesta?
- Je li rad od kuće utjecao pozitivno ili negativno na kulturu kompanije?

Ugovorni odnosi i interesi između zakupodavca i zakupca zasigurno će poprimiti novu dimenziju. Klauzule koje će sve više biti u fokusu prilikom ugovaranja novih ili pregovaranja postojećih zakupa jesu:

- trajanje ugovora,
- force majeure (Viša sila),
- uvjeti raskida,
- osiguranja,
- mogućnosti kontinuiranog korištenja prostora,
- direktive po pitanju korištenja zajedničkih prostora.

# Pčele u Društvu AquafilCRO

AquafilCRO



AquafilCRO d. o. o. je trgovačko društvo koje se bavi preradom poliamidne sintetičke pređe. Dio je grupacije Aquafil, koja broji 18 tvornica na tri kontinenta u sedam zemalja. Kao i svaka druga tvrtka, predani smo stvaranju ekonomske dobiti, ali nismo indiferentni prema tome kako ju stvaramo. Cijenimo načela odgovornosti, poštenja i integriteta u svim aspektima našeg poslovanja. Predani smo stvaranju radnog okruženja koje je ujedno sigurno te odgovara namijenjenoj svrsi. Težimo biti dobri korporativni građani, prepoznajući svoju odgovornost u radu s lokalnom zajednicom u kojoj poslujemo.

**G**lavni postulati na kojima temeljimo naš razvoj su: zadovoljavanje potreba naših kupaca, stalna briga o zaposlenicima, zaštita okoliša, energetska učinkovitost i društvena odgovornost. U svoje poslovanje integrirali smo sustav upravljanja kvalitetom ISO 9001, sustav upravljanja energijom po normi ISO 50001, sustav upravljanja ISO 14001, sustav upravljanja zdravljem i sigurnošću ISO 45001, te sustav upravljanja društvenom odgovornošću prema normi SA8000.

Od srpnja 2021. AquafilCRO je dom za tri pčelinje zajednice. To je svojevrсни produžetak projekta Pčelinja staza (Ljubljana) u koju s uključila sestrinska tvrtka iz grupacije Aquafil, AquafilSLO. Pčelinji travnjak tvrtke AquafilSLO uključen je u inicijativu Pčelinja staza. Pčelinju stazu je 2015. godine osmislila i otvorila Gradska općina Ljubljana kao jednu od aktivnosti u okviru projekta Zelena prijestolnica Europe 2016. Kao članice iste grupacije, praksa je da se uključujemo u iste projekte, dijelimo ideje i primjenjujmo zajedničke prakse, tako da smo na taj način podržali projekt. Osim toga, ideja nam se svidjela zbog samih pčela, budući da su pčele izuzetno važne za ljude i jedna su od najvažnijih vrsta na svijetu. Bez njihovog oprašivanja, morali bismo se odreći oko trećine hrane. Pčele su glavna potpora našeg ekosustava. Više od 80 % autohtonih cvjetnica ovise o njihovom oprašivanju. Bez pčela, naš krajolik, prehrana i budućnost biljnog i životinjskog svijeta bili bi ugroženi. Nažalost, broj pčela diljem svijeta pada. Iako se ne zna točno, smatra se da je to zbog uništavanja prirodnih staništa, upotrebe kemijskih gnojiva, pesticida te klimatskih promjena. Veliku ulogu u tome zapravo ima čovjek



Od srpnja 2021. AquafilCRO je dom za tri pčelinje zajednice. Prije smještanja pčela, napravljene su sve provjere i pripreme. Kućica je unesena u koordinate i vodi se u evidenciji pčelara i pčelinjaka.

i njegove aktivnosti. Pčele ne mogu preživjeti u zagađenom okolišu, tako da njihovo smještanje u našim tvornicama potvrđuje kako naša proizvodnja nema štetnog utjecaja na njih.

Na travnjak je postavljena i oslikana kućica u koju su smještene pčelinje zajednice. Prije smještanja pčela, napravljene su sve provjere i pripreme. Kućica je unesena u koordinate i vodi se u evidenciji pčelara i pčelinjaka. Mjesto i kućica za pčele je provjerena i odobrena od povjerenika Hrvatskog pčelarskog saveza. Pčelar koji je dopremio pčele u Društvo se i brine za pčele.

