Datum: 01.10.2019
Medij: Lepa i Srećna
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 329

Naslov: GENERALI

Strana: 19



Datum: 01.10.2019
Medij: Ekonometar
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 616

Naslov: KREIRAMO OSIGURANJE PREMA VAŠIM POTREBAMA

KREIRAMO OSIGURANJE PREMA VAŠIM POTREBAMA



generali.rs | Kontakt: 011 222 0 555

GENERALI

Family Friendly Enterprise

Prva Family friendly finansijska organizacija u Srbiji

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 01.10.2019
Medij: Danas
Rubrika Bez naslova
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 150

Naslov: Više od 500 izlagača

Strana: 19



Sutra otvaranje Sajma lova i ribolova i Sajma ekologije

Više od 500 izlagača

Međunarodni sajmovi „Lorist" počinju sutra Sajmom lova i ribolova i Sajmom ekologije, dok Sajam turizma i Sajam sporta publiku dočekuju od četvrtka, 3. oktobra, saopšteno je na danas održanoj konferenciji za novinare. Zemlja partner Međunarodnih sajmova „Lorist" je Mađarska, a na sajmovima će nastupiti više od 500 izlagača koji će predstaviti ponudu u oblastima lova, ribolova i turizma Dunavskog regiona, ali i ekologiju i sport u našoj zemlji.

Uz izložbenu postavku u halama i na otvorenom delu Sajmišta organizuju se kongresne aktivnosti i poslovni susreti, a učesnici dolaze iz 20 zemalja sveta. Za posetioce sa kupljenim ulaznicama organizovana je Poklon-igra, a sve koji dođu na „Lorist" očekuju atraktivni sadržaji, nesvakidašnje promocije, popusti, noviteti, takmičenja i mnogo zabavnog sadržaja. Radno vreme za posetioce je od 10 do 19 časova. Porodični dan je u petak, 4. oktobar. Generalni sponzor Međunarodnih sajmova „Lorist" je Generali osiguranje Srbija.

Raj za lovce i ribolovce biće od sutra do 6. oktobra u Hali 1. Novosadskog sajma. Uz izlagače iz naše zemlje nastupiće i učesnici iz Austrije, Republike Srpske, Bosne i Hercegovine, Mađarske, Nemačke i Slovačke. I ove godine na Sajmu će biti svi koji u Srbiji gazduju i koriste šume, upravljaju zaštićenim prirodnim dobrima i bave se unapređenjem lovstva i ribarstva. Tako neće izostati ni Vojvodinašume, Srbijašume, Lovački savez Srbije, Lovački savez Vojvodine, NAOS, a u Hali 1 će biti i Lovački savez Republike Srpske.

Veliko interesovanje za nastup je među izlagačima koji prodaju obuću i odeću, a učešće su potvrdili i svi veliki distributeri opreme i pribora za lov i ribolov. Atrakcija za posetioce svakako će biti i Nacionalna izložba lovačkih trofeja u Hali 1a gde će imati priliku da vide trofeje jelena evropskog i lopatara, vepra, muflona, divokoze i drugih životinja. ***R. D.***

Mađarska - zemlja partner

Zemlja partner sajmova „Lorist" predstaviće na Sajmu turizma banje i spa-centre u toj zemlji, koji su nekoliko godina unazad sve interesantniji turistima iz Srbije. Na Sajmu ekologije će organizovati izložbu prirode u Mađarskoj „Jedinstvo s prirodom", kojom najavljuju Svetski sajam lova i prirode u Budimpešti 2021. godine.

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 01.10.2019
Medij: Informer
Rubrika Vesti
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 155

Naslov: LORIST

Strana: 11



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 01.10.2019
Medij: Dnevnik
Rubrika Ekonomija
Autori: L. Radlovački
Teme: Generali osiguranje
Naslov: U Novom Sadu smotra lova, turizma...

Napomena:
Površina: 221

Strana: 4



Фото: Новосадски сајам

МЕЂУНАРОДНИ САЈАМ ЛОРИСТ ОД СУТРА ДО 6. ОКТОБРА

У Новом Саду смотра лова, туризма...

Око 500 излагача из 20 држава представиће се на међународном сајму Лорист, у оквиру којег се одржавају 52. међународни сајам лова и риболова (од 2. до 6. октобра), 52. међународни сајам туризма (од 3. до 5. октобра), 27. сајам екологије (од 2. до 6. октобра), као и 3. сајам спорта (од 3. до 6. октобра), најављено је на јучерашњој конференцији. Распоређен у девет хала, на Мањежу, у Конгресном центру, у Аули и на отвореном делу Новосадског сајма, овогодишњи Лорист припремљен је амбициозније од претходног. Покрајински секретаријати такође ће се представити кроз области спорта, шумарства, туризма и екологије.

– Сваки од секретаријата представљаће оно што сматра да је значајно и везано за сам сајам Лорист – најавила је подсекретарка Покрајинског секретаријата за урбанизам и заштиту животне средине Бранкица Табак, напоменувши да су сатнице испреплетане. – Имаћемо дан са шампионима, разговоре са спортистима у оквиру програма спортских талената Војводине, презентоваћемо спортску олимпијаду и рекреацију запослених радника у фирмама, исказаћемо истраживања које је спровео Факултет за спорт и туризам, свакодневно ћемо мерити телесну тежину, презентоваћемо и циклотуризам, промовисаћемо винску културу и кулинарство, досадашње мере и своте уложене у ловство, бавићемо се отпадом као сировином, презентоваће се мониторинг у оквиру заштите животне средине, а биће и презентација геопортала.

Идеја је и да се по сајму поставе кесе да би се одржавала еколошка култура, у смислу да свако очисти за собом, а потом ће се резимирати колико отпада је однето на рециклажу, колика је зарада и коме ће прикупљени новац бити намењен. Такође, први пут ће цео Лорист имати земљу-партнера и то ће бити Република Мађарска, која ће, како је рекао генерални директор Новосадског сајма Слободан Цветковић, својим присуством подићи кредибилитет читавој манифестацији.

– Мађарска се савршено уклапа у тематику Лориста јер се и наша држава истиче по лову, риболову и туризму – рекла је аташе за пољопривреду мађарске амбасаде у Србији Клара Силвиа Секер. – Желимо да вашим људима проширимо сазнање и о нашим бањским местима и мимо граничне зоне. А сви посетиоци имаће прилику да пробају рибу, дивљач и јагњетину припремљену на мађарски начин.

На конференцији програме су најавили и представници Градске управе за спорт и омладину, Туристичке организације Новог Сада, Савеза за коњички спорт Србије, ЈП „Војводинашуме", као и генерални спонзор Сајма „Генерали осигурање Србија".

Л. Радловачки

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 01.10.2019
Medij: Novosadska TV
Emisija: Novosadsko jutro
Autori:
Teme: Generali osiguranje

	Početak	Trajanje
Emisija	01.10.2019 06:30:00	210:00
Prilog	01.10.2019 07:05:00	3:14

Naslov: Lorist

Voditelj 1:

Sajmovima lova, ribolova i ekologije 2 oktobra počeće međunarodni sajmovi Lorist, dan kasnije pridružiće im se sajmovi turizma i sporta. Zemlja partner ovih manifestacija je naš severni sused Mađarska, a genralni sponzor je Đenerali osiguranje Srbija. Porodični dan je petak 4 oktobar.

Reporter 1:

Na predstojećem Loristu nastupiće više od 500 izlagača koji će predstaviti ponudu u oblastima lova, ribolova i turizma dunavskog regiona, ali i ekologiju i sport u našoj zemlji, uz izložbenu postavku u halama i na otvorenom, u ddelu sajmišta organizuju se kogresne aktivnosti, poslovni susreti a učesnici dolaze iz 20 zemalja.

Slobodan Cvtković:

To je izuzetno važno i površina koju auzima ovaj sajam, da će biti u devet hala, u kongresnom centru, u auli, na manježu i na otvorenom delu sajmišta, praktično jedan sajam koji je prvi iza međunarodnog poljoprivrednog sajma po obimu koji zauzima u izvođačkom smislu. Ono što je takođe važno, što uvek želim da istaknem i na prošloj pres konferenciji i na ovoj, prvi put imamo zemlju partnera koja je ne samo za sajam turizma nego a celokupan Lorist, to je Mađarska i zahvaljujem se stvarno što su prstupili na jedan vrlo ozbiljan način i na jedan ozbiljan način će predstaviti Mađarsku na ovom sajmu.

Ognjen Cvetićanin:

Zato ćemo usmeiti pažnju na školski sport, besplatan školski sport i naravno na široku lepezu sportskih disciplina i aktivnosti koje se dešavaju u Novom Sadu. Gradonačelnik Novog Sada je najavio da će on lično doći da otovori i naravno tu su u najavi i neki naši pozznati sportisti iz Novog Sada koji će prisstvovati otvaranju i naravno imaćemo jako puno posetioca, organizovanih posetioca, dece iz novosadskih osnovnih škola i naravno da nam je to cilj i želimo da promovišemo školski sport i da najavimo za sledeću godinu veliku školsku olimpijadu.

Reporter 1:

Sajam lova i ribolova u Novom Sadu biće održan od 2 do 6 oktobra i ove godine na sajmu ć biti svi koji u Srbiji gazduju i koriste šume, upravljaju zaštićenim prirodnim dobrima i bave se unaprđenjem lovstva i ribarstva.

Branislav Knežević:

Nakon jedne veoma uspešne letnje sezone, kampanje, mogu slobodno da kažem veoma dinamične, mi smo pripremili set aktivnosti koje ćemo realizovati tokom jeseni i zime i nekako najveći deo ovih aktivnosti upravo započinje sa sajmom turima u Novom Sadu koji je za nas veoma važan, ii ne samo ovaj sajam nego i svi ostali, sajamske manifestacije koje se održavaju na sajmu. Mi ćemo imati moderan, dizajniran štand, predstavićemo turističku ponudu Novog Sada i okoline, već smo organizovali nekoliko važnih sastanaka sa tur operaterima koji će doći na naš štand.

Reporter 1:

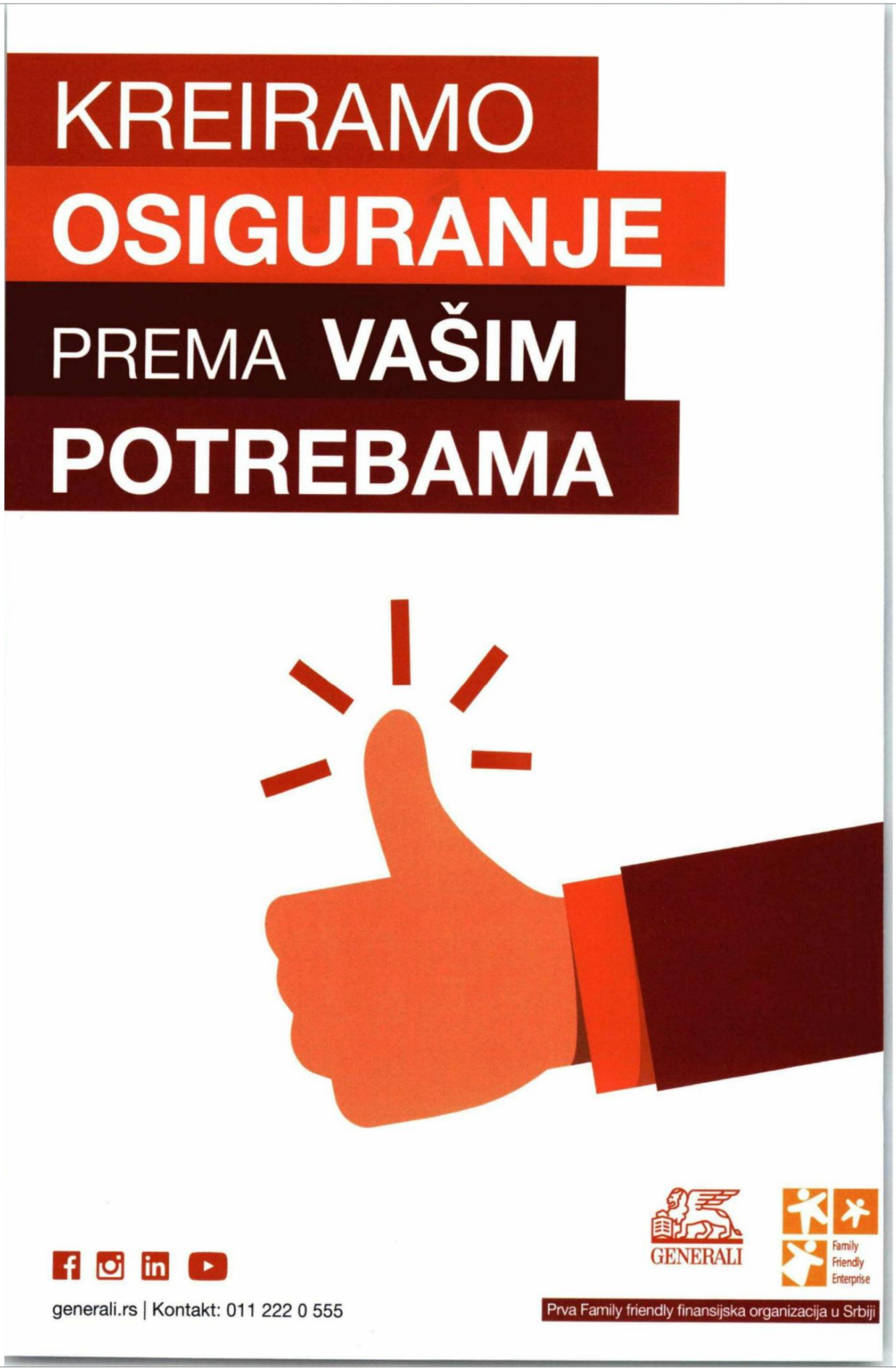
Prvi put na međunarodnom sajmu lova i ribolova nastupa Artemis udruženje žena lovaca iz Slovačke. Neće izostati ni atrakcije za poseioce poput nacionalne izložbe lovačkih trofeja, izložbe sitnih životinja, izložbe fotografija srednjovekovnog sela, borbe vitezova, virtuelnog obilaska Novog Sada biciklom.

Datum: 01.10.2019
Medij: National Geographic
Rubrika Poslednja
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 441

Naslov: GENERALI

Strana: 116



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 01.10.2019 09:18 XML
Medij: dnevnik.rs
Link: https://www.dnevnik.rs/ekonomija/naslovi/do-6-oktobra-u-novom-sadu-smotra-lova-turizma-01-10-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Naslov: Do 6. oktobra u Novom Sadu smotra lova, turizma...



NOVI SAD: Oko 500 izlagača iz 20 država predstaviće se na Međunarodnom sajmu LORIST, u okviru kojeg se održavaju 52. međunarodni sajam lova i ribolova (od 2. do 6. oktobra), 52. međunarodni sajam turizma (od 3. do 5. oktobra), 27. sajam ekologije (od 2. do 6. oktobra), kao i 3. sajam sporta (od 3. do 6. oktobra), najavljeno je na jučerašnjoj konferenciji.

Raspoređen u devet hala, na Manježu, u Kongresnom centru, u Auli i na otvorenom delu Novosadskog sajma, ovogodišnji LORIST pripremljen je ambicioznije od prethodnog. Pokrajinski sekretarijati takođe će se predstaviti kroz oblasti sporta, šumarstva, turizma i ekologije.

Svaki od sekretarijata prestavljaće ono što smatra da je značajno i vezano za sam Sajam LORIST, najavila je podsekretarka Pokrajinskog sekretarijata za urbanizam i zaštitu životne sredine Brankica Tabak, napomenuvši da su satnice isprepletane.

Imaćemo, dodala je, dan sa šampionima, razgovore sa sportistima u okviru programa sportskih talenata Vojvodine, prezentovaćemo sportsku olimpijadu i rekreaciju zaposlenih radnika u firmama, iskazaćemo istraživanja koje je sproveo Fakultet za sport i turizam, svakodnevno ćemo meriti telesnu težinu, prezentovaćemo i cikloturizam, promovisaćemo vinsku kulturu i kulinarstvo, dosadašnje mere i svote uložene u lovstvo, bavićemo se otpadom kao sirovinom, prezentovaće se monitoring u okviru zaštite životne sredine, a biće i prezentacija geoportala.

Ideja je i da se po sajmu postave kese da bi se održavala ekološka kultura, u smislu da svako očisti za sobom, a potom će se rezimirati koliko otpada je odneto na reciklažu, kolika je zarada i kome će prikupljeni novac biti namenjen. Takođe, prvi put će ceo LORIST imati zemlju-partnera i to će biti Republika Mađarska, koja će, kako je rekao generalni direktor Novosadskog sajma Slobodan Cvetković, svojim prisustvom podići kredibilitet čitavoj manifestaciji.

Mađarska se savršeno uklapa u tematiku LORIST-a jer se i naša država ističe po lovu, ribolovu i turizmu, rekla je ataše za poljoprivredu mađarske ambasade u Srbiji Klara Silvia Seker. Želimo, dodala je, da vašim ljudima proširimo saznanje i o našim banjskim mestima i mimo granične zone.

A svi posetioci imaće priliku da probaju ribu, divljač i jagnjetinu pripremljenu na mađarski način, poručila je Seker.

Na konferenciji programe su najavili i predstavnici Gradske uprave za sport i omladinu, Turističke organizacije Novog Sada, Saveza za konjički sport Srbije, JP "Vojvodinašume", kao i generalni sponzor Sajma "Đenerali osiguranje Srbija".

L. Radlovački

Vreme: 01.10.2019 10:52 XML
Medij: poljoprivrednik.net
Link: http://www.poljoprivrednik.net/4541-sutra-pocinju-sajmovi-lorist
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Sutra počinju sajmovi LORIST - POLJOPRIVREDNIK specijalizovani list za selo



Sutra počinju sajmovi LORIST

Međunarodni sajmovi "Lorist" počinju Sajmom lova i ribolova i Sajmom ekologije 2. oktobra, a Sajam turizma i Sajam sporta publiku dočekuju od četvrtka, 3. oktobra. Nastupiće više od 500 izlagača koji će predstaviti ponudu u oblastima lova, ribolova i turizma Dunavskog regiona, ali i ekologiju i sport u našoj zemlji. Uz izložbenu postavku u halama i na otvorenom delu Sajmišta organizuju se kongresne aktivnosti i poslovni susreti, a učesnici dolaze iz 20 zemalja, Austrije, Republike Srpske, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Crne Gore, Danske, Francuske, Grčke, Hrvatske, Holandije, Mađarske, Nemačke, Rumunije, Rusije, Severne Makedonije, Slovačke, Slovenije, Srbije, Turske i Velike Britanije. Tradicionalno, Sajam lova i ribolova, 52. po redu, održaće se u Hali 1. I ove godine na Sajmu će biti svi koji u Srbiji gazduju i koriste šume, upravljaju zaštićenim prirodnim dobrima i bave se unapređenjem lovstva i ribarstva. Tako neće izostati ni "Vojvodinašume", "Srbijašume", Lovački savez Srbije, Lovački savez Vojvodine, NAOS. Osim izlagača iz naše zemlje, nastupiće i učesnici iz Austrije, Republike Srpske, Bosne i Hercegovine, Mađarske, Nemačke i Slovačke, a prvi put na Međunarodnom sajmu lova i ribolova nastupa Udruženje žena lovaca iz Slovačke "Artemis". U hali Master, u okviru 52. međunarodnog sajma turizma predstaviće se 65 turističkih organizacija, 31 hotelski i banjski objekat, odnosno spa centar, 23 agencije i individualna ponuđača turističkih aranžmana, 14 parkova prirode, nacionalnih parkova i eko-turističkih destinacija, 48 institucija, poslovnih udruženja i organizacija, 30 učesnika u gastrozanatskom segmentu, a nacionalne izložbe organizuju dve države - Mađarska i Crna Gora. Posebno interesovanje posetilaca u segmentu kulturnog turizma, kako se očekuje, biće za nastup Viminacijuma, Etnografskog muzeja Istre i Manufakture Historike, kao i međunarodna takmičenja učenika, studenata i profesionalaca pod nazivom Gastro kup Srbija, u organizaciji Udruženja "Zelena dolina".Tokom Sajma turizma biće organizovano i više regionalnih poslovnih foruma. Primarna selekcija otpada i zaštita voda i vodnih tokova biće u fokusu ovogodišnjeg Sajma ekologije. Pored postavki u Auli i štandova na otvorenom prostoru Novosadskog sajma, biće organizovan i stručni program u Kongresnom centru "Master". Oko 40 izlagača nastupiće s bogatijom ponudom u odnosu na dosadašnje, ali i s raznovrsnijim informacijama. Sajam sporta se održava pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada. Program će prvenstveno biti usmeren ka promociji školskog sporta. Zemlja pertner ovogodišnjih Sajmova "Lorist" je Mađarska, koja će na Sajmu turizma predstaviti banje i spa centre u toj zemlji, koji su nekoliko godina unazad sve interesantniji turistima iz Srbije. Na Sajmu ekologije će organizovati izložbu prirode u Mađarskoj "Jedinstvo s prirodom", kojom najavljuju Svetski sajam lova i prirode u Budimpešti 2021. godine. Za posetioce s kupljenim ulaznicama organizovana je poklon-igra, a sve koji dođu na "Lorist" očekuju atraktivni sadržaji, nesvakidašnje promocije, popusti, noviteti, takmičenja i mnogo zabavnog sadržaja. Porodični dan je petak, 4. oktobar. Generalni sponzor Međunarodnih sajmova "Lorist" je Generali Osiguranje Srbija. J. C.

Datum: 02.10.2019
Medij: Danas
Rubrika Specijalni dodatak
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; UNIQA osiguranje; Wiener Stadtische osiguranje; DDOR / DDOR Novi

Napomena:
Površina: 1263

Naslov: Uspavani balkanski tigar i dalje vreba priliku za veliki skok

Strana: 1,2



TRŽIŠTE OSIGURANJA U SRBIJI
Danas
sreda, 2. oktobar 2019.
IZAZOVI I PERSPEKTIVE
SPECIJALNI DODATAK O TRENDOVIMA U INDUSTRIJI OSIGURANJA



Polisa putnog osiguranja sve popularnija kod turista

Foto: EPA-EFE / MOHAMED MESSARA

Sa ukupnom godišnjom premijom od 138 dolara po stanovniku Srbija kaska za članicama Evropske unije

Uspavani balkanski tigar i dalje vreba priliku za veliki skok

Ako je suditi prema podacima Narodne banke Srbije, ukupna godišnja premija osiguranja na kraju 2018. iznosila je 845 miliona evra (na kraju drugog tromesečja 2019. oko 456 miliona evra), što u odnosu na 405,7 miliona evra, koliko je registrovano 2005, jeste dvostruko više, ali je i dalje skroman rast. Evidentno je, takođe, da se procene analitičara, koji su pre gotovo decenije i po tvrdili da je srpsko tržište osiguranja „balkanski tigar spreman na veliki skok", nisu obistinile. Jer, uprkos činjenici da je domaće tržište osiguranja u prvoj polovini 2019. bilo likvidno, stabilno i dobro kapitalizovano sa rezultatom od 5,9 milijardi dinara, ipak se mora konstatovati da je sektor osiguranja u Srbiji znatno ispod proseka zemalja članica Evropske unije. U prilog tome najbolje svedoči odnos ukupne premije i bruto domaćeg proizvoda, kao i ukupna premija po stanovniku. Prema učešću premije u procenjenoj vrednosti bruto domaćeg proizvoda (u 2017. godini) od dva odsto Srbija je na 64. mestu na svetu, dok ovaj pokazatelj za zemlje članice EU iznosi 7,2 odsto (u grupi zemalja u razvoju taj prosek iznosi 3,3 odsto). Ako nam je za utehu, u poređenju sa državama srednje i istočne Evrope, sa prosekom od 1,9 odsto, a naročito sa Turskom, Ukrajinom i Rumunijom, Srbija je u boljoj poziciji. Na nerazvijenost tržišta ukazuje i podatak da je ukupna godišnja premija osiguranja po stanovniku (u 2017) iznosila 134 dolara, ili 112 evra, što na svetskoj rang listi Srbiju pozicionira na 64. mesto (u državama srednje i istočne Evrope - 198 dolara, a u zemljama u razvoju - 166 dolara), dok Slovenija sa 1.184 dolara i Hrvatska sa 333 dolara zauzimaju 32, odnosno 52. mesto. Situacija je još dramatičnija ako se pogleda isti pokazatelj za zemlje članice EU gde ukupna godišnja premija osiguranja po stanovniku iznosi 2.429 dolara. Na prvom mestu na svetskoj rang listi su Kajmanska Ostrva, sa 12.122 dolara premije po stanovniku, slede Hongkong i Švajcarska. U 2018. godini premija u procenjenom bruto domaćem proizvodu Srbije zadržala je učešće od dva odsto, dok je premija po stanovniku zabeležila skok na 138 dolara, ili 121 evro.

Nastavak na 2. strani

Datum: 02.10.2019
Medij: Danas
Rubrika Specijalni dodatak
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; UNIQA osiguranje; Wiener Stadtische osiguranje; DDOR / DDOR Novi
Naslov: Uspavani balkanski tigar i dalje vreba priliku za veliki skok

Napomena:
Površina: 1263

Strana: 1,2



Sa ukupnom godišnjom premijom od 138 dolara po stanovniku Srbija kaska za članicama Evropske unije

Uspavani balkanski tigar vreba priliku za veliki skok

Nastavak sa 1. strane

S druge strane, ohrabruje procena analitičara da je industrija osiguranja uspela da se reformiše i očuva zdravo jezgro što je prethodne godine rezultiralo rastom premije životnog osiguranja od 3,4 odsto, dok je premija neživotnog osiguranja porasla za 4,2 odsto. Rast je zabeležila i ukupna premija po glavi stanovnika koja je iznosila 138 dolara, odnosno 28 dolara više nego 2009. godine. U najnovijem izveštaju sektora osiguranja NBS za drugo tromesečje 2019. godine precizirano je da je ukupna premija osiguranja za godinu dana povećana za 2,9 odsto i sada iznosi 53,7 milijardi dinara.

Rast su zabeležila osiguranja od autoodgovornosti, kasko i dobrovoljno zdravstveno, dok imovinska osiguranja beleže pad. Preciznije rečeno, premija osiguranja od autoodgovornosti porasla je za 0,8 odsto, a premija osiguranja motornih vozila - kasko za 11,2 odsto. Rast od 7,7 odsto beleži i premija osiguranja od posledica nezgode, dok je pad od 3,6 odsto „uknjižila“premija imovinskih osiguranja. Premija neživotnih osiguranja je na kraju drugog tromesečja 2019. godine bila viša za 3,4 odsto nego u istom periodu lane. Kad je reč o strukturi premije najveće učešće, od 31,8 odsto, u ukupnoj premiji beleži osiguranje od odgovornosti zbog, kako objašnjavaju analitičari NBS; upotrebe motornih vozila (osiguranje od autoodgovornosti). Slede životna osiguranja - 21,7 odsto, imovinska osiguranja - 20,5 odsto i osiguranje motornih vozila (kasko) koje u ukupnoj premiji učestvuje sa 9,6 odsto. Skok sa 4,2 na 5,2 odsto beleži i učešće premije dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja praćeno nominalnim rastom te premije od 27,8 odsto, pri čemu pet društava pokriva čak 88,2 odsto tog segmenta tržišta.

Treba, takođe naglasiti da u drugom kvartalu 2019, u poređenju sa istim periodom prethodne godine, nije promenjen redosled na rang-listi pet najvećih društava za osiguranje, kako prema visini ukupne premije, tako i prema druga dva kriterijuma - premije neživotnih i životnih osiguranja. Ako se pogleda rang lista pet najvećih društava za osiguranje - prema kriterijumu ukupne premije, može se konstatovati da je Dunav na kraju drugog tromesečja 2019. u odnosu na isti period lane, smanjio tržišno učešće za gotovo dva procentna poena, odnosno zabeležio pad sa 27,6 odsto na 25,9 odsto. I tržišno učešće drugoplasiranog Đeneralija palo je sa 22,2 na 21,4 odsto. Nešto bolji rezultata beleži DDOR, čije učešće na tržištu skočilo sa 12,1 na 12,3 odsto. I udeo Viner štediše povećan je sa 11,1 na 11,5 odsto, dok je Triglav koji zauzima petu poziciju na toj rang listi najbolje prošao - skok sa 6,0 na 6,6 odsto.

Ukupna godišnja premija osiguranja po stanovniku (podaci za 2017)
- Srbija - 134 dolara
- Zemlje u razvoju - 166 dolara
- Države srednje i istočne Evrope - 198 dolara
- Države članice EU - 2.429 dolara
- Kajmanska Ostrva - 12.122 dolara

U većinskom stranom vlasništvu 15 društava

Na kraju drugog tromesečja 2019. godine u Srbiji je poslovalo 20 društava za osiguranje, odnosno jedno društvo manje nego u istom periodu prethodne godine. Isključivo poslovima osiguranja bavi se 16, a poslovima reosiguranja četiri društva. Samo životnim osiguranjem bavi se četiri društva, dok neživotno osiguranje, odnosno i životno i neživotno, nudi po šest društava. Posmatrano prema vlasničkoj strukturi kapitala 15 društava je u većinskom stranom vlasništvu i upravo ta društva beleže preovlađujuće učešće u premiji životnih osiguranja (90 odsto), u premiji neživotnih osiguranja njihov udeo iznosi 65,1 odsto, u ukupnoj imovini - 76,8 odsto, a u broju zaposlenih 68,1 odsto.



Nebriga za sopstvenu imovinu: Samo 12 odsto domaćinstava osiguralo kuće i stanove

Foto: EPA / KOCA SULEMANOVIC

Slična je situacija i kad je reč o top pet osiguravajućih društava prema kriterijumu premije neživotnih osiguranja. Najbolje pozicionirana osiguravajuća kuća je Dunav sa tržišnim učešćem od 30,3 odsto (pad za 2,5 procentna poena), zatim Đenerali (18,6 odsto), DDOR (13,5 odsto), Viner koji je „uknjižio“ blagi pad tržišnog učešća sa 9,6 na 9,4 odsto i Triglav sa tržišnim učešćem od 7,9 odsto (povećanje za 0,8 procentnih poena). Rang lista izgleda drukčije kad je reč o premiji životnih osiguranja gde liderski poziciju zauzima Đenerali sa tržišnim učešćem od 31,2 odsto (pad sa 34,5 odsto), dok je drugo mesto pripalo Vineru koji je zabeležio skok sa 16,4 odsto, koliko je tržišno učešće iznosilo 30. juna 2018, na 18,9 odsto. Na trećoj poziciji našao se Grave sa tržišnim učešćem od 14,5 odsto, Dunav pokriva deset odsto tržišta a Unika životno - 8,3 odsto.

Niko, međutim, ne spori da prostora za rast ima. Ali, da bi se povećao broj polisa i visina premije, bar kad je reč o pravnim licima, neophodno je stvoriti uslove za više stope privrednog rasta (iznad pet odsto) kao i veći priliv stranih investicija. Ako govorimo o fizičkim licima preduslov za to je viši standard stanovništva što, između ostalog, podrazumeva veće prosečne zarade, ali i smanjenje stopa nezaposlenosti. Nisu se obistinile ni procene da će se industrija osiguranja suočiti sa novim trendom - ukrupnjavanjem kompanija, koji će naročito biti izražen na manjim tržištima, poput srpskog, na kojem posluju osiguravajuće kuće koje su deo multinacionalnih kompanija.

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 02.10.2019
Medij: Danas
Rubrika Specijalni dodatak
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Wiener Stadtische osiguranje; Dunav

Napomena:
Površina: 1307

Naslov: Atraktivna ponuda preduslov za brži rast osiguranja

Strana: 4



Akcenti sa regionalne konferencije „Povećanje prodaje osiguranja u postojećim ekonomskim uslovima“

Atraktivna ponuda preduslov za brži rast osiguranja

Rast sektora osiguranja mogao bi da bude znatno veći od sadašnjeg ukoliko bi se proizvodi kreirali u skladu sa potrebama i boljim pristupom klijentima, koristili novi kanali i tehnike prodaje, ali i kada bi država našla model da nadoknađuje štete samo socijalno ugroženim građanima, ocenjeno je na prvoj regionalnoj konferenciji „Povećanje prodaje osiguranja u postojećim ekonomskim uslovima“, koju je organizovao portal „Sve o osiguranju“ (www.sveoosiguranju.rs). Prema procenama aktuara, ako se izuzmu obavezne polise osiguranja od auto odgovornosti, manje od 20 odsto stanovništva u Srbiji ima neku polisu osiguranja. Istraživanje koje je uoči ove konferencije sprovela kompanija DDOR Novi Sad na 600 svojih klijenata koji imaju makar jednu polisu osiguranja govori da 45 odsto njih ne kupuje više od jedne polise iz neekonomskih razloga, među kojima su: nedovoljno dobra ponuda, mišljenje da je osiguranje bespotreban trošak, da su proizvodi komplikovani, a tu je i nedostatak poverenja. Učesnici panel-diskusije su se složili da su osiguravači već počeli da prilagođavaju svoju ponudu novim generacijama i četvrtoj industrijskoj revoluciji.



Mirko Petrović, predsednik IO kompanije Dunav osiguranje

- Industrija osiguranja počiva na tri stuba pri čemu poverenje čini prvi stub i od ključnog je značaja za povećanje rasta osiguranja. Podsetiću da Srbija ima dugu tradiciju u toj oblasti i da je 1989. godine, dakle pre uvođenja sankcija, samo Dunav osiguranje imalo godišnju premiju veću od milijarde maraka, a premija životnog osiguranja 300 miliona maraka. Dobar je znak da je u prethodnih 15 godina puno uloženo, ali i urađeno na vraćanju tog poverenja. U prilog tome svedoči i podatak da su tehničke rezerve, koje su garant stabilnosti za klijente, odnosno garancija da će osiguravajuće kuće ispuniti svoje obaveze prema njima, od 2005. do 2018. uvećane pet puta i prošle godine iznosile su 1,5 milijardi evra, što je rast od 17 odsto u odnosnu na godinu pre. Drugi stub je edukacija, a treći ekonomski ambijent u kojem osiguravajuće kuće posluju i koji se, iz godine u godinu, popravlja. Bitno je da ova industrija beleži postepeni rast.

Dragan Filipović, predsednik IO Đenerali osiguranja Srbija

- Činjenica je da osiguravajuće kuće ne mogu da spreče štete, ali mogu da otklone posledice. Slažem se s konstatacijom da je poverenje važno, baš kao i rast životnog standarda koji je glavni pokretač napretka, ali bi i osiguravajuće kuće trebalo da daju svoj doprinos ubrzavanju rasta tako što će adekvatnom ponudom odgovoriti na potrebe klijenata. Pomenuću u tom kontekstu da Đenerali osiguranje omogućilo potencijalnim klijentima da se preko interneta, odnosno mobilnog telefona, kupe četiri naša proizvoda. Dug je period od 15 godina da bi premija bila samo udvostručena, ali sve ukazuje na to da će nam trebati još dosta vremena, i strpljenja, do premije



od milijardu evra. Mislim da bi na tom putu trebalo da sledimo primer Slovenije, koja ima oko 2,5 miliona stanovnika i tri puta manje tržište od srpskog, a tri puta veću ukupnu premiju od 2,4 milijarde evra. Potrebno je, dakle, da budemo još jasniji i precizniji u svojim ponudama, kako bi klijenti shvatili da im je osiguranje neophodno.

Đorđo Markeđani, predsednik IO DDOR Novi Sad



- Slažem se da je ukupan ekonomski rast imperativ i verujem da će tržište osiguranja u Srbiji pratiti trend ekonomskog rasta čitave zemlje, ali smatram da i osiguravajuće kuće treba da ulože dodatni trud kako bi se približile klijentima uvođenjem novih ponuda prilagođenih njihovim potrebama, kao i da na jasniji način predstave proizvod koji nude. Upravo na to ukazuju i rezultati istraživanja koje je DDOR sproveo. Oko 50 odsto, od ukupno 600 anketiranih ljudi koji imaju jednu polisu, odgovorilo je da nemaju novca za više polisa, ali je 16 odsto njih, kao razlog, navelo da nisu našli interesantnu ponudu osiguranja. Ima i onih koji su izjavili da ne razumeju šta se nudi u određenom paketu usluge, ali i onih koji smatraju da je osiguranje bespotreban trošak. Ovi rezultati ukazuju na još jedan aspekt ovog segmenta finansijskog tržišta koji, inače, zapošljava 11.000 ljudi, što čini 31 odsto tog tržišta. Treba naglasiti da osiguranje nije Mekdonalds gde kupite određeni proizvod i odete kući. Reč je o mnogo kompleksnijem poslu.

Gordana Bukumirić, predsednica IO UNIQA osiguranja

- Tržište osiguranja Srbije ima veći potencijal od tržišta u regionu, a najbolji saveznici za povratak poverenja u osiguranje su dobri primeri iz prakse. Ilustracije radi, putno osiguranje je ranije bilo obavezno za dobijanje viza, a sada ga koriste gotovo svi građani Srbije jer su uvideli koliki su benefiti toga. Mislim, takođe, da bi se kroz različite podsticaje, moglo dodatno uticati na povećanje prodaje. O





tome najbolje svedoče rezultati u oblasti privatnog zdravstvenog osiguranja, gde je nakon uvođenja minimalnih poreskih olakšica kompanijama koje svojim radnicima uplaćuju tu vrstu osiguranja, broj polisa porastao 30 odsto. Pomenuću i to da Unika prati najnovije tržišne trendove. Tako smo, recimo, ponudili mogućnost video procene štete na vozilima, ili objektima.

Zoran Blagojević, predsednik IO Viner štediše osiguranja

- U Austriji, odakle je i matična kuća ove kompanije, svojevremeno su uvedeni poreski podsticaji u životnom i penzijskom osiguranju, i zahvaljujući

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 02.10.2019
Medij: Danas
Rubrika Specijalni dodatak
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Wiener Stadtische osiguranje; Dunav
Napomena:
Površina: 1307



Naslov: Atraktivna ponuda preduslov za brži rast osiguranja

toj meri države, kojoj je bilo u interesu da stanovništvo u što većem procentu bude osigurano, značajno je povećana pro-



daja polisa. Ipak, i osiguravajuće kuće mogu da učine mnogo. Pre svega da osluškuju zahteve klijenata i preispitaju da li je ono što su ponudile zaista ono što klijenti očekuju i šta im je potrebno. Imam utisak da se ne razumemo baš najbolje sa potencijalnim klijentima kojima treba objasniti da osiguranje nije posao koji će im doneti veliku zaradu, ali im svakako garantuje da će moći da naplate štetu. Razočaravajuće je što je prosečni rast tržišta osiguranja ne prati rast bruto domaćeg proizvoda. Preciznije rečeno, ukupna premija osiguranja rasla je po stopi od 9,67 odsto, dok BDP beleži rast od 9,95 odsto. Zato postojeći proizvodi moraju da se obogate novim servisima, bez dovođenja u pitanje osnovne usluge. Moj utisak je i da bi osiguravajuće kuće trebalo više da se usmere na oblast sajber rizika, razne rizike profesionalne odgovornosti i dobrovoljno zdravstveno osiguranje, ali i osiguranje imovine fizičkih lica.

Vladimir Đorđević, predstavnik Udruženja za bankarstvo i osiguranje PKS

- Podatak da se tri četvrtine premije osiguranja fizičkih lica u Srbiji odnosi na osiguranje autoodgovornosti, dok je istovremeno samo nešto više od 300.000, odnosno tek oko 12 odsto, od oko 2,5 miliona domaćinstava, osiguralo stanove ili kuće, ne deluje ohrabrujuće. U prvih šest meseci 2019. fizička lica su izdvojila 12 milijardi dinara za osiguranje od autoodgovornosti, dok je za osiguranje doma izdvojeno oko 750 miliona dinara, što je argument više da prostora za rast osiguranja i te kako ima. Stanje je utoliko alarmantnije ako se zna da polisa za osigura-



nje doma košta, u proseku, između 4.000 i 5.000 dinara na godišnjem nivou.

Potpis za sliku: Osiguravači počeli da prilagođavaju svoju ponudu zahtevima milenijalaca i četvrtoj tehnološkoj revoluciji: Učesnici panel diskusije

Autor fotografija: Miroslav Petrović

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 02.10.2019
Medij: Danas
Rubrika Specijalni dodatak
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Napomena:
Površina: 441



Naslov: Potencijalnim klijentima treba objasniti da osiguranje nije skupo

Strana: 1,4

Dragan Filipović, predsednik Izvršnog odbora Đenerali osiguranja Srbija

Potencijalnim klijentima treba objasniti da osiguranje nije skupo

strana V

Datum: 02.10.2019
Medij: Danas
Rubrika Specijalni dodatak
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Napomena:
Površina: 441

Naslov: Potencijalnim klijentima treba objasniti da osiguranje nije skupo

Strana: 1,4



Dragan Filipović, predsednik Izvršnog odbora Đenerali osiguranja Srbija

Potencijalnim klijentima treba objasniti da osiguranje nije skupo

- Kad se pogledaju rezultati za prethodnih petnaest godina, tržište osiguranja je duplirano - što nije malo. S druge strane, 15 godina je dovoljno dug vremenski period da bi se neki pokazatelj udvostručio tako da bi se, ipak, moglo konstatovati da je rast usporen. Najveća mana u tom, kakvom-takvom, rastu jeste nedovoljno poznavanje potreba osiguranja pri čemu su najveći krivci osiguravajuće kuće koje, očigledno, ne umeju na pravi način da približe značaj osiguranja potencijalnim klijentima. Upravo na tome, već nekoliko godina unazad, radimo jer podizanje svesti o značaju osiguranja preduslov je bržeg razvoja ove industrije. Đenerali će u narednom periodu klijentima prilaziti na brži i transparentniji način. U tom kontekstu treba shvatiti ankete kojima testiramo stepen zadovoljstva klijenata našom uslugom i mogu reći da su reakcije pozitivne - kaže Dragan Filipović, predsednik Izvršnog odbora Đenerali osiguranja Srbija.

> Najveća mana u tom, kakvom-takvom, rastu jeste nedovoljno poznavanje potreba osiguranja pri čemu su najveći krivci osiguravajuće kuće koje, očigledno, ne umeju na pravi način da približe značaj osiguranja potencijalnim klijentima



Foto: Miroslav Petrović

Đenerali će u narednom periodu klijentima prilaziti na brži i transparentniji način: Dragan Filipović

On naglašava da je obaveza osiguravajućih kuća da svoju ponudu prilagodi zahtevima i potrebama klijenata i to tako da im ponuđeni sadržaji budu razumljivi „kao da neki proizvod prodajemo deci u osnovnoj školi". To će, kako kaže, biti intencija Đeneralija u narednom periodu. Filipović ukazuje i na činjenicu da je najčešći odgovor klijenata na pitanje da li je osiguranje skupo - da, dok na pitanje da li verujete osiguravajućim kuća odgovaraju - ne.

- Takav stav prema proizvodima osiguranja i osiguravajućim kućama mora da se promeni. Kao ilustrativan navešću primer putnog osiguranja. Praktično to znači da klijentima moramo da objasnimo da putno osiguranje za odlazak u inostranstvo, koje košta jedan evro dnevno a pokriva štetu u visini do 25.000 evra, nikako nije skupo. Problem je, dakle, u razumevanju. Moramo potencijalnim klijentima na jednostavniji i jasniji način da stavimo do znanja da osiguranje nije skupo i da osiguravajuće kuće čvrsto stoje iza obećanja da će, ukoliko se desi neki osigurani slučaj, ugovorne obaveze biti realizovane - poručuje Filipović.

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 02.10.2019
Medij: Večernje novosti
Rubrika Hronika
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 223

Naslov: LORIST

Strana: 13



Vreme: 02.10.2019 10:39 XML
Medij: danas.rs
Link: https://www.danas.rs/ekonomija/potencijalnim-klijentima-treba-objasniti-da-osiguranje-nije-skupo/
Autori: @OnlineDanas
Teme: Osiguravajuća društva; Generali osiguranje

Naslov: Potencijalnim klijentima treba objasniti da osiguranje nije skupo

2040



Kad se pogledaju rezultati za prethodnih petnaest godina, tržište osiguranja je duplirano - što nije malo.

Foto: Miroslav Petrović S druge strane, 15 godina je dovoljno dug vremenski period da bi se neki pokazatelj udvostručio tako da bi se, ipak, moglo konstatovati da je rast usporen. Najveća mana u tom, kakvom-takvom, rastu jeste nedovoljno poznavanje potreba osiguranja pri čemu su najveći krivci osiguravajuće kuće koje, očigledno, ne umeju na pravi način da približe značaj osiguranja potencijalnim klijentima. Upravo na tome, već nekoliko godina unazad, radimo jer podizanje svesti o značaju osiguranja preduslov je bržeg razvoja ove industrije. Đenerali će u narednom periodu klijentima prilaziti na brži i transparentniji način. U tom kontekstu treba shvatiti ankete kojima testiramo stepen zadovoljstva klijenata našom uslugom i mogu reći da su reakcije pozitivne - kaže Dragan Filipović, predsednik Izvršnog odbora Đenerali osiguranja Srbija. On naglašava da je obaveza osiguravajućih kuća da svoju ponudu prilagodi zahtevima i potrebama klijenata i to tako da im ponuđeni sadržaji budu razumljivi "kao da neki proizvod prodajemo deci u osnovnoj školi". To će, kako kaže, biti intencija Đeneralija u narednom periodu. Filipović ukazuje i na činjenicu da je najčešći odgovor klijenata na pitanje da li je osiguranje skupo - da, dok na pitanje da li verujete osiguravajućim kuća odgovaraju - ne. - Takav stav prema proizvodima osiguranja i osiguravajućim kućama mora da se promeni. Kao ilustrativan navešću primer putnog osiguranja. Praktično to znači da klijentima moramo da objasnimo da putno osiguranje za odlazak u inostranstvo, koje košta jedan evro dnevno a pokriva štetu u visini do 25.000 evra, nikako nije skupo. Problem je, dakle, u razumevanju. Moramo potencijalnim klijentima na jednostavniji i jasniji način da stavimo do znanja da osiguranje nije skupo i da osiguravajuće kuće čvrsto stoje iza obećanja da će, ukoliko se desi neki osigurani slučaj, ugovorne obaveze biti realizovane - poručuje Filipović. osiguranje

Datum: 02.10.2019
Medij: Nova ekonomija
Rubrika Poslednja
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

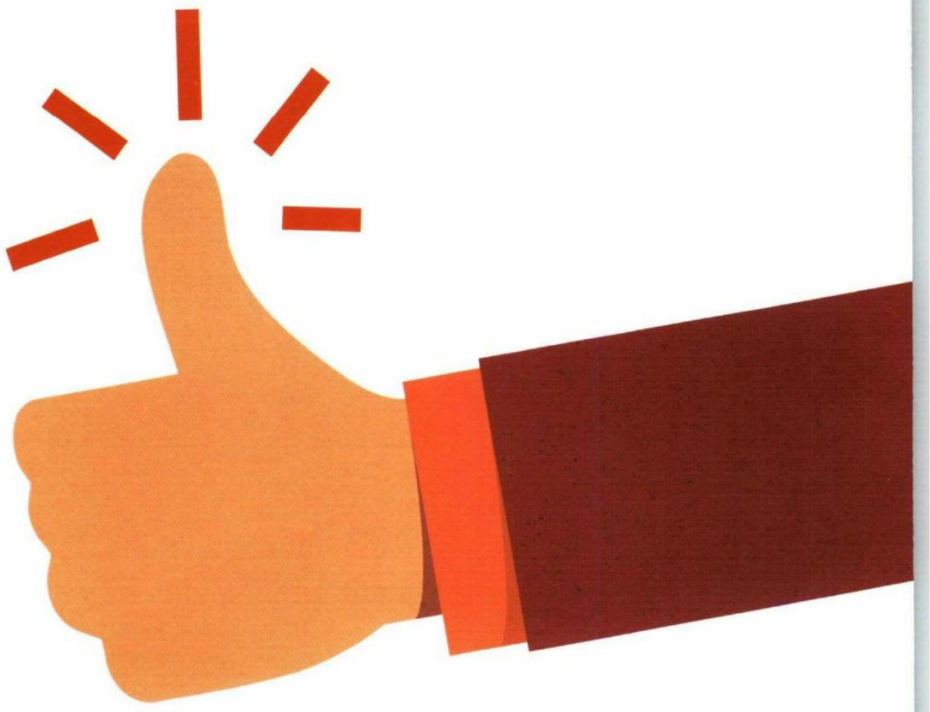
Napomena:
Površina: 571

Naslov: KREIRAMO OSIGURANJE PREMA VAŠIM POTREBAMA

Strana: 84



KREIRAMO
OSIGURANJE
PREMA VAŠIM
POTREBAMA



GENERALI

Family Friendly Enterprise

generali.rs | Kontakt: 011 222 0 555

Prva Family friendly finansijska organizacija u Srbiji

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 02.10.2019 15:43 XML
Medij: teleporter.rs
Link: http://www.teleporter.rs/sr/aktuelno/1422/Pocinje-novosadski-Sajam-turizma-Lorist
Autori: /public/humans.txt
Teme: Dunav osiguranje; Generali osiguranje; Sava osiguranje; Grawe (Grave) osiguranje

Naslov: Počinje novosadski Sajam turizma Lorist

3575



Teleporter je turistički portal koji savremenim putnicima pruža zanimljive i korisne informacije o domaćim i svetskim destinacijama. Obilje autorskih tekstova, vesti, zanimljivosti iz sveta turizma, putopisa naših čitala

02.10.2019. U Novom Sadu se od 3. do 5. oktobra održavaju tradicionalni sajmovi "Lorist", čija će centralna tema ove godine biti banjski, spa i velnes turizam. Mađarska, kao zemlja partner predstaviće na Sajmu svoje banje i spa centre, koji su unazad nekoliko godina postali veoma interesantni gostima iz Srbije. Organizatori najavljuju da će turističku ponudu predstaviti brojni izlagači iz naše zemlje, kao i gosti iz Republike Srpske, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Francuske, Grčke, Hrvatske, Mađarske, Severne Makedonije, Rumunije, Rusije, Slovačke, Slovenije i Turske. U okviru Sajma ekologije biće organizovana izložba mađarskih prirodnih lepota "Jedno s prirodom", čime se najavljuje Svetska izložba trofeja u Budimpešti 2021. godine.

Na Sajmu turizma će se u Hali "Master" predstaviti MK grupa, Promont grupa, Prezident, Merkur, Fontana, Tonanti, Atomska banja, Drina, Sijerinska banja, Niška banja, Vranjska banja, SB Ivanjica, Rusanda, Hajdučke Vode, a tu su i Sava turizam, slovenačke terme i hoteli Sava Resort, Rogla i Zreče u Mariboru. Crna Gora će promovisati destinacije u okviru nacionalnog štanda, dok će Hrvatska predstaviti parkove prirode Kornati, Lastovsko otočje, Mljet i Telašćica.

Ponudu Srbije upotpuniće oko 40 turističkih organizacija, među kojima su najbrojnije one iz Vojvodine i Zapadne Srbije. Uz njih će nastupiti i turističke organizacije Beograda, Novog Sada, Niša, Požarevca, Bora, Pirota, Medveđe, Kraljeva, Kragujevca, Jagodine, Zrenjanina, Sombora i Žablja, kao i članice Nacionalne asocijacije YUTA i Udruženja receptivnih agencija (URA). Na Novosadskom sajmu će po prvi put biti i ponuđači individualnih aranžmana u Srbiji, pod okriljem Serbia Adventures portala, a posetioci će moći da saznaju sve informacije u vezi sa putnim osiguranjem koje će ponuditi Generali osiguranje Srbija, Grawe, Dunav i Sava osiguranje.

Među izlagačima će se naći i obrazovne institucije u oblasti turizma, hotelijerstva i ugostiteljstva, Prirodno matematički fakultet u Novom Sadu, slovački Univerzitet "Mateja Bela" i novosadska Srednja škola "Svetozar Miletić". I ove godine će se nastaviti saradnja sa Nacionalnom službom za zapošljavanje u okviru koje će biti organizovani "Dani karijere u turizmu" sa ponudom slobodnih radnih mesta.

Kroz Hosted Buyer Program Novosadski sajam će dovesti turoperatore iz Rusije, Velike Britanije, Danske, Bugarske, Holandije i Nemačke koji će održati B2B sastanke sa izlagačima, a imaće ih i privredna delegacija iz oblasti turizma koja dolazi na Skupštinu evropskih regija. U organizovanu posetu i na B2B sastanke sa izlagačima doći će i predstavnici Saveza samostalnih sindikata Srbije i Asocijacije nezavisnih i samostalnih sindikata Srbije. Manifestacija će biti upotpunjena i pratećim stručnim programom. Investiciona konferenciju pod nazivom "Koliko vredi, a koliko košta ulaganje u zdravo društvo" je zakazana za prvi dan, 3. oktobar, a organizuju je Novosadski sajam i Udruženje banja Srbije i Mađarske sa izlagačima.

U okviru Sajma turizma naći će se i tradicionalni segment gastronomije, sa međunarodnim takmičenjima učenika, studenata i profesionalaca pod nazivom "Gastro izazovi". Popularizaciji kulinarstva u regionu

doprineće i održavanje Gastro kupa Srbija, međunarodnog takmičenja koje Sajam organizuje u saradnji sa Udruženjem Zelena dolina i Horeca asocijacijom Kragujevac.

Vreme: 02.10.2019 17:27 XML
Medij: sveoosiguranju.rs
Link: https://sveoosiguranju.rs/konferencija-povecanje-prodaje-osiguranja-u-postojecim-ekonomskim-
Autori: Redakcija
Teme: DDOR / DDOR Novi Sad; Generali osiguranje; Dunav osiguranje; UNIQA osiguranje; Wiener

Naslov: Konferencija "Povećanje prodaje osiguranja u postojećim ekonomskim uslovima"

6717



Rast sektora osiguranja mogao bi da bude znatno veći od sadašnjeg ukoliko bi se proizvodi kreirali u skladu sa potrebama i boljim pristupom klijentima, koristili novi kanali i tehnike prodaje, ali i kada bi se osmislio model da država nadoknađuje štete samo socijalno ugroženim građanima, ocenjeno je na prvoj regionalnoj konferenciji "Povećanje prodaje osiguranja u postojećim ekonomskim uslovima", koju je organizovao portal "Sve o osiguranju" (www.sveoosiguranju.rs).

Prema procenama aktuara, ako se izuzmu obavezne polise osiguranja od auto odgovornosti, manje od 20 odsto stanovništva u Srbiji ima neku polisu osiguranja. Istraživanje koje je uoči ove konferencije sprovela kompanija DDOR Novi Sad na 600 svojih klijenata koji imaju makar jednu polisu osiguranja govori da 45 odsto njih ne kupuje više od jedne polise iz razloga koji nisu ekonomske prirode. Među njima su: nedovoljno dobra ponuda, mišljenje da je osiguranje bespotreban trošak, da su proizvodi komplikovani, a tu je i nedostatak poverenja.

Da je poverenje ključno za povećanje rasta osiguranja, ukazao je predsednik IO kompanije Dunav osiguranje Mirko Petrović, koji je podsetio da Srbija ima dugu tradiciju osiguranja i da je u poslednjih 15 godina puno uloženo ali i urađeno na vraćanju tog poverenja. "Tehničke rezerve, koje su garant stabilnosti za klijente odnosno garancija da će osiguravajuće kuće ispuniti svoje obaveze prema njima, od 2005. do 2018. uvećane su pet puta", rekao je Petrović.

Dragan Filipović, predsednik IO Generali osiguranja Srbija, istakao je da osiguravajuće kuće ne mogu da spreče štete, ali mogu da otklone posledice. On se složio sa Petrovićem da je poverenje važno, kao i rast životnog standarda koji je glavni pokretač napretka, ali i da se odgovaranjem na potrebe klijenata takođe može postići bolji rezultat.

"Mi prodajemo list papira, obećanje, i ukoliko nismo jasni, precizni i iskreni, postoji opasnost da nam klijent kaže da mu osiguranje nije potrebno. Danas klijenti misle da je osiguranje skupo, da im nije potrebno i nemaju poverenja. Mnogo radimo na edukaciji stanovništva i očekujem da će kroz nekoliko godina ljudi shvatiti da im je osiguranje itekako potrebno, da ga ne smatraju skupim i da imaju poverenja u osiguravajuće kuće", istakao je Filipović.

Đorđo Markeđani, predsednik IO Novi Sad, slaže se da je ekonomski rast neophodan. "Radio sam na mnogim tržištima u osiguranju i reosiguranju i u tom sektoru nema čuda - ako nemate rast ekonomije, imovine koju treba osigurati, rast plata, onda nema ni rasta osiguranja", rekao je Markeđani i dodao da očekuje veći ekonomski rast u budućnosti, pa samim tim i rast osiguranja.

Osiguravajuće kuće, prema njegovim rečima, treba da se približe klijentima uvođenjem novih ponuda, prilagođenih njihovim potrebama, kao i da na jasniji način predstave proizvod koji nude što pokazuju i pomenuti rezultati istraživanja.

Gordana Bukumirić, predsednica IO UNIQA osiguranja, ocenila je da tržište osiguranja Srbije ima veći potencijal od tržišta u regionu, navodeći da su najbolji saveznici za povratak poverenja u osiguranje dobri primeri iz prakse. Bukumirić je kazala da se to najbolje vidi kod putnog osiguranja, koje je nekada bilo obavezno prlikom dobijanja viza, a sada ga koriste gotovo svi građani Srbije jer imaju poverenje.

"To znači da su građani uvideli benefit tog osiguranja i da ono može da zadovolji njihove potrebe", rekla

je Bukumirić.

Ona je dodala da određene poreske olakšice mogu da stimulišu rast osiguranja, a najbolji primer je dobrovoljno zdravstveno osiguranje. "Nakon uvođenja minimalnih poreskih olakšica premija je porasla 30 odsto. Dakle, mali podsticaj je dao zamajac toj vrsti osiguranja", rekla je Bukumirić.

Predsednik IO Wiener Stadtische osiguranja, Zoran Blagojević, rekao je da su svojevremeno uvedeni poreski podsticaji u životnom i penzijskom osiguranju u Austriji, odakle dolazi ta kuća, značajno uticali na povećanje prodaje, a da je državi bilo u interesu da stanovništvo bude osigurano.

Kada je reč o pokrivanju šteta iz republičkog budžeta, Dragan Filipović smatra da bi država trebalo da jasno kaže da nema dovoljno novca da konstantno isplaćuje štete kada se dese katastrofalni događaji i da to nije njen posao, već da je to posao osiguravajućih kuća koje postoje zbog takvih situacija.

Zoran Blagojević se složio da država treba da se fokusira na segment socijalno ugroženog stanovništva koje nema ekonomsku mogućnost da kupi polisu osiguranja, a da drugi i najveći deo stanovništva treba da se odgovorno ponaša prema sebi.

Osiguravajuće kuće, kako je rekao Blagojević, mogu takođe da učine mnogo: da slušaju klijente i preispitaju da li je ono što su ponudile zaista ono što klijenti očekuju i šta im je potrebno. "Razočaravajuće je da je prosečni rast tržišta osiguranja niži od rasta BDP-a. Zato postojeći proizvodi moraju da se obogate novim servisima, bez dovođenja u pitanje osnovne svrhe osiguranja odnosno pokrivanje štete", rekao je on i ukazao da osiguravajuće kuće treba više da se usmere na oblast sajber rizika, razne rizike profesionalne odgovornosti i dobrovoljno zdravstveno osiguranje, ali i osiguranje imovine fizičkih lica.

Predstavnik Udruženja za bankarstvo i osiguranje Privredne komore Srbije, Vladimir Đorđević, kazao je da se tri četvrtine premije osiguranja fizičkih lica u Srbiji odnosi na osiguranje autoodgovornosti, dok je istovremeno od 2,5 miliona domaćinstava, samo nešto više od 300.000 odnosno oko 12 odsto osiguralo stanove ili kuće.

U prvih šest meseci 2019. fizička lica su izdvojila 12 milijardi dinara za osiguranje od autoodgovornosti, dok je za osiguranje doma izdvojeno oko 750 miliona dinara, po čemu se vidi da ima prostora za rast osiguranja. Đorđević je podsetio da prosečna polisa za osiguranje doma godišnje košta oko 4.000 do 5.000 dinara.

Ističući značaj osiguranja, Mirko Petrović je rekao da predstavnici osiguravajućih kuća zapošljavaju 11.000 ljudi i da to čini 31 odsto finansijskog sektora zemlje.

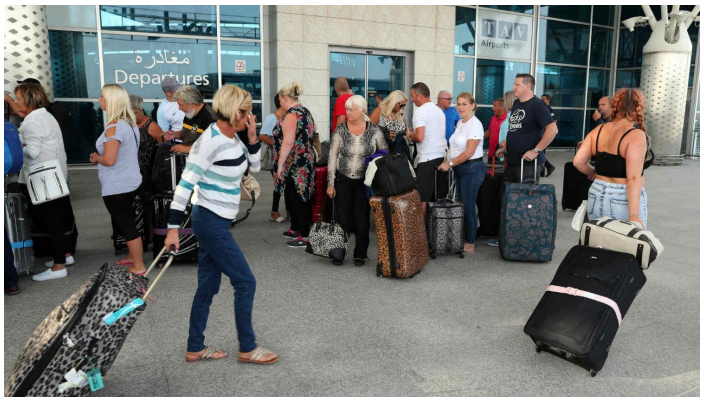
Učesnici panel diskusije su se složili da su osiguravači već počeli da prilagođavaju svoju ponudu novim generacijama i četvrtoj industrijskoj revoluciji.

Dragan Filipović je rekao da je Generali osiguranje omogućilo da se preko interneta, odnosno mobilnog telefona, kupe četiri njihova proizvoda. Gordana Bukumirić je pak, kao primer usklađivanja sa tržišnim trendovima, navela da je UNIQA osiguranje ponudilo mogućnost video procene štete na vozilima ili objektima.

Željko Jović, viceguverner Narodne banke Srbije, istakao je da je osiguranje i u prvoj polovini godine dobro kapitalizovano i likvidno sa pozitivnim poslovanjem u iznosu od 5,9 milijardi dinara. Video - snimak čitavog panela u trajanju od 1h i 45 min možete pogledati na desnoj strani.

Vreme: 02.10.2019 19:00 XML
Medij: danas.rs
Link: https://www.danas.rs/ekonomija/uspavani-balkanski-tigar-i-dalje-vreba-priliku-za-veliki-skok/
Autori: @OnlineDanas
Teme: Generali osiguranje; Dunav osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; UNIQA osiguranje; Wiener

Naslov: Uspavani balkanski tigar i dalje vreba priliku za veliki skok



Ako je suditi prema podacima Narodne banke Srbije, ukupna godišnja premija osiguranja na kraju 2018. iznosila je 845 miliona evra (na kraju drugog tromesečja 2019. oko 456 miliona evra), što u odnosu na 405,7 miliona evra, koliko je registrovano 2005, jeste dvostruko više, ali je i dalje skroman rast.

Foto: EPA-EFE/ MOHAMED MESSARA Evidentno je, takođe, da se procene analitičara, koji su pre gotovo decenije i po tvrdili da je srpsko tržište osiguranja "balkanski tigar spreman na veliki skok", nisu obistinile. Jer, uprkos činjenici da je domaće tržište osiguranja u prvoj polovini 2019. bilo likvidno, stabilno i dobro kapitalizovano sa rezultatom od 5,9 milijardi dinara, ipak se mora konstatovati da je sektor osiguranja u Srbiji znatno ispod proseka zemalja članica Evropske unije. U prilog tome najbolje svedoči odnos ukupne premije i bruto domaćeg proizvoda, kao i ukupna premija po stanovniku. Prema učešću premije u procenjenoj vrednosti bruto domaćeg proizvoda (u 2017. godini) od dva odsto Srbija je na 64. mestu na svetu, dok ovaj pokazatelj za zemlje članice EU iznosi 7,2 odsto (u grupi zemalja u razvoju taj prosek iznosi 3,3 odsto). Ako nam je za utehu, u poređenju sa državama srednje i istočne Evrope, sa prosekom od 1,9 odsto, a naročito sa Turskom, Ukrajinom i Rumunijom, Srbija je u boljoj poziciji. Na nerazvijenost tržišta ukazuje i podatak da je ukupna godišnja premija osiguranja po stanovniku (u 2017) iznosila 134 dolara, ili 112 evra, što na svetskoj rang listi Srbiju pozicionira na 64. mesto (u državama srednje i istočne Evrope - 198 dolara, a u zemljama u razvoju - 166 dolara), dok Slovenija sa 1.184 dolara i Hrvatska sa 333 dolara zauzimaju 32, odnosno 52. mesto. Situacija je još dramatičnija ako se pogleda isti pokazatelj za zemlje članice EU gde ukupna godišnja premija osiguranja po stanovniku iznosi 2.429 dolara. Na prvom mestu na svetskoj rang listi su Kajmanska Ostrva, sa 12.122 dolara premije po stanovniku, slede Hongkong i Švajcarska. U 2018. godini premija u procenjenom bruto domaćem proizvodu Srbije zadržala je učešće od dva odsto, dok je premija po stanovniku zabeležila skok na 138 dolara, ili 121 evro. S druge strane, ohrabruje procena analitičara da je industrija osiguranja uspela da se reformiše i očuva zdravo jezgro što je prethodne godine rezultiralo rastom premije životnog osiguranja od 3,4 odsto, dok je premija neživotnog osiguranja porasla za 4,2 odsto. Rast je zabeležila i ukupna premija po glavi stanovnika koja je iznosila 138 dolara, odnosno 28 dolara više nego 2009. godine. U najnovijem izveštaju sektora osiguranja NBS za drugo tromesečje 2019. godine precizirano je da je ukupna premija osiguranja za godinu dana povećana za 2,9 odsto i sada iznosi 53,7 milijardi dinara. Rast su zabeležila osiguranja od autoodgovornosti, kasko i dobrovoljno zdravstveno, dok imovinska osiguranja beleže pad. Preciznije rečeno, premija osiguranja od autoodgovornosti porasla je za 0,8 odsto, a premija osiguranja motornih vozila - kasko za 11,2 odsto. Rast od 7,7 odsto beleži i premija osiguranja od posledica nezgode, dok je pad od 3,6 odsto "uknjižila"premija imovinskih osiguranja. Premija neživotnih osiguranja je na kraju drugog tromesečja 2019. godine bila viša za 3,4 odsto nego u istom periodu lane. Kad je reč o strukturi premije najveće učešće, od 31,8 odsto, u ukupnoj premiji beleži osiguranje od odgovornosti zbog, kako objašnjavaju analitičari NBS; upotrebe motornih vozila (osiguranje od autoodgovornosti). Slede životna osiguranja - 21,7 odsto, imovinska osiguranja - 20,5 odsto i osiguranje motornih vozila (kasko) koje u ukupnoj premiji učestvuje sa 9,6 odsto. Skok sa 4,2 na 5,2 odsto beleži i učešće premije dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja praćeno nominalnim rastom te premije od 27,8 odsto, pri čemu pet društava

pokriva čak 88,2 odsto tog segmenta tržišta. Treba, takođe naglasiti da u drugom kvartalu 2019, u poređenju sa istim periodom prethodne godine, nije promenjen redosled na rang-listi pet najvećih društava za osiguranje, kako prema visini ukupne premije, tako i prema druga dva kriterijuma - premije neživotnih i životnih osiguranja. Ako se pogleda rang lista pet najvećih društava za osiguranje - prema kriterijumu ukupne premije, može se konstatovati da je Dunav na kraju drugog tromesečja 2019. u odnosu na isti period lane, smanjio tržišno učešće za gotovo dva procentna poena, odnosno zabeležio pad sa 27,6 odsto na 25,9 odsto. I tržišno učešće drugoplasiranog Đeneralija palo je sa 22,2 na 21,4 odsto. Nešto bolji rezultata beleži DDOR, čije učešće na tržištu skočilo sa 12,1 na 12,3 odsto. I udeo Viner štediše povećan je sa 11,1 na 11,5 odsto, dok je Triglav koji zauzima petu poziciju na toj rang listi najbolje prošao - skok sa 6,0 na 6,6 odsto. Slična je situacija i kad je reč o top pet osiguravajućih društava prema kriterijumu premije neživotnih osiguranja. Najbolje pozicionirana osiguravajuća kuća je Dunav sa tržišnim učešćem od 30,3 odsto (pad za 2,5 procentna poena), zatim Đenerali (18,6 odsto), DDOR (13,5 odsto), Viner koji je "uknjižio" blagi pad tržišnog učešća sa 9,6 na 9,4 odsto i Triglav sa tržišnim učešćem od 7,9 odsto (povećanje za 0,8 procentnih poena). Rang lista izgleda drukčije kad je reč o premiji životnih osiguranja gde lidersku poziciju zauzima Đenerali sa tržišnim učešćem od 31,2 odsto (pad sa 34,5 odsto), dok je drugo mesto pripalo Vineru koji je zabeležio skok sa 16,4 odsto, koliko je tržišno učešće iznosilo 30. juna 2018, na 18,9 odsto. Na trećoj poziciji našao se Grave sa tržišnim učešćem od 14,5 odsto, Dunav pokriva deset odsto tržišta a Unika životno - 8,3 odsto. Niko, međutim, ne spori da prostora za rast ima. Ali, da bi se povećao broj polisa i visina premije, bar kad je reč o pravnim licima, neophodno je stvoriti uslove za više stope privrednog rasta (iznad pet odsto) kao i veći priliv stranih investicija. Ako govorimo o fizičkim licima preduslov za to je viši standard stanovništva što, između ostalog, podrazumeva veće prosečne zarade, ali i smanjenje stopa nezaposlenosti. Nisu se obistinile ni procene da će se industrija osiguranja suočiti sa novim trendom - ukrupnjavanjem kompanija, koji će naročito biti izražen na manjim tržištima, poput srpskog, na kojem posluju osiguravajuće kuće koje su deo multinacionalnih kompanija. U većinskom stranom vlasništvu 15 društava Na kraju drugog tromesečja 2019. godine u Srbiji je poslovalo 20 društava za osiguranje, odnosno jedno društvo manje nego u istom periodu prethodne godine. Isključivo poslovima osiguranja bavi se 16, a poslovima reosiguranja četiri društva. Samo životnim osiguranjem bavi se četiri društva, dok neživotno osiguranje, odnosno i životno i neživotno, nudi po šest društava. Posmatrano prema vlasničkoj strukturi kapitala 15 društava je u većinskom stranom vlasništvu i upravo ta društva beleže preovlađujuće učešće u premiji životnih osiguranja (90 odsto), u premiji neživotnih osiguranja njihov udeo iznosi 65,1 odsto, u ukupnoj imovini - 76,8 odsto, a u broju zaposlenih 68,1 odsto. Ukupna godišnja premija osiguranja po stanovniku (podaci za 2017) Srbija - 134 dolara Zemlje u razvoju - 166 dolara Države srednje i istočne Evrope - 198 dolara Države članice EU - 2.429 dolara Kajmanska Ostrva - 12.122 dolara bdp, ekonomija

Vreme: 02.10.2019 20:38
Medij: sveoosiguranju.rs
Link: https://sveoosiguranju.rs/generali-na-forbsovoj-listi-najcenjenijih-kompanija-na-svetu/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Generali na Forbsovoj listi najcenjenijih kompanija na svetu

2. oktobra 2019. Vesti 5 Pregleda Generali je najbolje rangirana osiguravajuća grupa na listi "Najcenjenije kompanije na svetu", koju je časopis "Forbs" razvio u saradnji sa Statistom,

2. oktobra 2019. Vesti 8 Pregleda Generali je najbolje rangirana osiguravajuća grupa na listi "Najcenjenije kompanije na svetu", koju je časopis "Forbs" razvio u saradnji sa Statistom, liderom u analizi tržišta i potrošača.

Među dve hiljade najvećih javnih kompanija na svetu, "Forbs" je identifikovao 250 najboljih na osnovu 15 hiljada sprovedenih intervjua u 50 zemalja sveta i kriterijuma pouzdanosti, društveno odgovornog ponašanja, kvaliteta proizvoda i usluga, i odnosa prema zaposlenima.

Generali na ukupnoj listi zauzma 61. mesto, više od svih ostalih velikih osiguravajućih grupa, i uz Ferari je jedini italijanski brend na listi. Šeruj ovaj post

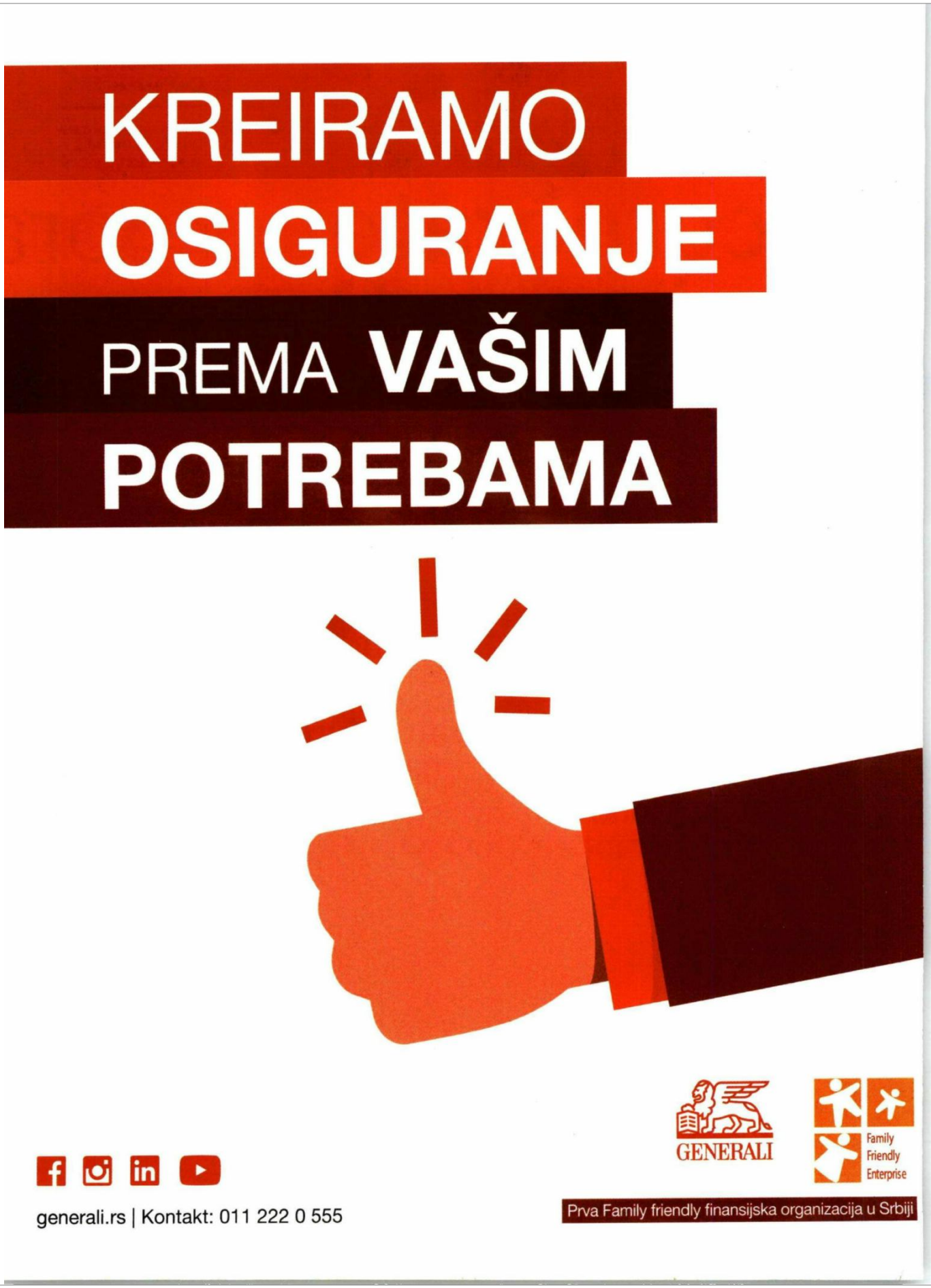

KREIRAMO
OSIGURANJE
PREMA VAŠIM
POTREBAMA
generali.rs | Kontakt: 011 222 0 555
GENERALI
Family Friendly Enterprise
Prva Family friendly finansijska organizacija u Srbiji

Datum: 03.10.2019
Medij: Nedeljnik
Rubrika Poslednja
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 531

Naslov: GENERALI

Strana: 64



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 03.10.2019 08:37 XML
Medij: danas.rs
Link: https://www.danas.rs/ekonomija/atraktivna-ponuda-preduslov-za-brzi-rast-osiguranja/
Autori: @OnlineDanas
Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav osiguranje; UNIQA osiguranje; Wiener

Naslov: Atraktivna ponuda preduslov za brži rast osiguranja



Rast sektora osiguranja mogao bi da bude znatno veći od sadašnjeg ukoliko bi se proizvodi kreirali u skladu sa potrebama i boljim pristupom klijentima, koristili novi kanali i tehnike prodaje, ali i kada bi država našla model da nadoknađuje štete samo socijalno ugroženim građanima, ocenjeno je na prvoj regionalnoj konferenciji "Povećanje prodaje osiguranja u postojećim ekonomskim uslovima", koju je organizovao portal "Sve o osiguranju" (www.sveoosiguranju.rs).

Foto: Miroslav Petrović Prema procenama aktuara, ako se izuzmu obavezne polise osiguranja od auto odgovornosti, manje od 20 odsto stanovništva u Srbiji ima neku polisu osiguranja. Istraživanje koje je uoči ove konferencije sprovela kompanija DDOR Novi Sad na 600 svojih klijenata koji imaju makar jednu polisu osiguranja govori da 45 odsto njih ne kupuje više od jedne polise iz neekonomskih razloga, među kojima su: nedovoljno dobra ponuda, mišljenje da je osiguranje bespotreban trošak, da su proizvodi komplikovani, a tu je i nedostatak poverenja. Učesnici panel diskusije su se složili da su osiguravači već počeli da prilagođavaju svoju ponudu novim generacijama i četvrtoj industrijskoj revoluciji. Mirko Petrović, predsednik IO kompanije Dunav osiguranje - Industrija osiguranja počiva na tri stuba pri čemu poverenje čini prvi stub i od ključnog je značaja za povećanje rasta osiguranja. Podsetiću da Srbija ima dugu tradiciju u toj oblasti i da je 1989. godine, dakle pre uvođenja sankcija, samo Dunav osiguranje imalo godišnju premiju veću od milijarde maraka, a premija životnog osiguranja 300 miliona maraka. Dobar je znak da je u prethodnih 15 godina puno uloženo, ali i urađeno na vraćanju tog poverenja. U prilog tome svedoči i podatak da su tehničke rezerve, koje su garant stabilnosti za klijente, odnosno garancija da će osiguravajuće kuće ispuniti svoje obaveze prema njima, od 2005. do 2018. uvećane pet puta i prošle godine iznosile su 1,5 milijardi evra, što je rast od 17 odsto u odnosnu na godinu pre. Drugi stub je edukacija, a treći ekonomski ambijent u kojem osiguravajuće kuće posluju i koji se, iz godine u godinu, popravlja. Bitno je da ova industrija beleži postepeni rast. Dragan Filipović, predsednik IO Đenerali osiguranja Srbija - Činjenica je da osiguravajuće kuće ne mogu da spreče štete, ali mogu da otklone posledice. Slažem se s konstatacijom da je poverenje važno, baš kao i rast životnog standarda koji je glavni pokretač napretka, ali bi i osiguravajuće kuće trebalo da daju svoj doprinos ubrzavanju rasta tako što će adekvatnom ponudom odgovoriti na potrebe klijenata. Pomenuću u tom kontekstu da Đenerali osiguranje omogućilo potencijalnim klijentima da se preko interneta, odnosno mobilnog telefona, kupe četiri naša proizvoda. Dug je period od 15 godina da bi premija bila samo udvostručena, ali sve ukazuje na to da će nam trebati još dosta vremena, i strpljenja, do premije od milijardu evra. Mislim da bi na tom putu trebalo da sledimo primer Slovenije, koja ima oko 2,5 miliona stanovnika i tri puta manje tržište od srpskog, a tri puta veću ukupnu premiju od 2,4 milijarde evra. Potrebno je, dakle, da budemo još jasniji i precizniji u svojim ponudama, kako bi klijenti shvatili da im je osiguranje neophodno. Đorđo Markeđani, predsednik IO DDOR Novi - Slažem se da je ukupan ekonomski rast imperativ i verujem da će tržište osiguranja u Srbiji pratiti trend ekonomskog rasta čitave zemlje, ali smatram da i osiguravajuće kuće treba da ulože dodatni trud kako bi se približile klijentima uvođenjem novih ponuda prilagođenih njihovim potrebama, kao i da na jasniji način predstave proizvod koji nude. Upravo na to ukazuju i rezultati istraživanja koje je DDOR sproveo. Oko 50 odsto, od ukupno 600 anketiranih ljudi koji imaju jednu polisu, odgovorilo je da nemaju novca za više polisa, ali je 16 odsto

njih, kao razlog, navelo da nisu našli interesantnu ponudu osiguranja. Ima i onih koji su izjavili da ne razumeju šta se nudi u određenom paketu usluge, ali i onih koji smatraju da je osiguranje bespotreban trošak. Ovi rezultati ukazuju na još jedan aspekt ovog segmenta finansijskog tržišta koji, inače, zapošljava 11.000 ljudi, što čini 31 odsto tog tržišta. Treba naglasiti da osiguranje nije Mekdonalds gde kupite određeni proizvod i odete kući. Reč je o mnogo kompleksnijem poslu. Gordana Bukumirić, predsednica IO UNIQA osiguranja - Tržište osiguranja Srbije ima veći potencijal od tržišta u regionu, a najbolji saveznici za povratak poverenja u osiguranje su dobri primeri iz prakse. Ilustracije radi, putno osiguranje je ranije bilo obavezno za dobijanje viza, a sada ga koriste gotovo svi građani Srbije jer su uvideli koliki su benefiti toga. Mislim, takođe, da bi se kroz različite podsticaje, moglo dodatno uticati na povećanje prodaje. O tome najbolje svedoče rezultati u oblasti privatnog zdravstvenog osiguranja, gde je nakon uvođenja minimalnih poreskih olakšica kompanijama koje svojim radnicima uplaćuju tu vrstu osiguranja, broj polisa porastao 30 odsto. Pomenuću i to da Unika prati najnovije tržišne trendove. Tako smo, recimo, ponudili mogućnost video procene štete na vozilima, ili objektima. Zoran Blagojević, predsednik IO Viner štediše osiguranja - U Austriji, odakle je i matična kuća ove kompanije, svojevremeno su uvedeni poreski podsticaji u životnom i penzijskom osiguranju, i zahvaljujući toj meri države, kojoj je bilo u interesu da stanovništvo u što većem procentu bude osigurano, značajno je povećana prodaja polisa. Ipak, i osiguravajuće kuće mogu da učine mnogo. Pre svega da osluškuju zahteve klijenata i preispitaju da li je ono što su ponudile zaista ono što klijenti očekuju i šta im je potrebno. Imam utisak da se ne razumemo baš najbolje sa potencijalnim klijentima kojima treba objasniti da osiguranje nije posao koji će im doneti veliku zaradu, ali im svakako garantuje da će moći da naplate štetu. Razočaravajuće je što je prosečni rast tržišta osiguranja ne prati rast bruto domaćeg proizvoda. Preciznije rečeno, ukupna premija osiguranja rasla je po stopi od 9,67 odsto, dok BDP beleži rast od 9,95 odsto. Zato postojeći proizvodi moraju da se obogate novim servisima, bez dovođenja u pitanje osnovne usluge. Moj utisak je i da bi osiguravajuće kuće trebalo više da se usmere na oblast sajber rizika, razne rizike profesionalne odgovornosti i dobrovoljno zdravstveno osiguranje, ali i osiguranje imovine fizičkih lica. Vladimir Đorđević, predstavnik Udruženja za bankarstvo i osiguranje Privredne komore Srbije - Podatak da se tri četvrtine premije osiguranja fizičkih lica u Srbiji odnosi na osiguranje autoodgovornosti, dok je istovremeno samo nešto više od 300.000, odnosno tek oko 12 odsto, od oko 2,5 miliona domaćinstava, osiguralo stanove ili kuće, ne deluje ohrabrujuće. U prvih šest meseci 2019. fizička lica su izdvojila 12 milijardi dinara za osiguranje od autoodgovornosti, dok je za osiguranje doma izdvojeno oko 750 miliona dinara, što je argument više da prostora za rast osiguranja i te kako ima. Stanje je utoliko alarmantnije ako se zna da polisa za osiguranje doma košta, u proseku, između 4.000 i 5.000 dinara na godišnjem nivou. osiguranje

Vreme: 03.10.2019 09:04 XML
Medij: bankar.rs
Link: http://bankar.rs/2019/10/03/atraktivna-ponuda-preduslov-za-brzi-rast-osiguranja/
Autori: @BankarstvoRs
Teme: Generali osiguranje; Dunav osiguranje; UNIQA osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Wiener

Naslov: Atraktivna ponuda preduslov za brži rast osiguranja



Rast sektora osiguranja mogao bi da bude znatno veći od sadašnjeg ukoliko bi se proizvodi kreirali u skladu sa potrebama i boljim pristupom klijentima, koristili novi kanali i tehnike prodaje, ali …

20 mins ago

4 minutes read

Rast sektora osiguranja mogao bi da bude znatno veći od sadašnjeg ukoliko bi se proizvodi kreirali u skladu sa potrebama i boljim pristupom klijentima, koristili novi kanali i tehnike prodaje, ali i kada bi država našla model da nadoknađuje štete samo socijalno ugroženim građanima, ocenjeno je na prvoj regionalnoj konferenciji "Povećanje prodaje osiguranja u postojećim ekonomskim uslovima", koju je organizovao portal "Sve o osiguranju" (www.sveoosiguranju.rs).

Prema procenama aktuara, ako se izuzmu obavezne polise osiguranja od auto odgovornosti, manje od 20 odsto stanovništva u Srbiji ima neku polisu osiguranja. Istraživanje koje je uoči ove konferencije sprovela kompanija DDOR Novi Sad na 600 svojih klijenata koji imaju makar jednu polisu osiguranja govori da 45 odsto njih ne kupuje više od jedne polise iz neekonomskih razloga, među kojima su: nedovoljno dobra ponuda, mišljenje da je osiguranje bespotreban trošak, da su proizvodi komplikovani, a tu je i nedostatak poverenja. Učesnici panel diskusije su se složili da su osiguravači već počeli da prilagođavaju svoju ponudu novim generacijama i četvrtoj industrijskoj revoluciji.

"Industrija osiguranja počiva na tri stuba pri čemu poverenje čini prvi stub i od ključnog je značaja za povećanje rasta osiguranja. Podsetiću da Srbija ima dugu tradiciju u toj oblasti i da je 1989. godine, dakle pre uvođenja sankcija, samo Dunav osiguranje imalo godišnju premiju veću od milijarde maraka, a premija životnog osiguranja 300 miliona maraka. Dobar je znak da je u prethodnih 15 godina puno uloženo, ali i urađeno na vraćanju tog poverenja. U prilog tome svedoči i podatak da su tehničke rezerve, koje su garant stabilnosti za klijente, odnosno garancija da će osiguravajuće kuće ispuniti svoje obaveze prema njima, od 2005. do 2018. uvećane pet puta i prošle godine iznosile su 1,5 milijardi evra, što je rast od 17 odsto u odnosnu na godinu pre. Drugi stub je edukacija, a treći ekonomski ambijent u kojem osiguravajuće kuće posluju i koji se, iz godine u godinu, popravlja. Bitno je da ova industrija beleži postepeni rast", kazao je Mirko Petrović, predsednik IO kompanije Dunav osiguranje.

"Činjenica je da osiguravajuće kuće ne mogu da spreče štete, ali mogu da otklone posledice. Slažem se s konstatacijom da je poverenje važno, baš kao i rast životnog standarda koji je glavni pokretač napretka, ali bi i osiguravajuće kuće trebalo da daju svoj doprinos ubrzavanju rasta tako što će adekvatnom ponudom odgovoriti na potrebe klijenata. Pomenuću u tom kontekstu da Đenerali osiguranje omogućilo potencijalnim klijentima da se preko interneta, odnosno mobilnog telefona, kupe četiri naša proizvoda. Dug je period od 15 godina da bi premija bila samo udvostručena, ali sve ukazuje na to da će nam trebati još dosta vremena, i strpljenja, do premije od milijardu evra. Mislim da bi na tom putu trebalo da sledimo primer Slovenije, koja ima oko 2,5 miliona stanovnika i tri puta manje tržište od srpskog, a tri puta veću ukupnu premiju od 2,4 milijarde evra. Potrebno je, dakle, da budemo još jasniji i precizniji u svojim ponudama, kako bi klijenti shvatili da im je osiguranje neophodno", rekao je Dragan Filipović,

Naslov: Atraktivna ponuda preduslov za brži rast osiguranja

predsednik IO Đenerali osiguranja Srbija.

"Slažem se da je ukupan ekonomski rast imperativ i verujem da će tržište osiguranja u Srbiji pratiti trend ekonomskog rasta čitave zemlje, ali smatram da i osiguravajuće kuće treba da ulože dodatni trud kako bi se približile klijentima uvođenjem novih ponuda prilagođenih njihovim potrebama, kao i da na jasniji način predstave proizvod koji nude. Upravo na to ukazuju i rezultati istraživanja koje je DDOR sproveo. Oko 50 odsto, od ukupno 600 anketiranih ljudi koji imaju jednu polisu, odgovorilo je da nemaju novca za više polisa, ali je 16 odsto njih, kao razlog, navelo da nisu našli interesantnu ponudu osiguranja. Ima i onih koji su izjavili da ne razumeju šta se nudi u određenom paketu usluge, ali i onih koji smatraju da je osiguranje bespotreban trošak. Ovi rezultati ukazuju na još jedan aspekt ovog segmenta finansijskog tržišta koji, inače, zapošljava 11.000 ljudi, što čini 31 odsto tog tržišta. Treba naglasiti da osiguranje nije Mekdonalds gde kupite određeni proizvod i odete kući. Reč je o mnogo kompleksnijem poslu", dodao je Đorđo Markeđani, predsednik IO DDOR Novi.

"Tržište osiguranja Srbije ima veći potencijal od tržišta u regionu, a najbolji saveznici za povratak poverenja u osiguranje su dobri primeri iz prakse. Ilustracije radi, putno osiguranje je ranije bilo obavezno za dobijanje viza, a sada ga koriste gotovo svi građani Srbije jer su uvideli koliki su benefiti toga. Mislim, takođe, da bi se kroz različite podsticaje, moglo dodatno uticati na povećanje prodaje. O tome najbolje svedoče rezultati u oblasti privatnog zdravstvenog osiguranja, gde je nakon uvođenja minimalnih poreskih olakšica kompanijama koje svojim radnicima uplaćuju tu vrstu osiguranja, broj polisa porastao 30 odsto. Pomenuću i to da Unika prati najnovije tržišne trendove. Tako smo, recimo, ponudili mogućnost video procene štete na vozilima, ili objektima", saopštila je Gordana Bukumirić, predsednica IO UNIQA osiguranja.

"U Austriji, odakle je i matična kuća ove kompanije, svojevremeno su uvedeni poreski podsticaji u životnom i penzijskom osiguranju, i zahvaljujući toj meri države, kojoj je bilo u interesu da stanovništvo u što većem procentu bude osigurano, značajno je povećana prodaja polisa. Ipak, i osiguravajuće kuće mogu da učine mnogo. Pre svega da osluškuju zahteve klijenata i preispitaju da li je ono što su ponudile zaista ono što klijenti očekuju i šta im je potrebno. Imam utisak da se ne razumemo baš najbolje sa potencijalnim klijentima kojima treba objasniti da osiguranje nije posao koji će im doneti veliku zaradu, ali im svakako garantuje da će moći da naplate štetu. Razočaravajuće je što je prosečni rast tržišta osiguranja ne prati rast bruto domaćeg proizvoda. Preciznije rečeno, ukupna premija osiguranja rasla je po stopi od 9,67 odsto, dok BDP beleži rast od 9,95 odsto. Zato postojeći proizvodi moraju da se obogate novim servisima, bez dovođenja u pitanje osnovne usluge. Moj utisak je i da bi osiguravajuće kuće trebalo više da se usmere na oblast sajber rizika, razne rizike profesionalne odgovornosti i dobrovoljno zdravstveno osiguranje, ali i osiguranje imovine fizičkih lica", rekao je Zoran Blagojević, predsednik IO Viner štediše osiguranja.

"Podatak da se tri četvrtine premije osiguranja fizičkih lica u Srbiji odnosi na osiguranje autoodgovornosti, dok je istovremeno samo nešto više od 300.000, odnosno tek oko 12 odsto, od oko 2,5 miliona domaćinstava, osiguralo stanove ili kuće, ne deluje ohrabrujuće. U prvih šest meseci 2019. fizička lica su izdvojila 12 milijardi dinara za osiguranje od autoodgovornosti, dok je za osiguranje doma izdvojeno oko 750 miliona dinara, što je argument više da prostora za rast osiguranja i te kako ima. Stanje je utoliko alarmantnije ako se zna da polisa za osiguranje doma košta, u proseku, između 4.000 i 5.000 dinara na godišnjem nivou", kazao je Vladimir Đorđević, predstavnik Udruženja za bankarstvo i osiguranje Privredne komore Srbije.

Izvor: Danas

Vreme: 03.10.2019 11:32 XML
Medij: made-in-germany.rs
Link: http://made-in-germany.rs/ne-propustite-novosadske-sajmove-lorist/
Autori: Redakcija
Teme: Dunav osiguranje; Sava osiguranje; Generali osiguranje; Grawe (Grave) osiguranje

Naslov: Ne propustite novosadske sajmove Lorist!

3441



U Novom Sadu se od 3. do 5. oktobra održavaju tradicionalni sajmovi "Lorist", čija će centralna tema ove godine biti banjski, spa i velnes turizam. Mađarska, kao zemlja partner predstaviće na Sajmu svoje banje i spa centre, koji su unazad nekoliko godina postali veoma interesantni gostima iz Srbije.

Organizatori najavljuju da će turističku ponudu predstaviti brojni izlagači iz naše zemlje, kao i gosti iz Republike Srpske, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Francuske, Grčke, Hrvatske, Mađarske, Severne Makedonije, Rumunije, Rusije, Slovačke, Slovenije i Turske. U okviru Sajma ekologije biće organizovana izložba mađarskih prirodnih lepota "Jedno s prirodom", čime se najavljuje Svetska izložba trofeja u Budimpešti 2021. godine.

Na Sajmu turizma će se u Hali "Master" predstaviti MK grupa, Promont grupa, Prezident, Merkur, Fontana, Tonanti, Atomska banja, Drina, Sijerinska banja, Niška banja, Vranjska banja, SB Ivanjica, Rusanda, Hajdučke Vode, a tu su i Sava turizam, slovenačke terme i hoteli Sava Resort, Rogla i Zreče u Mariboru. Crna Gora će promovisati destinacije u okviru nacionalnog štanda, dok će Hrvatska predstaviti parkove prirode Kornati, Lastovsko otočje, Mljet i Telašćica. Ponudu Srbije upotpuniće oko 40 turističkih organizacija, među kojima su najbrojnije one iz Vojvodine i Zapadne Srbije. Uz njih će nastupiti i turističke organizacije Beograda, Novog Sada, Niša, Požarevca, Bora, Pirota, Medveđe, Kraljeva, Kragujevca, Jagodine, Zrenjanina, Sombora i Žablja, kao i članice Nacionalne asocijacije YUTA i Udruženja receptivnih agencija (URA). Na Novosadskom sajmu će po prvi put biti i ponuđači individualnih aranžmana u Srbiji, pod okriljem Serbia Adventures portala, a posetioci će moći da saznaju sve informacije u vezi sa putnim osiguranjem koje će ponuditi Generali osiguranje Srbija, Grawe, Dunav i Sava osiguranje.

Među izlagačima će se naći i obrazovne institucije u oblasti turizma, hotelijerstva i ugostiteljstva, Prirodno matematički fakultet u Novom Sadu, slovački Univerzitet "Mateja Bela" i novosadska Srednja škola "Svetozar Miletić". I ove godine će se nastaviti saradnja sa Nacionalnom službom za zapošljavanje u okviru koje će biti organizovani "Dani karijere u turizmu" sa ponudom slobodnih radnih mesta. Kroz Hosted Buyer Program Novosadski sajam će dovesti turoperatore iz Rusije, Velike Britanije, Danske, Bugarske, Holandije i Nemačke koji će održati B2B sastanke sa izlagačima, a imaće ih i privredna delegacija iz oblasti turizma koja dolazi na Skupštinu evropskih regija. U organizovanu posetu i na B2B sastanke sa izlagačima doći će i predstavnici Saveza samostalnih sindikata Srbije i Asocijacije nezavisnih i samostalnih sindikata Srbije. Manifestacija će biti upotpunjena i pratećim stručnim programom. Investiciona konferenciju pod nazivom "Koliko vredi, a koliko košta ulaganje u zdravo društvo" je zakazana za prvi dan, 3. oktobar, a organizuju je Novosadski sajam i Udruženje banja Srbije i Mađarske sa izlagačima.

U okviru Sajma turizma naći će se i tradicionalni segment gastronomije, sa međunarodnim takmičenjima učenika, studenata i profesionalaca pod nazivom "Gastro izazovi". Popularizaciji kulinarstva u regionu doprineće i održavanje Gastro kupa Srbija, međunarodnog takmičenja koje Sajam organizuje u saradnji sa Udruženjem Zelena dolina i Horeca asocijacijom Kragujevac. Informišite se jednom nedeljno o aktuelnim vestima - prijavite se na našu mejling listu Newsletter

Vreme: 03.10.2019 14:55 XML
Medij: kamatica.com
Link: https://www.kamatica.com/vest/atraktivna-ponuda-preduslov-za-brzi-rast-osiguranja/59786
Autori: Redakcija
Teme: Wiener Stadtische osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; UNIQA osiguranje; Generali

Naslov: Atraktivna ponuda preduslov za brži rast osiguranja



Rast sektora osiguranja mogao bi da bude znatno veći od sadašnjeg ukoliko bi se proizvodi kreirali u skladu sa potrebama i boljim pristupom klijentima, koristili novi kanali i tehnike prodaje, ali i kada bi država našla model da nadoknađuje štete samo socijalno ugroženim građanima, ocenjeno je na prvoj regionalnoj konferenciji "Povećanje prodaje osiguranja u postojećim ekonomskim uslovima", koju je organizovao portal "Sve o osiguranju" (www.sveoosiguranju.rs).