Kućica s pčelama je smještena na neizgrađenu travnatu površinu. Nalazi se u okviru našeg tvorničkog kompleksa AquafilCRO. Pčele imaju na raspolaganju dovoljno prostora i raznoliku mogućnost ispaše. Povjerenik je mjesto za kućicu odabrao prema predviđanju kuda će se pčele kretati i ići na ispašu, a u tom smjeru gdje i završava livada u sklopu posjeda AquafilCRO-a nalazi se i obližnji šumarak.



## VINU TREBA STAKLO.

**Emocionalno, postojano, elegantno.** Plemenito vino je obećanje – u staklenim bocama ostat će sačuvano za nos, nepce, oči i srce. Učinite i Vi umjetničko djelo od svog vina. Vinu treba staklo – a staklu treba Vetropack.

**Vetropack Straža d.d.**  
HR-49231 Hum na Sutli, tel. +385 49 326 326, www.vetropack.hr



# Članovi 2020 - 2021

Aero Print d. o. o.  
 Atlantic grupa d. d.  
 AquafilCRO d. o. o.  
 Calcit Lika d. o. o.  
 CGS d. o. o.  
 Coface PKZ  
 Colliers Advisory d. o. o.  
 Comark d. o. o.  
 Crowe Croatia d. o. o.  
 Culmena d. o. o.  
 Deloitte d. o. o.  
 Erga d. o. o.  
 Erste d. o. o.  
 Fragmat H d. o. o.  
 GEN I Zagreb d. o. o.  
 GIC Gradnja d. o. o.  
 HEP Energija d. o. o.  
 HEP-ESCO d. o. o.  
 HTI Partner j. d. o. o.  
 ILD d. o. o.  
 Intereuropa logističke usluge d. o. o.  
 Intra Lighting d. o. o.  
 Julius Rose d. o. o.  
 Kariera d. o. o.  
 Kopun revizije d. o. o.  
 KPMG Croatia d. o. o.  
 Kras mesna industrija d. o. o.  
 MAI d. o. o.  
 Meditex d. o. o.  
 Modri val d. o. o.  
 Light Komunikacije  
 Odvjetničko društvo Mateša Kapitan  
 Odvetništvo Novak d. o. o. podr. Zagreb  
 Opereta d. o. o.  
 Orbico d. o. o.  
 Otpremništvo Lež d. o. o.  
 Petrol Hrvatska d. o. o.  
 Podravka prehrambena industrija d. d.  
 Pošta Slovenije d. o. o.  
 Riko d. o. o.  
 Steklarna Rogaška d. d.  
 Terme Tuhelj d. o. o.  
 Tiko Pro d. o. o.  
 Triglav osiguranje d. d.  
 Vetropack Straža d. d.  
 Zavod obrtnikov in podjetnikov Krško  
 Wienerberger d. o. o.

gen-i

PAMETNA ENERGIJA

**S nama do nižih troškova i  
veće energetske učinkovitosti  
vaše tvrtke**



Izgradnja solara



Opskrba električnom energijom



Otkup viškova

0800 2558

WWW.GEN-I.HR



I FEEL  
SLOVENIA

*Empowering business*

GREEN.  
CREATIVE.  
SMART.

## STABILNO POSLOVNO OKRUŽENJE S UČINKOVITIM RJEŠENJIMA



1<sup>st</sup>

Poslovanje je u Sloveniji brzo i jednostavno, a Slovenija je dokazano jedna od vodećih zemalja u prekograničnoj trgovini

(WEF Globalni indeks konkurentnosti 2019; World Bank Group, Doing Business 2020)



Ulaganje slovenskih tvrtki u istraživanje i razvoj iznad je prosjeka EU-28, što rezultira tehnološki naprednim proizvodima i rješenjima prilagođenim vašim budućim potrebama

(European Innovation Scoreboard 2019)



700 mil.  
consumers

Idealno smještena na križanju koridora TEN-T s lakim pristupom do 700 milijuna ljudi na regionalnim tržištima



1/141

Ulagači Sloveniju vide kao državu sa stabilnom ekonomijom i jednim od najsigurnijih mjesta na svijetu

(WEF - Global Competitiveness Index 2019, Global Peace Index 2020)

**Saznajte kako možete imati koristi od slovenskih Green/Creative/Smart rješenja.**

Posjetite naše web stranice [www.investslovenia.org](http://www.investslovenia.org) i [www.sloveniapartner.eu](http://www.sloveniapartner.eu).



Slovenian Public Agency for  
Entrepreneurship,  
Internationalization, Foreign  
Investments and Technology



REPUBLIC OF SLOVENIA  
MINISTRY OF ECONOMIC DEVELOPMENT  
AND TECHNOLOGY