Prema procenama aktuara, ako se izuzmu obavezne polise osiguranja od auto odgovornosti, manje od 20 odsto stanovništva u Srbiji ima neku polisu osiguranja. Istraživanje koje je uoči ove konferencije sprovela kompanija DDOR Novi Sad na 600 svojih klijenata koji imaju makar jednu polisu osiguranja govori da 45 odsto njih ne kupuje više od jedne polise iz neekonomskih razloga, među kojima su: nedovoljno dobra ponuda, mišljenje da je osiguranje bespotreban trošak, da su proizvodi komplikovani, a tu je i nedostatak poverenja. Učesnici panel diskusije su se složili da su osiguravači već počeli da prilagođavaju svoju ponudu novim generacijama i četvrtoj industrijskoj revoluciji. "Industrija osiguranja počiva na tri stuba pri čemu poverenje čini prvi stub i od ključnog je značaja za povećanje rasta osiguranja. Podsetiću da Srbija ima dugu tradiciju u toj oblasti i da je 1989. godine, dakle pre uvođenja sankcija, samo Dunav osiguranje imalo godišnju premiju veću od milijarde maraka, a premija životnog osiguranja 300 miliona maraka. Dobar je znak da je u prethodnih 15 godina puno uloženo, ali i urađeno na vraćanju tog poverenja. U prilog tome svedoči i podatak da su tehničke rezerve, koje su garant stabilnosti za klijente, odnosno garancija da će osiguravajuće kuće ispuniti svoje obaveze prema njima, od 2005. do 2018. uvećane pet puta i prošle godine iznosile su 1,5 milijardi evra, što je rast od 17 odsto u odnosnu na godinu pre. Drugi stub je edukacija, a treći ekonomski ambijent u kojem osiguravajuće kuće posluju i koji se, iz godine u godinu, popravlja. Bitno je da ova industrija beleži postepeni rast", kazao je Mirko Petrović, predsednik IO kompanije Dunav osiguranje. "Činjenica je da osiguravajuće kuće ne mogu da spreče štete, ali mogu da otklone posledice. Slažem se s konstatacijom da je poverenje važno, baš kao i rast životnog standarda koji je glavni pokretač napretka, ali bi i osiguravajuće kuće trebalo da daju svoj doprinos ubrzavanju rasta tako što će adekvatnom ponudom odgovoriti na potrebe klijenata. Pomenuću u tom kontekstu da Đenerali osiguranje omogućilo potencijalnim klijentima da se preko interneta, odnosno mobilnog telefona, kupe četiri naša proizvoda. Dug je period od 15 godina da bi premija bila samo udvostručena, ali sve ukazuje na to da će nam trebati još dosta vremena, i strpljenja, do premije od milijardu evra. Mislim da bi na tom putu trebalo da sledimo primer Slovenije, koja ima oko 2,5 miliona stanovnika i tri puta manje tržište od srpskog, a tri puta veću ukupnu premiju od 2,4 milijarde evra. Potrebno je, dakle, da budemo još jasniji i precizniji u svojim ponudama, kako bi klijenti shvatili da im je osiguranje neophodno", rekao je Dragan Filipović, predsednik IO Đenerali osiguranja Srbija. "Slažem se da je ukupan ekonomski rast imperativ i verujem da će tržište osiguranja u Srbiji pratiti trend ekonomskog rasta čitave zemlje, ali smatram da i osiguravajuće kuće treba da ulože dodatni trud kako bi se približile klijentima uvođenjem novih ponuda prilagođenih njihovim potrebama, kao i da na jasniji način predstave proizvod koji nude. Upravo na to ukazuju i rezultati istraživanja koje je DDOR sproveo. Oko 50 odsto, od ukupno 600 anketiranih ljudi koji imaju jednu polisu, odgovorilo je da nemaju

Naslov: Atraktivna ponuda preduslov za brži rast osiguranja

novca za više polisa, ali je 16 odsto njih, kao razlog, navelo da nisu našli interesantnu ponudu osiguranja. Ima i onih koji su izjavili da ne razumeju šta se nudi u određenom paketu usluge, ali i onih koji smatraju da je osiguranje bespotreban trošak. Ovi rezultati ukazuju na još jedan aspekt ovog segmenta finansijskog tržišta koji, inače, zapošljava 11.000 ljudi, što čini 31 odsto tog tržišta. Treba naglasiti da osiguranje nije Mekdonalds gde kupite određeni proizvod i odete kući. Reč je o mnogo kompleksnijem poslu", dodao je Đorđo Markeđani, predsednik IO DDOR Novi. "Tržište osiguranja Srbije ima veći potencijal od tržišta u regionu, a najbolji saveznici za povratak poverenja u osiguranje su dobri primeri iz prakse. Ilustracije radi, putno osiguranje je ranije bilo obavezno za dobijanje viza, a sada ga koriste gotovo svi građani Srbije jer su uvideli koliki su benefiti toga. Mislim, takođe, da bi se kroz različite podsticaje, moglo dodatno uticati na povećanje prodaje. O tome najbolje svedoče rezultati u oblasti privatnog zdravstvenog osiguranja, gde je nakon uvođenja minimalnih poreskih olakšica kompanijama koje svojim radnicima uplaćuju tu vrstu osiguranja, broj polisa porastao 30 odsto. Pomenuću i to da Unika prati najnovije tržišne trendove. Tako smo, recimo, ponudili mogućnost video procene štete na vozilima, ili objektima", saopštila je Gordana Bukumirić, predsednica IO UNIQA osiguranja. "U Austriji, odakle je i matična kuća ove kompanije, svojevremeno su uvedeni poreski podsticaji u životnom i penzijskom osiguranju, i zahvaljujući toj meri države, kojoj je bilo u interesu da stanovništvo u što većem procentu bude osigurano, značajno je povećana prodaja polisa. Ipak, i osiguravajuće kuće mogu da učine mnogo. Pre svega da osluškuju zahteve klijenata i preispitaju da li je ono što su ponudile zaista ono što klijenti očekuju i šta im je potrebno. Imam utisak da se ne razumemo baš najbolje sa potencijalnim klijentima kojima treba objasniti da osiguranje nije posao koji će im doneti veliku zaradu, ali im svakako garantuje da će moći da naplate štetu. Razočaravajuće je što je prosečni rast tržišta osiguranja ne prati rast bruto domaćeg proizvoda. Preciznije rečeno, ukupna premija osiguranja rasla je po stopi od 9,67 odsto, dok BDP beleži rast od 9,95 odsto. Zato postojeći proizvodi moraju da se obogate novim servisima, bez dovođenja u pitanje osnovne usluge. Moj utisak je i da bi osiguravajuće kuće trebalo više da se usmere na oblast sajber rizika, razne rizike profesionalne odgovornosti i dobrovoljno zdravstveno osiguranje, ali i osiguranje imovine fizičkih lica", rekao je Zoran Blagojević, predsednik IO Viner štediše osiguranja.

"Podatak da se tri četvrtine premije osiguranja fizičkih lica u Srbiji odnosi na osiguranje autoodgovornosti, dok je istovremeno samo nešto više od 300.000, odnosno tek oko 12 odsto, od oko 2,5 miliona domaćinstava, osiguralo stanove ili kuće, ne deluje ohrabrujuće. U prvih šest meseci 2019. fizička lica su izdvojila 12 milijardi dinara za osiguranje od autoodgovornosti, dok je za osiguranje doma izdvojeno oko 750 miliona dinara, što je argument više da prostora za rast osiguranja i te kako ima. Stanje je utoliko alarmantnije ako se zna da polisa za osiguranje doma košta, u proseku, između 4.000 i 5.000 dinara na godišnjem nivou", kazao je Vladimir Đorđević, predstavnik Udruženja za bankarstvo i osiguranje Privredne komore Srbije.

Datum: 03.10.2019
Medij: Novosadska TV
Emisija: Novosadsko popodne
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

	Početak	Trajanje
Emisija	03.10.2019 17:00:00	120:00
Prilog	03.10.2019 17:00:00	19:14

Naslov: Gost Goca Knežević, Novosadski sajam

821

Na Novosadskom sajmu počeo li su sajmovi Lorist, Sajam turizma i Sajam sporta, koji traju do nedelje. Sada imamo mnogo više izlagača nego što smo imali prošle godine i to izlagača koji dolaze iz 20 zemalja. Mnogo je interesantnija ponuda, raznovrsnija i ono što svakako raduje jeste i posebno neka promena na sajmu ekologije. Sajam ekologije je uvek bio prisutan, ali ove godine postoji neka razlika, kod Sajam lova i ribolova uvek znamo šta možemo da očekujemo, tu nam se vratio Krušik, Zastava je prošle godine, Krušik ove godine, vraćaju nam se neki naši izlagači koje volimo i za koje se nadamo da će ostati sa nama. Generalni sponzor sajmova je Generali osiguranje i ona je jedna od četiri osiguravajuće kompanije koje nastupaju na Sajmu turizma, rekla je Goca Knežević iz Novosadskog sajma koja je bila gost emsije

Vreme: 04.10.2019 10:20
Medij: mojnovisad.com
Link: http://www.mojnovisad.com/navigator/04.oktobar.2019.medjunarodni-sajmovi-lorist-/-sajam-sporta-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: [NAVIGATOR] Međunarodni sajmovi "Lorist" / Sajam sporta (Novosadski sajam) 04.10.2019 - Moj Novi Sad #navigator



Moj Novi Sad - Moje mesto pod webom

Međunarodni sajmovi "Lorist" / Sajam sporta SAJAM SPORTA, biće održanod 3. do 6. oktobra, u okviru Sajmova LORIST. Organizuje se pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, a prvenstveno će biti posvećen promociji školskog sporta. Očekuje se da će i ove godine u programe biti uključeni svi zainteresovani za sportske aktivnosti, od predškolaca i učenika osnovnih i srednjih škola do najstariji sugrađani, a neće biti zaboravljene ni osobe sa invaliditetom. Bavljenje fizičkom aktivnošću biće promovisano u halama i na otvorenom delu Sajmišta. Predstaviće se više od 100 klubova, sportskih udruženja, društava i saveza, a nastupiće i obrazovne institucije u oblasti sporta, resorne institucije i sportski centri. Planiran je i jubilarni, 25. međunarodni memorijalni turnir u rvanju grčko-rimskim stilom "Jovan Bogić - Pufika". Sadržaj će upotpuniti i obrazovni programi namenjeni deci, rekreativcima i profesionalnim sportistima. U okviru Sajma sporta, na Manježu Novosadskog sajma, biće održan jubilarni, 10. Konjički kup Sajma sporta. Tokom proteklih godina imao je karakter međunarodne konjičke revije, a od ove godine je, zahvaljujući dobroj dosadašnjoj organizaciji, dobio novi kvalitet. Takmičenje je uvršteno u kalendar takmičenja Svetske konjičke federacije FEI. Na taj način se Novi Sad svrstao među gradove domaćine najprestižnijih svetskih konjičkih dešavanja. Organizator je Savez za konjički sport Srbije za olimpijske i FEI discipline. Suorganizatori su Novosadski sajam, Konjički centar Novosadski sajam i Konjički savez Vojvodine. Zemlja partner Sajmova LORIST je Mađarska, a Generalni sponzor kompanija Generali Osiguranje Srbija. Sajmovi LORIST u 2018. godini - Učesnici su došli iz 20 zemalja: Austrije, Republike Srpske, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Danske, Grčke, Indije, Izraela, Mađarske, Maldiva, Nemačke, Norveške, Portugalije, Rusije, Rumunije, Srbije, Slovenije, Španije, Turske, Hrvatske. - 30.000 posetilaca - Predstavilo se oko 450 domaćih i stranih izlagača - Održan niz sastanaka, prezentacija, B2B sastanaka - Realizovan "Hosted Buyer Program" - susreti turoperatora i izlagača - Predstavljena objedinjena ponuda nacionalnih parkova Srbije - Izložbe, desetine pratećih sadržaja... - Posetioci su na jednom mestu mogli da vide celokupnu ponudu u svim oblastima izlaganja, ali i da se aktivno uključe u neku od sportskih disciplina koje su promovisane na Sajmu sporta. - Za posetioce sa kupljenim ulaznicama organizovana je i Poklon-igra, a uručena su čak 53 vredna poklona koje je obezbedilo 15 izlagača. Kada? 04. oktobar 2019 . / Gde? Novosadski sajam Prisustvo ovom dešavanju do sada najavilo je 1 posetilaca Prisustvovaću ovom dešavanju! Oceni dešavanje: 0 0 Tweet

Datum: 04.10.2019
Medij: RT Vojvodina 1
Emisija: Razglednice
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

	Početak	Trajanje
Emisija	04.10.2019 18:00:00	90:00
Prilog	04.10.2019 18:09:00	2:15

Naslov: Veče šampiona

2151

Spiker:

A na Sajmu turizma večeras se održava Veče šampiona odn. ocenjivanje kvaliteta u nekoliko grupa. Na sajmu je Milena Kadić, Milena znamo li već ko su dobitnici?

Reporter:

Ivana za nepun sat saznaćemo ko su najprestižniji dobitnici a više o svemu i ovoj Večeri šampiona reći će nam Gordana Knežević iz Novosadskog sajma, dobro veče dobro nam došli

Gordana Knežević:

Dobro veče, bolje vas našla.

Reporter:

Šta je u stvari Veče šampiona i ko će biti nagrađeni?

Gordana Knežević:

Novosadski sajam ima tradiciju ocenjivanja kvaliteta proizvoda i usluga dužu od 13 decenija, večeras tačnije u dva navrata prvi put od 18 a potom i od 20 časova biće uručena priznanja najboljima na vrednovanju kvaliteta ugostiteljsko turističkih objekata i usluga. Prvo ćemo uručiti medalje a potom povelje i plakete kao i pehare i konačno velike šampionske pehare jedan od njih nosi i titulu apsolutnog lidera kvaliteta to je i najviše priznanje koje može da se dodeli na Novosadskom sajmu. Naše komisije su radile tokom celog leta, u 10 zemalja, imamo oko 150 učesnika na ovom ocenjivanju kvaliteta a danas ćemo dodeliti i 3 specijalna priznanja i to dodeljujemo ga zemlji partneru ovoga puta Mađarskoj, priznanje će biti uručeno i generalnom sponzoru kompaniji Generali osiguranje Srbije a treća od tih specijalnih priznanja ide u ruke onih koji su zaposleni u Javnom preduzeću Vojvodinašume i to za doprinos .

Reporter:

Dodela nagrada će biti i sutra?

Gordana Knežević.

Tako je, u okviru ovih sajmova ne ocenjuje se samo kvalitet usluga ugostiteljsko turističkih objekata odn. proizvoda i usluga ocenjuje se i kvalitet eksponata na Sajmu ekologije između ostalog biće tu i oni preparati na bazi lekovitog bilja, ocenjuje se i kvalitet svih onih eksponata na Sajmu lova i ribolova ali isto tako i sveže voće i povrće i stono grožđe to uručenje priznanja nas očekuje u toku sutrašnjeg dana.

Reporter:

Hvala vam puno, i očekuje nas lepo veče za nekih sat vremena, hvala vam još jednom. A ako budete želeli da saznate imena večerašnjih dobitnika možete pogledati naš Vojvođanski dnevnik u 22 časa pa ćete saznati i sve u detaljnom izveštaju, studio.

Vreme: 04.10.2019 19:24
Medij: rs.seebiz.eu
Link: http://rs.seebiz.eu/kd-locusta-fondovi-postaju-dio-generali-group/ar-199293/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: SEEbiz.eu / RS / KD Locusta fondovi postaju dio Generali Group



ZAGREB - Nakon više od četvrt stoljeća, KD Skladi, većinski vlasnik KD Locusta fondova postaje član međunarodne financijske grupacije Generali.

KD Skladi, pionir u segmentu poslovanja s investicijskim fondovima, ostavio je neizbrisiv trag u fondovskoj industriji, kako u Sloveniji, tako i u Hrvatskoj kroz društva KD Investments i KD Locusta fondovi. KD Skladi i društva u vlasništvu, između ostaloga, upravljaju s prvim slovenskim investicijskim fondom, KD Galileom, osnovanim 1992., i najstarijim hrvatskim dioničkim investicijskim fondom, KD Victoriom, osnovanim 1999.

Nakon više od četvrt stoljeća, KD Skladi se pridružuje međunarodnoj grupaciji Generali Group. Osnovana 1831., Generali je neovisna međunarodna financijska grupacija prisutna u preko 50 zemalja svijeta, koja ima više od 71.000 zaposlenika. U 2017., Generali je imao 68 milijardi eura prihoda od osiguravateljnih premija i 487 milijardi eura imovine pod upravljanjem. Prema Fortune Global 500 izvještaju, Generali je rangiran među 60 najvećih kompanija na svijetu, prema prihodima od prodaje, dobiti, imovini, i tržišnoj vrijednosti. Generali Investments CEE, najveće društvo za upravljanje imovinom u Srednjoj i Istočnoj Europi, trenutno upravlja s gotovo 17 milijardi eura imovine, također je član Generali Group.

Luka Podlogar, predsjednik uprave KD Skladi, komentira ovaj bitan događaj:

"Osim što je jedan od vodećih svjetskih osiguravatelja, Generali je jedan od najvećih europskih upravljača imovinom. Pridruživanje obitelji Generali Investmentsa osnažit će strategiju rasta KD Skladi u Jugoistočnoj Europi. Nadalje, to će omogućiti društvu, kako širenje palete proizvoda i povećavanje broja ulagatelja, tako i njegovim zaposlenicima dodatne prilike za razvoj. Imamo odličan tim, nudimo kompleksne i moderne financijske proizvode koji se konstantno prilagođavaju tržištu i našim ulagateljima. Genralijeva tradicija i znanje će pomoći u daljnjim razvojima naših proizvoda. Naš odličan i iskusan tim ostaje isti. Ponosni smo što postajemo dion međunarodnog tima s pobjedničkim mentalitetom. Izvrsne prilike su pred nama i uvjeren sam da ćemo ih iskoristiti na dobrobit naših investitora."

Vreme: 04.10.2019 20:36
Medij: palo.rs
Link: http://www.palo.rs/privreda/kd-locusta-fondovi-postaju-dio-generali-group/3110438/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: KD Locusta fondovi postaju dio Generali Group

Vesti na temu | Palo.gr

KD Skladi, pionir u segmentu poslovanja s investicijskim fondovima, ostavio je neizbrisiv trag u fondovskoj industriji, kako u Sloveniji, tako i u Hrvatskoj kroz društva KD Investments i KD Locusta fondovi. KD Skladi i društva u vlasništvu, između ostaloga, upravljaju s prvim slovenskim investicijskim fondom, KD Galileom, osnovanim 1992., i najstarijim hrvatskim dioničkim investicijskim fondom, KD Victoriom, osnovanim 1999. Nakon više od četvrt stoljeća, KD Skladi se pridružuje međunarodnoj grupaciji Generali Group. Osnovana 1831., Generali je neovisna međunarodna financijska grupacija prisutna u preko 50 zemalja svijeta, koja ima više od 71.000 zaposlenika. U 2017., Generali je imao 68 milijardi eura prihoda od osiguravateljnih premija i 487 milijardi eura imovine pod upravljanjem. Prema Fortune Global 500 izvještaju, Generali je rangiran među 60 najvećih kompanija na svijetu, prema prihodima od prodaje, dobiti, imovini, i tržišnoj...

pre1 sat 11 minuta·

www.seebiz.eu

Vreme: 04.10.2019 21:50
Medij: vesti.rs
Link: https://www.vesti.rs/Zrenjanin/Vece-sampiona-sajma-turizma.html
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: "VEČE ŠAMPIONA" SAJMA TURIZMA



Večeras je na Novosadskom sajmu organizovano 'Veče šampiona' sajma turizma gde su najistaknutijim kompanijama, gradovima i opštinama dodeljena priznanja. Kao znak zahvalnossti, svečana priznanja dodeljena su Republici Ma

Izvor: Radio Televizija Vojvodine, 04.Okt.2019, 21:50 Večeras je na Novosadskom sajmu organizovano "Veče šampiona" sajma turizma gde su najistaknutijim kompanijama, gradovima i opštinama dodeljena priznanja.

Kao znak zahvalnossti, svečana priznanja dodeljena su Republici Mađarskoj kao zemlji partneru, JP Vojvodina šumama i Generali osiguranju kao generalnom sponzoru. Grad Zrenjanin nagrađen je sa 6 zlatnih medalja i peharom Novosadskog sajma za visok kvalitet organizovanja manifestacija.

Birali su se najbolji iz oblasti gastronomije, ugostiteljstva, hotelijerstva, turizma i svega onoga što je bilo predstavljeno tokom trajanja sajma.

Nagrađivanje Novosadskog sajma nastaviće se i u...

Vreme: 04.10.2019 22:05
Medij: naslovi.net
Link: https://naslovi.net/2019-10-04/rtv/vece-sampiona-sajma-turizma/24250522
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: "Veče šampiona" sajma turizma



RTV pre 32 minuta | RTV

NOVI SAD - Večeras je na Novosadskom sajmu organizovano gde su najistaknutijim kompanijama, gradovima i opštinama dodeljena priznanja. Kao znak zahvalnossti, svečana priznanja dodeljena su Republici Mađarskoj kao zemlji partneru, JP Vojvodina šumama i Generali osiguranju kao generalnom sponzoru. Grad Zrenjanin nagrađen je sa 6 zlatnih medalja i peharom Novosadskog sajma za visok kvalitet organizovanja manifestacija. Birali su se najbolji iz oblasti gastronomije, ugostiteljstva, hotelijerstva, turizma i svega onoga što je bilo predstavljeno tokom trajanja sajma. Nagrađivanje Novosadskog sajma

Datum: 04.10.2019
Medij: RT Vojvodina 1
Emisija: Vojvođanski dnevnik
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

	Početak	Trajanje
Emisija	04.10.2019 22:00:00	45:00
Prilog	04.10.2019 22:00:00	1:52

Naslov: "Veče šampiona" sajma turizma

770

Večeras je na Novosadskom sajmu organizovano "Veče šampiona" sajma turizma gde su najistaknutijim kompanijama, gradovima i opštinama dodeljena priznanja.

Kao znak zahvalnossti, svečana priznanja dodeljena su Republici Mađarskoj kao zemlji partneru, JP Vojvodina šumama i Generali osiguranju kao generalnom sponzoru. Grad Zrenjanin nagrađen je sa 6 zlatnih medalja i peharom Novosadskog sajma za visok kvalitet organizovanja manifestacija.Birali su se najbolji iz oblasti gastronomije, ugostiteljstva, hotelijerstva, turizma i svega onoga što je bilo predstavljeno tokom trajanja sajma.Nagrađivanje Novosadskog sajma nastaviće se i u subotu kada će se ocenjivati usluga ugostiteljsko-turističkih objekata, proizvodnja i usluga ali i biljnih preparata sa sajma ekologije.

Vreme: 04.10.2019 23:30
Medij: svevesti.net
Link: http://www.svevesti.net/2019/10/04/vece-sampiona-sajma-turizma/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: "Veče šampiona" sajma turizma

ekonomija

Kao znak zahvalnossti, svečana priznanja dodeljena su Republici Mađarskoj kao zemlji partneru, JP Vojvodina šumama i Generali osiguranju kao generalnom sponzoru. Grad Zrenjanin nagrađen je sa 6 zlatnih medalja i peharom Novosadskog sajma za visok kvalitet organizovanja manifestacija.

Birali su se najbolji iz oblasti gastronomije, ugostiteljstva, hotelijerstva, turizma i svega onoga što je bilo predstavljeno tokom trajanja sajma.

Nagrađivanje Novosadskog sajma nastaviće se i u subotu kada će se ocenjivati usluga ugostiteljsko-turističkih objekata, proizvodnja i usluga ali i biljnih preparata sa sajma ekologije.

[embedded content]

Vreme: 04.10.2019 19:00
Medij: toppress.rs
Link: http://toppress.rs/privatne-penzije-u-sedam-fondova-na-cuvanju-42-milijarde/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Dobrovoljni penzijski fondovi

Naslov: Privatne penzije: U sedam fondova na čuvanju 42 milijarde



U sedam dobrovoljnih penzijskih fondova, koliko ih posluje u Srbiji, štedi 197.525 građana Srbije. Oni trenutno, putem uplate privatnih doprinosa, u ovim fondovima čuvaju ukupno 42 milijarde dinara. Struktura ovih svojevr

U sedam dobrovoljnih penzijskih fondova, koliko ih posluje u Srbiji, štedi 197.525 građana Srbije. Oni trenutno, putem uplate privatnih doprinosa, u ovim fondovima čuvaju ukupno 42 milijarde dinara.

Struktura ovih svojevrsnih štediša je različita - ima onih koji su još u pelenama, ali i onih pred "pravom" penzijom. Ulažu i zaposleni, ali i nezaposleni, studenti i poslovni ljudi. Prema podacima Narodne banke Srbije, učešće korisnika usluga penzijskih fondova u ukupnom broju zaposlenih je svega 9,4 odsto.

- Štednja u dobrovoljnom penzijskom fondu je nešto što ne predstavlja luksuz, već potrebu svih građana. Budući da štednja nije kratkoročan poduhvat, male uplate u dugom vremenskom periodu mogu da obezbede pristojne prihode za penziju - ističu u "Đeneraliju", društvu za upravljanje dobrovoljnim penzijskim fondovima.

Iz ovog društva građanima preporučuju da sa uplatama počnu što ranije. Jer, isti iznos uplaćenih sredstava uz istu stopu prinosa obezbeđuje znatno viši iznos penzije ukoliko su sredstva uplaćena ranije i investirana tokom dužeg vremenskog perioda.

- Pošto donja starosna granica za pristupanje fondu ne postoji, u praksi više nije retkost da roditelji otpočnu sa štednjom za svoju decu odmah nakon njihovog rođenja - ističu naši sagovornici.

- I "Đenerali" se može pohvaliti svojim najmlađim članovima koji i pre navršene prve godine na računu poseduju određen akumuliran iznos, što će svakako doprineti tome da imaju sigurniju starost.

Kada je u pitanju gornja starosna granica, svako ko ima manje od 70 godina može da bude član fonda bez obzira na to da li je zaposlen ili ne.

U 2019. godini industrija penzijskih fondova obeležava 13 godina svog poslovanja. Trinaest godina je dovoljno da se sagleda funkcionisanje industrije i značaj dugoročnih efekata štednje, ali treba imati u vidu da je fokus penzijskih fondova mnogo duži, te da će se efekti još bolje videti u budućnosti.

- Period koji je iza nas karakterišu stabilni i veoma pozitivni rezultati - ističu u ovom društvu koje upravlja radom dva privatna penzijska fonda. - Zadatak za naredni period je da se budućim članovima prenese svest o neophodnosti štednje za treće doba, kao i da im se približe pozitivni efekti ulaganja u penzijske fondove.

Za 30 godina - penzija 20.000

Ukoliko bi se odlučili da mesečno uplaćuju 3.800 dinara narednih 30 godina u nekom od privatnih penzionih fondova, posle toga mogli bi da očekuju da im poštar dve decenije donosi penziju od 20.000 dinara.

Uvećanje imovine Imovina privatnih penzijskih fondova se ulaže najčešće u hartije od vrednosti. Od ukupno 42 milijarde dinara najviše je, čak 33,7 milijardi dinara, uloženo u državne obveznice Republike, koje se smatraju najsigurnijim oblikom investiranja, dok se tek 1,5 milijardi dinara nalazi na oročenim depozitima.

Vreme: 04.10.2019 19:00
Medij: toppress.rs
Link: http://toppress.rs/privatne-penzije-u-sedam-fondova-na-cuvanju-42-milijarde/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Dobrovoljni penzijski fondovi

Naslov: Privatne penzije: U sedam fondova na čuvanju 42 milijarde

---

TopPres/ Izvor: Novosti, D.I.Krasić

Vreme: 05.10.2019 13:25 XML
Medij: mojnovisad.com
Link: http://www.mojnovisad.com/navigator/06.oktobar.2019.medjunarodni-sajmovi-lorist-/-sajam-sporta-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: [NAVIGATOR] Međunarodni sajmovi "Lorist" / Sajam sporta (Novosadski sajam) 06.10.2019 - Moj Novi Sad #navigator



Moj Novi Sad - Moje mesto pod webom

Međunarodni sajmovi "Lorist" / Sajam sporta SAJAM SPORTA, biće održanod 3. do 6. oktobra, u okviru Sajmova LORIST. Organizuje se pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, a prvenstveno će biti posvećen promociji školskog sporta. Očekuje se da će i ove godine u programe biti uključeni svi zainteresovani za sportske aktivnosti, od predškolaca i učenika osnovnih i srednjih škola do najstariji sugrađani, a neće biti zaboravljene ni osobe sa invaliditetom. Bavljenje fizičkom aktivnošću biće promovisano u halama i na otvorenom delu Sajmišta. Predstaviće se više od 100 klubova, sportskih udruženja, društava i saveza, a nastupiće i obrazovne institucije u oblasti sporta, resorne institucije i sportski centri. Planiran je i jubilarni, 25. međunarodni memorijalni turnir u rvanju grčko-rimskim stilom "Jovan Bogić - Pufika". Sadržaj će upotpuniti i obrazovni programi namenjeni deci, rekreativcima i profesionalnim sportistima. U okviru Sajma sporta, na Manježu Novosadskog sajma, biće održan jubilarni, 10. Konjički kup Sajma sporta. Tokom proteklih godina imao je karakter međunarodne konjičke revije, a od ove godine je, zahvaljujući dobroj dosadašnjoj organizaciji, dobio novi kvalitet. Takmičenje je uvršteno u kalendar takmičenja Svetske konjičke federacije FEI. Na taj način se Novi Sad svrstao među gradove domaćine najprestižnijih svetskih konjičkih dešavanja. Organizator je Savez za konjički sport Srbije za olimpijske i FEI discipline. Suorganizatori su Novosadski sajam, Konjički centar Novosadski sajam i Konjički savez Vojvodine. Zemlja partner Sajmova LORIST je Mađarska, a Generalni sponzor kompanija Generali Osiguranje Srbija. Sajmovi LORIST u 2018. godini - Učesnici su došli iz 20 zemalja: Austrije, Republike Srpske, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Danske, Grčke, Indije, Izraela, Mađarske, Maldiva, Nemačke, Norveške, Portugalije, Rusije, Rumunije, Srbije, Slovenije, Španije, Turske, Hrvatske. - 30.000 posetilaca - Predstavilo se oko 450 domaćih i stranih izlagača - Održan niz sastanaka, prezentacija, B2B sastanaka - Realizovan "Hosted Buyer Program" - susreti turoperatora i izlagača - Predstavljena objedinjena ponuda nacionalnih parkova Srbije - Izložbe, desetine pratećih sadržaja... - Posetioci su na jednom mestu mogli da vide celokupnu ponudu u svim oblastima izlaganja, ali i da se aktivno uključe u neku od sportskih disciplina koje su promovisane na Sajmu sporta. - Za posetioce sa kupljenim ulaznicama organizovana je i Poklon-igra, a uručena su čak 53 vredna poklona koje je obezbedilo 15 izlagača. Kada? 06. oktobar 2019 . / Gde? Novosadski sajam Prisustvovaću ovom dešavanju! Oceni dešavanje: 0 0 Tweet

Datum: 06.10.2019
Medij: Kurir
Rubrika Oglasi
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 382



Naslov: Oktoberfest



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 06.10.2019
Medij: Kurir
Rubrika Lena
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 306

Naslov: Oktoberfest



Vreme: 05.10.2019 19:12 XML
Medij: sajam.net
Link: https://sajam.net/sr/vesti/1370-jos-imate-sansu
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Još imate šansu da osvojite nagradu



U saradnji sa izlagačima, povodom Sajmova "Lorist" organizovana je Poklon-igru za posetioce sa kupljenim ulaznicama, sa bar 50 nagrada. Premija jedoček Nove godine u Budimpešti, za dve osobe, koji poklanja Novosadski sajam.

Među darodavcima su i Greensport, Peloponez, Capriolo, Max Knives, Snajper, Meteor Still i Serbianadventures.com sa svojim članicama - Budimlija Resort, Sjenica na dlanu, Pandavventura, Peristeron, Putevi sokola - Osečina, Travel point i Zlatar travel, Aquastar Kladovo, Explorer adventure, Vuk tours, Taratours, Ana Pavlović, Flamingotravelklub, Magelan travel, Simo-raft, Turistička agencija "Lazena", Čačak, Magic Maggot, Udruženje receptivnih agencija i njihove članice Luna Travei International, Carpe Diem Travel, Serbian private tours, Follow Tours, Panacomp i ISERBIA Travel Events.

Pokloni su sjajni, a posetioci će imati priliku da dobiju paket u vrednosti od oko 100 evra, garderobu, alat, ili opremu za lov i ribolov, bicikl, vaučere za restorane.Očekuju ih noćenja u odmaralištima s punim pansionom, krstarenja Dunavom, Tisom i Sjeničkim jezerom, izleti - Upoznajte Cer i Upoznajte Šabac, kao i izlet u Resavsku pećinu, poseta Manastiru Manasija, Svilajncu i vodopadu Lisine.

Biće i onih koji će zahvaljujući LORISTu proći putevima Nemanjića i putevima crvenih božura, upoznati Sirmijum i Zasavicu, Čačak, Ovčarsko-Kablarsku klisuru.Najsrećnije očekuju i pune kotizacije za učešće na MTB maratonu i noćenje, boravak na Uvcu i Pešteru sa džip-safarijem, fruškogorska džip tura, trodnevni aranžman Dunavom kroz istoriju, karte za krstarenje od Perućca do Višegrada i nazad ili splavarenje Limom. Kutija za ubacivanje kupona se nalazi u Auli Novosadskog sajma. sajam turizma je zatvoren u subotu, dok Sajam lova i ribolova, Sajam ekologije i Sajam sporta traju i u nedelju. Radno vreme u nedelju, 6. oktobra je od 10 do 15 časova. Izvlačenje kupona sa imenima dobitnika planirano je za poslednji dan Sajmova LORIST, nedelju, 6. oktobar, u 15 časova.

Zemlja partner Sajmova LORIST je Mađarska. generalni sponzor je Generali Osiguranje Srbija.

Datum: 06.10.2019
Medij: TV Studio B
Emisija: Moja polisa
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

	Početak	Trajanje
Emisija	06.10.2019 14:00:00	60:00
Prilog	06.10.2019 14:29:00	0:56

Naslov: Generali najbolje rangiran

614

Spiker:
Prema listi najcenjenije kompanije na svetu koju je časopis Forbes razvio u saradnji sa Statista-om, liderom u analizi tržišta i potrošača, Generali je najbolje rangirana osiguravajuća grupa. Među dve hiljade najvećih javnih kompanija na svetu, Forbes je identifikovao 250 najboljih, na osnovu 15.000 sprovedenih intervjua u 50 zemalja sveta i kriterijuma pouzdanosti, društveno odgovornog ponašanja, kvaliteta proizvoda i usluga i odnosa prema zaposlenima. Generali na ukupnoj listi zauzima 61. mesto, više od svih ostalih velikih osiguravajućih grupa, i uz Ferrari je jedini italijanski brend na listi.

Vreme: 06.10.2019 15:00 XML
Medij: kamatica.com
Link: https://www.kamatica.com/vest/uspavani-balkanski-tigar-i-dalje-vreba-priliku-za-veliki-skok/59790
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; UNIQA osiguranje; Wiener Stadtische

Naslov: Uspavani balkanski tigar i dalje vreba priliku za veliki skok



Ako je suditi prema podacima Narodne banke Srbije, ukupna godišnja premija osiguranja na kraju 2018. iznosila je 845 miliona evra (na kraju drugog tromesečja 2019. oko 456 miliona evra), što u odnosu na 405,7 miliona evra, koliko je registrovano 2005, jeste dvostruko više, ali je i dalje skroman rast.

Evidentno je, takođe, da se procene analitičara, koji su pre gotovo decenije i po tvrdili da je srpsko tržište osiguranja "balkanski tigar spreman na veliki skok", nisu obistinile. Jer, uprkos činjenici da je domaće tržište osiguranja u prvoj polovini 2019. bilo likvidno, stabilno i dobro kapitalizovano sa rezultatom od 5,9 milijardi dinara, ipak se mora konstatovati da je sektor osiguranja u Srbiji znatno ispod proseka zemalja članica Evropske unije. U prilog tome najbolje svedoči odnos ukupne premije i bruto domaćeg proizvoda, kao i ukupna premija po stanovniku.Prema učešću premije u procenjenoj vrednosti bruto domaćeg proizvoda (u 2017. godini) od dva odsto Srbija je na 64. mestu na svetu, dok ovaj pokazatelj za zemlje članice EU iznosi 7,2 odsto (u grupi zemalja u razvoju taj prosek iznosi 3,3 odsto). Ako nam je za utehu, u poređenju sa državama srednje i istočne Evrope, sa prosekom od 1,9 odsto, a naročito sa Turskom, Ukrajinom i Rumunijom, Srbija je u boljoj poziciji.Na nerazvijenost tržišta ukazuje i podatak da je ukupna godišnja premija osiguranja po stanovniku (u 2017) iznosila 134 dolara, ili 112 evra, što na svetskoj rang listi Srbiju pozicionira na 64. mesto (u državama srednje i istočne Evrope - 198 dolara, a u zemljama u razvoju - 166 dolara), dok Slovenija sa 1.184 dolara i Hrvatska sa 333 dolara zauzimaju 32, odnosno 52. mesto. Situacija je još dramatičnija ako se pogleda isti pokazatelj za zemlje članice EU gde ukupna godišnja premija osiguranja po stanovniku iznosi 2.429 dolara.Na prvom mestu na svetskoj rang listi su Kajmanska Ostrva, sa 12.122 dolara premije po stanovniku, slede Hongkong i Švajcarska. U 2018. godini premija u procenjenom bruto domaćem proizvodu Srbije zadržala je učešće od dva odsto, dok je premija po stanovniku zabeležila skok na 138 dolara, ili 121 evro. S druge strane, ohrabruje procena analitičara da je industrija osiguranja uspela da se reformiše i očuva zdravo jezgro što je prethodne godine rezultiralo rastom premije životnog osiguranja od 3,4 odsto, dok je premija neživotnog osiguranja porasla za 4,2 odsto. Rast je zabeležila i ukupna premija po glavi stanovnika koja je iznosila 138 dolara, odnosno 28 dolara više nego 2009. godine. U najnovijem izveštaju sektora osiguranja NBS za drugo tromesečje 2019. godine precizirano je da je ukupna premija osiguranja za godinu dana povećana za 2,9 odsto i sada iznosi 53,7 milijardi dinara. Rast su zabeležila osiguranja od autoodgovornosti, kasko i dobrovoljno zdravstveno, dok imovinska osiguranja beleže pad. Preciznije rečeno, premija osiguranja od autoodgovornosti porasla je za 0,8 odsto, a premija osiguranja motornih vozila - kasko za 11,2 odsto. Rast od 7,7 odsto beleži i premija osiguranja od posledica nezgode, dok je pad od 3,6 odsto "uknjižila"premija imovinskih osiguranja. Premija neživotnih osiguranja je na kraju drugog tromesečja 2019. godine bila viša za 3,4 odsto nego u istom periodu lane.Kad je reč o strukturi premije najveće učešće, od 31,8 odsto, u ukupnoj premiji beleži osiguranje od odgovornosti zbog, kako objašnjavaju analitičari NBS; upotrebe motornih vozila (osiguranje od autoodgovornosti). Slede životna osiguranja - 21,7 odsto, imovinska osiguranja - 20,5 odsto i osiguranje motornih vozila (kasko) koje u ukupnoj premiji učestvuje sa 9,6 odsto. Skok sa 4,2 na 5,2 odsto beleži i učešće premije dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja praćeno nominalnim rastom te premije od 27,8 odsto, pri čemu

Naslov: Uspavani balkanski tigar i dalje vreba priliku za veliki skok

pet društava pokriva čak 88,2 odsto tog segmenta tržišta. Treba, takođe naglasiti da u drugom kvartalu 2019, u poređenju sa istim periodom prethodne godine, nije promenjen redosled na rang-listi pet najvećih društava za osiguranje, kako prema visini ukupne premije, tako i prema druga dva kriterijuma - premije neživotnih i životnih osiguranja. Ako se pogleda rang lista pet najvećih društava za osiguranje - prema kriterijumu ukupne premije, može se konstatovati da je Dunav na kraju drugog tromesečja 2019. u odnosu na isti period lane, smanjio tržišno učešće za gotovo dva procentna poena, odnosno zabeležio pad sa 27,6 odsto na 25,9 odsto. I tržišno učešće drugoplasiranog Đeneralija palo je sa 22,2 na 21,4 odsto. Nešto bolji rezultata beleži DDOR, čije učešće na tržištu skočilo sa 12,1 na 12,3 odsto. I udeo Viner štediše povećan je sa 11,1 na 11,5 odsto, dok je Triglav koji zauzima petu poziciju na toj rang listi najbolje prošao - skok sa 6,0 na 6,6 odsto.Slična je situacija i kad je reč o top pet osiguravajućih društava prema kriterijumu premije neživotnih osiguranja. Najbolje pozicionirana osiguravajuća kuća je Dunav sa tržišnim učešćem od 30,3 odsto (pad za 2,5 procentna poena), zatim Đenerali (18,6 odsto), DDOR (13,5 odsto), Viner koji je "uknjižio" blagi pad tržišnog učešća sa 9,6 na 9,4 odsto i Triglav sa tržišnim učešćem od 7,9 odsto (povećanje za 0,8 procentnih poena).Rang lista izgleda drukčije kad je reč o premiji životnih osiguranja gde lidersku poziciju zauzima Đenerali sa tržišnim učešćem od 31,2 odsto (pad sa 34,5 odsto), dok je drugo mesto pripalo Vineru koji je zabeležio skok sa 16,4 odsto, koliko je tržišno učešće iznosilo 30. juna 2018, na 18,9 odsto. Na trećoj poziciji našao se Grave sa tržišnim učešćem od 14,5 odsto, Dunav pokriva deset odsto tržišta a Unika životno - 8,3 odsto.Niko, međutim, ne spori da prostora za rast ima. Ali, da bi se povećao broj polisa i visina premije, bar kad je reč o pravnim licima, neophodno je stvoriti uslove za više stope privrednog rasta (iznad pet odsto) kao i veći priliv stranih investicija. Ako govorimo o fizičkim licima preduslov za to je viši standard stanovništva što, između ostalog, podrazumeva veće prosečne zarade, ali i smanjenje stopa nezaposlenosti. Nisu se obistinile ni procene da će se industrija osiguranja suočiti sa novim trendom - ukrupnjavanjem kompanija, koji će naročito biti izražen na manjim tržištima, poput srpskog, na kojem posluju osiguravajuće kuće koje su deo multinacionalnih kompanija.

U većinskom stranom vlasništvu 15 društava Na kraju drugog tromesečja 2019. godine u Srbiji je poslovalo 20 društava za osiguranje, odnosno jedno društvo manje nego u istom periodu prethodne godine. Isključivo poslovima osiguranja bavi se 16, a poslovima reosiguranja četiri društva. Samo životnim osiguranjem bavi se četiri društva, dok neživotno osiguranje, odnosno i životno i neživotno, nudi po šest društava. Posmatrano prema vlasničkoj strukturi kapitala 15 društava je u većinskom stranom vlasništvu i upravo ta društva beleže preovlađujuće učešće u premiji životnih osiguranja (90 odsto), u premiji neživotnih osiguranja njihov udeo iznosi 65,1 odsto, u ukupnoj imovini - 76,8 odsto, a u broju zaposlenih 68,1 odsto. Ukupna godišnja premija osiguranja po stanovniku (podaci za 2017) Srbija - 134 dolara Zemlje u razvoju - 166 dolara Države srednje i istočne Evrope - 198 dolara Države članice EU - 2.429 dolara Kajmanska Ostrva - 12.122 dolara

Vreme: 06.10.2019 15:59 XML
Medij: rtv.rs
Link: http://www.rtv.rs/sr_lat/vojvodina/novi-sad/lorist-posetilo-35.000-ljudi_1054510.html
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Naslov: LORIST posetilo 35.000 ljudi



Međunarodne sajmove Lorist, od 2. do 6. oktobra, na kojima je nastupilo više od 500 izlagača iz 20 država, videlo je oko 35.000 ljudi, odnosno 15 odsto više u odnosu na prošlu godinu. Odlična prodaja na Sajmu...

NOVI SAD - Međunarodne sajmove "Lorist", od 2. do 6. oktobra, na kojima je nastupilo više od 500 izlagača iz 20 država, videlo je oko 35.000 ljudi, odnosno 15 odsto više u odnosu na prošlu godinu. Odlična prodaja na Sajmu lova i ribolova, povezivanje ponuđača i kupaca na Sajmu turizma, sklapanje konkretnih poslova na Sajmu ekologije i promocija školskog sporta pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, obeležili su najlepše priredbe Novosadskog sajma.

Na 52. međunarodni sajam lova i ribolova, proizvođači, dileri i distributeri opreme i pribora za lov i ribolov, kao i sportskog i lovačkog naoružanja došli su da prodaju i sa Sajma su otišli zadovoljni. Među prvima, prodati su najskuplji eksponati, američka puška Baret za 13.500 evra, mašinica Stella za 77.400 dinara i štapovi Lesat, plaćeni 64.000 dinara. Izlagači za prodaju kažu da je neuporediva u odnosu na prošlogodišnju. Na štandu Capriola prodato je više od 20 pušaka, a interesovanje je bilo najveće za skuplje modele. Zastava oružje je prodala 28 poluautomatskih lovačkih karabina i repetirki. Na štandu požarevačkog Top gana, prodali su oko 50 primeraka oružja, najviše vazdušnih pušaka. Meteor stil je imao kupce za dvadesetak cevi. Grinsport je na Loristu prodao 12 pušaka i po četrdesetak mašinica i štapova. Zadovoljni su i na štandu Eurofiša. Krušik se posle 13 godina vratio na Lorist, s namerom da promoviše reprivatizovanu Fabriku municije. Kako kažu, u tome su uspeli, a prodajom municije više su nego zadovoljni. Predstavnici Mađarske - Zemlje partnera Sajmova "Lorist", nastup na Novosadskom sajmu ocenju kao izuzetno uspešan. Najveće interesovanje bilo je za banje i klimatska lečilišta, koja nisu dovoljno poznata građanima Srbije, poput Banje Mako ili Orošhaza. Predstavili su se i proizvođači i distributeri opreme za lov i ribolov, čiji proizvodi će se zahvaljujući dogovorima na Sajmu uskoro pojaviti i u prodavnicama u Srbiji. Poseban segment bila je najava Svetskog sajma lova i prirode koji će biti održan u Budimpešti 2021 godine. Tim povodom, bilo je izloženo i nekoliki trofeja izuzetnih primeraka, kako bi se dočaralo ono što očekuje posetioce Izložbe "Jedinstvo s prirodiom". Na B2B sastancima u okviru Sajma turizma, učestvovale su turističke agencije i organizacije, privredne komore, velnes i spa centri, hoteli, kompanije, turoperatori, a učesnici su bili iz 21 zemlje: Belgije, Bosne i Hercegovine, Brazila, Bugarske, Crne Gore, Hrvatske, Češke, Danske, Gruzije, Italije, Mađarske, Maroka, Nigerije, Rumunije, Rusije, Severne Makedonije, Srbije, Slovačke, Slovenije, Tunisa, Ujedinjenih Arapskih Emirata. Kada je reč o destinacijama u našoj zemlji stranci su najviše zainteresovani za termalne banje, kao i boravak u očuvanoj prirodi s akcentiom na ponudu Zlatara i Golije, ali i istorijske spomenike i manastire. Pokrajinska vlada je tokom Sajma promovisala aktivnosti i mere koje sprovode Pokrajinski sekretarijat za privredu i turizam, Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo, Pokrajinski sekretarijat za urbanizam i zaštitu životne sredine i Pokajinski sekretarijat za sport i omladinu. Sajam ekologije je uz sručne tribine i edukacije, kao i sprovođenje akcije separacije otpada, imao i konkretnu ponudu proizvoda i usluga. Logičan sled su onda i konkretni poslovi sklopljeni na Sajmu. Tako je Algo Tehnology postigao dogovore sa direktnim kupcima, ali i otpočeo pregovore o plasiranju fermentora Algo kompostera na tržište Rusije. Predstavnici Borplastike su uspostavili saradnju sa firmama iz Nemačke i

Vreme: 06.10.2019 15:59 XML
Medij: rtv.rs
Link: http://www.rtv.rs/sr_lat/vojvodina/novi-sad/lorist-posetilo-35.000-ljudi_1054510.html
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Naslov: LORIST posetilo 35.000 ljudi

Makedonije. Treći Sajam sporta, organizovan pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, okupio je više od 150 izlagača. Akcenat je bio na promociji projekta "Sport u škole". Održana su brojna takmičenja i promocije gotovo svih sportova. U svim aktivnostima pored više od 1.500 učenika osnovnih škola iz Opštine Novi Sad, učestvovalo je još oko 820 sportista. U okviru 25. memorijala u rvanju grčko-rimskim stilom "Jovan Bogić Pufika" održane su pokazne vežbe, sparingovanja, kao i kvalifikacione borbe. Najbolji rvač turnira je Vinko Kadečka iz RK Petrinja, dok je najuspešniji klub RK Novi Sad. Na Manježu Novosadskog sajma održan je 10. međunarodni Kup Sajma sporta, koji je i u kalendaru Svetske konjičke federacije. U četiri kategorije učestvovalo je 20 klubova sa 100 konja i 70 jahača iz četiri zemlje. Sajam su posetili i brojni poznati sportisti. Među njima i Slobodan Kovač, selektor Odbojkaške reprezentacije Srbije, Vuk Todorović, Borislava Perić Ranković, Nada Matić, Mitar Palikuća, Ana Prvulović… Na ocenjivanju kvaliteta hotelsko-ugostiteljskih objekata i usluga, bilo je više od 150 učesnika iz devet zemalja. Apsolutni lider kvaliteta je Hotel Fontana u Vrnjačkoj Banji. Dva vrhunska priznanja su ostala u Novom Sadu - Veliki šampionski pehar je otišao u Hotel Prezident, a Srebrni šampionski pehar je pripao Hotelu Šeraton. Na Porodični dan, u petak, 4. oktobra, celoj porodici je bilo omogućeno da poseti Sajmove po ceni jedne ulaznice. U saradnji sa izlagačima, organizovana je Poklon-igra za posetioce sa kupljenim ulaznicama, sa više od 60 nagrada. Premija je bila dar Novosadskog sajma, doček Nove godine u Budimpešti. Među nagradama su se našli izleti, putovanja, splavarenja, krstarenja, garderoba, alat, oprema za lov i ribolov, bicikl, vaučeri za restorane.. Generali Osiguranje Srbija, generalni sponzor Međunarodnih sajmova "Lorist", promovisalo je putno osiguranje, kao i sve proizvode i usluge u oblasti osiguranja.

Vreme: 06.10.2019 21:36
Medij: svevesti.net
Link: http://www.svevesti.net/2019/10/06/lorist-posetilo-35-000-ljudi/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: LORIST posetilo 35.000 ljudi

vojvodina

Na 52. međunarodni sajam lova i ribolova, proizvođači, dileri i distributeri opreme i pribora za lov i ribolov, kao i sportskog i lovačkog naoružanja došli su da prodaju i sa Sajma su otišli zadovoljni. Među prvima, prodati su najskuplji eksponati, američka puška Baret za 13.500 evra, mašinica Stella za 77.400 dinara i štapovi Lesat, plaćeni 64.000 dinara.

Izlagači za prodaju kažu da je neuporediva u odnosu na prošlogodišnju. Na štandu Capriola prodato je više od 20 pušaka, a interesovanje je bilo najveće za skuplje modele. Zastava oružje je prodala 28 poluautomatskih lovačkih karabina i repetirki. Na štandu požarevačkog Top gana, prodali su oko 50 primeraka oružja, najviše vazdušnih pušaka. Meteor stil je imao kupce za dvadesetak cevi. Grinsport je na Loristu prodao 12 pušaka i po četrdesetak mašinica i štapova. Zadovoljni su i na štandu Eurofiša. Krušik se posle 13 godina vratio na Lorist, s namerom da promoviše reprivatizovanu Fabriku municije. Kako kažu, u tome su uspeli, a prodajom municije više su nego zadovoljni.

Predstavnici Mađarske - Zemlje partnera Sajmova "Lorist", nastup na Novosadskom sajmu ocenju kao izuzetno uspešan. Najveće interesovanje bilo je za banje i klimatska lečilišta, koja nisu dovoljno poznata građanima Srbije, poput Banje Mako ili Orošhaza. Predstavili su se i proizvođači i distributeri opreme za lov i ribolov, čiji proizvodi će se zahvaljujući dogovorima na Sajmu uskoro pojaviti i u prodavnicama u Srbiji. Poseban segment bila je najava Svetskog sajma lova i prirode koji će biti održan u Budimpešti 2021 godine. Tim povodom, bilo je izloženo i nekoliki trofeja izuzetnih primeraka, kako bi se dočaralo ono što očekuje posetioce Izložbe "Jedinstvo s prirodiom".

Na B2B sastancima u okviru Sajma turizma, učestvovale su turističke agencije i organizacije, privredne komore, velnes i spa centri, hoteli, kompanije, turoperatori, a učesnici su bili iz 21 zemlje: Belgije, Bosne i Hercegovine, Brazila, Bugarske, Crne Gore, Hrvatske, Češke, Danske, Gruzije, Italije, Mađarske, Maroka, Nigerije, Rumunije, Rusije, Severne Makedonije, Srbije, Slovačke, Slovenije, Tunisa, Ujedinjenih Arapskih Emirata. Kada je reč o destinacijama u našoj zemlji stranci su najviše zainteresovani za termalne banje, kao i boravak u očuvanoj prirodi s akcentiom na ponudu Zlatara i Golije, ali i istorijske spomenike i manastire.

Pokrajinska vlada je tokom Sajma promovisala aktivnosti i mere koje sprovode Pokrajinski sekretarijat za privredu i turizam, Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo, Pokrajinski sekretarijat za urbanizam i zaštitu životne sredine i Pokajinski sekretarijat za sport i omladinu.

Sajam ekologije je uz sručne tribine i edukacije, kao i sprovođenje akcije separacije otpada, imao i konkretnu ponudu proizvoda i usluga. Logičan sled su onda i konkretni poslovi sklopljeni na Sajmu. Tako je Algo Tehnology postigao dogovore sa direktnim kupcima, ali i otpočeo pregovore o plasiranju fermentora Algo kompostera na tržište Rusije. Predstavnici Borplastike su uspostavili saradnju sa firmama iz Nemačke i Makedonije.

Treći Sajam sporta, organizovan pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, okupio je više od 150 izlagača. Akcenat je bio na promociji projekta "Sport u škole". Održana su brojna takmičenja i promocije gotovo svih sportova. U svim aktivnostima pored više od 1.500 učenika osnovnih škola iz Opštine Novi Sad, učestvovalo je još oko 820 sportista. U okviru 25. memorijala u rvanju grčko-rimskim stilom "Jovan Bogić Pufika" održane su pokazne vežbe, sparingovanja, kao i kvalifikacione borbe. Najbolji rvač turnira je Vinko Kadečka iz RK Petrinja, dok je najuspešniji klub RK Novi Sad. Na Manježu Novosadskog sajma održan je 10. međunarodni Kup Sajma sporta, koji je i u kalendaru Svetske konjičke federacije. U četiri kategorije učestvovalo je 20 klubova sa 100 konja i 70 jahača iz četiri zemlje. Sajam su posetili i brojni poznati sportisti. Među njima i Slobodan Kovač, selektor Odbojkaške reprezentacije Srbije, Vuk Todorović, Borislava Perić Ranković, Nada Matić, Mitar Palikuća, Ana Prvulović…

Na ocenjivanju kvaliteta hotelsko-ugostiteljskih objekata i usluga, bilo je više od 150 učesnika iz devet zemalja. Apsolutni lider kvaliteta je Hotel Fontana u Vrnjačkoj Banji. Dva vrhunska priznanja su ostala u Novom Sadu - Veliki šampionski pehar je otišao u Hotel Prezident, a Srebrni šampionski pehar je pripao Hotelu Šeraton.

Na Porodični dan, u petak, 4. oktobra, celoj porodici je bilo omogućeno da poseti Sajmove po ceni jedne ulaznice. U saradnji sa izlagačima, organizovana je Poklon-igra za posetioce sa kupljenim ulaznicama, sa više od 60 nagrada. Premija je bila dar Novosadskog sajma, doček Nove godine u Budimpešti. Među nagradama su se našli izleti, putovanja, splavarenja, krstarenja, garderoba, alat, oprema za lov i ribolov, bicikl, vaučeri za restorane..

Generali Osiguranje Srbija, generalni sponzor Međunarodnih sajmova "Lorist", promovisalo je putno osiguranje, kao i sve proizvode i usluge u oblasti osiguranja.

Vreme: 06.10.2019 21:14
Medij: agrosmart.net
Link: https://agrosmart.net/2019/10/06/dobra-poseta-i-prodaja-obelezili-medjunarodne-sajmove-lorist-u-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Dobra poseta i prodaja obeležili međunarodne sajmove LORIST u Novom Sadu



Međunarodne sajmove "Lorist", od 2. do 6. oktobra, na kojima je nastupilo više od 500...

Srbija nedelja, 06. oktobar 2019. Međunarodne sajmove "Lorist", od 2. do 6. oktobra, na kojima je nastupilo više od 500 izlagača iz 20 država, videlo je oko 35.000 ljudi, odnosno 15 odsto više u odnosu na prošlu godinu. Odlična prodaja na Sajmu lova i ribolova, povezivanje ponuđača i kupaca na Sajmu turizma, sklapanje konkretnih poslova na Sajmu ekologije i promocija školskog sporta pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, obeležili su najlepše priredbe Novosadskog sajma.

Na 52. međunarodni sajam lova i ribolova, proizvođači, dileri i distributeri opreme i pribora za lov i ribolov, kao i sportskog i lovačkog naoružanja došli su da prodaju i sa Sajma su otišli zadovoljni. Među prvima, prodati su najskuplji eksponati, američka puška Baret za 13.500 evra, mašinica Stella za 77.400 dinara i štapovi Lesat, plaćeni 64.000 dinara.

Izlagači za prodaju kažu da je neuporediva u odnosu na prošlogodišnju. Na štandu Capriola prodato je više od 20 pušaka, a interesovanje je bilo najveće za skuplje modele. Zastava oružje je prodala 28 poluautomatskih lovačkih karabina i repetirki. Na štandu požarevačkog Top gana, prodali su oko 50 primeraka oružja, najviše vazdušnih pušaka. Meteor stil je imao kupce za dvadesetak cevi. Grinsport je na Loristu prodao 12 pušaka i po četrdesetak mašinica i štapova. Zadovoljni su i na štandu Eurofiša.

Krušik se posle 13 godina vratio na Lorist, s namerom da promoviše reprivatizovanu Fabriku municije. Kako kažu, u tome su uspeli, a prodajom municije više su nego zadovoljni.

Predstavnici Mađarske - Zemlje partnera Sajmova "Lorist", nastup na Novosadskom sajmu ocenju kao izuzetno uspešan. Najveće interesovanje bilo je za banje i klimatska lečilišta, koja nisu dovoljno poznata građanima Srbije, poput Banje Mako ili Orošhaza. Predstavili su se i proizvođači i distributeri opreme za lov i ribolov, čiji proizvodi će se zahvaljujući dogovorima na Sajmu uskoro pojaviti i u prodavnicama u Srbiji. Poseban segment bila je najava Svetskog sajma lova i prirode koji će biti održan u Budimpešti 2021 godine. Tim povodom, bilo je izloženo i nekoliki trofeja izuzetnih primeraka, kako bi se dočaralo ono što očekuje posetioce Izložbe "Jedinstvo s prirodiom".

Na B2B sastancima u okviru Sajma turizma, učestvovale su turističke agencije i organizacije, privredne komore, velnes i spa centri, hoteli, kompanije, turoperatori, a učesnici su bili iz 21 zemlje: Belgije, Bosne i Hercegovine, Brazila, Bugarske, Crne Gore, Hrvatske, Češke, Danske, Gruzije, Italije, Mađarske, Maroka, Nigerije, Rumunije, Rusije, Severne Makedonije, Srbije, Slovačke, Slovenije, Tunisa, Ujedinjenih Arapskih Emirata. Kada je reč o destinacijama u našoj zemlji stranci su najviše zainteresovani za termalne banje, kao i boravak u očuvanoj prirodi s akcentiom na ponudu Zlatara i Golije, ali i istorijske spomenike i manastire.

Pokrajinska vlada je tokom Sajma promovisala aktivnosti i mere koje sprovode Pokrajinski sekretarijat za privredu i turizam, Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo, Pokrajinski sekretarijat za urbanizam i zaštitu životne sredine i Pokajinski sekretarijat za sport i omladinu.

Sajam ekologije je uz sručne tribine i edukacije, kao i sprovođenje akcije separacije otpada, imao i konkretnu ponudu proizvoda i usluga. Logičan sled su onda i konkretni poslovi sklopljeni na Sajmu. Tako je Algo Tehnology postigao dogovore sa direktnim kupcima, ali i otpočeo pregovore o plasiranju

fermentora Algo kompostera na tržište Rusije. Predstavnici Borplastike su uspostavili saradnju sa firmama iz Nemačke i Makedonije.

Treći Sajam sporta, organizovan pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, okupio je više od 150 izlagača. Akcenat je bio na promociji projekta "Sport u škole". Održana su brojna takmičenja i promocije gotovo svih sportova. U svim aktivnostima pored više od 1.500 učenika osnovnih škola iz Opštine Novi Sad, učestvovalo je još oko 820 sportista. U okviru 25. memorijala u rvanju grčko-rimskim stilom "Jovan Bogić Pufika" održane su pokazne vežbe, sparingovanja, kao i kvalifikacione borbe. Najbolji rvač turnira je Vinko Kadečka iz RK Petrinja, dok je najuspešniji klub RK Novi Sad.

Na Manježu Novosadskog sajma održan je 10. međunarodni Kup Sajma sporta, koji je i u kalendaru Svetske konjičke federacije. U četiri kategorije učestvovalo je 20 klubova sa 100 konja i 70 jahača iz četiri zemlje. Sajam su posetili i brojni poznati sportisti. Među njima i Slobodan Kovač, selektor Odbojkaške reprezentacije Srbije, Vuk Todorović, Borislava Perić Ranković, Nada Matić, Mitar Palikuća, Ana Prvulović…

Na ocenjivanju kvaliteta hotelsko-ugostiteljskih objekata i usluga, bilo je više od 150 učesnika iz devet zemalja. Apsolutni lider kvaliteta je Hotel Fontana u Vrnjačkoj Banji. Dva vrhunska priznanja su ostala u Novom Sadu - Veliki šampionski pehar je otišao u Hotel Prezident, a Srebrni šampionski pehar je pripao Hotelu Šeraton.

Na Porodični dan, u petak, 4. oktobra, celoj porodici je bilo omogućeno da poseti Sajmove po ceni jedne ulaznice. U saradnji sa izlagačima, organizovana je Poklon-igra za posetioce sa kupljenim ulaznicama, sa više od 60 nagrada. Premija je bila dar Novosadskog sajma, doček Nove godine u Budimpešti. Među nagradama su se našli izleti, putovanja, splavarenja, krstarenja, garderoba, alat, oprema za lov i ribolov, bicikl, vaučeri za restorane..

Generali Osiguranje Srbija, generalni sponzor Međunarodnih sajmova "Lorist", promovisalo je putno osiguranje, kao i sve proizvode i usluge u oblasti osiguranja. Tagovi:

Datum: 07.10.2019
Medij: Kurir
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 369

Naslov: GENERALI

Strana: 23



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 07.10.2019 10:00 XML
Medij: turistickisvet.com
Link: https://www.turistickisvet.com/vesti/sajmovi/medjunarodne-sajmove-lorist-posetilo-35000-ljudi.html
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Međunarodne sajmove LORIST posetilo 35.000 ljudi

3246



Međunarodne sajmove "Lorist", od 2. do 6. oktobra, na kojima je nastupilo više od 500 izlagača iz 20 država, videlo je oko 35.000 ljudi, odnos - Turistički svet portal - magazin i vesti iz turizma, turističke atrakcije, hoteli, gastronomija...

Međunarodne sajmove "Lorist", od 2. do 6. oktobra, na kojima je nastupilo više od 500 izlagača iz 20 država, videlo je oko 35.000 ljudi, odnosno 15 odsto više u odnosu na prošlu godinu. Odlična prodaja na Sajmu lova i ribolova, povezivanje ponuđača i kupaca na Sajmu turizma, sklapanje konkretnih poslova na Sajmu ekologije i promocija školskog sporta pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, obeležili su najlepše priredbe Novosadskog sajma. Predstavnici Mađarske - Zemlje partnera Sajmova "Lorist", nastup na Novosadskom sajmu ocenju kao izuzetno uspešan. Najveće interesovanje bilo je za banje i klimatska lečilišta, koja nisu dovoljno poznata građanima Srbije, poput Banje Mako ili Orošhaza. Predstavili su se i proizvođači i distributeri opreme za lov i ribolov, čiji proizvodi će se zahvaljujući dogovorima na Sajmu uskoro pojaviti i u prodavnicama u Srbiji. Poseban segment bila je najava Svetskog sajma lova i prirode koji će biti održan u Budimpešti 2021 godine. Tim povodom, bilo je izloženo i nekoliki trofeja izuzetnih primeraka, kako bi se dočaralo ono što očekuje posetioce Izložbe "Jedinstvo s prirodom". Na B2B sastancima u okviru Sajma turizma, učestvovale su turističke agencije i organizacije, privredne komore, velnes i spa centri, hoteli, kompanije, turoperatori, a učesnici su bili iz 21 zemlje: Belgije, Bosne i Hercegovine, Brazila, Bugarske, Crne Gore, Hrvatske, Češke, Danske, Gruzije, Italije, Mađarske, Maroka, Nigerije, Rumunije, Rusije, Severne Makedonije, Srbije, Slovačke, Slovenije, Tunisa, Ujedinjenih Arapskih Emirata. Kada je reč o destinacijama u našoj zemlji stranci su najviše zainteresovani za termalne banje, kao i boravak u očuvanoj prirodi s akcentiom na ponudu Zlatara i Golije, ali i istorijske spomenike i manastire. Pokrajinska vlada je tokom Sajma promovisala aktivnosti i mere koje sprovode Pokrajinski sekretarijat za privredu i turizam, Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo, Pokrajinski sekretarijat za urbanizam i zaštitu životne sredine i Pokajinski sekretarijat za sport i omladinu. Na ocenjivanju kvaliteta hotelsko-ugostiteljskih objekata i usluga, bilo je više od 150 učesnika iz devet zemalja. Apsolutni lider kvaliteta je Hotel Fontana u Vrnjačkoj Banji. Dva vrhunska priznanja su ostala u Novom Sadu - Veliki šampionski pehar je otišao u Hotel Prezident, a Srebrni šampionski pehar je pripao Hotelu Šeraton. Na Porodični dan, u petak, 4. oktobra, celoj porodici je bilo omogućeno da poseti Sajmove po ceni jedne ulaznice. U saradnji sa izlagačima, organizovana je Poklon-igra za posetioce sa kupljenim ulaznicama, sa više od 60 nagrada. Premija je bila dar Novosadskog sajma, doček Nove godine u Budimpešti. Među nagradama su se našli izleti, putovanja, splavarenja, krstarenja, garderoba, alat, oprema za lov i ribolov, bicikl, vaučeri za restorane.. Generali Osiguranje Srbija, generalni sponzor Međunarodnih sajmova "Lorist", promovisalo je putno osiguranje, kao i sve proizvode i usluge u oblasti osiguranja.

Vreme: 07.10.2019 10:40 XML
Medij: nshronika.rs
Link: http://www.nshronika.rs/gradske-teme/lorist-posetilo-35-000-ljudi/
Autori: @nshronikars
Teme: Generali osiguranje

Naslov: LORIST posetilo 35.000 ljudi



Međunarodne sajmove "Lorist", od 2. do 6. oktobra, na kojima je nastupilo više od 500 izlagača iz 20 država, videlo je oko 35.000 ljudi, odnosno 15 odsto više u odnosu na prošlu godinu. Odlična prodaja na Sajmu lova i ribolova, povezivanje ponuđača i kupaca na Sajmu turizma, sklapanje konkretnih poslova na Sajmu ekologije i promocija školskog sporta pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, obeležili su najlepše priredbe Novosadskog sajma.

Na 52. međunarodni sajam lova i ribolova, proizvođači, dileri i distributeri opreme i pribora za lov i ribolov, kao i sportskog i lovačkog naoružanja došli su da prodaju i sa Sajma su otišli zadovoljni. Među prvima, prodati su najskuplji eksponati, američka puška Baret za 13.500 evra, mašinica Stella za 77.400 dinara i štapovi Lesat, plaćeni 64.000 dinara.

Izlagači za prodaju kažu da je neuporediva u odnosu na prošlogodišnju. Na štandu Capriola prodato je više od 20 pušaka, a interesovanje je bilo najveće za skuplje modele. Zastava oružje je prodala 28 poluautomatskih lovačkih karabina i repetirki. Na štandu požarevačkog Top gana, prodali su oko 50 primeraka oružja, najviše vazdušnih pušaka. Meteor stil je imao kupce za dvadesetak cevi. Grinsport je na Loristu prodao 12 pušaka i po četrdesetak mašinica i štapova. Zadovoljni su i na štandu Eurofiša. Krušik se posle 13 godina vratio na Lorist, s namerom da promoviše reprivatizovanu Fabriku municije. Kako kažu, u tome su uspeli, a prodajom municije više su nego zadovoljni.

Predstavnici Mađarske - Zemlje partnera Sajmova "Lorist", nastup na Novosadskom sajmu ocenju kao izuzetno uspešan. Najveće interesovanje bilo je za banje i klimatska lečilišta, koja nisu dovoljno poznata građanima Srbije, poput Banje Mako ili Orošhaza. Predstavili su se i proizvođači i distributeri opreme za lov i ribolov, čiji proizvodi će se zahvaljujući dogovorima na Sajmu uskoro pojaviti i u prodavnicama u Srbiji. Poseban segment bila je najava Svetskog sajma lova i prirode koji će biti održan u Budimpešti 2021 godine. Tim povodom, bilo je izloženo i nekoliki trofeja izuzetnih primeraka, kako bi se dočaralo ono što očekuje posetioce Izložbe "Jedinstvo s prirodiom".

Na B2B sastancima u okviru Sajma turizma, učestvovale su turističke agencije i organizacije, privredne komore, velnes i spa centri, hoteli, kompanije, turoperatori, a učesnici su bili iz 21 zemlje: Belgije, Bosne i Hercegovine, Brazila, Bugarske, Crne Gore, Hrvatske, Češke, Danske, Gruzije, Italije, Mađarske, Maroka, Nigerije, Rumunije, Rusije, Severne Makedonije, Srbije, Slovačke, Slovenije, Tunisa, Ujedinjenih Arapskih Emirata. Kada je reč o destinacijama u našoj zemlji stranci su najviše zainteresovani za termalne banje, kao i boravak u očuvanoj prirodi s akcentiom na ponudu Zlatara i Golije, ali i istorijske spomenike i manastire.

Pokrajinska vlada je tokom Sajma promovisala aktivnosti i mere koje sprovode Pokrajinski sekretarijat za privredu i turizam, Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo, Pokrajinski sekretarijat za urbanizam i zaštitu životne sredine i Pokajinski sekretarijat za sport i omladinu.

Sajam ekologije je uz sručne tribine i edukacije, kao i sprovođenje akcije separacije otpada, imao i konkretnu ponudu proizvoda i usluga. Logičan sled su onda i konkretni poslovi sklopljeni na Sajmu. Tako je Algo Tehnology postigao dogovore sa direktnim kupcima, ali i otpočeo pregovore o plasiranju fermentora Algo kompostera na tržište Rusije. Predstavnici Borplastike su uspostavili saradnju sa

firmama iz Nemačke i Makedonije.

Treći Sajam sporta, organizovan pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, okupio je više od 150 izlagača. Akcenat je bio na promociji projekta "Sport u škole". Održana su brojna takmičenja i promocije gotovo svih sportova. U svim aktivnostima pored više od 1.500 učenika osnovnih škola iz Opštine Novi Sad, učestvovalo je još oko 820 sportista. U okviru 25. memorijala u rvanju grčko-rimskim stilom "Jovan Bogić Pufika" održane su pokazne vežbe, sparingovanja, kao i kvalifikacione borbe. Najbolji rvač turnira je Vinko Kadečka iz RK Petrinja, dok je najuspešniji klub RK Novi Sad. Na Manježu Novosadskog sajma održan je 10. međunarodni Kup Sajma sporta, koji je i u kalendaru Svetske konjičke federacije. U četiri kategorije učestvovalo je 20 klubova sa 100 konja i 70 jahača iz četiri zemlje. Sajam su posetili i brojni poznati sportisti. Među njima i Slobodan Kovač, selektor Odbojkaške reprezentacije Srbije, Vuk Todorović, Borislava Perić Ranković, Nada Matić, Mitar Palikuća, Ana Prvulović…

Na ocenjivanju kvaliteta hotelsko-ugostiteljskih objekata i usluga, bilo je više od 150 učesnika iz devet zemalja. Apsolutni lider kvaliteta je Hotel Fontana u Vrnjačkoj Banji. Dva vrhunska priznanja su ostala u Novom Sadu - Veliki šampionski pehar je otišao u Hotel Prezident, a Srebrni šampionski pehar je pripao Hotelu Šeraton.

Na Porodični dan, u petak, 4. oktobra, celoj porodici je bilo omogućeno da poseti Sajmove po ceni jedne ulaznice. U saradnji sa izlagačima, organizovana je Poklon-igra za posetioce sa kupljenim ulaznicama, sa više od 60 nagrada. Premija je bila dar Novosadskog sajma, doček Nove godine u Budimpešti. Među nagradama su se našli izleti, putovanja, splavarenja, krstarenja, garderoba, alat, oprema za lov i ribolov, bicikl, vaučeri za restorane..

Generali Osiguranje Srbija, generalni sponzor Međunarodnih sajmova "Lorist", promovisalo je putno osiguranje, kao i sve proizvode i usluge u oblasti osiguranja.

Izvor: RTV Foto: PIxabay

Vreme: 07.10.2019 22:31
Medij: dobrevesti.rs
Link: https://dobrevesti.rs/%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%98%D0
Autori:
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Međunarodne sajmove Lorist videlo 35.000 ljudi - Kuća Dobrih Vesti

Međunarodne sajmove Loristl videlo 35.000 ljudi
Međunarodne sajmove Lorist videlo 35.000 ljudi
5
(1 Glas)
Međunarodne sajmove "Lorist" , od 2. do 6. oktobra, na kojima je nastupilo više od 500 izlagača iz 20 država, videlo je oko 35.000 ljudi, odnosno 15 odsto više u odnosu na prošlu godinu.

Odlična prodaja na Sajmu lova i ribolova, povezivanje ponuđača i kupaca na Sajmu turizma, sklapanje konkretnih poslova na Sajmu ekologije i promocija školskog sporta pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, obeležili su najlepše priredbe Novosadskog sajma.

Na 52. međunarodni sajam lova i ribolova, proizvođači, dileri i distributeri opreme i pribora za lov i ribolov, kao i sportskog i lovačkog naoružanja došli su da prodaju i sa Sajma su otišli zadovoljni. Među prvima, prodati su najskuplji eksponati, američka puška Baret za 13.500 evra, mašinica Stela za 77.400 dinara i štapovi Lesat, plaćeni 64.000 dinara.

Izlagači za prodaju kažu da je neuporediva u odnosu na prošlogodišnju. Na štandu Capriola prodato je više od 20 pušaka, a interesovanje je bilo najveće za skuplje modele. Zastava oružje je prodala 28 poluautomatskih lovačkih karabina i repetirki. Na štandu požarevačkog Top gana, prodali su oko 50 primeraka oružja, najviše vazdušnih pušaka. Meteor stil je imao kupce za dvadesetak cevi. Grinsport je na Loristu prodao 12 pušaka i po četrdesetak mašinica i štapova. Zadovoljni su i na štandu Eurofiša. Krušik se posle 13 godina vratio na Lorist, s namerom da promoviše reprivatizovanu Fabriku municije. Kako kažu, u tome su uspeli, a prodajom municije više su nego zadovoljni.

Predstavnici Mađarske - Zemlje partnera Sajmova "Lorist" , nastup na Novosadskom sajmu ocenju kao izuzetno uspešan. Najveće interesovanje bilo je za banje i klimatska lečilišta, koja nisu dovoljno poznata građanima Srbije, poput Banje Mako ili Oroshaza. Predstavili su se i proizvođači i distributeri opreme za lov i ribolov, čiji proizvodi će se zahvaljujući dogovorima na Sajmu uskoro pojaviti i u prodavnicama u Srbiji. Poseban segment bila je najava Svetskog sajma lova i prirode koji će biti održan u Budimpešti 2021 godine. Tim povodom, bilo je izloženo i nekoliki trofeja izuzetnih primeraka, kako bi se dočaralo ono što očekuje posetioce Izložbe "Jedinstvo s prirodiom".

Na B2B sastancima u okviru Sajma turizma, učestvovale su turističke agencije i organizacije, privredne komore, velnes i spa centri, hoteli, kompanije, turoperatori, a učesnici su bili iz 21 zemlje: Belgije, Bosne i Hercegovine, Brazila, Bugarske, Crne Gore, Hrvatske, Češke, Danske, Gruzije, Italije, Mađarske, Maroka, Nigerije, Rumunije, Rusije, Severne Makedonije, Srbije, Slovačke, Slovenije, Tunisa, Ujedinjenih

Arapskih Emirata. Kada je reč o destinacijama u našoj zemlji stranci su najviše zainteresovani za termalne banje, kao i boravak u očuvanoj prirodi s akcentiom na ponudu Zlatara i Golije, ali i istorijske spomenike i manastire.

Pokrajinska vlada je tokom Sajma promovisala aktivnosti i mere koje sprovode Pokrajinski sekretarijat za privredu i turizam, Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo, Pokrajinski sekretarijat za urbanizam i zaštitu životne sredine i Pokajinski sekretarijat za sport i omladinu.

Sajam ekologije je uz sručne tribine i edukacije, kao i sprovođenje akcije separacije otpada, imao i konkretnu ponudu proizvoda i usluga. Logičan sled su onda i konkretni poslovi sklopljeni na Sajmu. Tako je Algo Tehnolodži postigao dogovore sa direktnim kupcima, ali i otpočeo pregovore o plasiranju fermentora Algo kompostera na tržište Rusije. Predstavnici Borplastike su uspostavili saradnju sa firmama iz Nemačke i Makedonije.

Treći Sajam sporta, organizovan pod pokroviteljstvom Grada Novog Sada, okupio je više od 150 izlagača. Akcenat je bio na promociji projekta "Sport u škole". Održana su brojna takmičenja i promocije gotovo svih sportova. U svim aktivnostima pored više od 1.500 učenika osnovnih škola iz Opštine Novi Sad, učestvovalo je još oko 820 sportista. U okviru 25. memorijala u rvanju grčko-rimskim stilom "Jovan Bogić Pufika" održane su pokazne vežbe, sparingovanja, kao i kvalifikacione borbe. Najbolji rvač turnira je Vinko Kadečka iz RK Petrinja, dok je najuspešniji klub RK Novi Sad. Na Manježu Novosadskog sajma održan je 10. međunarodni Kup Sajma sporta, koji je i u kalendaru Svetske konjičke federacije. U četiri kategorije učestvovalo je 20 klubova sa 100 konja i 70 jahača iz četiri zemlje. Sajam su posetili i brojni poznati sportisti. Među njima i Slobodan Kovač, selektor Odbojkaške reprezentacije Srbije, Vuk Todorović, Borislava Perić Ranković, Nada Matić, Mitar Palikuća, Ana Prvulović…

Na ocenjivanju kvaliteta hotelsko-ugostiteljskih objekata i usluga, bilo je više od 150 učesnika iz devet zemalja. Apsolutni lider kvaliteta je Hotel Fontana u Vrnjačkoj Banji. Dva vrhunska priznanja su ostala u Novom Sadu - Veliki šampionski pehar je otišao u Hotel Prezident, a Srebrni šampionski pehar je pripao Hotelu Šeraton.

Na Porodični dan, u petak, 4. oktobra, celoj porodici je bilo omogućeno da poseti Sajmove po ceni jedne ulaznice. U saradnji sa izlagačima, organizovana je Poklon-igra za posetioce sa kupljenim ulaznicama, sa više od 60 nagrada. Premija je bila dar Novosadskog sajma, doček Nove godine u Budimpešti. Među nagradama su se našli izleti, putovanja, splavarenja, krstarenja, garderoba, alat, oprema za lov i ribolov, bicikl, vaučeri za restorane...

Generali Osiguranje Srbija, generalni sponzor Međunarodnih sajmova "Lorist" , promovisalo je putno osiguranje, kao i sve proizvode i usluge u oblasti osiguranja.

Datum: 09.10.2019
Medij: Stars
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 294

Naslov: Oktoberfest

Strana: 11

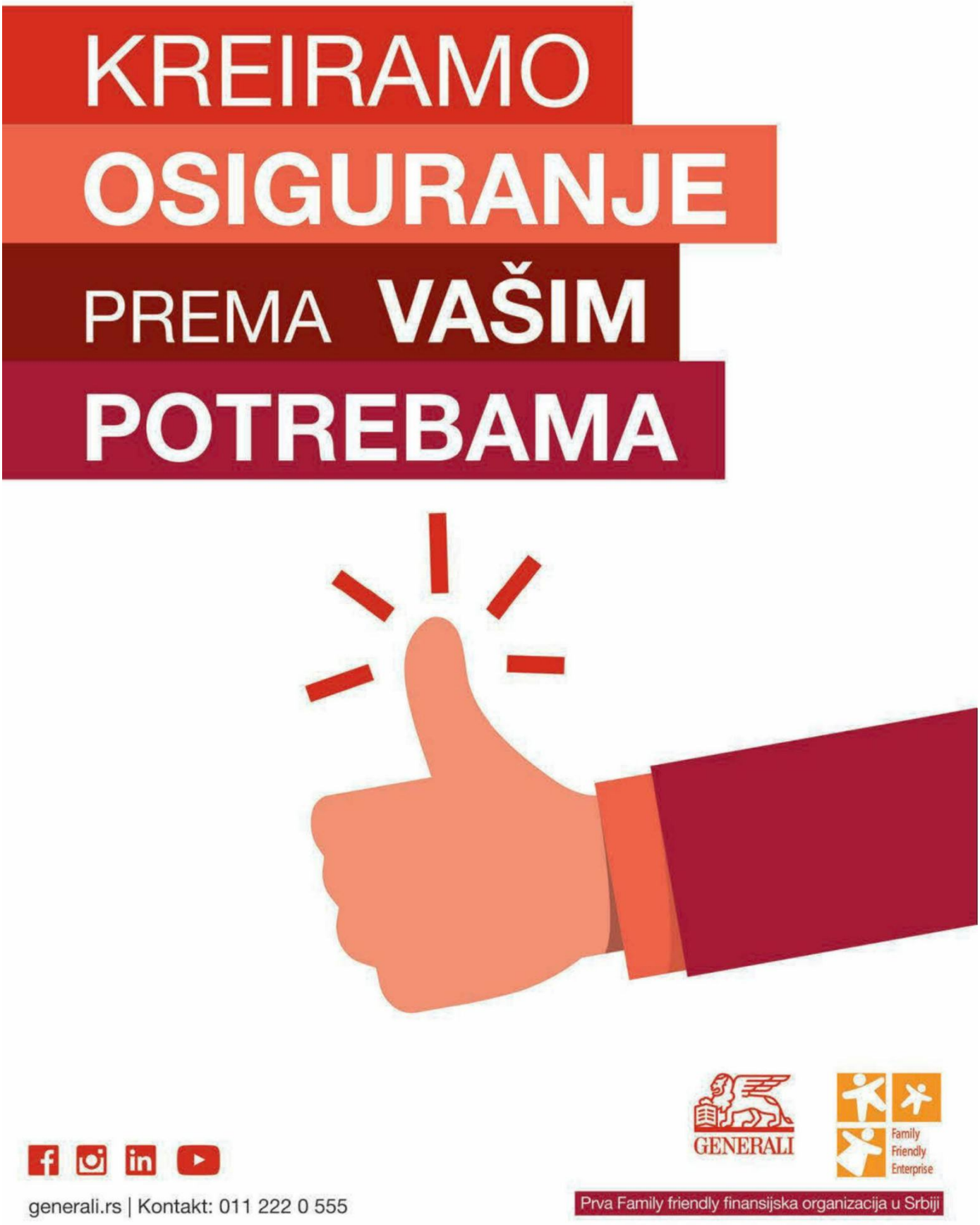


Datum: 10.10.2019
Medij: NIN
Rubrika Poslednja
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 529

Naslov: GENERALI

Strana: 64



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 09.10.2019
Medij: TU Magazin - Turizam i ugostiteljstvo
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 538

Naslov: LORIST

Strana: 21



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 09.10.2019
Medij: TU Magazin - Turizam i ugostiteljstvo
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 577

Naslov: GENERALI

Strana: 55



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 09.10.2019 08:26 XML
Medij: ebranicevo.com
Link: https://www.ebranicevo.com/cena-minus-za-tehnicki-pregled-vozila-uz-karticu-tri-plus-
Autori: Presenting Media
Teme: Dunav osiguranje; Generali osiguranje

Naslov: Cena minus za tehnički pregled vozila uz karticu "Tri Plus"



eBranicevo

Najvažnije

Foto: Aleksa Stević

How Good Of A Friend Are You Really?

Tehnički pregled "Stig Centar" nedavno je otvoren u Malom Crniću, a vlasnici su Aleksa Stević i Dejan Stanojević.

08:26

Podršku na otvaranju dao je i Mališa Antonijević, predsednik oštine Malo Crniće, koji je prepoznao ogroman potencijal u mladim preduzetnicima.

Mališa Antonijević, predsednik opštine Malo Crniće podržao mlade preduzetnike

Novi tehnički pregled radi regitraciju vozila do 3.5 tone, osiguranje vozila i putnika kod "Dunav osiguranja" i "Generali osiguranja". Moguće je plaćanje registracije na rate, kao i plaćanje svih računa.

Ono što posebno treba napomenuti je da će firma, donosiocima kartice "Tri Plus", davati popust od 30 odsto za tehnički pregled vozila. Donosilac kartice može biti iz bilo kog dela Srbije.

Da podsetimo, kartica je zaživela 2016. godine, a pravu afirmaciju na teritoriji Srbije dobila je kad je došla pod okrilje Pokreta za decu "Tri plus".

Pored grada Požarevca, projektu je pristupila i opština Kučevo, a uskoro će i opštine Veliko Gradište i Malo Crniće.

Tehnički pregled se nalazi u Stiškoj 17a u Malom Crniću i radiće 7:30 do 15:30 sati.

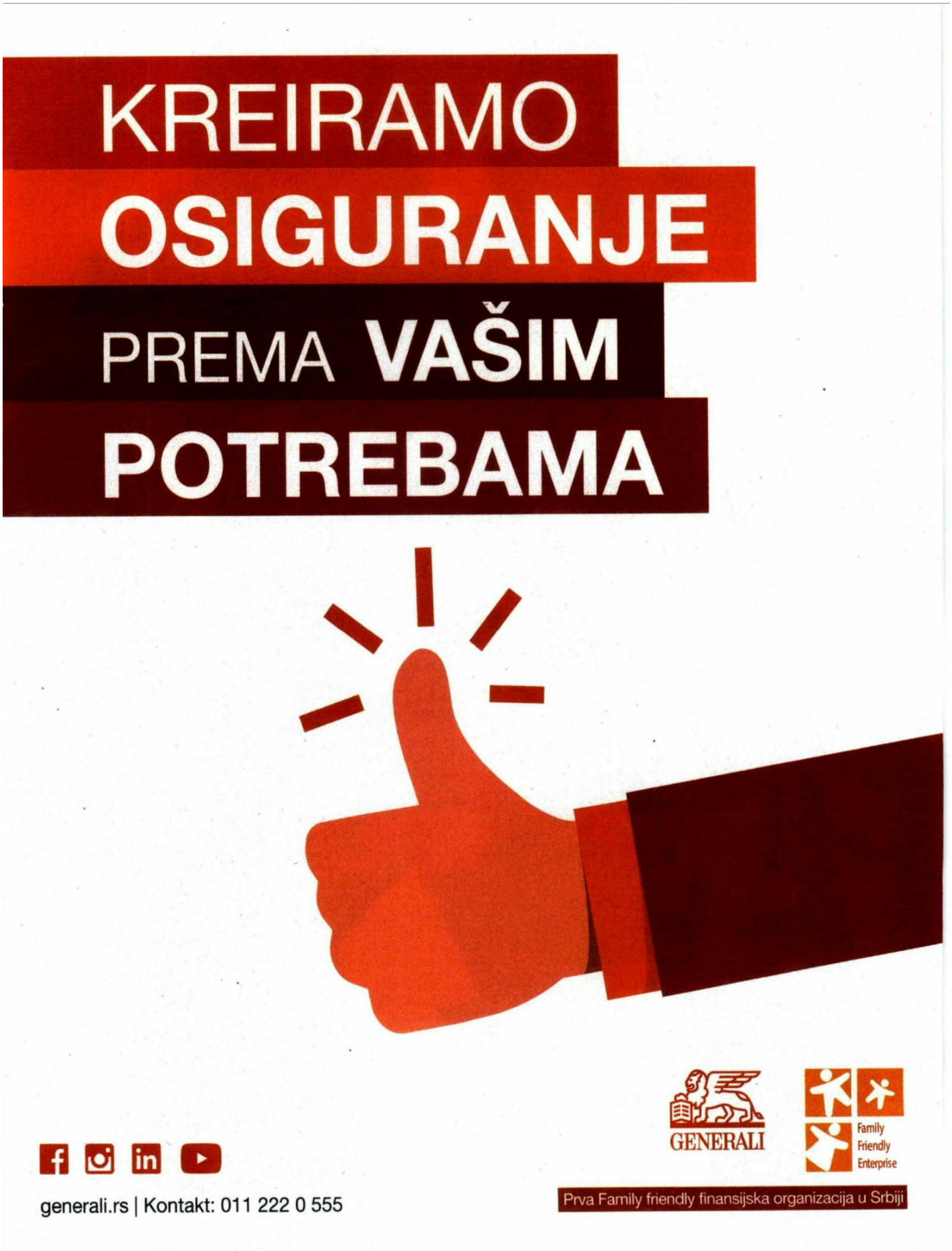
Continue Reading

Datum: 10.10.2019
Medij: Nedeljnik
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 528

Naslov: GENERALI

Strana: 23



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs



Naslov: DOBROVOLJNI PENZIJSKI FONDOVI

ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ

Вредност инвестиционе јединице на дан 9. 10. 2019.

31900149-9

Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.076,91 RSD
Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen EURO FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	9,36 EUR	1.100,09 RSD
GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs		3.065,57 RSD
GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs	15,49 EUR	1.820,49 RSD
DUNAV DOBROVOLJNI PENZIJSKI FOND	0800 386 286 www.dunavpenzije.com		2.640,88 RSD
DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.627,88 RSD
DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.891,09 RSD

Vreme: 10.10.2019 12:17
Medij: svijetosiguranja.eu
Link: https://www.svijetosiguranja.eu/sve-raste-ali-ne-snalaze-se-svi-jednako-dobro-2/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Sve raste, ali ne snalaze se svi jednako dobro



U protekloj, 2018. godini hrvatsko tržište osiguranja raslo je 8,8 posto. Impresivna je to stopa rasta kojom je nadmašen i rast iz pretkrizne 2007. godine. Ukupna premija osiguranja lani je iznosila 9,86 milijardi kuna te je u odnosu na godinu ranije, 2017., u masu premije upucano nemalih 799 milijuna kuna. Podsjetimo, te 2017. tržište je... View Article

Samo u prvih sedam mjeseci ove godine, na impresivan lanjski rast, dodano je još 7,7 posto rasta te je zabilježena premija od gotovo sedam milijardi kuna, pa kako se sada čini, 2019. će biti jedna od najboljih godina u povijesti osiguranja od kada je HrvatskePiše: Nikola Sučec

U protekloj, 2018. godini hrvatsko tržište osiguranja raslo je 8,8 posto. Impresivna je to stopa rasta kojom je nadmašen i rast iz pretkrizne 2007. godine. Ukupna premija osiguranja lani je iznosila 9,86 milijardi kuna te je u odnosu na godinu ranije, 2017., u masu premije upucano nemalih 799 milijuna kuna. Podsjetimo, te 2017. tržište je raslo 3,4 posto, te se lani konačno tržište vratilo na pretkrizne razine. Prema podacima Hrvatskog ureda za osiguranje i njihovih relevantnih analiza, na tržište je u proteklih desetak godina najviše utjecala šestogodišnja ekonomska kriza, liberalizacija osiguranja od automobilske odgovornosti u kojoj se vodila najljuća konkurentska bitka te privatizacija sektora uz veliki pritisak na troškovnu efikasnost. Od 2008. do 2015. godine tržište je palo za milijardu kuna. Sada je tržište u velikom zaletu. Samo u prvih sedam mjeseci ove godine, na impresivan lanjski rast, dodano je još 7,7 posto rasta te je zabilježena premija od gotovo sedam milijardi kuna, pa kako se sada čini, 2019. će biti jedna od najboljih godina u povijesti osiguranja od kada je Hrvatske.

Neživotno osiguranje raste, ali život je u problemima Neživotno osiguranja u prvih sedam mjeseci 2019. nabacilo je 11,1 posto te sada ima premiju od gotovo pet milijardi kuna, dok je tržište životnog osiguranja ipak malo usporilo, ponajviše zbog slabije dinamike jednokratnih uplata i dospijeća mnogih polica, te je u sedam mjeseci palo jedan i pol posto, na nešto manje od dvije milijarde kuna. Gotovo sve vrste osiguranja uredno rastu. Premija osiguranja od nezgoda porasla je 12 milijuna kuna ili 4,34 posto na 299 milijuna kuna; zdravstveno osiguranje raslo je za 50 milijuna kuna ili 15 posto te sada nosi 378 milijuna kuna; kasko osiguranje raste strelovitih 20 posto ili 132 milijuna te nosi 782 milijuna kuna; osiguranje od požara poraslo je gotovo šest posto ili 23,5 milijuna kuna; ostala osiguranja od imovine dodala su 52 milijuna kuna ili deset posto, osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila više je za gotovo 70 milijuna kuna ili pet posto. Lijepo rastu i ostala osiguranja od odgovornosti i to za 43 milijuna kuna ili 16 posto, dok se kreditna ekspanzija uredno iščitava iz rasta osiguranja kredita koje je nabacilo 73 milijuna kuna nove premije što je za pola više nego lani.

Klasična životna osiguranja rasla su za 27 milijuna kuna ili 1,8 posto, no velik pad dogodio se kod životnih osiguranja pri kojima ugovaratelj snosi rizik osiguranja pri kojima je premija pala za 50 milijuna kuna ili nemalih 15 posto. Sasvim jasno, kako raste premija osiguranja raste i iznos likvidiranih šteta koji je u prvih sedam mjeseci iznosio 3,4 milijarde kuna ili 168 milijuna kuna više nego lani tj. 5,2 posto. Pritom su likvidirane štete u neživotu rasle 10,5 posto ili 194 milijuna kuna na 2,056 milijardi kuna, dok su likvidirane štete u životnom osiguranju, očekivano, pale koliko i cijelo tržište tj. nešto manje od dva

posto te su iznosile 1,3 milijarde kuna.

Wiener ima najvišu stopu rasta Odlične uvjete na tržištu ipak ne koriste svi jednako, otkrivaju službene statistike Hrvatskog ureda za osiguranje. Tržišni lider i dalje je Croatia osiguranje, s ukupnom premijom 1,9 milijardi kuna. No, u prvih sedam mjeseci premija im je pala, i to za 1,33 posto. Lani su u isto ovo vrijeme pod upravom imali 1,92 milijarde kuna premije, što znači da im je tržišni udio smanjen s 30,8 na 28,35 posto pri čemu su neživotna osiguranja pala jedan posto, a životna 2,5 posto. Pojedinačno, drugo najveće osiguranje u zemlji je Allianz s premijom od 897 milijuna kuna što je vrlo primamljivih 20 posto više nego u isto vrijeme prošle godine. Kada se zbroji premija Adriatica, Agram Lifea i Euroherca dolazi se do brojke od 1,4 milijarde kuna, što zapravo znači je Agram, a ne Allianz druga osiguravajuća kuća u zemlji. Sva tri njihova društva u prvih sedam mjeseci rastu dvoznamenkasto: Adriatic s plus 14 posto i premijom od 435 milijuna kuna, Agram Life 18,2 posto s premijom od 237 milijuna kuna, dok je Euroherc nabacio 15 posto te ima premiju od 726 milijuna kuna. Jednu od najviših stopa rasta, od čak 23 posto, ostvario je Wiener koji je prikupio 574 milijuna kuna premije, od čega je 248 milijuna kuna u neživotnom osiguranja i 326 milijuna kuna u osiguranjima života koja su im rasla čak 40 posto što se može pripisati utjecaju pripajanja Erste osiguranja od prošle godine. U sredini poretka najveća je gužva, kao i u svakoj kvalitetnoj tržišnoj i sportskoj ligi. Iza Wienera po premiji ide Generali (445 milijuna kuna, +11 posto rasta), potom, Uniqa s 383 milijuna kuna premije i 12,5 posto rasta te Triglav s 329 milijuna kuna premije i 13 posto rasta. Među teškašima tu je još i Grawe s premijom od 250 milijuna kuna te 2,5 posto rasta. Među manjim kućama ima raznih iznenađenja. Merkur je porastao tri posto, na 160 milijuna kuna, a HOK čak 15 posto, sa 137 na također 160 milijuna kuna. Među manjim osiguratelјima izdvaja se Izvor osiguranje sa 16 posto rasta na 43 milijuna kuna premije, Ergo osiguranje s trećinom manje premije (43 milijuna kuna) te OTP osiguranje koje je palo osam posto, na 25 milijuna kuna. Na kraju tu su i Wuestenrot životno osiguranje s trećinu višom premijom od 29,8 milijuna kuna, Hrvatsko kreditno osiguranje sa šest milijuna kuna premije i pet posto plusa te mikro portfelj Ergo životnog osiguranja od 430.000 kuna.

Od 2008. do 2015. godine tržište je palo za milijardu kuna

Postoji jedan veliki motor i niz pomoćnih Upitali smo domaće osiguratelje koji su to motori koji pogone domaće tržište ovako snažno. Nataša Kapetanović, predsjednica Uprave Grawe Hrvatska kaže kako je najvažniji i najsnažniji motor rasta svakako sveukupni ekonomski oporavak. Međutim tu su i mali, 'pomoćni' motori kao što je primjerice kontinuirani pad kamata na štednju u bankama koji je doveo do traženja i odabira nekih drugih oblika ulaganja, poput životnog osiguranja. Nakon toga, tu je i rast neživotnih osiguranja kao posljedica ne samo povećane potrošnje (kupovine pokretnina i nekretnina) već i povećanja svijesti o rizicima koji prijete njihovoj imovini.

"U svakom slučaju, nama koji kontinuirano radimo na projektima financijskog opismenjivanja i kampanjama kojima pokušavamo osvijestiti kako je u današnje vrijeme najveći rizik nemati policu osiguranja, iznimno je drago vidjeti pozitivne rezultate jer nam oni, na neki način, dokazuju da ljudi sve više prepoznaju važnost i snagu osiguranja", rekla je Kapetanović.

U Uniqa osiguranju pojašnjavaju kako tržište neživotnih osiguranja nastavlja svoj oporavak od prošle godine i ove 2019. je rast premije u prvih sedam mjeseci impresivnih 11,1 posto. Premija životnih osiguranja je pak pala u odnosu na isti period lani za 1,5 posto.

"Za rast neživotnih osiguranja zaslužan je oporavak od krize koji se kod osiguratelјne industrije ne događa paralelno s ekonomskim oporavkom već ima manji vremenski odmak. Poboljšanje rezultata vidjelo se već u 2018. godini kada je rast neživotnih osiguranja bio skoro deset te smo se sa 6,7 milijardi kuna premije vratili blizu razine pred krizne 2008. godine. Pad premije u tom desetogodišnjem razdoblju nije bio uzrokovan samo gospodarskom i financijskom krizom već i liberalizacijom tržišta obveznog osiguranja automobilske odgovornosti netom nakon pristupanja Europskoj uniji, pri čemu je tržište neživotnih osiguranja izgubilo skoro milijardu kuna premije pa je isto trebalo nadoknaditi", kažu u Uniqa osiguranju.

Struktura osiguranja je promijenjena Promijenjena je i struktura premije neživotnih osiguranja (krajem 2018 udio premije auto odgovornosti bio je 32 posto dok je prije deset godina bio 41 posto). Najveći generatori rasta tržišta neživotnih osiguranja su osiguranje cestovnih vozila - kasko (porast od 105,6 milijuna kuna ili 19 posto), osiguranje kredita (porast od 69,5 milijuna kuna ili 61, 4 posto), osiguranje automobilske odgovornosti (porast od 53,3 milijuna kuna ili 4,7 posto) i zdravstveno osiguranje (porast od 44,6 milijuna kuna ili 15,3 posto).

Za rast neživotnih osiguranja zaslužan je oporavak od krize koji se kod osiguratelјne industrije ne događa paralelno s ekonomskim oporavkom već ima manji vremenski odmak

"Upravo iz istoga vidljiva je poveznica između gospodarskog opravka i u segmentu pravnih osoba

(posebice malo i srednje poduzetništvo) i segmentu fizičkih osoba (kupovina novih automobila, nekretnina, razvoj novih gospodarskih djelatnosti te ulaganje u postojeće, briga za zdravlje, povećanje potrošnje i sl.). Predviđen trend rasta trebao bi se nastaviti do kraja godine te očekujemo da će rast ove godine ipak nadmašiti prošlogodišnji, ali ne značajno. Moramo naglasiti da rastu pridonosi i jačanje prekograničnih aktivnosti u EU nekih naših društava. Dodatno može se učiniti još jako puno budući da prostora za rast i razvoj ima, što pokazuje i udjel premije neživotnih **osiguranja** u BDP-u koji je u Hrvatskoj u 2017 godini bio 1,7 posto dok je prosjek EU 2,68 posto. Može se još puno napraviti u dijelu financijskog opismenjavanja i osvješćivanja stanovništva da je **osiguranje** jedna od najjeftinijih metoda transfera rizika", kažu u Uniqa **osiguranja**.

Zašto život kaska i što nosi budućnost Što se tiče tržišta životnih **osiguranja** ono se već par godina suočava s nekoliko izazova, ilustriraju nam u Uniqa **osiguranju**. Prvi je posljedica promjena na financijskim tržištima na kojem su kamatne stope i prinosi na ulaganja i dalje na rekordno niskim razinama i očekuje se još neko vrijeme da će tako i ostati. Upravo to klasične proizvode sa štednom komponentom čini ne više toliko atraktivnim, a oni su bili i još uvijek jesu dominantni na našem tržištu. Drugi je veliki broj polica koje ističu te **osiguratelji** jednostavno ne uspijevaju nadoknaditi iste novim premijama. Treći izazov su police s jednokratnim uplatama. Naime, u zadnjih nekoliko godina tržište je značajno raslo u policama s jednokratnim uplatama te je isto dosta teško premašiti svake godine, kako bi se generirao rast. Čisto za ilustraciju, od ukupne premije **osiguranja** života za prvih šest mjeseci 2019. čak 52 posto se odnosi na jednokratnu premiju.

"Očekujemo da će ipak tržište **osiguranja** života do kraja godine ostvariti jednoznamenkasti rast, budući da se tradicionalno najviše premije generira krajem godine. Što se budućnosti tiče prostora za rast svakako ima, budući da je udio premije u BDP-u 2017. bio 0,82 posto a u EU 3,77 posto. Osim financijskog opismenjavanja potrebna je i znatna prilagodba u proizvodima životnih **osiguranja** te osvješćivanje potreba klijenata (pokriće nepredvidivih rizika, štednja za treću životnu dob i sl.) ali i neki vid poreznih poticaja", poručili su iz Uniqe.

Kapetanović iz Grawea smatra da će 2019. nadmašiti 2018. "Međutim, taj rast nije ni približno dovoljan da možemo naše građane smatrati primjereno **osiguranim** i zaštićenim kad je u pitanju njihov život ili imovina. Da bismo to promijenili, trebamo svi zajedno i u suradnji s državnim institucijama sustavno raditi na daljnjem osvještavanju rizika, financijskom opismenjavanju te promoviranju društvene uloge **osiguranja** i kroz adekvatan porezni tretman životnih i zdravstvenih **osiguranja**", zaključila je.

Vreme: 11.10.2019 15:06 XML
Medij: bankar.rs
Link: http://bankar.rs/2019/10/11/generali-osiguranje-najbolje-rangirana-osiguravajuca-grupa-na-svetu/
Autori: @BankarstvoRs
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Generali osiguranje najbolje rangirana osiguravajuća grupa na svetu

Grupacija Generali najbolje je rangirana osiguravajuća grupa na listi The World's Best Regarded Companies po izboru Forbsa na 61. mestu od 250 kompanija sa najboljom reputacijom. Listu najbol…

53 mins ago

Less than a minute

Grupacija Generali najbolje je rangirana osiguravajuća grupa na listi The World's Best Regarded Companies po izboru Forbsa na 61. mestu od 250 kompanija sa najboljom reputacijom.

Listu najboljih predvodi Visa, a potom slede Ferrari, Infosys, Netflix, PayPal, Microsoft, Walt Disney, Toyota Motor, Mastercard te američki Costco.

Rang listu Forbs je razvio u saradnji sa kompanijom Statista, jednom od najvećih svetskih platformi za tržišne i potrošačke analize. Od 2000 najvećih svetskih kompanija izlistanih na berzama sa Forbsove liste Global 2000 izbor je sužen na njih 250 rangiranih prema percepciji pouzdanosti i poštenja, društvenom angažmanu te kako se oni percipiraju kao poslodavci, a njihovi proizvodi po snazi i uslugama.

Generali je osnovan 1831., prošle godine ostvario je premijumski prihod od 66 milijardi evra, a prisutan je u 50 zemalja.

Tags

Vreme: 15.10.2019 12:07 XML
Medij: travelmagazine.rs
Link: http://www.travelmagazine.rs/putujte-i-uzivajte-u-putovanju-bez-brige/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Putujte i uživajte u putovanju bez brige



Objavljeno 15. okt 2019. | Foto: Pexels from Pixabay Tokom turističkog ili poslovnog boravka u inostranstvu, nepredviđeni zdravstveni problemi mogu vam poremetiti planove. Generali putno osigoranje vam pomaže da takve situacije prevaziđete.

Ukoliko vam se na putovanju desi nesrećni slučaj, bolest, ili se ukaže potreba za neodložnom hirurškom intervencijom i boravkom u bolnici, uz polisu Generali putnog osiguranja bićete adekvatno zbrinuti.

Prednosti Generali putnog osiguranja Organizacija pomoći i naknada troškova lečenja u inostranstvu usled iznenadne bolesti ili nesrećnog slučaja

Dežurni centar Europ Assistance na raspolaganju 24 časa dnevno, 365 dana u godini

Besplatan chat ili poziv ka dežurnom centru Europ Assistance putem mobilne aplikacije Generali Srbija

Medicinska, putna i pravna asistencija

Mogućnost ugovaranja osiguranja za pojedince i/ili porodicu

Mogućnost ugovaranja osiguranja tokom školovanja u inostranstvu Foto: rawpixel from Pixabay

Upotreba polise

Ukoliko vam na putu, u inostranstvu, zatreba medicinska pomoć, odmah se javite dežurnom centru asistentske kompanijeEurop Assistancena telefone+381 11 41 44 104ili+381 64 82 82 020i bićete upućeni u najbližu medicinsku ustanovu. Komunikacija se obavlja na srpskom i engleskom jeziku.

Preuzmite spisak medicinskih ustanova i lekara u Grčkoj i Turskoj: Medicinske ustanove i lekari u Grčkoj

Medicinske ustanove i lekari u Turskoj Uz Generali putno osiguranje imate i jedinstvenu pogodnost: mogućnost besplatnog razgovora sa asistentskom službom, na srpskom ili engleskom jeziku, u slučaju da vam zatreba medicinska pomoć. Preuzmite Generali aplikaciju, povežite se na WiFi mrežu i na raspolaganju imate dve opcije: besplatan poziv i chat.

Budite spremni da na zahtev date osnovne lične podatke (ime i prezime, broj potvrde/polise) kao i broj telefona u inostranstvu ili broj na koji želite da vam poziv bude uzvraćen.

Foto: PublicDomainPictures from Pixabay

Po dolasku kod lekara Omogućite lekaru uvid u potvrdu/polisu.

Ukoliko od lekara dobijete formular izjave o okolnostima pod kojima je nastao osigurani slučaj, obavezno ga popunite. Potvrdom/polisom putnog osiguranja pokriveni su troškovi neophodne medicinske pomoći ukazane osiguraniku zbog iznenadne bolesti ili nesrećnog slučaja za vreme boravka u inostranstvu.

Potvrdu/polisu putnog osiguranja možete kupiti u filijalama Generali Osiguranja Srbija i u više od 300 turističkih agencija širom Srbije, sa kojima ova renomirana kuća sarađuje.

Uz putno osiguranje, gratis osiguranje stana ili kuće

KupovinomGenerali putnog osiguranjaistovremeno možete obezbediti kvalitetnu medicinsku pomoć u inostranstvu i novčano pokriće za štete usled požara, izliva vode iz instalacija ili provalne krađe, do kojih može doći u vašem domu dok ste odsutni.

Ostale korisne savete pročitajteovde.

Vreme: 15.10.2019 13:31 XML
Medij: jugmedia.rs
Link: https://jugmedia.rs/najvise-mladih-na-sajmu-zaposljavanja-u-leskovcu/
Autori: @Jugmedia
Teme: Dunav osiguranje; Generali osiguranje

Naslov: Najviše mladih na Sajmu zapošljavanja u Leskovcu



Na današnjem Sajmu zapošljavanja u Leskovcu, najveće gužve bile su ispred engleske kompanije "Aptiv Pakard", a među onima koji su popunjavali zahteve najviše je bilo mladih ljudi do 30 godina starosti. "Zaposlen sam već tri godina u Jura korporaciji kao kontrolor, ali tražim posao u struci jer sam po zanimanju sam diplomirani pravnik. Težim ka tome da nađem posao u struci, mada mi nije problem da radim i posao koji nije u struci, zato što je jako teško pronaći posao danas", kazao nam je mladi Leskovčanin Todor Đorđević koga smo zatekli kako predaje svoj CV ispred na štandu Aptiva i Dunav osiguranja. Sajam zapošljavanja 34. po redu otvorio je načelnik Jablaničkog okruga Miloš Ćirić, podsetivši da je prema podacima Nacionalne službe za zapošljavanje 2012. do 2017. godine zaposleno oko 4800, a 2018. godine oko 1250 radnika. "Takav pozitivan trend se nastavio i ove godine gde je do avgusta zaposleno oko 900 radnika, a poslednjih nekoliko godina u Leskovcu se zaposlilo više od 7000 ljudi", kazao je Ćirić i dodao da će Aptiv do kraja godine zaposliti oko 3000 ljudi.

Na današnjem Sajmu zapošljavanja 21 poslodavac iz oblasti tekstilne i prehrabrene industrije, elektroindustrije, ugostiteljstva, osiguravajućih društava i drugo tražio je oko300 radnika. Pored Aptiva, svoje štandove imali su i Jura, Autostop, Leskobags, Enal Elektro, Đenerali Osiguranje, Dunav Osiguranje, Bane Komerc, Džinsi Srbija, Vule Komerc, Dits, Alisa, Bim Teks, Omladinska zadruga Akademac i drugi. Direktor Nacionalne službe za zapošljavanje filijale u Leskovcu Dejan Stanković kazao je da je cilj ovih sajmova okupiti što veći broj nezaposlenih ljudi i maksimalan broj poslodavaca, a da dosadašnja iskustva sa sajmova govore da su efekti izuzetni i vidljivi 6 meseci nakon završetka. "Rezultati su da 80 posto od iskazanih potreba poslodavaca rezultira zapošljavanjem, dok su 520 nezaposlenih osoba ove godine došle do posla ", rekao je Stanković.

Vreme: 15.10.2019 22:13 XML
Medij: jugpress.com
Link: https://jugpress.com/na-sajmu-zaposljavanja-ponudjeno-300-novih-radnih-mesta/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Dunav osiguranje

Naslov: Na Sajmu zapošljavanja ponudjeno 300 novih radnih mesta



LESKOVAC U organizaciji Nacionalne službe za zapošljavanje-Filijale Leskovac održan je drugi ovogodišnji, a 34. do sada, Sajam zapošljavanja. U holu Kulturnog centra u Leskovcu prijave za učešće na sajmu podneo je 21 poslodavac, uglavnom sa...

LESKOVAC U organizaciji Nacionalne službe za zapošljavanje-Filijale Leskovac održan je drugi ovogodišnji, a 34. do sada, Sajam zapošljavanja. U holu Kulturnog centra u Leskovcu prijave za učešće na sajmu podneo je 21 poslodavac, uglavnom sa područja Jablaničkog okruga iz oblasti tekstilstva, prehrambene, prerađivačke i elektroindustrije, bankarstva i **osiguranja**, a ponuđeno je 300 novootvorenih radnih mesta. U holu Leskovačkog kulturnog centra mnogo nezaposlenih je uz pomoć ovih kontakata želelo da doše do radnog mesta. Osnovna ideja Sajmova zapošljavanje jeste da se na jednom mestu okupi što veći broj poslodavaca i nezaposlenih, jer se pokazalo da ovakvi susreti daju dobar efekat pošto se na jednom mestu okupi veći broj poslodavaca i nezaposlenih. Načelnik Jablaničkog upravnog okruga Miloš Ćirić, otvarajući sajam, rekao je da je, prema podacima Nacionalne službe za zapošljavanje, od 2012. do 2017. zaposleno oko 4.000 ljudi, a samo tokom prošle godine 1.250. "Takav pozitivan trend se nastavio i ove godine gde je do avgusta zaposleno oko 900 radnika, a poslednjih nekoliko godina u Leskovcu se zaposlilo više od 7.000 ljudi, jer je proizvodnju proširio "Terastil", otvoren je "Lidl", a počeo je da radi i "Aptiv", koji će do kraja godine zaposliti oko 3000 ljudi." Pored Aptiva, svoje štandove imali su i Jura, Autostop, Leskobags, Enal Elektro, Delta Đenerali **Osiguranje**, Dunav **Osiguranje**, Bane Komerc, Džinsi Srbija, Vule Komerc, Dit's, Alisa, Bim Teks, Omladinska zadruga Akademac i drugi. I.S. ANTRFILE: Todor Đorđević diplomirani ekonomista je zaposlen, ali na ovaj način pokušava da dođe do posla u struci. "Radim u "Juri", kao kontrolor kvaliteta, već tri godine, ali težim ka tome da nađem posao u struci. Znam da je to teško, ali je na meni da se borim, pošto imam porodicu. Nisam položio pravosudni ispit, jer nemam radno iskustvo kao pravnik, pa se sve vrti u krug. Probaću u "Aptivu" i "Dunav **osiguranju**". I ovo Vam može biti interesantno

Datum: 16.10.2019
Medij: Kurir
Rubrika Vesti
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 413

Naslov: Budite „najbolji drugi" ne možemo svi biti Bil Gejts!

Strana: 7



STRUČNO DRAGOCENE PORUKE KONFERENCIJE „INOVACIJA - MOJA REVOLUCIJA"

Budite „najbolji drugi", ne možemo svi biti Bil Gejts!

Šest vrhunskih svetskih i domaćih inovatora i menadžera uputilo poruke mladima kako da razmišljaju o svojoj budućnosti i koje pouke da prate na putu uspeha

U briljantnom javnom predavanju na Ekonomskom fakultetu u Beogradu u okviru drugog dana konferencije „Inovacija - moja revolucija" šest vrhunskih svetskih i domaćih inovatora i menadžera uputilo je dragocene poruke mladima kako da razmišljaju o svojoj budućnosti i koje pouke da prate na putu uspeha.

- Ne možemo svi da budemo Bil Gejts, nemojte se zanositi time da ćete odjednom postati genijalci i postići svetsku slavu! Moj vam je savet - budite „najbolji drugi". Ako ste dovoljno uporni i radite na sebi, tako ćete postići više, a biće te izloženi manjem pritisku - poručio je čuveni inovator i tvorac mikrobaterije profesor Dejan Ilić.



Podelili iskustva kako su postali uspešni... Učesnici konferencije „Inovacija - moja revolucija", koja je održana na Ekonomskom fakultetu

Govoreći o dostupnosti informacija, koja je danas gotovo jednaka za sve mlade ljude na planeti, Ivan Jakovljević, regionalni menadžer „Googlea" iz UAE, zaključio je da i individualne mogućnosti nikad nisu bile veće.

- Ranije ste imali ekonomsku selekciju, pa ako ste mogli da idete na, na primer, Jejl, mogli ste da imate vrhunsko obrazovanje. Danas predavanja svetskih univerziteta imate na internetu, informacije su svuda, ali na kraju nije dovoljno samo memorisanje. Potrebno je da se naučite fleksibilnosti, da prepoznajete ono što je bitno, a na vama je koliko ćete to da iskoristite - poručio je Ivan.

PROF. ILIĆ: MLADI MORAJU DA „NAUČE DA UČE", TJ. DA UPRAVLJAJU VIŠKOM INFORMACIJA



Govoreći o razlici između vremena kada se školovao i kada je morao da se bori da dođe do znanja i današnje dostupnosti i hiperprodukcije informacija kojima su mladi izloženi, profesor Dejan Ilić je zajedno sa ostalim govornicima istakao zajedničku poruku da mladi moraju da „nauče da uče", da se odbrane od ogromnog broja podataka, tj. da upravljaju viškom informacija.

Koliko je teško napraviti balans između privatnog života i karijere u vremenu koje od nas traži sve više poslovne angažovanosti, govorio je ugledni menadžer Dragan Filipović iz kompanije „Generali Osiguranje". Iskustva s „pametnom klupom" podelio je Milan Bosnić iz kompanije „Strawberry Energy", a da je moguće napraviti svetski priznat proizvod i živeti i raditi u Srbiji, potvrdio je i Ivan Gligorijević, tvorac startapa „MBrain Train" i „pametnih slušalica" koje mere moždane talase i muzikom dovode u stanje smirenosti, a koje se danas koriste na brojnim institutima širom sveta u istraživačke svrhe.

Milena Đuričić

PRATITE INSTINKT I RIZIKUJTE

: Uđite u proračunat rizik i pratite svoj instinkt. Najlakše je rizikovati kad imate između 20 i 30 godina jer tada imate najmanje da izgubite. I ne prestajte da učite - poručila je Milena Đuričić, suvlasnica kompanije „Videomite", najvećeg digitalnog distributera filmova, TV serija i muzike u Turskoj, s bogatom karijerom na rukovodećim pozicijama u kompanijama „Google" i „Yandex".

PROMO TEKST: 624286

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 16.10.2019
Medij: Top speed
Rubrika Bez naslova
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 759

Naslov: 24 sata elegancije

Strana: 111,112





24 sata elegancije

Po 9. put učesnici događaja pod nazivom 24 sata elegancije okupili su se na izložbi u „Belom dvoru“

Idejni tvorac ove tradicionalne manifestacije Aleksandar Đorđevic iz „DeGorsi luxury consultinga“ pod pokroviteljstvom „GENERALI osiguranja Srbija“, u saradnji sa Srpskim savezom za istorjska vozila, doveo je retke starovremenske automobile iz nekih od najpoznatijih evropskih kolekcija... Uz ove vredne primerke bio je i bolid koji je Nuvolari vozio nakon Drugog svetskog rata, na kraju svoje karijere. Njima su se na, travnatom terenu oko Belog dvora, priključili i automobili članova Oldtajmer kluba Beograd.
Trodnevni spektakl, posvećen kulturi klasičnih automobila, rafiniranosti i vrhunskom kvalitetu, organizovan u partnerstvu sa Belgrade Waterfront,







kompanijom British Motors, Srpskim savezom za Istorijska vozila (članom FIVA-e), Muzejom automobila i Britansko-Srpskom privrednom komorom (BSCC). I sve to pod patronatom Kraljevske porodice Karađorđević, tako da je događaj privukao izuzetnu pažnju javnosti. Ovde je bio izložen i originalni pehar iz 1939. godine koji je Tazio Nuvolari osvojio na Grand Prix trci u Beogradu, dar Kralja Petra II Karadjordjevića pobedniku trke. A ovaj pehar na svečanosti u „Belom dvoru" našao se u rukama njegovog sina, princa Aleksandra II Karađorđevića. Drugog dana, ova vozila su prikazana u ambijentu „Beograda na vodi", a njima se pridružilo još automobila i motocikala vlasnika iz Srbije, koji su možda manje ekskluzivni, ali podjednako vredni. I poslednjeg dana ove manifestacije neki od najekskluzivnijih automobila pridružili su se obeležavanju 80 godina od I Beogradske međunarodne automobilske i motocikističke trke.





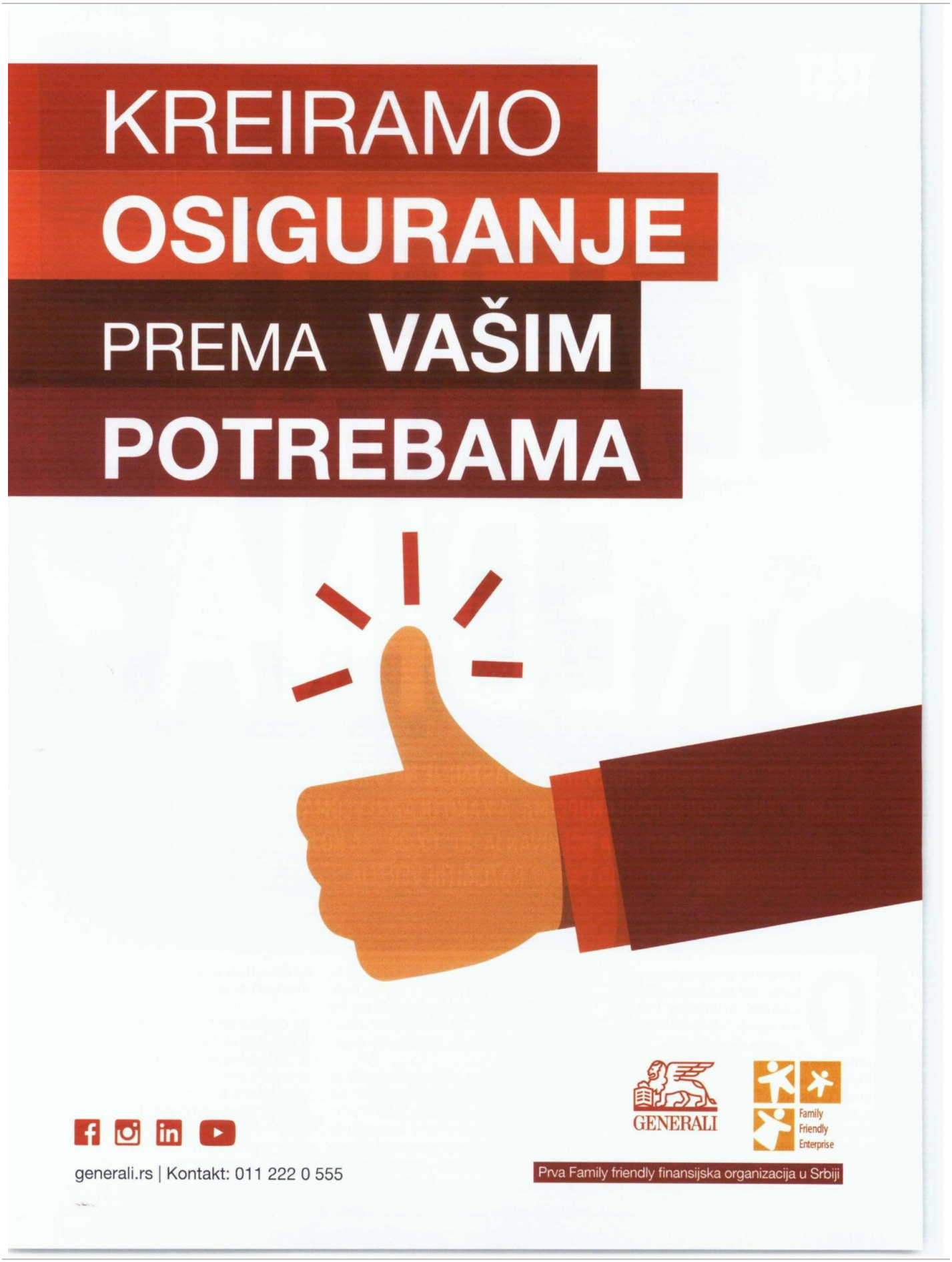


Datum: 16.10.2019
Medij: Top speed
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 680

Naslov: KREIRAMO OSIGURANJE PREMA VAŠIM I potrebama

Strana: 47



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 16.10.2019 20:57
Medij: palo.rs
Link: http://www.palo.rs/multimedia/privreda/generali-preuzeo-poslovanje-izvor-osiguranja/3118354/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Videos & Fotografije - Generali preuzeo poslovanje Izvor...



Videos & Fotografije za Generali preuzeo poslovanje Izvor osiguranja | Palo.gr

OSIGURANJA

www.seebiz.eu

Transakcija s ciljem dodatne konsolidacije položaja Generali osiguranja na hrvatskom tržištu bit će finalizirana po odobrenju nadležnih nadzornih i tijela za zaštitu tržišnog natjecanja. Prijenos osiguravateljnog portfelja neće utjecati na obveze prema postojećim klijentima Izvor osiguranja. Istodobno, strane su se složile kako neće iznositi daljnje pojedinosti o kupoprodajnoj cijeni i drugim.....

Generali preuzeo poslovanje Izvor osiguranja

Vreme: 16.10.2019 20:47
Medij: rs.seebiz.eu
Link: http://rs.seebiz.eu/generali-preuzeo-poslovanje-izvor-osiguranja/ar-199684/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: SEEbiz.eu / RS / Generali preuzeo poslovanje Izvor osiguranja



ZAGREB - Generali je potpisao ugovor o stjecanju poslovanja Izvor osiguranja d.d. u Hrvatskoj, osiguravatelja specijaliziranog za neživotna osiguranja, kroz transakciju dijela poslovanja. Transakcija s ciljem dodatne konsolidacije položaja Generali osiguranja na hrvatskom tržištu bit će finalizirana po odobrenju nadležnih nadzornih i tijela za zaštitu tržišnog natjecanja. Prijenos osiguravateljnog portfelja neće utjecati na obveze prema postojećim klijentima Izvor osiguranja. Istodobno, strane su se složile kako neće iznositi daljnje pojedinosti o kupoprodajnoj cijeni i drugim uvjetima.Luciano Cirina, Regionalni voditelj za Austriju, srednjoistočnu Europu & Rusiju i CEO Generali CEE Holdinga, izjavio je:

"Ponosni smo štonastavljamo jačati svoju poziciju na hrvatskom tržištu uz dobrodošlicu klijentima Izvor osiguranja. Istovremeno, radujemo se pružiti im usluge najvišekvalitete kroz inovativne, pristupačne i personalizirane proizvode. Jačamo našu predanost provedbi strategije Generali 2021 u Hrvatskoj i cijeloj regiji Austrije, srednjoistočne Europe i Rusije, čineći ponudu što atraktivnijom našim klijentima, sa željom da im postanemo cjeloživotni osiguravateljni partneri.

"Osnovano 2011. godine, Izvor osiguranje je osiguravateljno društvo u privatnom vlasništvu, specijalizirano za neživotna osiguranja na hrvatskomtržištu. Ponuda uključuje širok raspon osiguranja: obvezno osiguranje od automobilske odgovornosti, kasko osiguranje motornih vozila, osiguranjeimovine, putno osiguranje, osiguranje od nezgode i druge vrste osiguranja. Generali je kontinuirano među osiguravateljnim društvima s najvišim stopamarasta na tržištu, već od osnutka u Hrvatskoj 2002. godine.

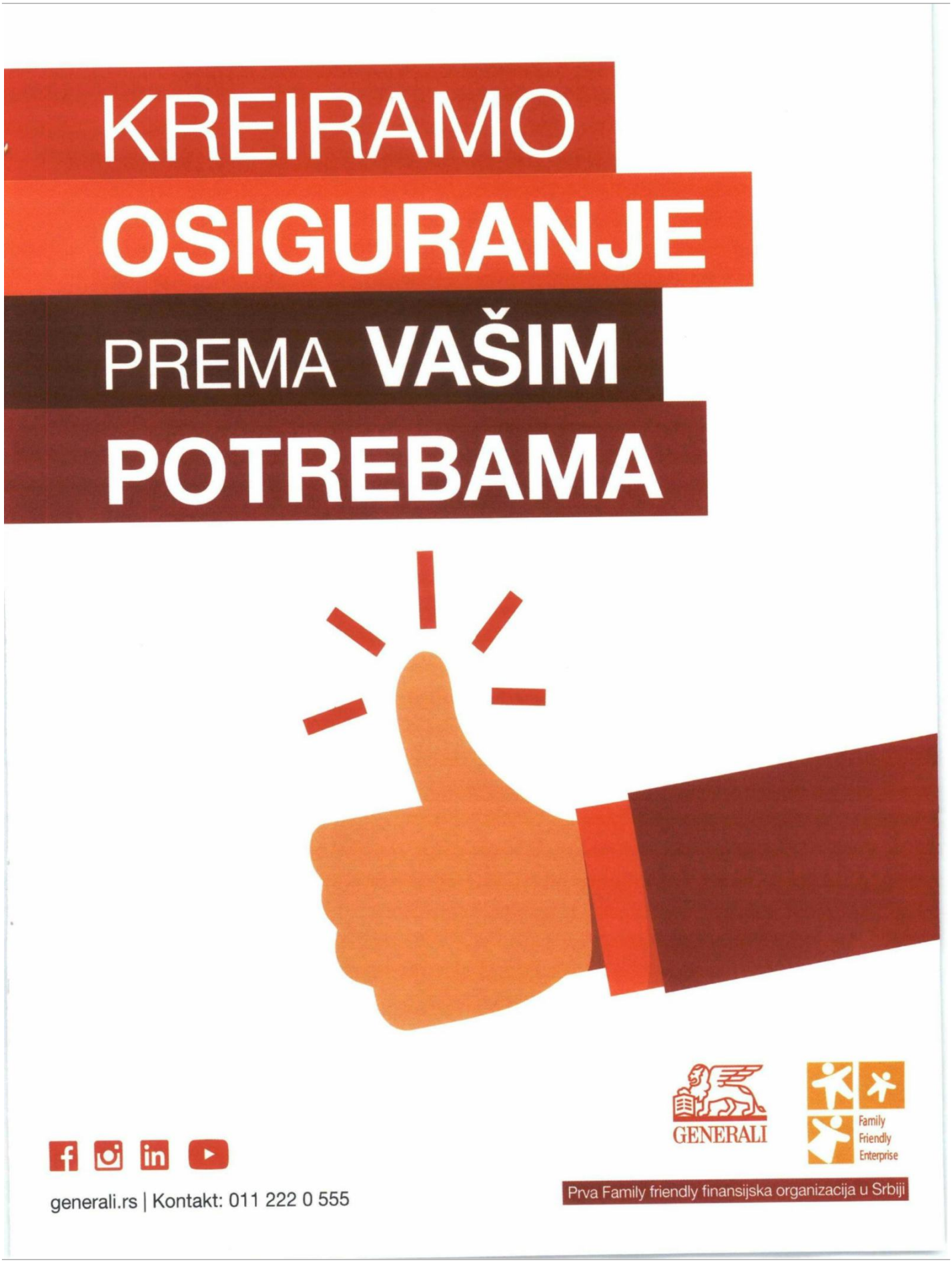
Stvarajući nove tržišne perspektive, Generali pridaje posebnu važnost inovativnosti ikonkurentnosti svojih proizvoda te razvoju distribucijske mreže - od vlastite i ekskluzivne mreže, do uspješnih multikanalnih partnerstava s bankama,brokerima i agencijama. Posvećen stalnom razvoju i rastu, Generali je u 2018. godini zabilježio ukupno povećanje bruto zaračunate premije za 26,1% na 716 milijuna kuna, dosegavši tržišni udio od 7,3%.

Datum: 17.10.2019
Medij: Nedeljnik
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 544

Naslov: GENERALI

Strana: 63



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 17.10.2019
Medij: Biznis&Finansije
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 581

Naslov: GENERALI

Strana: 59



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 17.10.2019 13:35
Medij: svijetosiguranja.eu
Link: https://www.svijetosiguranja.eu/generali-preuzeo-poslovanje-izvor-osiguranja-za-daljnji-razvoj-u-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Generali preuzeo poslovanje Izvor osiguranja za daljnji razvoj u Hrvatskoj



Prijenos osiguravateljnog portfelja neće utjecati na obveze prema postojećim klijentima Izvor osiguranja. Istodobno, strane su se složile kako neće iznositi daljnje pojedinosti o kupoprodajnoj cijeni i drugim uvjetima. Luciano Cirina, Regionalni voditelj za Austriju, srednjoistočnu Europu & Rusiju i CEO Generali CEE Holdinga, izjavio je: "Ponosni smo što nastavljamo jačati svoju poziciju na hrvatskom tržištu... View Article

Generali je potpisao ugovor o stjecanju poslovanja Izvor osiguranja d.d. u Hrvatskoj, osiguravatelja specijaliziranog za neživotna osiguranja, kroz transakciju dijela poslovanja. Transakcija s ciljem dodatne konsolidacije položaja Generali osiguranja na hrvatskom tržištu bit će finalizirana po odobrenju nadležnih nadzornih i tijela za zaštitu tržišnog natjecanja.Prijenos osiguravateljnog portfelja neće utjecati na obveze prema postojećim klijentima Izvor osiguranja. Istodobno, strane su se složile kako neće iznositi daljnje pojedinosti o kupoprodajnoj cijeni i drugim uvjetima.

Luciano Cirina, Regionalni voditelj za Austriju, srednjoistočnu Europu & Rusiju i CEO Generali CEE Holdinga, izjavio je: "Ponosni smo što nastavljamo jačati svoju poziciju na hrvatskom tržištu uz dobrodošlicu klijentima Izvor osiguranja. Istovremeno, radujemo se pružiti im usluge najviše kvalitete kroz inovativne, pristupačne i personalizirane proizvode. Jačamo našu predanost provedbi strategije Generali 2021 u Hrvatskoj i cijeloj regiji Austrije, srednjoistočne Europe i Rusije, čineći ponudu što atraktivnijom našim klijentima, sa željom da im postanemo cjeloživotni osiguravateljni partneri."

Osnovano 2011. godine, Izvor osiguranje je osiguravateljno društvo u privatnom vlasništvu, specijalizirano za neživotna osiguranja na hrvatskom tržištu. Ponuda uključuje širok raspon osiguranja: obvezno osiguranje od automobilske odgovornosti, kasko osiguranje motornih vozila, osiguranje imovine, putno osiguranje, osiguranje od nezgode i druge vrste osiguranja.

Generali je kontinuirano među osiguravateljnim društvima s najvišim stopama rasta na tržištu, već od osnutka u Hrvatskoj 2002. godine. Stvarajući nove tržišne perspektive, Generali pridaje posebnu važnost inovativnosti i konkurentnosti svojih proizvoda te razvoju distribucijske mreže - od vlastite i ekskluzivne mreže, do uspješnih multikanalnih partnerstava s bankama, brokerima i agencijama. Posvećen stalnom razvoju i rastu, Generali je u 2018. godini zabilježio ukupno povećanje bruto zaračunate premije za 26,1% na 716 milijuna kuna, dosegavši tržišni udio od 7,3%.



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 18.10.2019
Medij: Biznis magazin
Rubrika Fokus
Autori: D. Nišavić
Teme: Generali osiguranje; Wiener Stadtische osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav

Napomena:
Površina: 561

Naslov: Čvrsta veza između osiguranja i ekonomskog rasta

Strana: 14

REGIONALNA KONFERENCIJA "POVEĆANJE PRODAJE OSIGURANJA U POSTOJEĆIM USLOVIMA"

Čvrsta veza između osiguranja i ekonomskog rasta

Rast sektora osiguranja mogao bi da bude znatno veći od sadašnjeg ukoliko bi se proizvodi kreirali u skladu sa potrebama i boljim pristupom klijentima, koristili novi kanali i tehnike prodaje, ali i kada bi se osmislio model da država nadoknađuje štete samo socijalno ugroženim građanima. Ovo je ocena prve regionalne konferencije "Povećanje prodaje osiguranja u postojećim ekonomskim uslovima", koju je 27. septembra u Beogradu organizovao portal "Sve o osiguranju".

Pred sektorom osiguranja su brojni izazovi, ali ohrabruje što je domaće tržište osiguranja stabilno, dobro kapitalizovano i likvidno, sa pozitivnim rezultatom u poslovanju u iznosu od 5,9 milijardi dinara, podaci su za prvu polovinu godine. Prosečan desetogodišnji realan rast u Srbiji od 2,1 odsto veći je od rasta većine zemalja u regionu. Ove podatke u svom uvodnom izlaganju predočio je Željko Jović, viceguverner Narodne banke Srbije, koji je rekao da je realan rast premije u prošloj godini iznosio 5,2 odsto, dok se taj rast u zemljama kao što su Mađarska, Češka i Slovačka kretao između 4,2 odsto i 0,8 odsto.

– Međutim, sektor osiguranja u Republici Srbiji još uvek nije dovoljno razvijen i nalazi se znatno ispod proseka zemalja članica Evropske unije, naglasio je Željko Jović.

Da je poverenje ključno za povećanje rasta osiguranja, istakao je Mirko Petrović, predsednik Izvršnog odbora Dunav osiguranja. On je podsetio da Srbija ima dugu tradiciju osiguranja i da je u poslednjih 15 godina mnogo uloženo ali i urađeno na vraćanju tog poverenja.

– Tehničke rezerve, koje su garant stabilnosti za klijente, odnosno garancija da će osiguravajuće kuće ispuniti svoje obaveze prema njima, od 2005. do 2018. uvećane su pet puta, istakao je Petrović.

Za rast prodaje važno je poverenje, kao i rast životnog standarda, koji je glavni pokretač napretka, stav je Dragana Filipovića, predsednika IO Đenerali osiguranja Srbija, koji je ukazao i da se bolji rezultati mogu postići odgovaranjem na potrebe klijenata.

– Mnogo radimo na edukaciji stanovništva i očekujem da će kroz nekoliko godina ljudi shvatiti da im je osiguranje i te kako potrebno, da ga ne smatraju skupim i da imaju poverenja u osiguravajuće kuće, kaže Filipović.

Za rast sektora osiguranja, kako ističe Đorđo Markeđani, predsednik IO DDOR Novi Sad, neophodan je i ekonomski rast.

Predstavnik Udruženja za bankarstvo i osiguranje Privredne komore Srbije, Vladimir Đorđević, kazao je da se tri četvrtine premije osiguranja fizičkih lica u Srbiji odnosi na osiguranje autoodgovornosti. Istovremeno, od 2,5 miliona domaćinstava samo je njih oko 300.000 osiguralo stanove ili kuće

– Radio sam na mnogim tržištima u osiguranju i reosiguranju i u tom sektoru nema čuda – ako nemate rast ekonomije, imovine koju treba osigurati, rast plata, onda nema ni rasta osiguranja – rekao je Markeđani.

Tržište osiguranja u Srbiji ima veći potencijal od tržišta u regionu. Prema rečima Gordane Bukumirić, predsednice IO Uniqa osiguranja, najbolji saveznici za povratak poverenja u osiguranje jesu dobri primeri iz prakse, a to se najbolje vidi kod putnog osiguranja, koje je nekada bilo obavezno prilikom dobijanja viza, a sada ga koriste gotovo svi građani Srbije jer imaju poverenje. Ona je dodala da određene poreske olakšice mogu da stimulišu rast osiguranja, a najbolji primer je dobrovoljno zdravstveno osiguranje.



Učesnici prve regionalne konferencije održane u Beogradu

Kada je reč o pokrivanju šteta iz republičkog budžeta, Dragan Filipović smatra da bi država trebalo da jasno kaže da nema dovoljno novca da konstantno isplaćuje štete kada se dese katastrofalni događaji i da to nije njen posao, već da je to posao osiguravajućih kuća koje postoje zbog takvih situacija.

Predsednik IO Wiener Stadtische osiguranja, Zoran Blagojević, složio se da država treba da se fokusira na segment socijalno ugroženog stanovništva koje nema ekonomsku mogućnost da kupi polisu osiguranja, a da drugi i najveći deo stanovništva treba da se odgovorno ponaša prema sebi.

– Razočaravajuće je da je prosečni rast tržišta osiguranja niži od rasta BDP-a, istakao je Blagojević.

Učesnici panel diskusije su se složili da su osiguravači već počeli da prilagođavaju svoju ponudu novim generacijama i četvrtoj industrijskoj revoluciji. Međutim, ono što je sigurno, klasični kanal prodaje preko prodavaca – ostaje.

D. Nišavić

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 15.10.2019
Medij: Reč naroda - Požarevac
Rubrika Bez naslova
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Dunav osiguranje

Napomena:
Površina: 496

Naslov: Tehnički pregled „Stig Centar"

Strana: 19



НОВО У МАЛОМ ЦРНИЋУ

Технички преглед „Стиг Центар"

На регионалном путу Пожаревац – Петровац, у насељу Мало Црниће, 7. октобра, отворена је линија техничког прегледа предузећа „Стиг Центар". На овом месту врши се технички преглед са најновијом опремом свих марки и врста путничких возила, као и теретних возила до 3,5 тона укупне носивости.

Власници предузећа, Алекса Стевић и Микица Станојевић истичу да се, осим техничког прегледа, на овом месту може обавити осигурање возила и путника код Дунав и Delta Generali осигурања, уз могућност одложеног плаћања на рате и чекове, за запослене и пензионере. Такође, могуће је платити и све остале рачуне.



Алекса Стевић и Микица Станојевић



Време трајања техничког прегледа је 30 минута

-Цена техничког прегледа за возила износи 5.000 динара, за лаке приколице 3.000 динара, а доносиоцима картице „Три плус" одобрава се попуст од 30 одсто. Такође, за десетак дана после добијања одобрења биће мо у могућности да издајемо регистарске налепнице. До пролећа наредне године у плану је и израда полигона на којем ће се вршити технички преглед за пољопривредне машине и прикључна возила, каже Алекса Стевић.

Технички преглед се налази на адреси Стишка 17а, а тим обучених и сертификованих контролора на услузи су радним данима од 7:30 до 15:30 часова и суботом од 7:30 до 12 сати.

Д.Динић



Новоотворени технички преглед „Стиг Центар"



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 18.10.2019
Medij: Biznis magazin
Rubrika Bez naslova
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva
Naslov: Izazov HR-a je naći kandidate sa novim veštinama

Napomena:
Površina: 318

Strana: 68



BIZNIS DODATAK: HR U SRBIJI

SAVREMENI IZAZOVI U SEKTORU LJUDSKIH RESURSA

MAŠA LALIĆ, DIREKTORKA DIREKCIJE ZA LJUDSKE RESURSE I ORGANIZACIJU GENERALI OSIGURANJA SRBIJA

Izazov HR-a je naći kandidate sa novim veštinama



Maša Lalić

Već godinama se spremamo za promene koje su najavile preplavljenost milenijalcima, borbu sa njihovim novim očekivanjima, dok paralelno, nove tehnologije ali i ponašanja klijenata nameću zanimanja o kojima ranije nismo ni sanjali. HR sektor ima nekoliko izazova na koje će morati jako dobro da odgovori ili će nam mesto strateškog partnera top menadžmenta biti uzdrmano. Kakvo poslovno okruženje nudimo – šta je za nas smart working? Koliko smo zaista "smart" kada su tema radni uslovi, prostorije, alati za rad, fleksibilnost u pogledu organizacije posla... Na to se neizostavno nastavlja kultura koja podstiče, razume i živi različitosti, inkluziju, promoviše etiku i moral kao standard (a ne mit) i koja pravi atmosferu gde zaposleni strastveno vole i rade svoj posao. Gde idu uvek korak dalje, ruše silose, daju predloge (koji se usvajaju) i rešavaju probleme klijenata, samostalno, ne čekajući uvek "odobrenje više instance". Šta tu HR može da uradi? Sve. To su teme koje HR stavlja na sto top menadžmentu, koje stavlja u korelaciju sa svakim biznis rezultatom a sve da bi iste postale deo strateških ciljeva kompanije.

A to je mnogo posla i mnogo vremena. Problem je što rezultat nije momentalan, međutim promena kulture na duge staze menja dušu kompanije i svaki ulog vraća se višestruko. Paralelno, HR ima izazov koji se tiče novih veština. Data analytics, Robotics, Artificial Intelignece, Cybersecurity, Data privacy, Blockchain, Design Thinking, Social media Marketing – samo su neke od oblasti koje su postale neraskidivi deo biznisa. Da li naši zaposleni imaju ove veštine? Gde se one uče? Kako obezbediti adekvatnu obuku? Gde su ljudi na tržištu koji ovo već znaju? Da li oni prate tradicionalne oglase za posao? Kako ih naći? Kako testirati te kandidate? Imaju li HR ljudi potrebna znanja i veštine koje će im olakšati rad sa novim tehnologijama? Razume li HR potrebe zaposlenih za reskillingom? Mogu li HR procesi uklopiti lako nove profile kandidata u postojeće sisteme? Ovo su samo neka od pitanja za redovnu samoprocenu svih nas koji se bavimo ljudskim resursima. Jer jedna od kompetitivnih prednosti u budućnosti je i veština "večnog učenja". Brzina kojom se stvari menjaju prosto ne dozvoljava više opuštanje u smislu (ličnog) razvoja. S obzirom na to da su HR ljudi ti koji mantrom večitog učenja treba da inspirišu sve zaposlene, ne preostaje nam ništa drugo nego da na taj put kompaniju povedemo sopstvenim primerom.

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 18.10.2019 16:34 XML
Medij: blic.rs
Link: https://www.blic.rs/biznis/privreda-i-finansije/budite-najbolji-drugi-ne-mozemo-svi-biti-bil-
Autori: Promo
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Naslov: "Budite najbolji drugi, ne možemo svi biti Bil Gejts"!



U briljantnom javnom predavanju na Ekonomskom fakultetu u Beogradu u okviru drugog dana konferencije Inovacija - moja revolucija šest vrhunskih svetskih i domaćih inovatora i menadžera uputilo je dragocene poruke mladima kako da razmišljaju o svojoj budućnosti i koje pouke da prate na putu uspeha.

"Ne možemo svi da budemo Bil Gejts, nemojte se zanositi time da ćete odjednom postati genijalci i postići svetsku slavu! Moj vam je savet - budite najbolji drugi. Ako ste dovoljno uporni i radite na sebi tako ćete postići više a bićete izloženi manjem pritisku", poručio je čuveni inovator i tvorac mikrobaterije profesor Dejan Ilić.

Govoreći o dostupnosti informacija koja je danas gotovo jednaka za sve mlade ljude na planeti, Ivan Jakovljević, regionalni menadžer Google iz UAE zaključio je da su i individualne mogućnosti nikad veće.

"Ranije ste imali ekonomsku selekciju, pa ako ste mogli da idete na npr Jejl, mogli ste da imate vrhunsko obrazovanje. Danas predavanja svetskih univerziteta imate na internetu, informacije su svuda, ali na kraju nije dovoljno samo memorisanje. Potrebno je da se naučite fleksibilnosti, da prepoznajete ono što je bitno, a na vama je koliko ćete to da iskoristite", poručio je Ivan.

Govoreći o razlici između vremena kada se školovao i kada je morao da se bori da dodje do znanja i današnje dostupnosti i hiperprodukcije informacija kojima su mladi izloženi, profesor Dejan Ilić je zajedno sa ostalim govornicima istakako zajedničku poruku da mladi moraju da "nauče da uče", da se odbrane od ogromnog broja podataka tj da upravljaju viškom informacija.

Koliko je teško napraviti balans između privatnog života i karijere u vremenu koje od nas traži sve više poslovne angažovanosti govorio je ugledni menadžer Dragan Filipović. To ga je, kaže, podstaklo da svojim zaposlenima omogući uslove u kojima imaju fleksibilno radno vreme, mogućnost rada od kuće, zone za opuštanje, što je dovelo do veće produktivnosti, ali i toga da njegova kompanija Generali Osiguranje postane prva Fammily Friendly finansijska instituija čiji primer su počele da slede i druge kompanije.

"Nije tačno da je danas sve već izmišljeno. Mi smo npr krenuli od ideje da je klupa već 100 godina ista, ništa se na njoj nije menjalo. I onda smo je učinili smo da ona komunicira sa okolinom i da se savršeno uklopi u svetski trend pametnih gradova", podstakao je Milan Bosnić iz Strawberry Energy govoreći o njihovoj klupi koja je već osvojila svetske metropole u koima meri zagađenje, nivo buke, puni mobilne telefone i daje wifi.

Da je moguće napraviti svetski priznat proizvod i živeti i raditi u Srbiji potvrdio je Ivan Gligorijević, tvorac start upp-a MBrain Train i "pametnih slušalica" koje mere moždane talase i muzikom dovode u stanje smirenosti, a koje se danas koriste na brojnim institutima širom sveta u istraživačke svrhe.

"Pored Srbije školovao sam se i u inostranstvu. Mogao sam da ostanem i tamo i imam uspešnu karijeru, ali meni lično bilo je važno da živm u zemlji u kojoj čujem svoj jezik. Nakon što nas je podržao Fond za inovacionu delatnost odlučio sam da nastavim da radim u Srbiji", preneo je svoje iskustvo i životne motive ovaj elektroinženjer.

Vreme: 19.10.2019 07:30 XML
Medij: novosti.rs
Link: http://www.novosti.rs/vesti/naslovna/drustvo/aktuelno.290.html:824962-Dajte-krv---spasite-zivot
Autori: @Novostionline
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Dajte krv - spasite život

Novosti Online objavljuju spisak lokacija na kojima svi koji žele mogu da daju krv tokom vikenda i naredne nedelje. Institut za transfuziju krvi Srbije, Svetog Save br. 39, radnim danom 07-19č, subotom i praznikom 08-15č; Urgentni centar - radnim danima i subotom od 9 do 16č Subota, 19. oktobar 2019. Rakovica, Vidikovac, kod crkve, autobus - 9-14č Stari grad, Beogradski ZOO Vrt, autobus - 12-16č Nedelja, 20. oktobar 2019. Zemun, "Zemun park", autobus - 12-16č Ponedeljak, 21. oktobar 2019. Valjevo, Tehnička škola - 8:30-12č Ekonomska škola - 13-15:30č Grocka, Srednja škola - 10-14č Novi Beograd, Generali Osiguranje Srbija - 10-14č Požarevac, Dom Crvenog krsta - 9-15č Smederevo, Kulturni centar - 10-16č Tutin, Dom kulture - 10-15č Utorak, 22. oktobar 2019. Aranđelovac, Crveni krst - 9:30-15:30č Valjevo, Crveni krst - 10-15č Novi Pazar, Škola za dizajn tekstila i kože - 10-15č Palilula, Crveni krst - 13-18č Čačak, Dom kulture, autobus - 10-15č Sreda, 23. oktobar 2019. Velika Plana, Centar za kulturu, "Masuka", autobus - 11-16č Kraljevo, Trg kod Milutina, autobus - 10-15č Novi Beograd, Telekom Srbije - 10-14č Požarevac, Gimnazija i Ekonomska škola - 9-14č Čukarica, Tehnička škola Železnik - Lola - 10-13č Šabac, Kulturni centar - 10-16č Četvrtak, 24. oktobar 2019. Valjevo, Valjevska gimnazija - 9-13č Vrnjačka banja, Srednje škole - 10-15č Novi Beograd, Zuhlke Engineering d.o.o - 12-17č Požarevac, Politehnička škola, Poljoprivredna škola i Medicinska škola - 9-14č Rakovica, Gimnazija "Patrijarh Pavle" - 9-13č Savski venac, Parking servis, "Mostarska petlja" - 10-15č Petak, 25. oktobar 2019. Valjevo, Poljoprivredna škola - 8:30-12č Medicinska škola "Dr Miša Pantić" - 13-15:30č Gornji Milanovac, Kulturni centar, autobus - 11-16č Loznica, Vukov dom - 10-16č Novi Beograd, Srednja turistička škola - 9-12č Tehnička škola "Novi Beograd" - 13-15č Obrenovac, Crveni krst - 10-16č Čukarica, Požeška ulica ispred Doma zdrvlja "Dr Simo Milošević", auotbus - 12-17č Subota, 26. oktobar 2019. Novi Beograd, Delta city, autobus - 11-16č Novi Beograd, Immo Outelt Center, autobus - 11-16č Šabac, Prnjavor, Dom kulture - 8:30-11č Majur, Mesna zajednica - 12-14:30č Nedelja, 27. oktobar 2019. Bogatić, salaš Crnobarski, Osnovna škola - 9-14č Koceljeva, Donje Crniljevo, crkva, autobus - 9-14č Loznica, Lešnica, Osnovna škola - 9-14č Davaoci krvi su spasioci života. Idealan je dan za davanje krvi!

Vreme: 19.10.2019 08:38 XML
Medij: palo.rs
Link: http://www.palo.rs/srbija-drustvo/dajte-krv-spasite-zivot/3120043/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Dajte krv - spasite život

977

Vesti na temu | Palo.gr

Novosti Online objavljuju spisak lokacija na kojima svi koji žele mogu da daju krv tokom vikenda i naredne nedelje. Institut za transfuziju krvi Srbije, Svetog Save br. 39, radnim danom 07-19č, subotom i praznikom 08-15č; Urgentni centar - radnim danima i subotom od 9 do 16č Subota, 19. oktobar 2019. Rakovica, Vidikovac, kod crkve, autobus - 9-14č Stari grad, Beogradski ZOO Vrt, autobus - 12-16č Nedelja, 20. oktobar 2019. Zemun, "Zemun park", autobus - 12-16č Ponedeljak, 21. oktobar 2019. Valjevo, Tehnička škola - 8:30-12č Ekonomska škola - 13-15:30č Grocka, Srednja škola - 10-14č Novi Beograd, Generali Osiguranje Srbija - 10-14č Požarevac, Dom Crvenog krsta - 9-15č Smederevo, Kulturni centar - 10-16č Tutin, Dom kulture - 10-15č Utorak, 22. oktobar 2019. Aranđelovac, Crveni krst - 9:30-15:30č Valjevo, Crveni krst - 10-15č Novi Pazar, Škola za dizajn tekstila i kože - 10-15č Palilula, Crveni krst - 13-18č Čačak, Dom kulture, autobus -...

Datum: 19.10.2019
Medij: Novosadska TV
Emisija: Svi na sajam
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

	Početak	Trajanje
Emisija	19.10.2019 21:30:00	30:00
Prilog	19.10.2019 21:43:00	1:15

Naslov: Međunarodno putno osiguranje

1115

Reporter

Verovatno svi znaju da na put u inostranstvo nije poželjno kretati bez međunarodnog putnog osiguranja. A da li ste znali da je moguće osigurati i vašeg kućnog ljubimca. Tu pogodnost kroz tri paketa nudi „Đenerali osiguranje Srbija" koje osim što brine o vama tokom putovanja preuzima brigu i o vašoj kuci ili maci. Ako se odlučite da na put krenete automobilom uz „Đenerali pomoć na putu" netreba da brinete o tome šta može da se desi ako vas četvorotočkaš ostavi na cedilu. Ova osiguravajuća kuća koja je lider u Srbiji lako i brzo pronalazi rešenje za svaki problem sa vašim automobilom što znači da nepredviđene situacije ne mogu da vam pokvare odmor. Dok ste na odmoru neko mora da brine i o vašem stanu ili kući. Pucanje cevi, srušeno drvo u dvorištu, krađa, požar ili neke druge nemile situacije svakako mogu da budu neprijatne ali uz „Đenerali osiguranje Srbija" koje je i generalni sponzor 52.Lorista takvi problemi se rešavaju brzo i efikasno. Sve pogodnosti koje nudi kuća sa više od 3.000.000 osiguranika možete da pronađete i u mobilnoj aplikaciji koja se vrlo jednostavno instalira i koristi.

Vreme: 19.10.2019 11:45 XML
Medij: zlatibor.tv
Link: https://zlatibor.tv/zivot-u-cajetini-i-zlatiboru/odrzana-sednica-saveta-roditelja-3/37428/
Autori: @Zlatibor_Najave
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održana sednica Saveta roditelja



19/10/2019

Savet roditelja OŠ Dimitrije Tucović je 17.oktobra održao sednicu. Direktorka škole Milka Vasiljević je članove Saveta informisala o tekućim poslovima u školi. Očekuje se da će uskoro biti završena javna nabavka za završetak radova na sportskoj sali pri školi na Zlatiboru a u planu su i novi investicioni radovi. Članovi Saveta su se saglasili da treba raditi na saobraćajnoj kulturi i da se preko medija uputi apel roditeljima da vozilima ne ulaze u školsko dvorište.

Na sednici je Savet roditelja dao pozitivno mišljenje za napredovanje nastavnice biologije mr Zorica Milosavljević u zvanje pedagoški savetnik. Ovom prilikom članovima Saveta je predstavljen obiman portfolio gospođe Milosavljević, koji su prisutni pohvalili.

Članovima Saveta roditelja su predstavljene ponude osiguravajućih kuća za osiguranje učenika. Savet je dao preporuku da se prihvati ponuda osiguravajuće kuće Generali. U ovom paketu je predviđeno da se jednokratno za prelom kostiju isplaćuje 10.000 dinara odštete, za bolnički dan se plaća 376 donara, a naknada za izostanak sa nastave je 100 dinara. U slučaju invaliditeta maksimalna naknada je 990.000 dinara a u slučaju smrti 600.000 dinara, polisom je predviđeno i naknada bolničkih troškova u iznosu od 94.000 dinara.

Pogledajte i sledeće tekstove

Vreme: 20.10.2019 19:05
Medij: rs.seebiz.eu
Link: http://rs.seebiz.eu/del-vecchio-kupio-vazan-udjel-u-mediobanci/ar-199804/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: SEEbiz.eu / RS / del Vecchio kupio važan udjel u Mediobanci



MILANO - Glas u Mediobancinom vijeću del Vecchiju daje utjecaj nad najvećom investicijom UniCredita kao i udjel u Generaliju.

Dapače, kako piše Financial Times, posljednji su tjedni pokazali da nema ni najmanju namjeru u svojim se odmaklim godinama povući iz poslovnog svijeta, nego da će ostati jedna od najaktivnijih i najborbenijih figura u korporativnoj Europi. Del Vecchio je, inače, osnivač i većinski vlasnik EssilorLuxottice, najvećeg svjetskog proizvođača naočala i leća, poznat po brendovima poput RayBana i Oakleya.

A osim što i dalje ima centralnu ulogu u borbi za tron u EssilorLuxottici, kralj naočala prošli je mjesec potresao i svijet talijanskih financija. Naime, kupovinom udjela od sedam posto u talijanskoj investicijskoj banci Mediobanca i najavom podizanja tog udjela iznad deset posto del Vecchio je postao akter kompleksne mreže koju čine najveća talijanska banka UniCredit, njena najveća investicijska banka Mediobanca te najmoćnija talijanska osiguravajuća kuća Generali.

Stoga ne čudi što su brojni analitičari zaključili kako poduzetnik namjerava igrati aktivnu ulogu u budućoj vladavini Mediobancom. Naime, glas u Mediobancinom vijeću del Vecchiju daje utjecaj nad najvećom investicijom UniCredita kao i udjel u Generaliju. Milijarder trenutno posjeduje otprilike pet posto udjela tog osiguravatelja te oko dva posto UniCredita, koji također ima udjel u Mediobanci. Neki analitičari smatraju kako je mogući cilj posljednjeg del Vecchiovog koraka prodaja loših Mediobancinih dionica u Generaliju čime bi se potencijalno povećala vrijednost te kompanije, što je, kako tvrde, moguće prodajom koja bi mogla uključivati dugoosporavanu investiciju u osiguravatelja od strane talijanske Intesa Sanpaolo, ili pak nekim sporazumom koji uključuje samu Mediobancu.

I dok analitičari i stručnjaci pokušavaju dokučiti namjere talijanskog milijardera, on je medijima kazao kako "radi na planu kojim će investicijska banka Mediobanca postati lider ne samo u Italiji, već u cijeloj Europi".

Sve navedeno više je nego jasan dokaz da tajkun koji je prije 15 godina naveliko najavljivao svoj odlazak iz poslovnog svijeta, nema nikakvu namjeru dane provoditi na kauču u svojoj ogromnoj vili u Monte Carlu.

Naime, del Vecchio je 2004. upravljačku palicu Luxotticom predao Andrei Guerri, koji je imao bogato iskustvo upravljanja kompanija u obiteljskom vlasništvu, jer naprosto nije htio da vodstvo nad kompanijom preuzme ijedno od njegovo šestero djece. To je, naravno, oduševilo stručnjake za korporativno upravljanje.

Ipak, deset godina kasnije, tada 79-godišnji del Vecchio vratio se u kompaniju svrgnuti Guerru te ga je s tim ciljem isplatio s 10 milijuna eura i 33 milijuna eura vrijednim dionicama. Kako je kazao, del Vecchio se "vratio sklapati dogovore". I to je doista učinio.

Prije dvije godine talijanska Luxottica spojila se s francuskim proizvođačem leća Essilorom čime je nastala grupacija vrijedna više od 50 milijardi eura. No, nastala je i borba nad tom grupacijom. Leonardo del Vecchio i Essilorov vlasnik Hubert Sagnieres su se, naime, dogovorili da će dijeliti moć nad novonastalom grupacijom dok ne zaposle novog generalnog direktora. Logično, svatko pokušava

progurati "nekog svog". Iz Essilora su, primjerice, optužili talijanskog milijardera kako iz pogrešnih razloga na vrhu kompanije želi Francesca Millerija, svog osobnog asistenta, IT stručnjaka i obiteljskog prijatelja, odnosno da kroz njega namjerava imati kontrolu nad cijelom kompanijom. Del Vecchio to, naravno, negira, a takve su insinuacije alarmirale i neke od dioničara EssilorLuxottice, kojoj su još u svibnju nedostajali obavezni (i potrebni) nezavisni direktori u Nadzornom odboru, što je dolilo ulje na vatru.

Vreme: 20.10.2019 20:42
Medij: palo.rs
Link: http://www.palo.rs/privreda-banke/del-vecchio-kupio-vazan-udjel-u-mediobanci/3120899/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: del Vecchio kupio važan udjel u Mediobanci

Vesti na temu | Palo.gr

Dapače, kako piše Financial Times, posljednji su tjedni pokazali da nema ni najmanju namjeru u svojim se odmaklim godinama povući iz poslovnog svijeta, nego da će ostati jedna od najaktivnijih i najborbenijih figura u korporativnoj Europi. Del Vecchio je, inače, osnivač i većinski vlasnik EssilorLuxottice, najvećeg svjetskog proizvođača naočala i leća, poznat po brendovima poput RayBana i Oakleya. A osim što i dalje ima centralnu ulogu u borbi za tron u EssilorLuxottici, kralj naočala prošli je mjesec potresao i svijet talijanskih financija. Naime, kupovinom udjela od sedam posto u talijanskoj investicijskoj banci Mediobanca i najavom podizanja tog udjela iznad deset posto del Vecchio je postao akter kompleksne mreže koju čine najveća talijanska banka UniCredit, njena najveća investicijska banka Mediobanca te najmoćnija talijanska osiguravajuća kuća Generali. Stoga ne čudi što su brojni analitičari zaključili kako poduzetnik...

pre1 sat 6 minuta·

www.seebiz.eu

Datum: 21.10.2019
Medij: TV Studio B
Emisija: Beograde dobro jutro.
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

	Početak	Trajanje
Emisija	21.10.2019 07:00:00	330:00
Prilog	21.10.2019 08:53:00	3:30

Naslov: Akcija dobrovoljnog davalaštva

Spiker:

U Institutu za transfuziju krvi. Aleksandre, kakva je situacija trenutno?

Aleksandar Jovanović, reporter:

Više je davalaca, Adriana, u Institutu za transfuziju. Međutim, da bi se stvorile zalihe potrebno je da ih ovde bude još više. 300 do 350 jedinica krvi samo za Institut je potrebno. Videćemo koliko je prikupljeno. Gordana Antuljeskov je sa nama ispred Instituta. Dobro jutro. Vaše ekipe, kao i svakog dana, na terenu. Gde tačno?

Gordana Antuljeskov, Institut za transfuziju:

Dobro jutro. Danas na terenu šest naših ekipa. Radićemo naravno kao i svakog dana od 7 do 19 časova ovde u Institutu. Pozivam Beograđane da se u što većem broju jave i dođu ovde kod nas. Uslovi su zaista dobri. Imamo ekipe koje dežuraju pre i popodne, a radimo i u Urgentnom centru u prostorijama za fizikalnu medicinu, na samom ulazu, od 9 do 16 časova svakog dana i subotom. Inače, radićemo u Požarevcu, u Domu Crvenog krsta danas od 9 do 15 časova, u Smederevu u Kulturnom centru od 10 do 16 časova, u Tutinu u Domu kulture od 10 do 15. Zatim, radićemo u školama. Dakle, počele su i naše akcije u školama i to će doprineti svakako većem odzivu i malo boljem stanju našim rezervama krvi. U Valjevu radimo u Tehničkoj školi prvo od 08.30 do 12, zatim u Ekonomskoj školi od 13 do 15.30 časova, u Grockoj u srednjoj školi od 10 do 14 časova. A zaposleni u Generali osiguranju Srbija na Novom Beogradu davaće krv od 10 do 16, do 14 časova, pardon. Inače, kao i svakog vikenda, mi smo radili i tokom tri dana, računajući petak, subotu i nedelju, prikupili smo oko 400 jedinica krvi, međutim, izdato je oko 600. Dakle, svakog ponedeljka imamo manju rezervu, a neophodno je da se već sada polako pripremamo za zimski period, ne treba da nas uljuljka oovo lepo vreme. Neophodno je da imamo daleko veću rezervu nego u ovom trenutku. Neobično je da za sada imamo manju rezervu nego ranijih godina u oktobru, već je 21. oktobar, tako da je važno da se što veći broj naših zdravih, punoletnih građana odazove našim pozivima, da dođu u Institut da se priključe nekoj od ekipa, kad vide crveni autobus da svrate i posvete pola sata, to je zaista realno.

Aleksandar Jovanović, reporter:

Hvala mnogo. A samo ćemo u jednoj rečenici reći, o kojim krvnim grupama govorimo za kojim krvnim grupama je najveća potreba u ovom tenutku?

Gordana Antuljeskov, Institut za transfuziju:

U ovom trenutku najveća je potreba za nultom, nula krvnom grupom, ne samo u Beogradu, nego prema informacijama koje smo dobili iz drugih centara, slična je situacija i u drugim mestima. Ali, uvek su svi građani naravno dobrodošli.

Aleksandar Jovanović, reporter:

Upravo tako. Hvala mnogo na svim informacijama. I nastavlja se nekako taj trend iz ponedeljka u ponedeljak, da bude veći broj izdatih jedinica u odnosu na broj prikupljenih jedinica krvi, zbog čega naravno to je jedan od razloga zbog kojeg dobrovoljne davaoce očekujemo ovde svakog radnog dana od 7 do 19 časova. Adriana?

Spiker:

Hvala ti, Aleksandre.

Datum: 21.10.2019
Medij: Srpska ekonomija
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 528

Naslov: GENERALI

Strana: 5



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 17.10.2019
Medij: Glas Podrinja - Šabac
Rubrika Bez naslova
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje
Naslov: Potvrda tradicije konjarstva U mačvi

Napomena:
Površina: 243

Strana: 5



ОДРЖАНА ПЕТА ФИЈАКЕРИЈАДА У ПРЊАВОРУ

Потврда традиције коњарства у Мачви

Прошле суботе у Прњавору је организована пета Фијакеријада. Уз параду запрега са коњима одржан је и сајам стоке и механизације, као и изложба кућних љубимаца.

Добри коњи одувек су се узгајали у Мачви, тако је и сам догађај био изузетно квалитетан. Биле су заступљене све расе коња, као и мешанци. Додељено је укупно око 180 признања за најбоље.



За најлепши фијакер проглашена је запрега из Сремске Митровице у власништву "Глас комерца" са посадом коју су чинили **Ранко Поповић** и **Кристијан Страцевски**.

Одржано је и такмичење коња под седлом, што није уобичајено за овакве манифестације. Победило је грло Клара, расе хетфлингер, власника **Мирослава Поповића** са **Борисом Келеувом** у седлу.

Фијакеријаду су организовали Покрет за Прњавор, Туристичка организација Шапца, Црквена општине Прњавор и Савет Месне заједнице Прњавор.

-Туристичка организација града Шапца препознала је потенцијал који носи организација једне овакве манифестације и узела активно учешће у њеној организацији. О исправности процене верујем најбоље говори чињеница да је за пет година израсла у озбиљну и препознатљиву манифестацију која поред изложбе и дефилеа фијакера, садржи и сајам стоке, пољопривреде, као и изложбу кућних љубимаца. Велика посета кроз бројне садржаје даје могућност да се представе туристички потенцијали Прњавора и скрене пажња на ово лепо место као дестинацију, каже директор ТОШ **Срђан Митрашиновић**.

Више од 150 коња у различитим категоријама тога дана је продефиловало Прњавором.

-Традиционална манифестација која окупља љубитеље животиња, пре свега заљубљенике у коње, показала је још једном да Мачва има векувну традицију узгоја лепих и брзих ових племенитих животиња. Занимљиво је да сваке године имамо све више деце излагача на нашем сајму, рекао је **Ђорђе Живковић** у име Покрета за Прњавор.

"Делта Ђенерали" обезбедила је вредне поклоне за победнике, док је "Томсин" био спонзор манифестације.

Vreme: 21.10.2019 16:00 XML
Medij: hejmagazin.rs
Link: http://hejmagazin.rs/my-corner/evo-sta-vas-danas-ocekuje-na-laguninom-standu-na-sajmu-knjiga/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Evo šta vas danas očekuje na Laguninom štandu na Sajmu knjiga!

4621



Drugog dana Sajma knjiga, u ponedeljak 21. oktobra, na štandu Lagune u Hali 1 ugostićemo pisce: Laguna, Hala 1, 14.00: Branko Stevanović, Dragana Petrović Kosanović, Andreja Leskovac, "Urnebesna hemija" Laguna, Hala 1,

Drugog dana Sajma knjiga, u ponedeljak 21. oktobra, na štandu Lagune u Hali 1 ugostićemo pisce:

Laguna, Hala 1, 14.00: Branko Stevanović, Dragana Petrović Kosanović, Andreja Leskovac, "Urnebesna hemija" Laguna, Hala 1, 15.00: Selina Lovren, "Malo zeleno drvo" Laguna, Hala 1, 16.00: Mirjana Đurđević i Branko Mlađenović, "Bunker patka" Laguna, Hala 1, 17.00: Vule Žurić, "Forenzika Itake" Laguna, Hala 1, 17.30: Mladen Stevanović, "Hipokratova deca" Laguna, Hala 1, 18.00: Daniela Bakić, "Čudima nikad kraja"

Da hemija nije bauk, pokazaće autori knjige "Urnebesna hemija", Branko Stevanović, Dragana Petrović Kosanović i Andreja Leskovac, koji će na Laguninom štandu od 14 sati potpisivati ovu zanimljivu zbirku eksperimenata sa mućkanjem. Ako ste odlučili da pročitate ovu knjigu pomislivši da ćete iz nje doznati nešto više o proizvodnji hemijskih olovaka, o hemijskom čišćenju odeće ili o vrstama deterdženata za dezinfekciju površina u kuhinjama i kupatilima, o hemijskim proizvodima za negu ukrasnih ili industrijskih biljaka… hmmm… grešite, ali - odlično!

Selina Lovren potpisivaće knjigu "Malo zeleno drvo" od 15 sati. To je bajkolika i veoma uzbudljiva priča za sve koji veruju da čuda prirode ne mogu da se dogode bez naše pomoći! Jedne olujne noći neobična vila dolazi na Majin prozor. Maja od nje dobija seme, a iz njega raste Malo zeleno drvo. A drvo može da hoda! Kada Maja krene u šetnju sa svojim Malim zelenim drvetom, saznaće da se nešto strašno događa u dubini šume. U uzbudljivu avanturu krenuće sa svojim novim, takođe neobičnim prijateljima kao što su Oblak i Oblutak.

Knjiga "Bunker Sving" prati priču nimalo obične emigrantske porodice iz Ulice Bunker u Čikagu, koju čine ženska glava i tri muškarca od kojih se ne dâ skrpiti jedan ceo muž. Vraćaju se u Kraljevinu Jugoslaviju s koferima prepunim dolara, zarađenih u doba prohibicije na ilegalnoj rakiji. Američki san žive u Sremu, gde vino prave legalno. Doduše, uz grožđe gaje i konoplju. I dok iz rudnika u Boru, na dalekom istoku Srbije, zagonetno nestaju stotine kilograma zlata, oni uživaju svako na svoj način. Autorka Mirjana Đurđević knjigu će potpisivati od 16 sati.

Vule Žurić će na Laguninom štandu od 17 sati potpisivati svoju zbirku najboljih i novih priča "Forenzika Itake". Ovaj presek priča jednog od najznačajnijih savremenih srpskih pisaca obuhvata izbor iz njegovih zbirki "Umri muški", "Dvije godine hladnoće", "U krevetu sa Madonom", "Valceri i snošaji", "Katenačo" i "Tajna crvenog zamka". Književni sladokusci konačno su u prilici da na jednom mestu uživaju u parodičnim, duhovitim, ali često i gorkim slikama vremena u predvečerje i u jeku raspadanja zemlje koja i dan danas, uprkos tolikim naporima, tvrdoglavo odbija da umre.

Roman "Hipokratova deca" je priča o novorođenim životima i pogaženim zakletvama. Doktora Počekovića u ranu zoru budi poziv uspaničenog kolege, koji je u noćnom dežurstvu primio trudnicu u teškom stanju. Mladi kruševački ginekolog hita u bolnicu, spasava ženu i novorođenom detetu pruža život. Nailazi na supruga žene koju je spasao, koji insistira da ga ugosti u svojoj kafani. Danas, četrdeset godina kasnije,

Naslov: Evo šta vas danas očekuje na Laguninom štandu na Sajmu knjiga!

jedna priča o potomstvu i lekarskoj etici, vlasti i kriminalu, lažnim smrtima i trgovini životima, otkriva prirodu jezive drame čije će tragove, baš kao i gene svojih predaka, nositi generacije. Mladen Stevanović će potpisivati knjigu od 17 sati i 30 minuta.

Daniela Bakić potpisivaće svoju knjigu "Čudima nikad kraja" od 18 sati. U nastavku vašeg omiljenog "Dnevnika čuda Dude Alapače" autorka nastavlja da prati doživljaje svoje rasejane i beskrajno duhovite junakinje Dude Alapače. Nešto zrelija ali podjednako istrajna i hrabra, Duda uspešno odoleva svim nedaćama i problemima sa kojima se suočava svaka porodična žena u svojim četrdesetim. Dobro došli!

Partner Lagune na ovogodišnjem Sajmu knjiga je Banca Intesa a Laguni su se pridružili i brojni sponzori: Radio Laguna, Bambi, Grand Motors, City Residence, Voždove kapije, Moj Aviv, Generali osiguranje, Bel Medic, Beogyn, Hemofarm, Sport klub, Tref sport, Nescafé, Henkel, Dexy Co.

Pozivamo sve posetioce da objave fotografije našeg štanda i izdanja Lagune na društvenim mrežama uz korišćenje heštegova #SajamKnjiga2019 i #lagunaknjige i tako doprinesu velikoj zajednici knjigoljubaca koja je iz dana u dan sve veća. A kad završe kupovinu, neka nam fotografišu svoj sajamski ulov uz hešteg #DodajNaSpisak.

Vreme: 22.10.2019 11:51 XML
Medij: blic.rs
Link: https://www.blic.rs/biznis/vesti/ko-je-kralj-naocara-koji-potresa-svet-italijanskih-finansija/vcpfyfg
Autori: Financial times, Manager.ba.
Teme: Osiguravajuća društva; Generali osiguranje

Naslov: Ko je "kralj naočara" koji POTRESA SVET ITALIJANSKIH FINANSIJA



Leonardo del Vecchio, drugi najbogatiji čovek Italije, uprkos približavanju proslave 85. rođendana, ne smanjuje svoj poslovni apetit.

Naime, kako piše "Financial Times", poslednje nedelje su pokazale da nema ni najmanju nameru u svojim odmaklim godinama da se povuče iz poslovnog sveta, već da će ostati jedna od najaktivnijih i najborbenijih figura u korporativnoj Evropi.

Del Vecchio je, inače, osnivač i većinski vlasnik "EssilorLuxottice", najvećeg svetskog proizvođača naočala i sočiva, poznat po brendovima poput "RayBan" i "Oakley".

Veliki planovi za investicijsku banku

A osim što i dalje ima centralnu ulogu u borbi za tron u "EssilorLuxottici", kralj naočara prošlog meseca je potresao i svet italijanskih finansija.

Naime, kupovinom udela od sedam odsto u italijanskoj investicijskoj banci "Mediobanca" i najavom podizanja tog udela iznad deset odsto del Vecchio je postao akter kompleksne mreže koju čine najveća italijanska banka "UniCredit", njena najveća investicijska banka "Mediobanca" i najmoćnija italijanska osiguravajuća kuća "Generali", piše "manager.ba".

Stoga ne čudi što su brojni analitičari zaključili da preduzetnik namerava da igra aktivnu ulogu u budućoj vladavini "Mediobancom". Naime, glas u Veću "Mediobanke" del Vecchiu daje uticaj nad najvećom investicijom "UniCredita" kao i udeo u "Generaliju".

Milijarder trenutno poseduje otprilike pet odsto udela tog osiguravača i oko dva odsto "UniCredita", koji takođe ima udeo u "Mediobanci".

Neki analitičari smatraju da je mogući cilj poslednjeg del Vecchiovog koraka prodaja loših "Mediobancinih" deonica u "Generaliju" čime bi se potencijalno povećala vrednost te kompanije, što je, kako tvrde, moguće prodajom koja bi mogla uključivati dugoosporavanu investiciju u osiguravača od strane italijanske "Intesa Sanpaolo", ili pak nekim sporazumom koji uključuje samu "Mediobancu".

I dok analitičari i stručnjaci pokušavaju da shvate namere italijanskog milijardera, on je medijima reka da "radi na planu kojim će investicijska banka Mediobanca postati lider ne samo u Italiji, već u celoj Evropi".

Sve navedeno više je nego jasan dokaz da tajkun koji je pre 15 godina naveliko najavljivao svoj odlazak iz poslovnog sveta, nema nikakvu nameru dane provoditi na kauču u svojoj ogromnoj vili u Montekarlu.

Naime, del Vecchio je 2004. upravljačku palicu "Luxotticom" predaoAndrei Guerri, koji je imao bogato iskustvo upravljanja kompanija u porodičnom vlasništvu, jer naprosto nije hteo da vođstvo nad kompanijom preuzme ijedno od njegovo šestoro dece.

To je, naravno, oduševilo stručnjake za korporativno upravljanje.

Borba za titulu kralja naočara

Ipak, deset godina kasnije, tada 79-godišnji del Vecchio vratio se u kompaniju kako bi "sklonio" Guerru te ga je s tim ciljem isplatio s 10 miliona evraa i 33 miliona evra vrednim deonicama.

Kako je rekao, del Vecchio se "vratio da sklapa dogovore". I to je zaista učinio.

Vreme: 22.10.2019 11:51 XML
Medij: blic.rs
Link: https://www.blic.rs/biznis/vesti/ko-je-kralj-naocara-koji-potresa-svet-italijanskih-finansija/vcpfyfg
Autori: Financial times, Manager.ba.
Teme: Osiguravajuća društva; Generali osiguranje

Naslov: Ko je "kralj naočara" koji POTRESA SVET ITALIJANSKIH FINANSIJA

Pre dve godine italijanska "Luxottica" spojila se s francuskim proizvođačem sočiva "Essilorom" čime je nastala grupacija vredna više od 50 milijardi evra.

No, nastala je i borba nad tom grupacijom. Leonardo del Vecchio i "Essilorov" vlasnikHubert Sagnieressu se, naime, dogovorili da će deliti moć nad novonastalom grupacijom dok ne zaposle novog generalnog direktora. Logično, svatko pokušava progurati "nekog svog".

Iz "Essilora" su, recimo, optužili italijanskog milijardera da iz pogrešnih razloga na vrhu kompanije želiFrancesca Millerija, svog ličnog asistenta, IT stručnjaka i porodičnog prijatelja, odnosno da kroz njega namerava da ima kontrolu nad celom kompanijom.

Del Vecchio to, naravno, negira, a takve su insinuacije alarmirale i neke od deoničara "EssilorLuxottice", kojoj su još u maju nedostajali obavezni (i potrebni) nezavisni direktori u Nadzornom odboru, što je dolilo ulje na vatru.

Uprkos navedenom, i iako na slabim nogama, primirje između dva moćnika je dogovoreno. Milleri iLaurent Vacherot, koji je delovao kao direktor u "Essiloru", trenutno dele čelnu poziciju u grupaciji.

No, u već napetu situaciju uključio se iDaniel Loeb, jedan od najpoznatijih aktivista Wall Streeta čije su ranije mete bili "Sony" i "Yahoo".

On je, naime, tokom leta kupio oko dva odsto udela u "EssilorLuxottici" i time je postao treći najveći investitor grupacije, a još uvek nije odabrao stranu u italijansko-francuskoj borbi za moć nad kompanijom. Odlučna borba vrlo se verovatno neće odviti pre maja 2021. kada završava dogovor o trenutnoj dvojnoj vladavini i kada će del Vecchio biti zadužen za odabir članova Nadzornog odbora.

Istovremeno, mandat "Mediobancinom" odboru te mandat njenog generalnog direktora završava se za godinu dana pa analitičari očekuju obračun i u toj areni.

A osim što to znači rizik za vrednost deonica kako "EssilorLuxottice", tako i "Mediobance", to znači i da će italijanski preduzetnik i milijarder, kako piše FT, morati da suzdržava svoj apetit za borbom još barem 12 meseci.

Vreme: 22.10.2019 13:42 XML
Medij: srbijadanas.com
Link: https://www.srbijadanas.com/biz/vesti/ko-je-kralj-naocara-koji-potresa-svet-italijanskih-finansija-2019-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Ko je "kralj naočara" koji POTRESA SVET ITALIJANSKIH finansija?



Leonardo del Vecchio, drugi najbogatiji čovek Italije, uprkos približavanju proslave 85. rođendana, ne smanjuje svoj poslovni apetit.. Najnovije vesti iz Srbije - Online vesti, novosti Srbija Danas.
Srbija Danas/Manager.ba

Naime, poslednje nedelje su pokazale da nema ni najmanju nameru u svojim odmaklim godinama da se povuče iz poslovnog sveta, već da će ostati jedna od najaktivnijih i najborbenijih figura u korporativnoj Evropi.

Del Vecchio je, inače, osnivač i većinski vlasnik "EssilorLuxottice", najvećeg svetskog proizvođača naočara i sočiva, poznat po brendovima poput "RayBan" i "Oakley".

A osim što i dalje ima centralnu ulogu u borbi za tron u "EssilorLuxottici", kralj naočara prošlog meseca je potresao i svet italijanskih finansija.

Naime, kupovinom udela od sedam odsto u italijanskoj investicijskoj banci "Mediobanca" i najavom podizanja tog udela iznad deset odsto del Vecchio je postao akter kompleksne mreže koju čine najveća italijanska banka "UniCredit", njena najveća investicijska banka "Mediobanca" i najmoćnija italijanska osiguravajuća kuća "Generali".

Stoga ne čudi što su brojni analitičari zaključili da preduzetnik namerava da igra aktivnu ulogu u budućoj vladavini "Mediobancom". Naime, glas u Veću "Mediobanke" del Vecchiu daje uticaj nad najvećom investicijom "UniCredita" kao i udeo u "Generaliju".

Milijarder trenutno poseduje otprilike pet odsto udela tog osiguravača i oko dva odsto "UniCredita", koji takođe ima udeo u "Mediobanci".

Neki analitičari smatraju da je mogući cilj poslednjeg del Vecchiovog koraka prodaja loših "Mediobancinih" deonica u "Generaliju" čime bi se potencijalno povećala vrednost te kompanije, što je, kako tvrde, moguće prodajom koja bi mogla uključivati dugoosporavanu investiciju u osiguravača od strane italijanske "Intesa Sanpaolo", ili pak nekim sporazumom koji uključuje samu "Mediobancu".

I dok analitičari i stručnjaci pokušavaju da shvate namere italijanskog milijardera, on je medijima reka da "radi na planu kojim će investicijska banka Mediobanca postati lider ne samo u Italiji, već u celoj Evropi".

Sve navedeno više je nego jasan dokaz da tajkun koji je pre 15 godina naveliko najavljivao svoj odlazak iz poslovnog sveta, nema nikakvu nameru dane provoditi na kauču u svojoj ogromnoj vili u Montekarlu.

Naime, del Vecchio je 2004. upravljačku palicu "Luxotticom" predao Andrei Guerri, koji je imao bogato iskustvo upravljanja kompanija u porodičnom vlasništvu, jer naprosto nije hteo da vođstvo nad kompanijom preuzme ijedno od njegovo šestoro dece.

To je, naravno, oduševilo stručnjake za korporativno upravljanje.

Ipak, deset godina kasnije, tada 79-godišnji del Vecchio vratio se u kompaniju kako bi "sklonio" Guerru te ga je s tim ciljem isplatio s 10 miliona evraa i 33 miliona evra vrednim deonicama.

Kako je rekao, del Vecchio se "vratio da sklapa dogovore". I to je zaista učinio.

Vreme: 22.10.2019 13:42 XML
Medij: srbijadanas.com
Link: https://www.srbijadanas.com/biz/vesti/ko-je-kralj-naocara-koji-potresa-svet-italijanskih-finansija-2019-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Ko je "kralj naočara" koji POTRESA SVET ITALIJANSKIH finansija?

Pre dve godine italijanska "Luxottica" spojila se s francuskim proizvođačem sočiva "Essilorom" čime je nastala grupacija vredna više od 50 milijardi evra.

No, nastala je i borba nad tom grupacijom. Leonardo del Vecchio i "Essilorov" vlasnik Hubert Sagnieres su se, naime, dogovorili da će deliti moć nad novonastalom grupacijom dok ne zaposle novog generalnog direktora. Logično, svatko pokušava progurati "nekog svog".

Iz "Essilora" su, recimo, optužili italijanskog milijardera da iz pogrešnih razloga na vrhu kompanije želi Francesca Millerija, svog ličnog asistenta, IT stručnjaka i porodičnog prijatelja, odnosno da kroz njega namerava da ima kontrolu nad celom kompanijom.

Del Vecchio to, naravno, negira, a takve su insinuacije alarmirale i neke od deoničara "EssilorLuxottice", kojoj su još u maju nedostajali obavezni (i potrebni) nezavisni direktori u Nadzornom odboru, što je dolilo ulje na vatru.

Uprkos navedenom, i iako na slabim nogama, primirje između dva moćnika je dogovoreno. Milleri i Laurent Vacherot, koji je delovao kao direktor u "Essiloru", trenutno dele čelnu poziciju u grupaciji.

No, u već napetu situaciju uključio se i Daniel Loeb, jedan od najpoznatijih aktivista Wall Streeta čije su ranije mete bili "Sony" i "Yahoo".

On je, naime, tokom leta kupio oko dva odsto udela u "EssilorLuxottici" i time je postao treći najveći investitor grupacije, a još uvek nije odabrao stranu u italijansko-francuskoj borbi za moć nad kompanijom. Odlučna borba vrlo se verovatno neće odviti pre maja 2021. kada završava dogovor o trenutnoj dvojnoj vladavini i kada će del Vecchio biti zadužen za odabir članova Nadzornog odbora.

Istovremeno, mandat "Mediobancinom" odboru te mandat njenog generalnog direktora završava se za godinu dana pa analitičari očekuju obračun i u toj areni.

A osim što to znači rizik za vrednost deonica kako "EssilorLuxottice", tako i "Mediobance", to znači i da će italijanski preduzetnik i milijarder morati da suzdržava svoj apetit za borbom još barem 12 meseci.

Vreme: 22.10.2019 10:00 XML
Medij: prva.rs
Link: https://www.prva.rs/zivot/urban/319685/drugi-dan-sajma-knjiga-okruzeni-knjigama-i-piscima
Autori: @PrvaSrpskaTv
Teme: Osiguravajuća društva; Generali osiguranje

Naslov: Drugi dan Sajma knjiga - okruženi knjigama i piscima

4750



Drugi dan Sajma knjiga privukao je pasionirane ljubitelje knjige, koji su imali odličnu priliku ne samo da razgledaju i kupuju omiljene naslove, već i da se druže sa piscima Lagune.

Drugi dan Sajma knjiga privukao je veliki broj pasioniranih ljubitelja knjigefoto: Promo/Laguna Najtraženiji naslovi drugog dana Sajmabili su "Veliki pad" nobelovca Petera Handkea, "Solunska 28 - o prijateljstvu i izdaji" Dr Neleta Karajlića, "Pertle" Dominika Starnonea, "Čovek po imenu Uve" Fredrika Bakmana i "Ples oko Sunca" Vedrane Rudan. Druženje sa piscima na štandu Lagune započelo je sa autorima knjige "Urnebesna hemija". Branko Stevanović, Dragana Petrović Kosanović i Andreja Leskovac potpisivali su svoju zbirku eksperimenata sa mućkanjem. Branko nam je otkrio zbog čega je autorima - a posebno onima koji stvaraju knjige za mlade, važan Sajam knjiga. "Važan je kako bismo se družili sa decom i upoznavali sa ljudima koji se bave istim stvarima kao i mi. Zahvaljujući sajamskim susretima može čak i da se dogodi da neko odluči da našu knjigu prevede na neki drugi jezik, pa ćemo tako dobiti priliku da 'kvarimo' ne samo našu već i decu u inostranstvu", rekao je Branko. Njegova koleginica Andreja je dodala: "Važan je i kako bismo se bar jednom godišnje podsetili šta su prave vrednosti." Autorka knjige "Malo zeleno drvo" Selina Lovren privukla je veliku pažnju posetilaca Sajma knjiga, jer je potpisivanje svoje knjige pretvorila u društveno angažovanu aktivnost: svakome ko je doneo knjigu na potpis autorka je poklonila seme hrasta. Mada Sajam knjiga oduvek za nju ima veliku važnost, ovaj joj je poseban, jer prvi put učestvuje kao autor. "Sad sve posmatram drugačije i baš sve mi je divno", istakla je uzbuđena Selina nakon druženja sa čitaocima. Na štandu Lagune bili su autori knjige "Bunker patka". I Mirjani Đurđević i Branku Mlađenoviću dolazak na Sajam knjiga je tradicija od detinjstva. "Od svih događaja koji se dešavaju ovih godina u Srbiji, ovo će izgleda ostati jedini pravi kulturni događaj u Srbiji i samim tim njegov značaj je nemerljiv", rekao je Branko, na šta je Mirjana dodala da je Sajam idealna prilika da se čitaoci podsete i nekih starih naslova, kojih više nema u knjižarama. Vule Žurić je potpisivao svoju zbirku priča "Forenzika Itake". "Sajam je važan zbog tri stvari: pisaca, knjiga i čitanja. Svake godine se vodi priča o tome kakav nam Sajam treba, a nama u stvari treba Sajam knjiga i važno je da postoji takav kakav jeste, a on se sigurno menja kako se menjaju vremena. Izdavači najbolje znaju da postoji veliki broj ljudi koji dolaze na ovo mesto da bi se družili sa knjigom, a Laguna im omogućava da se druže i sa piscima", istakao je Žurić, koji je i urednik programa Sajma knjiga. Autor knjige "Hipokratova deca" Mladen Stevanović rekao nam je da ga Sajam knjiga vraća u vreme kad je kao student knjige kupovao "na kilograme". "Generalno, Sajam knjiga je jedna izuzetno važna kulturna institucija koja traje 64 godine, a sve što u Srbiji potraje preko pola veka zapravo opravdava svoje postojanje i svoje osnivanje. Jako je važno da se na jednom mestu okupe izdavači i autori, kao što je izuzetno važno što na svakom Sajmu gostuju pojedine države i narodi. Tako da u tom kontekstu Sajam služi za neku vrstu razmene ideja." "Meni je prva asocijacija na oktobar Sajam knjiga", rekla je Daniela Bakić, autorka knjige "Čudima nikad kraja". "To mi je prilika da vidim šta se sve nudi, da napravim neki svoj izbor knjiga, odnesem ih kući i onda godinu dana gustiram. Nekad nemam vremena baš sve da ih pročitam, ali volim da se družim sa knjigama." Sve posetioce štandova Lagune u halama 1 i 4, kao i štanda Delfi u hali 4 očekuju veliki popusti! Pored uobičajenih sajamskih popusta od 15% ili članskih popusta koji idu od 10% do 20% na štandovima Lagune u halama 1 i 4 na koje ste već navikli, i ove

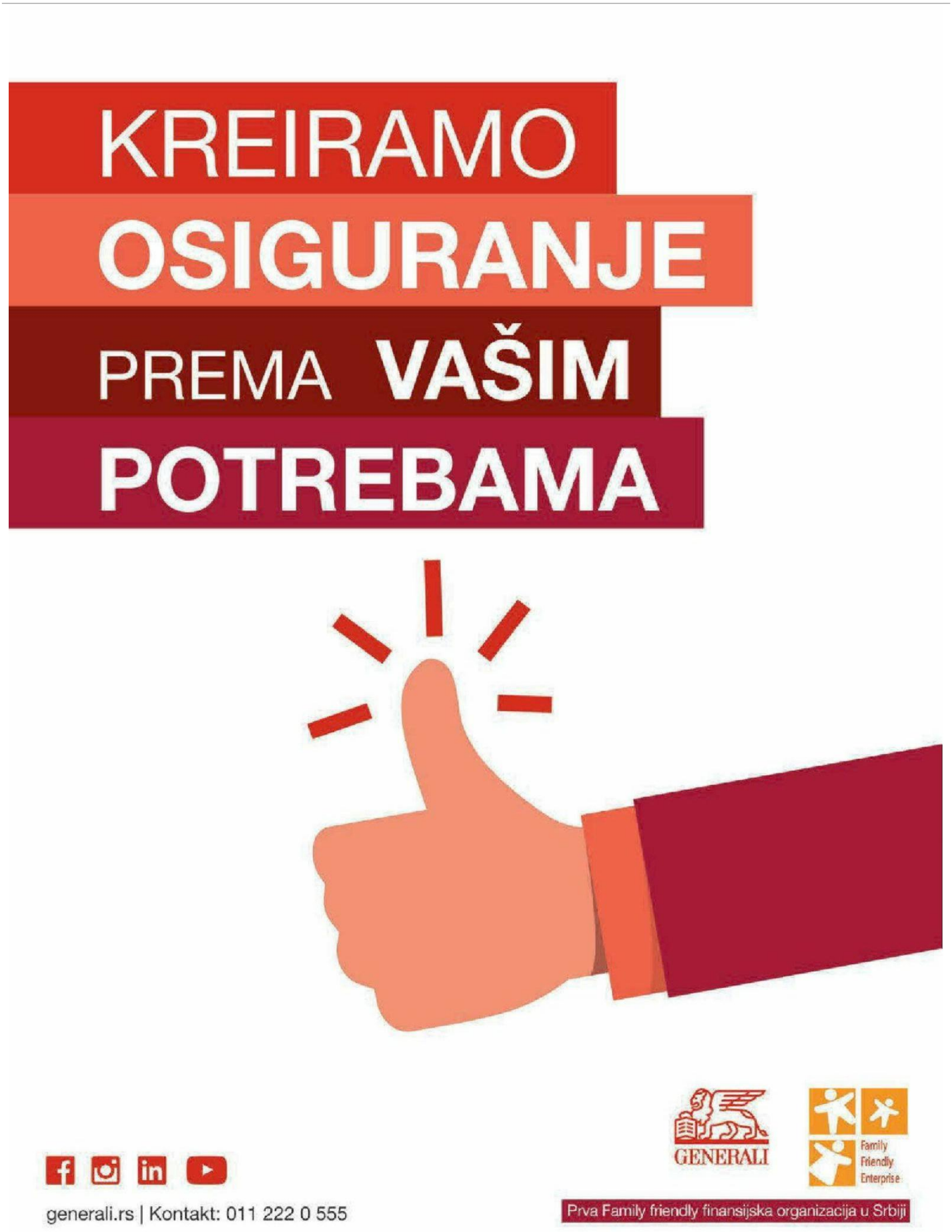
godine smo spremili veće popuste za kupovinu više knjiga, pa tako za kupovinu 3-5 knjiga važi i dodatni popust od 10%, 6-8 knjiga - dodatni popust od 15%, i za kupovine preko 9 knjiga - dodatni popust je 20%, kao i popularne akcije "3 knjige za 299 dinara", "3 knjige za 499 dinara" i "3 knjige za 999 dinara". Partner Lagune na ovogodišnjem Sajmu knjiga je Banca Intesa, a Laguni su se pridružili i brojni sponzori: Radio Laguna, Bambi, Grand Motors, City Residence, Voždove kapije, Moj Aviv, Generali osiguranje, Bel Medic, Beogyn, Hemofarm, Sport klub, Tref sport, Nescafé, Henkel, Dexy Co. Pozivamo sve posetioce da objave fotografije našeg štanda i izdanja Lagune na društvenim mrežama uz korišćenje heštegova #SajamKnjiga2019 i #lagunaknjige i tako doprinesu velikoj zajednici knjigoljubaca koja je iz dana u dan sve veća. A kad završe kupovinu, neka nam fotografišu svoj sajamski ulov uz hešteg #DodajNaSpisak.

Datum: 24.10.2019
Medij: NIN
Rubrika Poslednja
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 538

Naslov: Kreiramo osiguranje prema vašim potrebama

Strana: 64



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 23.10.2019
Medij: Kanal 9
Emisija: Investicije
Autori: Redakcija
Teme: Dunav osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Osiguravajuća društva; Generali osiguranje

	Početak	Trajanje
Emisija	23.10.2019 15:30:00	40:00
Prilog	23.10.2019 15:30:00	14:07

Naslov: Regionalna konferncija o osiguranju

641

Prva regionalna konferencija o osiguranju, održana je nedavno u Beogradu u organizaciji sajta Sve o osiguranju. Otvorio ju je viceguverner NBS, Željko Jović, a svoje viđenje vezano za tržište osiguranja izneli su i: Mirko Petrović, predsednik IO Dunav osiguranja, Dragan Filipović, predsednik IO Generali osiguranja, kao i Vladimir Đorđević, viši savetnik Udruženja za bankarstvo i osiguranje Privredne komore Srbije.

Giorgio Marchegiani, predsednik IO DDOR osiguranja, kaže da je važna kombinacija dobrih odnosa osiguravača, Udruženja osiguravača i poreske uprave, ali je reč o dugom maratonu i uspehu koji se ne može postići preko noći...

Datum: 24.10.2019
Medij: Travel
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 568

Naslov: Uspomene se pamte a kuća čuva

Strana: 3



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 25.10.2019 17:40 XML
Medij: centarzaosiguranje.com
Link: https://centarzaosiguranje.com/ukupna-premija-osiguranja-72-miliona-eura/
Autori: Bozidar Blacic
Teme: Grawe (Grave) osiguranje; UNIQA osiguranje; Sava osiguranje; Generali osiguranje; Wiener

Naslov: Ukupna premija osiguranja 72,3 miliona eura



CRNA GORA • Premija neživotnog osiguranja ostvarila je rast od 11,3 odsto, dok je rast premije životnog osiguranja 12,6 odsto u odnosu na devet meseci 2018.

Osiguravajuća društva koja posluju u Crnoj Gori ostvarila rast premije od 11,5 odsto (za 7,5 miliona eura više) u odnosu na isti period 2018. godine, sopšteno je iz Agencije za nadzor osiguranja. Premija neživotnog osiguranja ostvarila je rast od 11,3 odsto (za 6,1 milion eura), dok je rast premije životnog osiguranja 12,6 odsto (za 1,3 miliona eura) u odnosu na devet meseci 2018. godine. "Najzastupljenija vrsta osiguranja na crnogorskom tržištu je osiguranje od odgovornosti zbog upotrebe motornih vozila sa učešćem od 40,3 odsto u ukupnoj bruto premiji (29,1 milion eura). Najviši nominalni rast ostvaren je u vrsti Ostala osiguranja imovine i to za 1,6 miliona eura (31,4 odsto), zatim sledi rast u vrsti Osiguranje života za 1,2 miliona eura (13,3% odsto i u vrsti Osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila za 1,1 milion eura (3,9 odsto) u odnosu na isti period prošle godine", navode u Agenciji za nadzor osiguranja. Najviši nominalni rast premije ostvarilo je društvo Lovćen osiguranje za 2,7 miliona eura. Pojedinačno učešće društava za osiguranje u premiji neživotnih osiguranja za devet mjeseci ove godine je: Lovćen osiguranje 43 odsto, Sava osiguranje 17,6 odsto, Generali osiguranje 16 odsto, Uniqa neživotno osiguranje 15,1 odsto i Swiss osiguranje 8,4 odsto. Pojedinačno učešće društava za osiguranje u premiji životnih osiguranja za isti period je: Grawe osiguranje 39,2 odsto, Wiener St?dtische životno osiguranje 27,7 odsto, Lovćen životna osiguranja 21,5 odsto i Uniqa životno osiguranje 11,6 odsto. Izvor: bankar.me Vesti iz osiguranja

Datum: 26.10.2019
Medij: Politika
Rubrika Ekonomija
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad

Napomena:
Površina: 77



Naslov: DOBROVOLJNI PENZIJSKI FONDOVI

ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ

Вредност инвестиционе јединице на дан 24. 10. 2019.

81900149-20

Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen *FUTURE* 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.078,76 RSD
Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen *EURO FUTURE* 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	9,36 EUR	1.100,98 RSD
GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs		3.091,44 RSD
GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs	16,20 EUR	1.904,34 RSD
DUNAV DOBROVOLJNI PENZIJSKI FOND	0800 386 286 www.dunavpenzije.com		2.644,03 RSD
DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.634,39 RSD
DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.893,74 RSD

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 26.10.2019 10:45 XML
Medij: pr.org.rs
Link: http://pr.org.rs/odrzana-prilika-2019-umetnost-komunikacije/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održana "PRilika 2019 - Umetnost komunikacije" - DSOJ - Društvo Srbije za odnose s javnošću

5467



Predstavljeni najnoviji trendovi u transformaciji platformi komunikacija U petak, 25. oktobra, održana je jedanaesta po redu konferencija Društva Srbije za odnose s javnošću, pod nazivom "Prilika 2019 - Umetnost komunikacije".

Konferenciju je otvorio dr Dušan Stojaković, predsednik DSOJ-a koji je u svom pozdravnom govoru istakao da "danas, PR-om, tj komunikacijama, kao i medijima, može da se bavi svako! Profesionalni integritet je negde zaboravljen, svesno ili nesvesno, po strani! Puno je razloga i potencijalnih opravdanja. Neki mogu čak da deluju logično. Ali, hajde da vidimo šta nam je činiti kako bismo sačuvali PR struku i vratili profesiju na pravo mesto. Jedan od ključnih odgovora Društva Srbije za odnose s javnošću jeste - sertifikacija PR-ova. Sertifikacija je stručni proces koji treba da proveri, dokaže i verifikuje znanja PR profesionalaca, čime se potvrđuje njihov stručni integritet. Projekat sertifikacije koju će sprovoditi DSOJ je u završnoj fazi razrade i možete očekivati njegovu primenu već u 2020."

Key Note speaker ovogodišnje konferencije bio je PhD Oguz Kus, svetski priznati komunikolog sa Univerziteta u Istanbulu, koji je govorio na temu značaja podataka i istakao da se kreativnost pospešuje sa većom sposobnošću analize podataka. Nakon njega Marko Škorić iz Nordeusa održao je zanimljivu prezentaciju o tome kako iskustva i znanja iz tradicionalnih medija možemo primeniti u digitalnom svetu. Alena Grozdanović iz Adria Media predstavila je platformu Održiva budućnost koja čini zajednicu lidera iz državnog, privatnog i nevladinog sektora, koji pokreću građane na dela za dobrobit društva. Koji su najnoviji trendovi u transformaciji platformi komunikacija za generacije koje dolaze saznali smo od Vande Kučere iz I&F McCann grupe, Slavice Pešić, PR Muzeja savremene umetnosti; Stefana Despotovića, direktora eksternih komunikacija Naftne industrije Srbije, Galeba Nikačevića, glavnog i odgovornog urednika Noizz Srbija; Đorđa Trbovića, vlasnika i osnivača IDJ Videos i Alekse Radonjića, Advertising Business Strategist-a kompanije United Media. Učesnici su istakli da čak ni svojevremeni pioniri i donosioci svežih talasa u muzici, biznisu, sportu i komunikacijama nisu položili ispit kada su nadolazili svetski trendovi. Neki su ih čak ignorisali i nisu priznavali platforme komunikacija bez kojih danas ne možemo da zamislimo svakodnevnicu, poput youtube, vice, podcasta, instagrama, presonalizovanog pristupa TV formama…itd. Od Tamare Klarić i Bogdana Stevanovića, volontera i aktivista Nurdora, saznali smo kako se kreira uspešna call to action kampanja. Njihovom akcijom Pruži korak sakupila su se neočekivano velika novčana sredstva za obnovu Roditeljske kuće u Beogradu, akcijom su umreženi građani i kompanije koji su zajedničkim snagama doprineli ostvarivanju društveno odgovornog cilja. Ranko Vučinić iz agencije Priredba, jedan od najvećih regionalnih i evropskih stručnjaka iz domena komunikacija u sportu predstavio nam je šta treba da radimo da bi naše zero priče postale herojske. Kada je pre nekoliko godina preuzeo Medveščak hokejaški klub iz Zagreba, niko nije verovao da će upravo ovaj projekat biti jedan od najnagrađivanijih ne samo u Hrvatskoj, nego i širom regiona. Momci su se oblačili u roze, imali roze pertle u znak podrške protiv raka dojke, čitali bajke nezbrinutoj deci i postali heroji Hrvatske. Irena Trifunović, Opelova menadžerka za marketing i komunikacije prva je dobitnica nagrade za najboljeg PR menadžera u auto industriji u Srbiji, govorila je o tome koliko je zahtevno i inspirišuće zadovoljiti potrebe velike kompanije poput Opel, medija u Srbiji i upravljati marketingom kompanije za tržišta Srbije, Crne Gore, Makedonije i Albanije. Jelena Mihelčić, šefica PR

Vreme: 26.10.2019 10:45 XML
Medij: pr.org.rs
Link: http://pr.org.rs/odrzana-prilika-2019-umetnost-komunikacije/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održana "PRilika 2019 - Umetnost komunikacije" - DSOJ - Društvo Srbije za odnose s javnošću

tima agencije Bruketa&Žinić&Grey održala je zanimljivo predavanje na temu "Ako radiš nešto dobro, ceo svet priča o tome". Kreativnost je ključ uspešne komunikacije, ali i rešavanja različitih izazova s kojima se organizacije danas susreću, ne samo onih komunikacijskih. Predavanje se fokusiralo na primere kako je kreativna agencija Bruketa&Žinić&Grey zajedno sa svojim klijentima savladala neke od tih izazova, s naglaskom na veliki broj medijskih objava za kampanje.

Andrej Gamser iz Digital elementa predstavio je najnovije rezultate istraživanja stanja PR struke u Srbiji koji idu u prilog pokretanju projekta sertifikacije PR-ova. Tips&Tricks za digitalne komunikacijeotkrila nam je NevenaMartinović, PR&Communications ManagerConfluence Property Management. Nevena je govorila o razlici komunikacije brenda na digitalnim kanalima u odnosu na klasične medije i izazovima koje digitalizacija nameće brendovima da svoju komunikaciju maksimalno prilagode korisnicima. Saznali smo i zbog čega je dvosmerna komunikacija između korisnika i brendova najintezivnija do sada. U duhu 64. Međunarodnog sajma knjiga u Beogradu na samom kraju konferencije predstavljene su i dve značajne knjige: "Korporativne komunikacije za primer" autorki Danijele Lalić, profesorke Tehničkog fakulteta u Novom Sadu i Tamare Vlastelice, profesorke Fakulteta organizacionih nauka u Beogradu i "Modni marketing, savremene tendencije" autorke doc. dr Milice Slijepčević.

Ovogodišnju konferenciju podržale su sledeće kompanije Eurobanka, Generali osiguranje, Opel, Atlantic grupa, Voda Voda i Donkafa. Medijski parter događaja bila je Adria Media a posebnu zahvalnost dugujemo i upravi Beogradskog sajma u čijm prostorijama se realizovao događaj.

Vreme: 26.10.2019 17:45 XML
Medij: nadlanu.com
Link: https://nadlanu.com/500553/odrzana-prilika-2019-umetnost-komunikacije-predstavljeni-najnoviji-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održana "PRilika 2019 - Umetnost komunikacije": Predstavljeni najnoviji trendovi u transformaciji platformi komunikacija

6071



U petak, 25. oktobra, održana je jedanaesta po redu konferencija Društva Srbije za odnose s javnošću, pod nazivom "Prilika 2019 - Umetnost komunikacije".Konferenciju je otvorio dr Dušan Stojaković, predsednik DSOJ-a koji je u svom pozdravnom govoru i

Foto: Promo Konferencije i događaji Održana "PRilika 2019 - Umetnost komunikacije": Predstavljeni najnoviji trendovi u transformaciji platformi komunikacija Objavljeno 26. okt 2019. / 15:45:50 Podeli U petak, 25. oktobra, održana je jedanaesta po redu konferencija Društva Srbije za odnose s javnošću, pod nazivom "Prilika 2019 - Umetnost komunikacije". Konferenciju je otvorio dr Dušan Stojaković, predsednik DSOJ-a koji je u svom pozdravnom govoru istakao je - Danas, PR-om, tj. komunikacijama, kao i medijima, može da se bavi svako! Profesionalni integritet je negde zaboravljen, svesno ili nesvesno, po strani! Puno je razloga i potencijalnih opravdanja. Neki mogu čak da deluju logično. Ali, hajde da vidimo šta nam je činiti kako bismo sačuvali PR struku i vratili profesiju na pravo mesto. Jedan od ključnih odgovora Društva Srbije za odnose s javnošću jeste - sertifikacija PR-ova. Sertifikacija je stručni proces koji treba da proveri, dokaže i verifikuje znanja PR profesionalaca, čime sepotvrđuje njihov stručni integritet. Projekat sertifikacije koju će sprovoditi DSOJ je u završnoj fazi razrade i možete očekivati njegovu primenu već u 2020. Key Note speaker ovogodišnje konferencije bio je PhD Oguz Kus, svetski priznati komunikolog sa Univerziteta u Istanbulu, koji je govorio na temu značaja podataka i istakao da se kreativnost pospešuje sa većom sposobnošću analize podataka. Nakon njega Marko Škorić iz Nordeusa održao je zanimljivu prezentaciju o tome kako iskustva i znanja iz tradicionalnih medija možemo primeniti u digitalnom svetu. Alena Grozdanović iz Adria Media predstavila je platformu Održiva budućnost koja čini zajednicu lidera iz državnog, privatnog i nevladinog sektora, koji pokreću građane na dela za dobrobit društva. Koji su najnoviji trendovi u transformaciji platformi komunikacija za generacije koje dolaze saznali smo od Vande Kučere iz I&F McCann grupe, Slavice Pešić, PR Muzeja savremene umetnosti; Stefana Despotovića, direktora eksternih komunikacija Naftne industrije Srbije, Galeba Nikačevića, glavnog i odgovornog urednika Noizz Srbija; Đorđa Trbovića, vlasnika i osnivača IDJ Videos i Alekse Radonjića, Advertising Business Strategist-a kompanije United Media. Učesnici su istakli da čak ni svojevremeni pioniri i donosioci svežih talasa u muzici, biznisu, sportu i komunikacijama nisu položili ispit kada su nadolazili svetski trendovi. Neki su ih čak ignorisali i nisu priznavali platforme komunikacija bez kojih danas ne možemo da zamislimo svakodnevicu, poput youtube, vice, podcasta, instagrama, presonalizovanog pristupa TV formama...itd. Od Tamare Klarić i Bogdana Stevanovića, volontera i aktivista Nurdora, saznali smo kako se kreira uspešna call to action kampanja. Njihovom akcijom "Pruži korak" sakupila su se neočekivano velika novčana sredstva za obnovu Roditeljske kuće u Beogradu, akcijom su umreženi građani i kompanije koji su zajedničkim snagama doprineli ostvarivanju društveno odgovornog cilja. Ranko Vučinić iz agencije Priredba, jedan od najvećih regionalnih i evropskih stručnjaka iz domena komunikacija u sportu predstavio nam je šta treba da radimo da bi naše zero priče postale herojske. Kada je pre nekoliko godina preuzeo Medveščak hokejaški klub iz Zagreba, niko nije verovao da će upravo ovaj projekat biti jedan od najnagrađivanijih ne samo u Hrvatskoj, nego i širom regiona. Momci su se oblačili u roze, imali roze pertle u znak podrške protiv raka dojke, čitali bajke nezbrinutoj deci i postali heroji Hrvatske. Irena Trifunović, Opelova menadžerka za marketing i komunikacije prva je

Naslov: Održana "PRilika 2019 - Umetnost komunikacije": Predstavljeni najnoviji trendovi u transformaciji platformi komunikacija

dobitnica nagrade za najboljeg PR menadžera u auto industriji u Srbiji, govorila je o tome koliko je zahtevno i inspirišuće zadovoljiti potrebe velike kompanije poput Opel, medija u Srbiji i upravljati marketingom kompanije za tržišta Srbije, Crne Gore, Makedonije i Albanije. Jelena Mihelčić, šefica PR tima agencije Bruketa&Žinić&Grey održala je zanimljivo predavanje na temu "Ako radiš nešto dobro, ceo svet priča o tome". Kreativnost je ključ uspešne komunikacije, ali i rešavanja različitih izazova s kojima se organizacije danas susreću, ne samo onih komunikacijskih. Predavanje se fokusiralo na primere kako je kreativna agencija Bruketa&Žinić&Grey zajedno sa svojim klijentima savladala neke od tih izazova, s naglaskom na veliki broj medijskih objava za kampanje. Andrej Gamser iz Digital elementa predstavio je najnovije rezultate istraživanja stanja PR struke u Srbiji koji idu u prilog pokretanju projekta sertifikacije PR-ova. Tips&Tricks za digitalne komunikacije otkrila nam je Nevena Martinović, PR&Communications Manager Confluence Property Management. Nevena je govorila o razlici komunikacije brenda na digitalnim kanalima u odnosu na klasične medije i izazovima koje digitalizacija nameće brendovima da svoju komunikaciju maksimalno prilagode korisnicima. Saznali smo i zbog čega je dvosmerna komunikacija između korisnika i brendova najintezivnija do sada. U duhu 64. Međunarodnog sajma knjiga u Beogradu na samom kraju konferencije predstavljene su i dve značajne knjige: "Korporativne komunikacije za primer" autorki Danijele Lalić, profesorke Tehničkog fakulteta u Novom Sadu i Tamare Vlastelice, profesorke Fakulteta organizacionih nauka u Beogradu i "Modni marketing, savremene tendencije" autorke doc. dr Milice Slijepčević. Ovogodišnju konferenciju podržale su sledeće kompanije: Eurobanka, Generali osiguranje, Opel, New Moment New ideas, Atlantic grupa, Voda Voda i Doncafe. Medijski parter događaja bila je Adria Media a posebnu zahvalnost dugujemo i upravi Beogradskog sajma u čijim prostorijama se realizovao događaj. Izvor: Promo Foto: Promo Alena GrozdanovićĐorđe TrbovićDušan Stojakovićgaleb nikačevićMarko ŠkorićPRilika 2019 - Umetnost komunikacijeStefan Despotović PodeliFacebookViberWhatsAppTwitterGoogle+Email

Datum: 18.10.2019
Medij: Nova naša reč - Leskovac
Rubrika Bez naslova
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Dunav osiguranje

Napomena:
Površina: 320

Naslov: SAJAM ZAPOŠLjAVANjA

Strana: 5



САЈАМ ЗАПОШЉАВАЊА

У организацији Националне службе за запошљавање-Филијале Лесковац одржан је други овогодишњи, а 34. до сада, Сајам запошљавања. У холу Културног центра у Лесковцу пријаве за учешће на сајму поднео је 21 послодавац, углавном са подручја Јабланичког округа из области текстилства, прехрамбене, прерађивачке и електроиндустрије, банкарства и осигурања, а понуђено је 300 новоотворених радних места. У холу Лесковачког културног центра много незапослених је уз помоћ ових контаката желело да дође до радног места. Основна идеја Сајмова запошљавање јесте да се на једном месту окупи што већи број послодаваца и незапослених, јер се показало да овакви сусрети дају добар ефекат пошто се на једном месту окупи већи број послодаваца и незапослених.



Начелник Јабланичког управног округа Милош Ћирић, отварајући сајам, рекао је да је, према подацима Националне службе за запошљавање,



од 2012. до 2017. запослено око 4.000 људи, а само током прошле године 1.250.

-Такав позитиван тренд се наставио и ове године где је до августа запослено око 900 радника, а последњих неколико година у Лесковцу се запослило више од 7.000 људи, јер је производњу проширио „Терастил“, отворен је „Лидл“, а почео је да ради и „Аптив“, који ће до краја године запослити око 3000 људи.-

Тодор Ђорђевић дипломирани економиста је запослен, али на овај начин покушава да дође до посла у струци.

-Радим у „Јури“, као контролор квалитета, већ три године, али тежим ка томе да нађем посао у струци. Знам да је то тешко, али је на мени да се борим, пошто имам породицу. Нисам положио правосудни испит, јер немам радно искуство као правник, па се све врти у круг. Пробаћу у „Аптиву“ и „Дунав осигурању“.

Поред Аптива, своје штандове имали су и Јура, Аутостоп, Лескобагс, Енал Електро, Делта Ђенерали Осигурање, Дунав Осигурање, Бане Комерц, Цинси Србија, Вуле Комерц, Дит'с, Алиса, Бим Текс, Омладинска задруга Академац и други.

И.С.

Datum: 28.10.2019
Medij: RTS1
Emisija: Jutarnji program/RTS
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

	Početak	Trajanje
Emisija	28.10.2019 06:00:00	360:00
Prilog	28.10.2019 09:17:00	8:21

Naslov: Podrška, a ne pefekcija

Reporter:

Sigurno je da savršen roditelj ne postoji. Istraživanja su pokazala da u Srbiji skoro svaka druga osoba kaže da nema dovoljno vremena za sebe i da je iscrpljena, a dete traži posvećenost, pažnju i ljubav. Fondacija „Novak Đoković" program „Podrška, a ne perfekcija" realizuje se već dve i po godine, u saradnji sa stručnjacima sa Harvard univerziteta, kao i sa najboljim pedagozima iz Srbije. A o tome kakvi su rezultati, šta donosi novi ciklus ovog projekta, razgovaramo sa osnivačem i koordinatorom programa, Smiljanom Grujić, koja je psiholog-psihoterapeut. Dobro Vam jutro.

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Dobro jutro.

Reporter:

Dobro došli. Koliko je do sada roditelja i staratelja prošlo kroz vaš program i kako te radionice koje su upravo njima namenjene izgledaju?

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Kroz naš program je prošlo 1.200 roditelja. Mi sada realizujemo šesti ciklus. Jedan ciklus traje 10 nedelja i on podrazumeva organizovanje grupa roditelja. Grupe su od 15 do 20 roditelja, koji zajedno sa osobama koje smo mi obučili ispred „Novak Đoković" fondacije realizuju taj program. Program, kao što ste i rekli, nosi naziv „Podrška, a ne perfekcija". Svaki roditelj želi da bude savršen svojoj deci. To je potpuno prirodno i normalno, ali mi odmah kroz ovaj naziv kažemo roditeljima – mi ne želimo da vi budete savršeni, niti treba da budete savršeni svojoj deci. Ono što treba da budete, da date podršku deci. Naš program polazi od toga da ne postoje dva ista roditelja i da ne postoje dva ista deteta. Mi kroz razmenu, iskustveno učenje, zajedno sa facilitatorima, osobama koje u lokalnim samoupravama vode ovaj program, dajemo podršku roditeljima tako što ih naoružavamo određenim strategijama koje mogu da primene i mogu tokom implementacije programa da razmene te strategije, da li su one njima u odnosu sa njihovom decom dale rezultat ili nisu.

Reporter:

Vidimo, imate i radne listove, odnosno radnu svesku koju koristite u okviru programa. Da li zaista sve preporuke koje treba da podelite sa roditeljima mogu da stanu u neki priručnik? Ili pristup, ipak, na nekom nivou mora da bude individualan i da date izolovano neki lični savet kako da se roditelji u konkretnim situacijama postave ili nose?

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Priručnik za roditelje, takozvana radna sveska koju dobija svaki roditelj nalazi neki rezime osnovnih tema kojima se mi bavimo. Mi ne nudimo recepte roditeljima. I to je jako važno da kažem, zato što recepti ne postoje. Bilo bi jako dobro da možemo da propišemo roditeljima tri puta na dan po jednu kašičicu, ali svako ko je roditelj zna da je to nemoguće i teško. Tako da mi pristupamo kroz neke teme i razmenjujući individualna iskustva roditelja koja roditelji imaju u građenju odnosa sa svojom decom.

Reporter:

Da li ih slobodno dele i na kakve probleme ili izazove najčešće nailaze, šta vam kažu?

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Ono što se nalazi u našem programu su neke da kažem najvažnije teme, gde postoji konsenzus među roditeljima da su te teme nekako važne za njih. Koje su to teme? Pozitivno disciplinovanje; kako kada deca ispoljavaju neko neprihvatljivo ponašanje, kako reagovati u toj situaciji; koliko decu izlagati društvenim mrežama; da li dozvoliti deci da imaju Instragram profile... Ali ono što je važno da kažem, Fondacija „Novak Đoković" je fokusirana na rani razvoj, tako da je ovo program koji je namenjen roditeljima dece uzrasta do šest godina. Zato što taj period ima veliki potencijal za decu i zato što naša fondacija želi pre svega da kaže da rođenjem deca bi trebalo da imaju iste šanse, pravo na iste šanse.

Reporter:

Pravo na razvoj.

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Pravo na razvoj, tako je.

Reporter:

Da, ali s obzirom na to da vidimo evo i snimke mališana kako se zanimaju na radionicama, da li to znači da i dok roditelji uče i deca imaju priliku da uče i na koji način?

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Ono što je važno da kažem, da roditelji pohađaju radionice. U isto vreme, mogu dovesti svoju decu i

ostaviti ih kod osoba koje organizuju aktivnosti sa decom. Najčešće se program realizuje u predškolskim ustavnovama, zato što je to nekako prirodna sredina i za decu i za roditelje koji imaju decu tog uzrasta. Tako da deca prolaze kroz određene aktivnosti. Ali je bitno da kažem da naš fokus su roditelji, jer mi indirektno želimo da delujemo na decu tako što ćemo poboljšati odrastanje svakog deteta, radeći sa njihovim roditeljima.

Reporter:

Da li ste sada već u poziciji da možete da sagledate rezultate i kakvi su oni?

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Mi radimo evaluaciju i roditelji koji pohađaju naš program dobro znaju da pre ulaska u program i kada izađu iz programa popunjavaju ankete koje mi analiziramo. I ono što vidimo da su roditelji više osetljivi sada za određene teme, da primenjuju strategije u većoj meri o kojima mi razgovaramo sa njima i koje koriste da se deca pozitivno disciplinuju. Sada ćemo raditi jednu ozbiljnu evaluaciju, gde ćemo uključiti i roditelje koji nisu pohađali program. Tako da verujem da u nekoj sledećoj emisiji ću moći da kažem detalje.

Reporter:

Biće prilike da govorimo i o tome. Kažete, pozitivno disciplinuju. Da li to negde i sugeriše da se radi o sistemu nagrađivanja? Je li to uvek dobar izbor?

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Što se tiče nagrađivanja, važno je da kažem da nagrađivanje isto može da ima negativne razvojne posledice za decu ako se u tome preteruje, jer dete nauči na nagradu i posle toga to dugoročno demotiviše decu. Tako da tu ima puno stvari koje mi delimo sa roditeljima. Roditelji i uče jedni od drugih. Imate roditelje koji dele svoja iskustva, jer mi razvijamo atmosferu poverenja i razumevanja. Kada razvijete tu atmosferu među roditeljima, onda se desi promena. Ono što je bitno, da roditelji koji su prošli program, a mi smo do sada program realizovali u 19 opština, oni žele ponovo, kada prođu ciklus od 10 radionica. Na početku budu malo bojažljivi - da li ćemo moći da izdržimo dva sata, jednom nedeljno, 10 nedelja? A onda kad prođu...

Reporter:

A onda žele više.

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Onda žele više. Želim da kažem da u ovom ciklusu sada uključili smo i neke nove gradove. Započinjemo rad u Novom Pazaru, započinjemo rad u Baču, u Sremskoj Mitrovici...

Reporter:

Ima li mnogo odstupanja, oprostite, kako se selite iz grada u grad, iz opštine u opštinu? Da li vidite velike razlike, u skladu sa nekom mikro kulturom tog mesta?

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Pa da Vam kažem, utiče na neki način malo mikro kultura, ali ono što je zajedničko, roditelji su slični.

Reporter:

Svuda.

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

I to je ono što je nekako važno da kažem i uglavnom ih isti izazovi na neki način muče. I mi...

Reporter:

Jeste li zbog toga, oprostite, i osmislili ovakav program, kao autor, kao koordinator, neko ko je psihoterapeut i psiholog? Ovo sve zvuči i liči na podršku grupe, na grupnu terapiju.

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Pa osmislila sam program zajedno sa koleginicom Ninom Sokolović, to je važno da kažem, koja je masterirala na Harvardu. I mi smo ga razvijali sa stručnjacima sa Harvarda. Zato što nekako radeći i sa decom i sa roditeljima, deca vas uvek motivišu, a roditelji nekako uvek žele da saznaju više što se tiče razvoja njihove dece. Treba im podrška, traže podršku, i nekako kada smo to spojili Nina i ja, znači nekako smo spojili mladost i iskustvo, desio se ovaj program „Podrška, ne perfekcija". I „Novak Đoković" fondacija je jako ponosna na ovaj program, s obzirom da smo krenuli od male grupe roditelja, a da se program sada jako širi. Imamo sve više zainteresovanih i gradova i roditelja koji žele da se uključe.

Reporter:

Oprostite, maločas sam Vas prekinula dok ste nabrajali opštine i gradove u kojima ste realizovali projekat. Da sada ne izostavimo neke sa tog spiska. Verujem da su i te informacije dostupne, ali ono što

je važno da kažemo je da li je ovaj program besplatan.

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

To je jako važno da kažemo. Znači sve aktivnosti koje se realizuju u okviru ovog programa su besplatne. I to je zahvaljujući našoj fondaciji, zahvaljujući našim osnivačima. Mi sada imamo podršku Đenerali osiguranja Srbije, koji je prepoznao kvalitet ovog programa i uključio se kao naš partner. Ali sve što smo realizovali za roditelje je besplatno.

Reporter:

Najlepše Vam hvala na gostovanju u Jutarnjem programu.

Smiljana Grujić, osnivač i koordinator projekta „Podrška, ne perfekcija":

Hvala i Vama.

Vreme: 28.10.2019 09:55 XML
Medij: gmbusiness.biz
Link: http://gmbusiness.biz/odrzana-prilika-2019-umetnost-komunikacije/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održana "PRilika 2019 - Umetnost komunikacije"



Održana "PRilika 2019 - Umetnost komunikacije"

Predstavljeni najnoviji trendovi u transformaciji platformi komunikacija U petak, 25. oktobra, održana je jedanaesta po redu konferencija Društva Srbije za odnose s javnošću, pod nazivom "Prilika 2019 - Umetnost komunikacije". Konferenciju je otvorio dr Dušan Stojaković, predsednik DSOJ-a, koji je u svom pozdravnom govoru istakao da "danas, PR-om, tj komunikacijama, kao i medijima, može da se bavi svako! Profesionalni integritet je negde zaboravljen, svesno ili nesvesno, po strani! Puno je razloga i potencijalnih opravdanja. Neki mogu čak da deluju logično. Ali, hajde da vidimo šta nam je činiti kako bismo sačuvali PR struku i vratili profesiju na pravo mesto. Jedan od ključnih odgovora Društva Srbije za odnose s javnošću jeste - sertifikacija PR-ova. Sertifikacija je stručni proces koji treba da proveri, dokaže i verifikuje znanja PR profesionalaca, čime se potvrđuje njihov stručni integritet. Projekat sertifikacije koju će sprovoditi DSOJ je u završnoj fazi razrade i možete očekivati njegovu primenu već u 2020." Key Note speaker ovogodišnje konferencije bio je dr Oguz Kus, svetski priznati komunikolog sa Univerziteta u Istanbulu, koji je govorio na temu značaja podataka i istakao da se kreativnost pospešuje sa većom sposobnošću analize podataka. Nakon njega, Marko Škorić iz Nordeusa održao je zanimljivu prezentaciju o tome kako iskustva i znanja iz tradicionalnih medija možemo primeniti u digitalnom svetu. Alena Grozdanović iz Adria Media predstavila je platformu Održiva budućnost koja čini zajednicu lidera iz državnog, privatnog i nevladinog sektora, koji pokreću građane na dela za dobrobit društva. Koji su najnoviji trendovi u transformaciji platformi komunikacija za generacije koje dolaze saznali smo od Vande Kučere iz I&F McCann grupe, Slavice Pešić, PR-a Muzeja savremene umetnosti, Stefana Despotovića, direktora eksternih komunikacija Naftne industrije Srbije, Galeba Nikačevića, glavnog i odgovornog urednika Noizz Srbija, Đorđa Trbovića, vlasnika i osnivača IDJ Videos, i Alekse Radonjića, Advertising Business Strategista kompanije United Media. Učesnici su istakli da čak ni svojevremeni pioniri i donosioci svežih talasa u muzici, biznisu, sportu i komunikacijama nisu položili ispit kada su nadolazili svetski trendovi. Neki su ih čak ignorisali i nisu priznavali platforme komunikacija bez kojih danas ne možemo da zamislimo svakodnevicu, poput youtubea, vice, podcasta, instagrama, personalizovanog pristupa TV formama, itd. Od Tamare Klarić i Bogdana Stevanovića, volontera i aktivista Nurdora, saznali smo kako se kreira uspešna call to action kampanja. Njihovom akcijom "Pruži korak" sakupila su se neočekivano velika novčana sredstva za obnovu Roditeljske kuće u Beogradu; akcijom su umreženi građani i kompanije koji su zajedničkim snagama doprineli ostvarivanju društveno odgovornog cilja. Ranko Vučinić iz agencije Priredba, jedan od najvećih regionalnih i evropskih stručnjaka iz domena komunikacija u sportu, predstavio je šta treba da radimo da bi naše zero priče postale herojske. Kada je pre nekoliko godina preuzeo Medveščak hokejaški klub iz Zagreba, niko nije verovao da će upravo ovaj projekat biti jedan od najnagrađivanijih ne samo u Hrvatskoj, nego i širom regiona. Momci su se oblačili u roze, imali roze pertle u znak podrške protiv raka dojke, čitali bajke nezbrinutoj deci i postali heroji Hrvatske Irena Trifunović, Opelova menadžerka za marketing i komunikacije, prva dobitnica nagrade za najboljeg PR menadžera u auto industriji u Srbiji, govorila je o tome koliko je zahtevno i inspirišuće zadovoljiti potrebe velike kompanije poput Opela, medija u Srbiji i upravljati marketingom kompanije za tržišta Srbije, Crne Gore, Makedonije i Albanije. Jelena Mihelčić, šefica PR

Naslov: Održana "PRilika 2019 - Umetnost komunikacije"

tima agencije Bruketa & Žinić & Grey održala je zanimljivo predavanje na temu "Ako radiš nešto dobro, ceo svet priča o tome". Kreativnost je ključ uspešne komunikacije, ali i rešavanja različitih izazova s kojima se organizacije danas susreću, ne samo onih komunikacijskih. Predavanje se fokusiralo na primere kako je kreativna agencija Bruketa &Žinić & Grey, zajedno sa svojim klijentima, savladala neke od tih izazova, s naglaskom na veliki broj medijskih objava za kampanje. Andrej Gamser iz Digital elementa predstavio je najnovije rezultate istraživanja stanja PR struke u Srbiji, koji idu u prilog pokretanju projekta sertifikacije PR-ova. Tips & Tricks za digitalne komunikacijeprisutnima je otkrila NevenaMartinović, PR&Communications ManagerConfluence Property Management. Nevena je govorila o razlici komunikacije brenda na digitalnim kanalima u odnosu na klasične medije i izazovima koje digitalizacija nameće brendovima da svoju komunikaciju maksimalno prilagode korisnicima,kao i o tome zbog čega je dvosmerna komunikacija između korisnika i brendova najintezivnija do sada. U duhu 64. Međunarodnog sajma knjiga u Beogradu na samom kraju konferencije predstavljene su i dve značajne knjige: "Korporativne komunikacije za primer" autorki Danijele Lalić, profesorke Tehničkog fakulteta u Novom Sadu, i Tamare Vlastelice, profesorke Fakulteta organizacionih nauka u Beogradu, i "Modni marketing, savremene tendencije" autorke doc. dr Milice Slijepčević. Ovogodišnju konferenciju podržali su Eurobanka, Generali osiguranje, Opel, New Moment New ideas, Atlantic grupa, Voda Voda i Doncafe. Medijski parter događaja bila je Adria Media, a organizatori naglašavaju da posebnu zahvalnost duguju i upravi Beogradskog sajma u čijim prostorijama se realizovao događaj.

Vreme: 28.10.2019 15:24 XML
Medij: progressivemagazin.rs
Link: http://progressivemagazin.rs/online/odrzana-prilika-2019-umetnost-komunikacije/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: ODRŽANA 'PRILIKA 2019 - UMETNOST KOMUNIKACIJE'



28. X 2019. | U petak, 25. oktobra, održana je jedanaesta po redu konferencija Društva Srbije za odnose s javnošću, pod nazivom 'Prilika 2019 - Umetnost komunikacije'. Konferenciju je otvorio dr Dušan Stojaković, predsed

28. X 2019. | U petak, 25. oktobra, održana je jedanaesta po redu konferencija Društva Srbije za odnose s javnošću, pod nazivom 'Prilika 2019 - Umetnost komunikacije'.

Konferenciju je otvorio dr Dušan Stojaković, predsednik DSOJ-a koji je u svom pozdravnom govoru istakao: "Danas, PR-om, tj komunikacijama, kao i medijima, može da se bavi svako! Profesionalni integritet je negde zaboravljen, svesno ili nesvesno, po strani! Puno je razloga i potencijalnih opravdanja. Neki mogu čak da deluju logično. Ali, hajde da vidimo šta nam je činiti kako bismo sačuvali PR struku i vratili profesiju na pravo mesto. Jedan od ključnih odgovora Društva Srbije za odnose s javnošću jeste - sertifikacija PR-ova. Sertifikacija je stručni proces koji treba da proveri, dokaže i verifikuje znanja PR profesionalaca, čime se potvrđuje njihov stručni integritet. Projekat sertifikacije koju će sprovoditi DSOJ je u završnoj fazi razrade i možete očekivati njegovu primenu već u 2020".

Key Note speaker ovogodišnje konferencije bio je PhD Oguz Kus, komunikolog sa Univerziteta u Istanbulu, koji je govorio na temu značaja podataka i istakao da se kreativnost pospešuje sa većom sposobnošću analize podataka.

Nakon njega Marko Škorić iz Nordeusa održao je prezentaciju o tome kako iskustva i znanja iz tradicionalnih medija možemo primeniti u digitalnom svetu.

Alena Grozdanović iz Adria Medie predstavila je platformu Održiva budućnost koja čini zajednicu lidera iz državnog, privatnog i nevladinog sektora, koji pokreću građane na dela za dobrobit društva.

Koji su najnoviji trendovi u transformaciji platformi komunikacija za generacije koje dolaze saznali smo od Vande Kučere iz I&F McCann grupe, Slavice Pešić, PR Muzeja savremene umetnosti; Stefana Despotovića, direktora eksternih komunikacija Naftne industrije Srbije, Galeba Nikačevića, glavnog i odgovornog urednika Noizz Srbija; Đorđa Trbovića, vlasnika i osnivača IDJ Videos i Alekse Radonjića, Advertising Business Strategist-a kompanije United Media. Učesnici su istakli da čak ni svojevremeni pioniri i donosioci svežih talasa u muzici, biznisu, sportu i komunikacijama nisu položili ispit kada su nadolazili svetski trendovi. Neki su ih čak ignorisali i nisu priznavali platforme komunikacija bez kojih danas ne možemo da zamislimo svakodnevicu, kao što su youtube, vice, podcasta, instagram, presonalizovani pristup TV formama itd.

Od Tamare Klarić i Bogdana Stevanovića, volontera i aktivista Nurdora, saznali smo kako se kreira uspešna call to action kampanja. Njihovom akcijom 'Pruži korak' sakupila su se neočekivano velika novčana sredstva za obnovu Roditeljske kuće u Beogradu, akcijom su umreženi građani i kompanije koji su zajedničkim snagama doprineli ostvarivanju društveno odgovornog cilja.

Ranko Vučinić iz agencije Priredba, jedan od najvećih regionalnih i evropskih stručnjaka iz domena komunikacija u sportu predstavio nam je šta treba da radimo da bi naše zero priče postale herojske. Kada je pre nekoliko godina preuzeo Medveščak hokejaški klub iz Zagreba, niko nije verovao da će upravo ovaj projekat biti jedan od najnagrađivanijih ne samo u Hrvatskoj, nego i širom regiona. Momci

su se oblačili u roze, imali roze pertle u znak podrške borbi protiv raka dojke, čitali bajke nezbrinutoj deci i postali heroji Hrvatske.

Irena Trifunović, Opelova menadžerka za marketing i komunikacije koja je prva dobitnica nagrade za najboljeg PR menadžera u auto industriji u Srbiji, govorila je o tome koliko je zahtevno i inspirišuće zadovoljiti potrebe velike kompanije poput Opela, medija u Srbiji i upravljati marketingom kompanije za tržišta Srbije, Crne Gore, Makedonije i Albanije.

Jelena Mihelčić, šefica PR tima agencije Bruketa&Žinić&Grey održala je predavanje na temu 'Ako radiš nešto dobro, ceo svet priča o tome'.

Andrej Gamser iz Digital elementa predstavio je najnovije rezultate istraživanja stanja PR struke u Srbiji.

Tips&Tricks za digitalne komunikacije otkrila je Nevena Martinović, PR&Communications Manager Confluence Property Management. Nevena je govorila o razlici komunikacije brenda na digitalnim kanalima u odnosu na klasične medije i izazovima koje digitalizacija nameće brendovima da svoju komunikaciju maksimalno prilagode korisnicima.

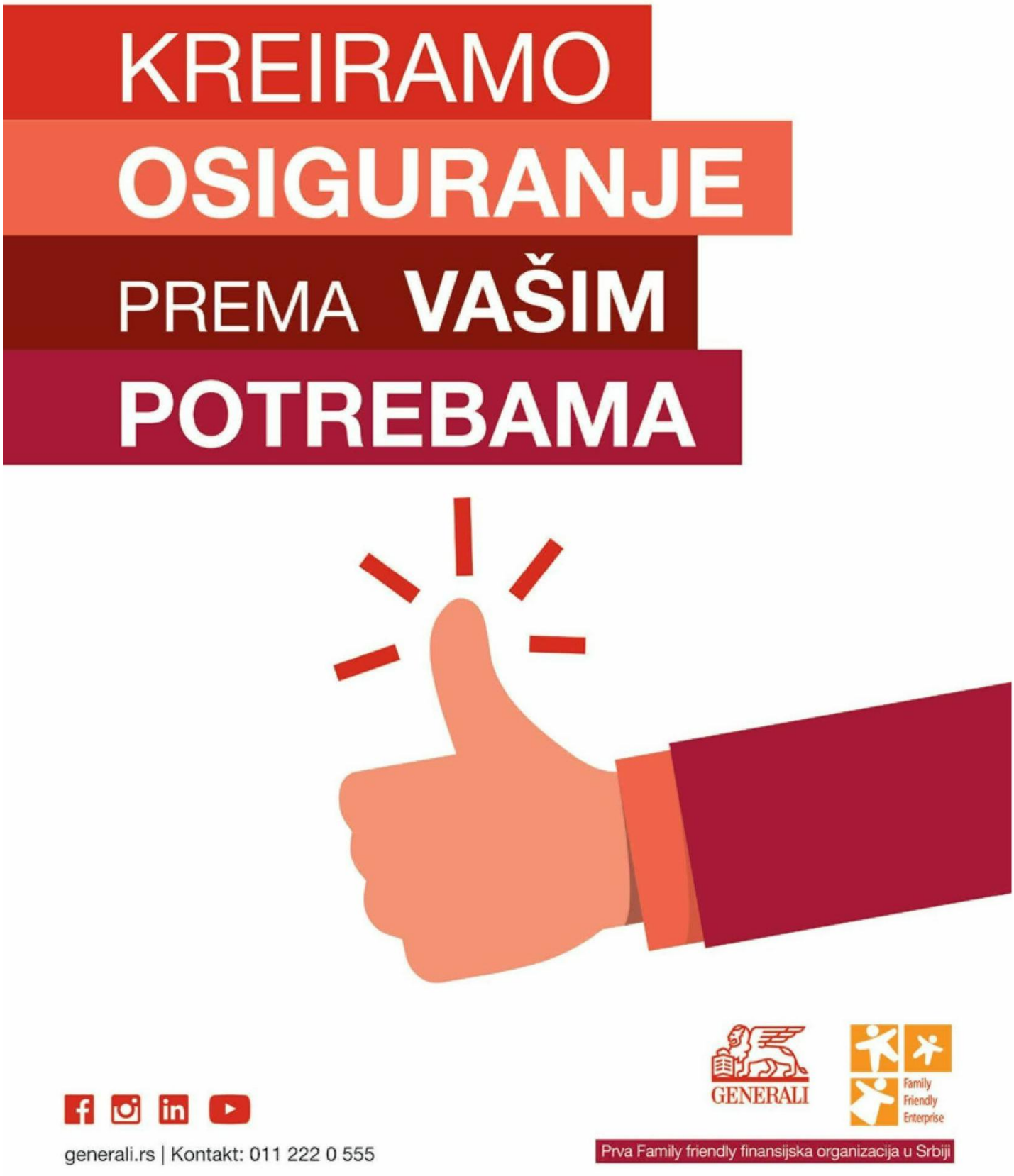
Ovogodišnju konferenciju podržale su sledeće kompanije: Eurobanka, Generali osiguranje, Opel, New Moment New ideas, Atlantic grupa, Voda Voda i Doncafe. Medijski parter događaja bila je Adria Media, a posebnu zahvalnost organizatori duguju i upravi Beogradskog sajma u čijim prostorijama je događaj održan.

Datum: 29.10.2019
Medij: Biz life
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 562

Naslov: GENERALI OSIGURANJE

Strana: 100



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 29.10.2019 10:20 XML
Medij: tangosix.rs
Link: https://tangosix.rs/2019/29/10/kolumna-alena-scurica-je-li-crna-gora-naucila-na-fijasku-slovenije-2-dio
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: [KOLUMNA ALENA ŠĆURICA] Je li Crna Gora naučila na fijasku Slovenije? - 2. dio

39112



Snija je u samo par godina uspjela uništiti svoj zračni promet i iz vodeće zrakoplovne zemlje regije pasti na čvrsto...

Slovenija je u samo par godina uspjela uništiti svoj zračni promet i iz vodeće zrakoplovne zemlje regije pasti na čvrsto zadnje mjesto. Prešla ju je čak i BiH i to prije nego je bankrotirala Adria. Sa bankrotom Adrie slovensko zrakoplovstvo će postati nebitno, daleko iza i jedne zemlje regije. Mariborski aerodrom dat je više nego sumnjivom koncesionaru iako je bilo evidentno da se ne radi o ozbiljnom poslu i da akteri imaju ekstremno lošu, pa čak i kriminalnu prošlost. De facto jedini aerodrom u zemlji, Ljubljana, prodat je Fraportu, a od tada aerodrom stagnira, a bankrot Adrie desio se kao "iznenađenje", te je "oporavak" stihijski. Na koncu Adria je prodana neiskusnom i malom investicijskom fondu koji ju je u tri godine potpuno upropastio. Danas je slovensko zrakoplovstvo doživjelo potpuni kolaps, putnici su prisiljeni putovati iz susjednih zemalja, Italije, Hrvatske, Austrije i Mađarske. Pad broja putnika će u listopadu (oktobru) biti 30-40%, a vraćanje na stanje iz prošle godine će biti dugotrajno i skupo. Istovremeno profitiraju svi osim Slovenije. Crna Gora planira svoje aerodrome dati u koncesiju, najavila je prodaju Montenegro Airlinesa. Jesu li to pametni potezi? I ako jest, kome predati svoje zrakoplovstvo i pod kojim uvjetima? A Crna Gora je u potpuno zavisnom položaju spram zrakoplovstva. Glavna privredna grana Crne Gore je turizam, a prometna povezanost je conditio sine qua non turizma. No, Crna Gora je i prometno izolirana, alternativni prijevozni sustavi su zastarjeli, loši i neprihvatljivi. Ceste su vrlo loše, ne postoje autoputovi, brodske veze su skromne, a željeznica je u još lošijem stanju. Crna Gora doslovce ovisi o zrakoplovstvu. U prvom dijelu ovog članka analizirali smo stanje Aerodroma Crne Gore i konstatirali da im je rast fascinantan (35 novih linija u tri godine, dovođenje najvećih prijevoznika koji su državu povezali sa glavnim hubovima, povećanje konektiranosti 73,3% u pet godina, velik broj LCC i leisure linija koje su bitne za dovođenje turista), da su ozbiljno profitabilni i da su vlastitim sredstvima povećali aerodromske kapacitete. Vidjeli smo i da imaju konkretne planove za budućnost, povećanje terminala u Podgorici, noćni letovi u Tivtu, da je već sada zavidan broj najava za zimu i još više za ljeto. Je li Montenegro Airlines jednako uspješan? Naravno da nije. Ni izbliza. Ima li ogroman akumuliran gubitak? Ima. Donosi li Montenegro velike benefite Crnoj Gori? Apsolutno da! A je li na dobrom putu da postane profitabilna kompanija? Mislim da je to iz objavljenih podataka evidentno. Slovenski primjer je pokazao da nacionalnu avio kompaniju i aerodrome treba gledati kao cjelinu, te imati jedinstvenu strategiju za zrakoplovstvo države. Kako se ne bi desio slučaj potpunog kolapsa kakav se prije mjesec dana desio u Sloveniji. Za vrijeme bivše države Crna Gora je imala prilično skroman zrakoplovni promet. Oba aerodroma imala su manje od pola milijuna putnika, čak 5 puta manje nego danas, 1986. JAT je iz Crne Gore imao samo 21 tjedni let prema Beogradu, te 4 tjedna leta za inozemstvo (1 iz Podgorice za London, te 2 iz Tivta za Amsterdam i 1 za Beč preko Beograda). U ljeto 1991. Adria je za Crnu Goru imala tri domaća tjedna leta, Croatia jedan domaći tjedni let, dok je JAT imao 26 tjednih letova u domaćem prometu (za Beograd), te tri tjedna leta za inozemstvo (iz Tivta dva za Amsterdam i jedan za Beč). Montenegro Airlines je nastao 24.10.1994, no prvi avion je nabavljen tek 1996. i to Fokker F28-4000, mlazni avion sa 85 sjedala. Prvi let je bio između Podgorice i talijanskog Barija, 7.5.1997. Iduće godine došao je još jedan F28. Od 2000. u kompaniju dolaze Fokkeri F100, kojih je u floti bilo pet. Od

ovih aviona danas su operativna dva (4O-AOP i 4O-AOM), iako letove vrši samo jedan (AOM). Ostali avioni su prizemljeni i pohranjeni na stajanci uz objekte za održavanje Montenegro Airlinesa. Od 2008. do 2010. kompaniji je isporučeno tri Embraera E195 koji su uzeti na leasing, te koji postepeno mijenjaju Fokkere F100. Od 2014. do 2017. Montenegro je u floti imao i manji Embraer E190, također uzet u leasing, no isto je vraćen lezoru nakon samo tri godine operacija. Kompanija je planirala nabaviti i manji Embraer E175 no isto se nije realiziralo. Sve do 2006. Montenegro je imao konkurenciju tada domaće kompanije Jata. Tako je u ljeto 2001. JAT iz Tivta letio 49 puta tjedno za Beograd, 2 puta tjedno za Kiev i jednom tjedno za Moskvu, dok je iz Podgorice letio 21 puta tjedno. Ukupno čak 73 tjedna leta (više od 10 dnevno). I dok su se ostale nacionalne kompanije (Adria, Croatia, Air Bosna, MAT) samostalno razvijale u svojim državama, Montenegro je prvih 10 godina svoje egzistencije imao vrlo jaku konkurenciju Jata. Ipak, kompanija je preuzimala tržište, te je na koncu imala više letova od Jata, njih stotinjak tjedno. Po odvajanju od Srbije, Montenegro pokušava pridobiti tržišta izvan Crne Gore. Tako je kompanija 2006. osnovala Master Airways koji je pokušao bazirati jedan F100 u Nišu, te pokrenuti prvu liniju Niš-Zurich, uz planove za još nekoliko linija. No, kompanija nije uspjela ishoditi dozvole od Srbije te nikada nije poletjela. Ideja se reaktivirala 2010. i ponovo bezuspješno. Montenegro je od 2010. do 2013. napravio i mini hub u Podgorici na način da su tri aviona kompanije noćila izvan baze, tj. odlazila su prema feeding destinacijama navečer i vračali se ujutro svakog dana. Ove feeding destinacije su bili Niš, Skopje i Priština, na što treba dodati i konekcije iz Beograda za koji je Montenegro tada letio tri puta dnevno. Na te četiri destinacije konektirali su se svi letovi iz Podgorice. U Nišu za te 3 godine operiranja Montenegro je dobio 2,6 milijuna EUR (oko 870.000 godišnje) no linija je akumulirala tek 25.000 putnika godišnje. Na koncu je Montenegro prekinuo sve tri linije, ostavši dužan novac aerodromima. Prije tri godine Montenegro je najavio i suradnju sa Croatiom, te letove preko Zagreba za treće destinacije poput Podgorica-Zagreb-Copenhagen. No, isto se nije desilo, a kompanija je pokrenula širok code-share sa Air Serbiom. Godinama je Montenegro akumulirao gubitke i živio na financijskoj podršci države. Na koncu je akumulirano skoro 90 milijuna EUR gubitka, pri čemu su država i Aerodromi Crne Godine pomogli kompaniju subvencijama i otpisima dugova. U listopadu (oktobru) 2017. račun kompanije je bio blokiran od strane Centralne Banke Crne Gore. U tom momentu kompanije je bila dužna 17,8 milijuna EUR Aerodromima Crne Gore, 14 milijuna poreza, 4,5 milijuna Celestial Aviation Tradingu, 2,3 milijuna SMATS-i, 1,7 milijuna Embraeru, 1,5 milijuna Aerodromu Beograd, 0,8 milijuna Jugopetrolu, 0,7 milijuna Eurocontrolu, te 0,4 milijuna Generali osiguranju. Iako je te 2017. izgledalo da kompanija neće preživjeti zimu, te da svi od nje dižu ruke, novi CEO Živko Banjević preuzima kormilo i kompanije počinje pokazivati pozitivne rezultate. Nakon pada i sedmogodišnje stagnacije od 2011. do 2017, broj putnika počinje rasti i 2018. postaje rekordna. Prema rezultatitma prvih devet mjeseci očekuje se dalji rast putnika u 2019. Kompanije je povećala i tržišni udio u Crnoj Gori, iako je u međuvremenu bitno narastao broj novih kompanija i linija, te se ozbiljno povećala konkurencija. Komapnija je 2017. imala 26,0% udjela, a prošle godine 26,3% tržišnog udjela u Crnoj Gori. Ovo je više nego ima Croatia Airlines u Hrvatskoj (20,8%), no bitno manje od Air Serbie u Srbiji. Montenegro u Podgorici ima daleko najviše putnika (348.541), duplo više nego Air Serbia (155.212), a gotovo isto toliko imao je i Ryanair (150.194). I u Tivtu najviše putnika ima Montenegro (265.108), pa Aeroflot (112.507), dok je treća Air Serbia (90.321). U prvih osam mjeseci ove godine kompanija je povećala broj putnika za 2,5%, a u kolovozu (augustu) ove godine je uspjela prerasti i 100.000 putnika u jednom mjesecu (porast od 4,3%). Bitno skromniji rast nego prošle godine, no rast se nastavlja. Montenegro je nakon pada broja linija 2016. i 2017. godine povećao i broj linija u 2018. i zadržao ih ove godine. Kompanija je i povećala broj letova od 2018, pa je ove godine imala rekordan broj letova, njih 106 tjedno. No, ono što treba primijetiti je da je osim kvantitete letova novi managment 2018. ozbiljno poradio na logičnijem preslagivanju linija, analizirao razultate pojedinih linija i sukladno tome kvalitetnije iskoristio kapacitete na isplativijim linijama, te smanjio one druge. Tako je iz Podgorice povećao Dusseldorf, Lyon i Zurich, a smanjio Paris. Jedini moskovski let kompanija je prebacila na Tivat koje je povećala sa 15 na 17 tjednih polazaka. Iz Tivta je uveden Leipzig i Munich sa po dva tjedna leta, te je povećan London Gatwick i St.Petersburg. Ove godine kompanija je ponovo reagirala, povećala je iz Podgorica Paris (uvidjevši da su rezanja godinu prije bila prevelika), te iz Tivta Beograd, Leipzig, Moskvu i Munich. Smanjen je London Gatwick, dok je jedini let iz Tivta za Copenhagen prebačen na Podgoricu gdje je povećan sa dva na tri leta. Kompanija je red letenja daleko logičnije postavila. I umjesto da skroman broj frekvencija leti podijeljeno iz Tivta i Podgorice, odlučila se da će pojedinu liniju obnašati samo iz jednog grada sa više frekvencija. Daleko logičnije. Putnici ovako dobivaju kvalitetniji broj frekvencija i konektiranost, a putnik putuje sa jednog od dva vrlo bliska aerodroma (udaljena samo 50 km). Ovo logično preslagivanje linija smatram najvećim postignućem novog managementa. Od zime 2015/16 Montenegro Airlines ima 9 zimskih linija, no ove godine je nakon dugo vremena povećala broj zimskih letova i to za 5%. Kompanija

je vrlo brzo reagirala i na bankrot Adrie koja je na liniji Podgorica-Ljubljana letjela 7 puta tjedno. Montenegro je tako povećao broj letova sa 3 na 6 i prevenirao možebitno vraćanje na liniju nove slovenske kompanije Air Sloveniju koju slovenija najavljuje za veljaču (februar) iduće godine. Upravo radi toga Slovenija nije najavila Podgoricu kao jednu od linija koje bi nova slovenska kompanija trebala reaktivirati. Kroz povećanje frekvencija, ali i akcijske cijene za slovenske putnike, Montenegro planira privući što veći broj P2P putnika (uključujući i putnike za Tiranu), ali i očajnih slovenskih putnika za konektiranje preko Podgorice, obzirom da u ovom momentu nemaju baš previše opcija i izbora, pa su voljni i preko juga letjeti na sjever ili zapad. Prvi puta Montenegro je povećao broj letova tijekom božićnih i novogodišnjih praznika. Tako od 12.12. do 10.1. ima jedan dodatan tjedni let iz Podgorice za Frankfurt i za Paris, te iz Tivta za Moskvu. Svi ovi letovi tako imaju tri tjedna leta umjesto dva koliko imaju tijekom ostatka zime. Odličan način da se smanji prizemljenost flote zimi (dva aviona su stalno prizemljena), te da se dodano zaradi u vrijeme većeg broja putovanja. Nešto što Croatia Airlines nikako da nauči, a Air Serbia već godinama odlično provodi. Šteta što isto nije napravljeno i na letovima za Beograd, Rim, Beč i Zurich. Na svim ovim linijama mogao se uvesti dodatan let u tih mjesec dana. Tri top destinacije Montenegra su Beograd (277.590 putnika), Moskva (66.880) i Pariz (34.898). Na letovima za Beograd Montenegro ima više putnika od Air Serbie. Od 527.513 putnika u 2018, Montenegro ih je imao 277.590, što je 52,6% putnika, dok ih je Air Serbia imala 249.923 (47,4%). No, po broju ljetnih frekvencija između Srbije i Crne Gore dominantna je Air Serbia sa 46 letova, spram Montenegrovih 37 tjednih letova. U zimskom redu letenja broj frekvencija na ovoj najvažnijoj liniji Montenegra je podjednak između oba operatera, tj. Air Serbia ima jedan let više od Montenegra. Na letovima za Moskvu, Montenegro ima relativno mali udio u prometu spram ruskih prijevoznika, u prvom redu zato što ih ima velik broj. Za Moskvu mu konkurira čak 7 prijevoznika i to Aeroflot, Pobeda, S7 (sa kojim ima code-share), Red Wings, Ural i Yamal svi iz Tivta, te Rossiya iz Podgorice. Usprkos tome prema broju tjednih operacija spram svakog od tih prijevoznika Montenegro je potpuno dominantan sa 18 tjednih letova. Zimi uz Montenegro za Moskvu lete S7, Aeroflot i Pobeda. Montenegro ima zavidan broj code-share ugovora obzirom na tako malu flotu i skroman broj linija. Code-share ugovore imaju sa Austrianom (na liniji Podgorica-Beč lete oba prijevoznika), S7 (na liniji Tivat-Moskva lete oba prijevoznika), Air Franceom (leti samo Montenegro na liniji Podgorica-Paris), Alitalijom (na liniji Podgorica-Rim lete oba prijevoznika), Etihadom i Air Serbiom (iz Beograda za Podogricu i Tivat lete oba prijevoznika). Montenegro povezuje Crnu Goru sa najvećim hubovima Europe preko kojih su moguće izuzetno dobre i brojne konekcija. U code-shareu sa Air Franceom lete za Paris CDG (2. aerodrom po veličini u Europi), potom lete za Frankfurt (4. u Europi), Munich (8.), London Gatwick (9.), Rim FCO uz code-share sa Alitaliom (11.), Zurich (14.), Copenhagen (15.), Moskva Domodedovao u code-share sa S7 (16.), Beč u code-share sa Austrianom (22.), Dusseldorf (26.), St.Petersburg LED u code-share sa S7 (32), te Beograda u code-share sa Air Serbiom (82.). Prihodi kompanije su nakon ozbiljnog pada 2014. i stagnacije dvije godine, porasli 2017., a ozbiljno narasli prošle godine, i to na preko 80 milijuna EUR. Velik uspjeh kompanije je činjenica da gubitak kompanije rapidno pada posljednjih dvije godine. U 2019. prihodi će biti nešto veći nego 2018, no kompanija je imala povećane rashode radi neplaniranog kvara na F100 (4O-AOP) koji je radi problema sa motorom prizemljen od studenog (novembra) 2018. Dallas Airmotive Inc. nije uspio popraviti motor na vrijeme, dočim se isti nije mogao koristiti sukladno planovima, pa se morao iznajmiti dodatan avion. Popravak je izvršen tek nedavno, pa se avion ponovo može koristiti, no zbog limitiranih resursa isti se neće uporabljati nego će se sa tim resursima nastojati prodati, dočim će u uporabi ostati samo 4O-AOM još iduće ljeto. Jasno je da kompanija ovisi o subvencijama koje je do sada dobivala po raznim osnovama od dotacija, do otpisivanja dugova. Do konkretnih iznosa nisam uspio doći, no dobio sam izjavu kompanije po kojoj su sva sredstva koja su dobili od države u prošloj godini usmjerena isključivo na plaćanje starih obveza iza prethodnih godina, tj. da financijski rezultat nije napumpan dotacijama države. Ukupno akumuliran gubitak kompanije je 89,8 milijuna EUR. Ovo je bitno više od vrijednosti cijele kompanije koja je procijenjena na tek 51,5 milijuna EUR, dočim se opravdano postavlja pitanje isplativosti opstanka projekta nacionalnog prijevoznika. Dobar dio tog gubitka jest porezni dug, pri čemu je Montenegro Airlines najveći porezni dužnik u Crnoj Gori (u 2018. porezni dug je bio 18,6 milijuna EUR). Što god da se desi sa Montenegrom ovaj dug će se preliti na porezne obveznike Crne Gore. Planira li Crna Gora prodati Montenegro morat će ga restrukturirati. A to pak znači preuzimanje ovog duga od 89,8 milijuna EUR, uvećanog za dug iz 2019. To je još uvijek manje od 140 milijuna EUR koliko je Croatia potrošila na restrukturaciju i dodatan novac 6 godina nakon dokapitalizacije, ili pak na 248,5 milijuna koliko je dugova Jat-a preuzela Srbija prilikom osnivanja Air Serbie. Odluči li Crna Gora zadržati Montenegro u svom vlasništvu, jasno je da kompanija nema budućnosti dok se ne riješi utega ovog duga. Odluči li pak Crna Gora zatvoriti Montenegro, manji dio ovog duga će se naplatiti iz vrijednosti kompanije, a ogroman dio će vlada morati platiti (i otpisati

nenaplaćene poreze). Montenegro airlines ima previše zaposlenih, a što je ozbiljan uteg kompanije i jedan od bitnih razloga neprofitabilnosti. Stoga želi li Crna Gora profitabilnu kompaniju mora smanjiti količinu zaposlenih u Montenegro Airlinesu. Odbor direktora Montenegro Airlinesa krajem prošle godine zadužio je izvršnog direktora da pripremi novi akt o sistematizaciji, te optimizira broj zaposlenih, tj. kadrovski restrukturira kompaniju. Je li vlast u ovome ozbiljna i u kojoj mjeri, ostaje za vidjeti. Bez ozbiljnih rezova u broju zaposlenih, kompanija nema budućnosti. No i prije ove odluke novi management je shvatio važnost smanjenja broja zaposlenih. Kompanija je smanjila broj zaposlenih za desetak posto u tri godine iako je istovremeno povećala broj operacija, linija, te putnika za dvadesetak posto. Iskreno, ovaj podatak jest fascinantan. Kompanija smanjuje troškove i na način da sezonski svake godine zaposli još 50-tak honorarnih djelatnika. Jasno je da je broj zaposlenih još uvijek prevelik spram broja putnika i kapacitete, no evidentno je da se taj broj smanjuje i da je obrnuto proporcionalan broju putnika. U 2020. Montenegro planira u kompaniju dovesti još jedan Embraer E195. Natječaj za leasing aviona uskoro će izaći. Uz to tijekom ljeta letjet će još i jedan preostali Fokker F100 (AOM). Uz to od svibnja (maja) do rujna (septembra) kompanija će i ove godine unajmiti jedan avion od ACMI kompanije u wet-leasu, što znači da će kompanija operirati sa 5 vlastitih aviona i jednim na kratkoročnom najmu. Kako kompanija intenzivno radi na prodaji cijele flote F100, njih pet (dva operativana i tri koja nisu u letnom stanju), očekuje da će ih prodati u jesen iduće godine. Pregovori se vode sa Qantasom (vrlo vjerojatno za Alliance Airlinse koji leti samo Fokker) i jednom kazahstanskom kompanijom (u floti F100 imaju Bek Air i Caspiy). Isto vrlo vjerojatno znači 2021. i nabavu još jednog Embraera u floti dočim bi ih bilo pet. U idućoj godini kompanija planira uvesti dvije nove linije sa dva dnevna polaska, od kojih je jedna iz Podgorice za Nantes, te kani povećati broj frekvencija za Ljubljanu, St.Petersburg, Lyon i Hannover. Prema odluci Vlade Montenegro bi trebao ići u restrukturaciju i to vrlo hitno. Plan je bio da se to desi 2019. i traje do 2020, no, kao i sve u zrakoplovstvu Crne Gore očito je isto prolongirano. Vlada planira uložiti 20 milijuna EUR i vrlo vjerojatno otpisati još toliko poreznih dugova, kao i dugove prema drugim javnim poduzećima. Bojim se da to neće biti dovoljno za ozbiljnu restrukturaciju. Želi li Crna Gora zadržati svoju nacionalnu kompaniju, a trebala bi, onda mora očistiti kompaniju od svih dugova, te investirati bar 10 dodatnih milijuna EUR da joj omogući suvremenu opremu, dostatne resurse i konkurentne uvjete za profitabilno letenje u vrlo teškoj konkurenciji 50-tak kompanija koje lete sa najsuvremenijim avionima. Nakon što zamjeni jedan Fokker F100 za četvrti Embraer E195, kompanija bi trebala ozbiljno razmisliti da nabavi još i peti avion, manji Embraer E170 (66 sjedala u dvije klase) ili E175 (74 sjedala u dvije klase). Ovaj avion bi bio odličan za zimske frekvencije. Kompanija sada ima 46 tjednih letova, za što su joj dostatna dva aviona. Jedan manji E170 na polovici letova i jedan veći E195 na jačim linijama (Beograd, Moskva), uz prizemljenje ostala tri E195, bi bili dobitna kombinacija. Konačno iste posade lete i na E170 i na E195, održavanje je gotovo jednako, veći dio dijelova se mogu uporabiti na oba aviona. Manji avion bi omogućio i veći broj frekvencija zimi što je toliko potrebno na nekim važnim linijama (Frankfurt, Paris, Zurich), a mogle bi se uvesti i neke nove linije ili neke sezonske produžiti na cjelogodišnje. Za desetak godina, kompanija bi dio flote E195 trebala zamijeniti ekonomičnijim i nešto većim E195-E2. Ovi avioni su trenutno preskupi jer su se tek počeli proizvoditi, no za desetak godina će biti financijski prihvatljivi. Kompanija nema nikakve logike na floti od 5-6 aviona uvoditi neki drugi model. Konačno uskotrupci (737 i A320obitelj) su preveliki za Crnu Goru osim kroz kratkoročne wet-lease najmove u top sezoni (od sredine svibnja do sredine rujna), sa kojom praksom kompanija treba i nastaviti. Montenegro svakako ne smije riskirati sa linijama na kojima je prejaka konkurencija. To nema nikakvog smisla, a kompaniji bi donijelo samo ozbiljne neprijatelje koji kad se dirne ne puštaju dok ne unište, sklone dumpingu i koje se ne može pobijediti. Samim time isto znači ozbiljne gubitke i u konačnici zatvaranje linije. Upravo zato kompanija se treba bazirati na konceptu u kojem povezuje Podgoricu sa glavnim hubovima, a u Tivtu vrši letove za turiste. Ni u kom slučaju ne treba imati iste destinacije iz oba aerodroma, što je i management kompanije sam prepoznao, nego jednu destinaciju treba razvijati iz jednog od aerodroma i to dok god ne dostigne bar svakodnevne letove, a po mogućnosti i dva leta dnevno. Tek tada može destinaciju razvijati i iz drugog aerodroma. Kompanija bi morala povezati oba aerodroma autobusnom shuttle linijom da omogući putnicima korištenje linija iz oba. Obzirom da Podgoricu treba razvijati kao aerodrom koji se povezuje sa hubovima i time povećava konektiranost Crne Gore jasno treba definirati koji su to aerodromi preko kojeg će se isto provoditi. Obzirom na potencijalne putnike i sadašnje frekvencije to svakako jest Lufthansa Grupa. Kompanija već ima code-share sa Austrianom, članom Lufthansa grupe, te za Beč ljeti leti 5 letova tjedno ljeti, dok Austrian leti 7 tjednih letova. Ove zime Montenegro leti 3 tjedna leta za Beč, a Austrian 5. Ova linija svakako se mora povećati na dva dnevno ljeti (po jedan Montenegra i Austriana), te 10 puta tjedno zimi. Uz to Montenegro mora dogovoriti i code-share sa ostalim kompanijama Lufthansa grupe. Pritome Lufthansinim kompanijama treba prepustiti letove za Tivat, dočim treba prekinuti letove Tivat-

Munich i prebaciti ih na Podgoricu. Istime bi Lufthansa i dalje letjela iz Tivta za Frankfurt i Munich, te Brussels za Bruxelles. No, istovremeno Montenegro treba povećati broj ljetnih letova iz Podgorice za Frankfurt na najmanje 10 puta tjedno (sada je 5 puta tjedno) sa intencijom povećanja na 2 dnevno ljeti i 7 puta tjedno zimi (sada je 2 puta tjedno). Munich iz Podgorice mora operirati najmanje 7 puta ljeti i 4 puta zimi. Na isti način treba pokrenuti code-share sa Swissom i povećati liniju Podgorica-Zurich sa sadašnjih 6 puta tjedno ljeti na bar 10 puta tjedno, te sa 3 puta tjedno zimi na bar 6 puta tjedno. I sa Brusselsom treba pokrenuti code-share te uvesti liniju Podgorica-Brussels bar 5 puta tjedno ljeti i 3 puta tjedno zimi. Ovime bi se napravila izvanredna konektiranost Crne Gore pošto Lufthansa grupa ima jedan sustav prodaje karata preko svih svojih hubova, Frankfurta, Municha, Beča, Zuricha i Bruxellesa, pa putnik koji kupi kartu u Lufthansi ne mora ni dotaknuti Frankfurt ili Munich, već obaviti konektirani let npr. preko Bruxellesa ili Zuricha. Nemalo puta sam to činio. To znači da bi Podgorica bila povezana sa 46 tjednih letova ljeti (7 dnevno) i 30 tjedno zimi (4 dnevno). Iz Tivta frekvenciju bi diktirala Lufthansa grupa (sada lete za Munich, Frankfurt i Bruxelles, a vrlo je realno pokretanje i letova Swissa za Zurich, te Austriana za Beč), a realno bi bilo da ova tri aerodroma imaju svakodnevnu povezanost, možda čak i dva leta dnevno u skorije vrijeme tijekom sezone, a kasnije i pokoji let zimi. Uz to Montenegro treba razvijati suradnju sa Air France-KLM. Trenutno u code-share lete za Paris 6 puta tjedno iz Podgorice ljeti i 2 puta zimi. Ova frekvencija se mora povećati na bar 7 puta tjedno ljeti, uz intenciju povećanja na 10 puta tjedno, te bar 4 puta tjedno zimi, uz intenciju povećanja na 7 puta tjedno. Zbog toga je potrebno što prije pokrenuti liniju iz Podgorice za Amsterdam uz code-share KLM-a, sa bar 5 tjednih letova ljeti i 3 tjedna leta zimi. Svakako Paris i Amsterdam zajedno moraju imati dva leta dnevno ljeti i jedan dnevno zimi. I Air France-KLM ima isti sustav kao i Lufthasa grupa, tj. putnik može u jednu stranu putovati preko Pariza, a nazad preko Amsterdama. Stoga ova dva leta moraju biti koncipiratna tako da jedan prometuje prije podne (npr. Paris) a drugi poslije podne (npr. Amsterdam). Kompanija bi svakako trebala nastaviti suradnju i sa Alitalijom. Sadašnjih pet tjednih letova Alitalije ljeti i 4 Montenegra, te 3 tjedna leta zimi Alitalije i isto toliko Montenegra je dovoljno za ovu liniju. I sa S7 treba nastaviti suradnju. Ovo je odlična opcija kao protuteža Aeroflotu koji ima ozbiljna broj frekvencija iz Tivta, uključujući i svoj LCC Pobedu, te Rossiyu iz Podgorice. S7 omogućuje velik broj konekcija preko Moskve i preko St.Petersburga. S7 ima 7 tjednih letova iz Tivta za Moskvu Domedededovo ljeti dok Montenegro ima čak 18 ljetnih letova na ovoj liniji. Ovo je jedina linija (uz Beograd) gdje Montenegro treba imati letove iz oba aerodroma, tj. ostaviti 14 tjednih letova iz Tivta, te 4 tjedna leta prebaciti na Podgoricu, na koje treba dodati još bar 2 tjedna leta, tj. imati ih 6 tjedno. Indiktativno je da je linija iz Podgorice za Moskvu ukinuta što znači da nije bila isplativa, no sa gotovo svakodnevnom frekvencijom i code-share na S7 podgorička opcija ne bi smjela omanuti. I vrlo vjerojatno bi istisnula Rossiyu. Zimi S7 leti pet puta tjedno, a Montenegro 2 puta tjedno. I ovaj broj frekvencija jest prihvatljiv i dalje. Uz to Montenegro leti sezonski 3 puta tjedno za St.Petersburg, frekvencija koja je prihvatljiva i dalje. Copenhagen treba postepeno povećavati sa sada prihvatljivih 3 tjedno iz Podgorice na 4, kasnije na 5 tjedno uz code-share SAS-a. U doglednoj budućnosti ova linija zimi ne bi imala smisla. Povećanje Ljubljane na 6 tjedno, nakon bankrota Adrie jest dostatno i ispravno. Ljeti za Beograd iz Podgorice Montenegro leti dva puta dnevno, dok code-share partner Air Serbia leti tri puta dnevno. Iz Tivta ljeti za Beograd leti Montenegro 23 puta tjedno, a Air Serbia 22 puta, tj. ukupno 6,5 puta dnevno. Zimi iz Podgorice Montenegro za Beogad leti 15 puta, Air Serbia 19 puta, što je skoro 5 puta dnevno. Za Tivat zimi Montenegro prema Beogradu leti 10 puta tjedno, Air Serbia 7 puta. Ovaj broj frekvencija code-share partnera jest više nego dovoljan i zimi i ljeti. No, kompanije bi morale više poraditi na sinkronizaciji reda letenja, tako da se pokriju sva četiri Air Serbijina vala ljeti, te sva četiri zimi iz Podgorice i dva iz Tivta. Nažalost, sada nije tako, pa nema ozbiljne sinergije ova dva prijevoznika, niti savršene konektiranosti koju bi ova količina frekvencija morala omogućiti preko Beograda. Iskreno, ova dva prijevoznika se na ovim linijama ponašaju kao potpuna konkurencija, a ne kao code-share partneri. Montenegro bi trebao što prije uvesti i letove za Prag iz Podgorice bar tri puta tjedno u sezoni, te niz turističkih linija iz Tivata koje još uvijek nisu pokrivene sa najmanje dva tjedna polaska što je prihvatljivo za turiste. Jednako tako Montnegro treba reaktivirati ideju suradnje sa Croatiom i letove između Podgorice i Zagreba bar šest puta tjedno, posebno ako se približi Star Alliance, što je gore elaborirano kao logično. Na ovoj liniji ne bi bilo samo P2P putnika, već i konektiranih putnika iz Podgorice preko Zagreba. Broj putnika se može i povećati tako da se neke linije povežu preko Zagreba čime bi one imale 1stop iz Podgorice, a bile bi nonstop iz Zagreba. Tako bi, primjerice, linija Podgorica-Zagreb-Copenhagen mogla puniti i putnike iz Zagreba (prodaja preko Croatie), dok bi putnici iz Podgorice putovali 1stop. Na ovaj način Montenegro bi mogao povećati broj frekvencija ljeti, te liniju zadržati i zimi, kada i Zagreb ima problema sa punjenjem svakodnevnog leta za Copenhagen. Jednako tako bi se mogla odraditi pokoja frekvencija za Moskvu, liniju koju Croatia ne obnaša, kao i za Prag, liniju koju Montenegro sada ne obnaša, a Croatia ju ima slabog broja tjednih frekvencija, dok zimi istu ne

obnaša ni jedan prijevoznika (čak ni ČSA). Montenegro treba povećati iskoristivost flote zimi. Ne treba se zanositi da se nepotrebni kapaciteti (trenutno 50% flote) može iznajmiti zimi, to pokušavaju sve kompanije Europe i vrlo malo ih pritom uspijeva. Čak i najveći, poput Ryanaira, easyJeta i Air Francea zimi imaju prizemljene kapacitete. No, kapaciteti se mogu iskoristiti i na druge načine. Prvenstveno treba još više povećati broj letova tijekom mjeseca dana oko božićnih blagdana, sa kojom praksom je relativno skromno Montenegro počeo ove godine. Potom kapacitete treba davati u ad hoc chartere (sportaši, politika, kongresi), kao i intenzivnije raditi na uskakanju u slučaju turbulencija na tržištu kakve su češće zimi (klimatski uvjeti, štrajkovi, kvarovi). Konačno kompanija može pokrenuti jednu liniju prema toplim zimskim destinacijama (npr. Kanarski otoci ili Tunis), kao i nekoliko specijaliziranih kratkih turističkih tura (npr. pivska tura po Europi, Djed Mraz u Roveniemiu, proslava Nove godine u Lisabonu, hodočasnici isl.). Ovo neće ozbiljno podići flotu zimi, niti biti ogroman prihod, ali bi uz blagovremeno planiranje i najave, te suradnju sa turističkim agencijama, moglo bi djelomično smanjiti prizemljenost i gubitke zimi. Crnogorska vlast je prošle godine pregovarala sa 4K oko prodaje Montenegra, i pritom su bili vrlo ozbiljni. Na sreću po Crnu Goru, pokazalo se pravo lice stvari prije nego su ti pregovori finalizirani, 4K je odveo Adriu u bankrot i pokazao da ne samo da nije sposoban voditi avio kompaniju, nego je u samo tri godine uništio nešto što se gradilo gotovo 60 godina i što je preživjelo velike tržišne turbulencije. Jednako tako 4K je u bankrot odveo i svoju drugu zračnu kompaniju švicarski Darwin. Da je Crna Gora prodala Montenegro 4K danas ga ne bi bilo. A država bi potrošila više desetaka milijuna EUR. Lekcija naučena? Bojim se da nije. Vrlo skoro će u Crnu Goru doći neki "novi 4K" i crnogorska vlast će povjerovati njihovoj slatkorječivosti, bajkovitim pričama i vrtoglavim planovima. Za sada je vlast doslovce imala sreće, hoće li i idući puta? Odgovor je da sreća ne smije imati veze sa strateškim poslovnim odlukama. Dakle njena zrakoplovna budućnost ovisi samo o njoj samoj. U svakom slučaju ako se neće okružiti stručnjacima i ozbiljno se koncentrirati na upozorenja, te će olako pristupati pregovorima, Montenegru će se deisti scenarij Adrie, a crnogorskom zrakoplovstvu će se desiti slovenski fijasko. Ako su daleko oprezniji i iskusniji Slovenci nasjeli "kineskim bajkama" u Mariboru i 4K ružičastim planovima u Adriji, te su uspjeli slovensko zrakoplovstvo iz prvog pozicionirati na posljednje mjesto, onda je Crna Gora u još većoj opasnosti. Slovenija ima alternativu, putnici će putovati automobilima i vlakom, ona je u središtu Europe, odlično povezana autoputovima i željezničkim linijama. Putnici će putovati iz dvadesetak aerodroma u krugu 400 km. Zagreb je na tek 130 km od Ljubljane, vrlo je blizu Venecija, Graz, Treviso, Beč, Budimpešta. A koju alternativu ima Crna Gora kojoj je glavni prihod turizam i vrlo je nepovezana alternativnim prijevoznim sredstvima? Javnosti je poznato da sam veliki protivnik koncesija za aerodrome koji su profitabilni i mogu se razvijati vlastitim sredstvima. A to Aerodromi Crne Gore svakako jesu. Dobit je povećana četiri puta u pet godina, prihodi su značajno povećani, povećan je i broj putnika, dovedeni su najznačajniji prijevoznici Europe, ulagano je u infrastrukturu. Iskreno smatram da država koja živi od turizma i ima profitabilne aerodrome ne bi iste trebala dati u koncesiju. Crna Gora mnogo ovisi o zračnom prometu, bitno više nego bilo koja država regije. I stoga Crna Gora mora biti vrlo oprezna. Ako se Crna Gora i odluči svoju zlatnu koku koja joj je strateški važna dati koncesionaru onda treba uzeti u obzir da će Aerodromi Crne Gore uz realno povećanje putnika i prihoda donijeti državi od 500 do 700 milijuna EUR u 30 godina. Minimalni zahtjevi prema koncesionaru koji su sada u natječaju postavljeni su 100 milijuna EUR uplate odmah, 80 milijuna EUR investicija odmah tj. 200 milijuna sveukupno tijekom koncesije, te 10% prometa uplatiti svake godine, što je u ovom momentu 110 milijuna EUR, a realno bi se trebalo povećati na 200 milijuna. Zašto onda prihod od 500 do 700 milijuna EUR u 30 godina koju će vlastiti aerodromi uprihoditi državi zamijeniti za 400 do 500 milijuna EUR u istom razdoblju? Crna Gora mora odabrati koncesionara koji će dati više od 700 milijuna EUR ili se ne odlučiti za koncesiju jer je isto financijski nelogično i strateški vrlo opasno po gospodarstvo Crne Gore. Uz to koncesionar neće zadovoljavati strateške potrebe države, njega neće biti briga za povezanost Crne Gore. On će gledati samo profit. Pogledajmo samo primjer stagnacije Fraporta u Ljubljani dok svi ostali ozbiljno rastu, te "nesnalaženje" prilikom bankrota Adrie. Zašto investicija države u prištinsku pistu, što je podloga sukoba vlasti i koncesionara u Prištini oko velikog podizanja taksi? Zašto u Skopju ima toliko malo legacy carriera, a neprirodno ogroman dio tržišta ima Wizz Air i to uz veliku financijsku pomoć države? Zašto Zagreb ove godine stagnira, koncesionar je višekratno podigao takse i ne želi LCC, te Zagreba ima daleko najmanje LCC linija od svih aerodroma glavnih gradova i aerodroma te veličine? Koliko to negativno utječe na turizma (a Zagreb je broj 1 turistička destinacija regije), te gospodarstvo Zagreba? Što je to konkretno napravio koncesionar u Beogradu, te zašto je velik rast ove godine produkt samo rasta Air Serbie kojeg financira država, dok je rast ostalih prijevoznika skroman? Zašto privatni vlasnici Brača i Lošinja ne mogu značajno povećati promet iako se ozbiljno trude? Što je sa planetarnim fijaskom koncesije u Mariboru? Zašto Dubrovnik i Split, iako u državnom vlasništvu, prestižu Zagreb po broju putnika, šire infrastrukturu, broj linija i

Vreme: 29.10.2019 10:20 XML
Medij: tangosix.rs
Link: https://tangosix.rs/2019/29/10/kolumna-alena-scurica-je-li-crna-gora-naucila-na-fijasku-slovenije-2-dio
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: [KOLUMNA ALENA ŠĆURICA] Je li Crna Gora naučila na fijasku Slovenije? - 2. dio

prijevoznika? Kako to da je u njima država dobar upravitelj? Zašto većina aerodroma šire regije i dalje jest u državnom vlasništvu? Zašto je ogromna većina najvećih aerodroma Zapadne Europe u državnom vlasništvu, a ti aerodromi masovnu kupuju ili u koncesiju uzimaju aerodrome Istočne Europe? Konačno, čije interese štite ti aerodromi, svojih država koje su im vlasnici ili države gdje upravlja aerodromom? Loši primjeri BAA u Velikoj Britaniji gdje je država tražila prodaju aerodroma nezadovoljna vlasnikom koncesija, u Budimpešti gdje je u 10 godina promijenjeno 3 koncesionara, a državi je prijetilo da plati stotine milijuna EUR kompenzacija nakon bankrota Maleva, te Fraportovo prolongiranje izgradnje novih terminala u Varni, Burgasu i Ljubljani, jasno govore kako je koncesija nesigurna i može postati istinsko breme i kočnica razvoja države. No, Crna Gora je još i posebno ranjiva. Naime, ona ima tek dva aerodroma. Omane li zagrebačka koncesija još uvijek postoji alternativa u drugih 7 preostalih nekoncesioniranih aerodroma, a postoji i vrlo dobra cestovna, pa i željeznička i brodska povezanost uz blizinu Središnje i Zapadne Europe. U Crnoj Gori aerodromi su krucijalni i strateški objekti. Objekti koji generiraju turizam, glavnu granu društvenog razvoja i prihoda. Ako se Crna Gora i odluči za koncesiju to svakako mora učiniti vrlo oprezno, te se zaštititi od hiper-plaćenih stručnjaka i prepredenih lisica sa ogromnim iskustvom u koncesijama i izvlačenju koristi od zakulisnih igara i prikrivenih stavki ugovora. Treba li Crnoj Gori uopće koncesionar? Branitelji koncesije iznose argument da hitno trebaju ulaganja u infrastrukturu oba aerodroma. I u pravu su. Tivatski aerodrom je puno premalen i ostao u prošlom stoljeću. Podgorički aerodrom također ima manjak kapaciteta, a iskreno više izgleda kao aluminijska tvornička hala nego kao aerodrom. Uz to sve je tijesno, a objekti unutar aerodroma su puno premaleni, posebno bodiček i duty free. I tu treba ozbiljnih ulaganja. No, ta ulaganja aerodromi mogu podnijeti iz sadašnjeg profita. Ako se još i ne pretjera, te se investicije naprave racionalno, u fazama i bez usputnih namirivanja šire rodbine, to je svakako lako financijski, pa i organizacijski izvedivo. Zaključak je jasan. Država ne treba koncesionara, nego treba omogućiti usmjeravanje visokog profita aerodroma u izgradnju infrastrukture, nabavu opreme za suvremenije i jeftinije poslovanje, dok management Aerodroma Crne Gore mora poraditi na povećanju prihoda koji se sada neopravdano ne naplaćuju iako je to praksa u drugim zračnim lukama te veličine u Europi, kao i na većoj količini usluga koje se pružaju kako kompanijama, tako i putnicima, a sukladno trendovima u poslovanju zapadnih aerodroma ove veličine. Uz sve to Aerodromi Crne Gore su i financijski pomagali Montenegro Airlines, sukladno odlukama Vlade. Nešto što eventualni koncesionar sigurno neće činiti. Treba li Montenegro Airlines Crnoj Gori? Hoće li LCC i ostali prijevoznici dovoljno dobro povezivati Crnu Goru i dovoditi turiste ako nestane Montenegro Airlines? Nemojmo se zavaravati ovo jest moguće, poglavito ako se pravilno usmjere napori zrakoplovnih vlasti Crne Gore. No, ako Crna Gora već ima kapacitete da vodi svoje zrakoplovstvo u pravom smjeru onda neka da slobodne ruke managementu da dovrši usmjeravanje Montenegra prema profitabilnosti, što svakako čini, i suvremenom načinu poslovanja, što također radi. Neka mu omogući dalje smanjenje broja zaposlenih i kvalitetnije poslovanje. Te mu da racionalni rok. Ako taj rok ispuni onda treba podržati vlastitu avio-kompaniju, ako ne, onda treba posegnuti za alternativnim mjerama. Na koncu sve je to stvar matematike. Montenegro je doveo skoro 10 milijuna putnika u Crnu Goru, stvorio je ozbiljne gubitke, možda neće moći poslovati bez pomoći države. Države koja mora ocijeniti i procijeniti koliko može i treba investirati u svoju kompaniju, te koliko joj to benefita donosi. Ako je računica protiv Montenegra, a mislim da nije, onda ga treba poslati putevima Adrie. Ako je računica na strani Montenegra onda ga treba usmjeriti na profitabilno poslovanje i benefite Crnoj Gori. Istina mađarsko, ciparsko, estonsko, pa i vrlo svježe slovensko iskustvo pokazuju nam da alternativni put baš i nije najbolje prošao. Iako je izgledalo da će biti bolji i uspješniji. Nakon par godina "alternative" Mađarska i Estonija su "motivirale" poljski LOT da preuzme ulogu nacionalnog prijevoznika, na Cipru je to pak ruski S7. I u svim tim slučajevima "tuđi prijevoznici" su vrlo skromni u napredovanju i rastu, te isključivo gledaju profit, ostali su na tek dva aviona i malom broju linija. Latvija i Moldavija su renacionalizirali svoje nacionalne prijevoznike uvidjevši da model privatizacije nije dobar. Slovenija je doživjela privatizacijski fijasko i sada planira uložiti ogromna sredstva u ponovno pokretanje kompanije iz nule. Kompanije koja je sada izgubila gotovo 60 godina poslovanja, image, tržište. Ulaganje koje će biti bitno veće nego da su sanirali Adriu 2016. Aerodroma Crne Gore i Montenegro Airlines ne treba gledati kao izdvojene slučajeva, već zajedno, u paketu. Crna Gora je puno premalena da odvaja ova dva važna segmenta zrakoplovstva. I puno preranjiva. Još manje ih mora promatrati kao izvor privremene zarade, koliko god ona bila velika u prvom trenutku. A najmanje ih se smije pustiti stihiji i slučajnosti. Zrakoplovstvo je krucijalno za Crnu Goru. Crna Gora se sa time ne smije igrati, radi svoje budućnosti. Što god ona odlučila to mora biti produkt ozbiljnog rada, a nikako ne produkt slučajnosti i sreće. Pozdrav čitateljima iz Venecije i Pariza.

Datum: 30.10.2019
Medij: Politika
Rubrika Ekonomija
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dobrovoljni penzijski fondovi

Napomena:
Površina: 84



Naslov: DOBROVOLjNI PENZIJSKI FONDOVI

Strana: 10

ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ

Вредност инвестиционе јединице на дан 28. 10. 2019.

81900149-22

Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.079,61 RSD
Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen EURO FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	9,37 EUR	1.101,50 RSD
GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs		3.091,60 RSD
GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs	16,20 EUR	1.904,50 RSD
DUNAV DOBROVOLJNI PENZIJSKI FOND	0800 386 286 www.dunavpenzije.com		2.642,41 RSD
DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.635,55 RSD
DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.895,66 RSD

Datum: 31.10.2019
Medij: NIN
Rubrika Biznis lider
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje
Naslov: Milijarda evra za nove tehnologije i inovacije

Napomena:
Površina: 1574

Strana: 36,37,38



БИЗНИС ЛИДЕР
ДРАГАН ФИЛИПОВИЋ, ПРЕДСЕДНИК ИЗВРШНОГ ОДБОРА ЂЕНЕРАЛИ ОСИГУРАЊА СРБИЈА

ДИГИТАЛИЗАЦИЈА, ЈЕДАН ОД ПРИОРИТЕТА ИНДУСТРИЈЕ ОСИГУРАЊА

Милијарда евра за нове технологије и иновације



Развој осигурања је увек условљен развојем економије једне земље, као и развојем свести о осигурању. Имајући то у виду, можемо рећи да се макроекономски параметри у нашој земљи крећу у повољном смеру за повећање куповне моћи, која директно утиче на развој осигурања, истиче Драган Филиповић, председник Извршног одбора Ђенерали осигурања Србија. Међутим, наглашава он, треба интензивно радити на едукацији људи и указивању на важност осигурања као механизма заштите, како би се ови позитивни трендови искористили на најбољи начин.

Колики проблем за развој осигурања у Србији представља чињеница да многе земље из окружења већ деценију уназад имају већи привредни раст?

Стопа привредног раста у Србији се повећава из године у годину. Проблем је ниска основица, па је немогуће у кратком временском року осетити значајан бољитак. Привредни амбијент који је тренутно на снази иде у прилог индустрији осигурања. Имамо ниску инфлацију, курс је стабилан, стопа незапослености се смањује, остали макроекономски показатељи су позитивни и то све погодује индустрији осигурања. Гувернер Народне банке Србије госпођа Јоргованка Табаковић и њен тим раде одличан посао годинама уназад.

У којој мери животни стандард представља ограничење за развој осигурања у Србији? Шта би у том смислу могли да ураде осигуравачи, а шта држава?

Увек истичем да је раст индустрије осигурања директно повезан са растом животног стандарда и економије сваке земље, па тако и Србије. Србија је по питању улагања у осигурање испод нивоа у региону и далеко испод европског просека. Један од разлога је релативно низак животни стандард и недовољно новца који би грађани могли да издвоје за ту намену. Због тога је улога државе да јача економију земље, што доводи и до повећања животног стандарда грађана, а улога осигуравача је да јача свест о улози и важности осигурања. У интересу је наше државе, грађана и осигуравајућих компанија да се развија свест о значају осигурања и раз-

Како разбити предрасуде: Осигурање није скупо, оно је потребно јер омогућава људима да финансијски ублаже последице настале евентуалним штетним догађајем и обезбеде своје здравље, живот, имовину и будућност

Datum: 31.10.2019
Medij: NIN
Rubrika Biznis lider
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 1574

Naslov: Milijarda evra za nove tehnologije i inovacije

Strana: 36,37,38



бију предрасуде да је оно скупо. Јер је управо супротно: осигурање није скупо, потребно је јер омогућава људима да финансијски ублаже последице настале евентуалним штетним догађајем и обезбеде своје здравље, живот, имовину и будућност. Ипак, поред освешћености, људи треба да имају и новац који могу да улажу у своју заштиту.

Колико је за индустрију осигурања проблем одласка великог броја младих и образованих, јер с једне стране остајете без потенцијалних клијената, али и квалификованих радника?

Одлазак младих људи изазов је са којим се сусрећу многе земље у региону, али и у Европи. Мобилност је основа Европске уније и мислим да није проблем у томе што људи одлазе већ што је у питању пут у једном правцу – када оду више немају контакт са земљом порекла. Немогућност проналажења адекватног посла и услови рада су главни разлози које људи наводе као разлог одласка. И то није проблем само за индустрију осигурања већ за целу земљу. Одлазак људи се не може зауставити већ треба стварати услове да људи имају мање разлога да оду, треба да имамо програме који ће их повезати са развојном политиком наше земље. Ми послодавци треба да радимо на побољшању услова за запошљавање и рад, а држава треба да има јасан план за задржавање људи. Одлазак људи утиче на економију земље па самим тим и на осигурање, како због проналажења адекватних кадрова, тако и због смањења потенцијалног броја клијената. Утицај укупног смањења броја млађег, радно способног становништва, већ осећамо у пензијском и здравственом систему.

Ђенерали Србија је лидер у осигурању живота. У Европи су још пре неколико година трчећим кораком напуштали продају једнократних полиса животног осигурања, уз то осигурање живота одавно није више начин штедње већ се тежиште пребацује на покривање ризика - оно што оно у основи јесте. Има ли шансе да се то деси и у Србији?

Да, тачно је, ми смо годинама лидери на тржишту по продаји полиса животног осигурања. Свака трећа продата полиса на тржишту је полиса Ђенерали осигурања Србија. Фокус осигурања свуда у свету, па и код нас, јесте на понуди полиса које омогућавају клијентима заштиту у случају нежељених догађаја. Међутим, наша настојања су да будемо партнер нашим клијентима у сваком

Није проблем у томе што људи одлазе, већ што је у питању пут у једном правцу. Немогућност проналажења адекватног посла и услови рада су главни разлози одласка. И то није проблем само за индустрију осигурања, већ за целу земљу

погледу, тј. да им пружимо потпуну подршку у финансијском планирању и могућност покрића одређених ризика, али и диверсификације њихових средстава. Одатле проистиче и потреба да се на тржишту нуде и такозване ризико и штедне полисе. Уз релативно атрактивне стопе присутне на нашем тржишту, у односу на земље у окружењу, у могућности смо да клијентима омогућимо читав спектар полиса које могу задовољити њихове потребе, како за инвестирањем, тако и за финансијском заштитом.

Покренули сте *Unit-Linked* полисе, које су у другим источноевропским земљама направиле бум. Каква је судбина тих полиса у Србији, јер је наше финансијско тржиште плитко и мале су могућности за пласман тог новца?

Unit-Linked представља релативну новину на нашем тржишту осигурања, будући да је тек пре неколико година омогућена продаја ове врсте полиса. У складу са тим, развој ове врсте производа је још увек на почетку и у великој мери зависи од развоја укупног финансијског тржишта у нашој земљи. Очекујемо да ће измене закона који

Нове ИТ технологије имају кључну улогу, не само у процесу убрзања и модернизације пословања, него и у креирању индивидуалних понуда за сваког осигураника, у складу са његовим начином живота, потребама и плановима

регулишу пословање инвестиционих и алтернативних фондова додатно проширити могућности за развој тржишта, самим тим што ће дозволити већу разноврсност фондова и потенцијално већи број учесника на овом тржишту. Уз раст вредности и понуде фондова, биће могуће креирати понуду за клијенте која им омогућава *Unit-Linked* полисе које нуде осигурање уз инвестиције које одговарају жељи и профилу клијента.

У свету се полисе осигурања живота креирају на основу много параметара и података о здравственом стању клијента, његовим навикама, на основу апликација које мере број пређених корака, а који се осигуравачима стављају на увид како би се добили повољнији услови. Колико смо ми далеко од тога?

Циљеви и осигуравајућих кућа и клијената су усклађени – желимо дуг и здрав живот наших клијената. Индустрија осигурања се развија заједно са технологијом и новим могућностима прикупљања и обраде информација, па самим тим све више дозвољава прилагођавање понуда конкретном клијенту, али и давање подстицаја за вођење здравог живота. Ми смо, као компанија, препознали важност превенције и праћења здравственог стања клијената, па смо креирали понуду која омогућава клијентима редовне систематске прегледе уз одређене полисе. Такође, први смо на тржишту увели могућност да наши клијенти добију право на услугу нутригенетичке (ДНК) анализе НутриФит, уз саветовање о начину исхране и стилу живота прилагођено клијенту.

У последње време један од приоритета у свим областима је дигитализација. Колико домаћи осигуравачи имају снаге, нарочито финансијске, да прате све трендове у тој области, колико су српско тржиште, осигуравачи па и потрошачи део те четврте индустријске револуције?

Дигитализација је данас апсолутни приоритет сваке модерне компаније, па тако и осигурања. Укупно гледано, дигитализација у осигурању треба да повећа ефикасност и као резултат да да задовољнијег клијента. Она увелико трансформише осигурање у персонализовану услугу која обезбеђује појединцима и компанијама неопходно спокојство. Данас, све већи број људи очекује услугу на један клик, која је увек доступна. Због тога ми морамо да прилагодимо наш модел пословања и начин на који се увезујемо са другима како бисмо одговорили на потребе клијената.

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 31.10.2019
Medij: NIN
Rubrika Biznis lider
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 1574



Naslov: Milijarda evra za nove tehnologije i inovacije

Strana: 36,37,38

БИЗНИС ЛИДЕР
ДРАГАН ФИЛИПОВИЋ, ПРЕДСЕДНИК ИЗВРШНОГ ОДБОРА ЂЕНЕРАЛИ ОСИГУРАЊА СРБИЈА

Дигитализација не мења само наше производе и понуду, него иде и много дубље мењајући наше процесе, приоритете и организацију. Последњих неколико година издвојили смо значајна финансијска средства и оформили стручне тимове који се свакодневно баве овом темом. Поносан сам на чињеницу да смо још 2016. године развили прву апликацију за мобилне телефоне која је отворила нови канал продаје осигурања у Србији. Данас је то много више од апликације за продају и готово сваког месеца избацујемо нешто ново на овој и другим модерним платформама које омогућавају да будемо доступни нашим клијентима где и када то њима одговара. Наши продавци су опремљени дигиталним алатима и путем мобилне апликације могу да, на пример, пошаљу клијентима информативну понуду за животно осигурање, продају одређене врсте осигурања или уреде процену штете у пољопривреди. Прошле године смо представили новину на домаћем тржишту осигурања – апликацију за процену штета на усевима и плодовима. То је само један од примера успешног увођења дигитализације. Листа урађеног до данас је прилично дуга и разнолика, али је листа онога што нас тек чека још много дужа. Када се осврнем на домаће тржиште, могу бити задовољан што смо и на овом пољу међу водећим компанијама, не само у сектору осигурања. Међутим, када се поредимо са нашим колегама у региону централне и источне Европе, а поготово када се поредимо са компанијама у ЕУ, свестан сам колико нам је још потребно и финансијских, али и осталих ресурса да стигнемо ниво дигиталног пословања и комуникације као пословања без папира који је данас већ постао стандард.

Каква је улога нових, пре свега ИТ технологија, на будућност осигурања? Где се, на листи ваших приоритета, налази дигитализација?

Поносни смо на увођење роботизације у наше пословање. Ускоро ћемо „запослити четири робота, које интерно зовемо „Радиша" и по томе ћемо бити иноватори у нашој индустрији на нашем тржишту. „Радиша" у нашој компанији треба да замени људе у обављању сувопарних, досадних, једноставних послова и омогући тим запосленима укључивање и обављање креативнијих и сложенијих послова који ће донети додатне бенефите како њима тако и нашој компанији. Колико нам је дигитализација приоритет, јасно се види и из нове стратегији *Generali* групе која предвиђа инвестиције од чак једне милијарде

Нови прописи пред осигуравајућу индустрију стављају нове захтеве за адекватношћу капитала, што може довести и до тога да многе мале компаније нестану са тржишта у наредних неколико година

евра у развој нових технологија и иновације у наредне три године. Нове ИТ технологије у том процесу имају кључну улогу, али не само у процесу убрзања и модернизације пословања него и у креирању индивидуалних понуда за сваког осигураника, у складу са његовим начином живота, потребама и плановима. *Generali* и друге модерне осигуравајуће куће у Европи данас користе телематикс, домотикс и друге технологије које управо дају ове информације о навикама и животном стилу њихових клијената како би им пружиле најповољнију понуду. Да бисмо се и ми прикључили оваквим трендовима потребне су, поред финансијских ресурса и најсавременијих ИТ решења, и структурална и законска промена осигурања у Србији као и промена културе и очекивања наших клијената.

У којој мери нови прописи у сфери осигурања, који су и део ЕУ стандарда, финансијски оптерећују осигураваче у Србији? Како се то одражава на тржиште и може ли се због тога десити да се ускоро цело тржиште сведе само на неколико великих играча са доста капитала?

Стопа привредног раста у Србији се повећава из године у годину, имамо ниску инфлацију, курс је стабилан, стопа незапослености се смањује, остали макроекономски показатељи су позитивни и то све погодује индустрији осигурања

Стандарди који се примењују у ЕУ оптерећују нас и финансијски, али нам и намећу потребу за новим вештинама и знањима у нашим стручним службама, за шта нам тренутно једина подршка стиже из матичне компаније, што представља и додатни проблем. Са изузетком две домаће компаније, све остале осигуравајуће компаније које послују на нашем тржишту у саставу су групација европских осигуравајућих кућа које већ пуне три године примењују *Солвентност 2*, а поред тога убрзано се припремамо за увођење потпуно новог стандарда ИФРС 17, који се односи на уговоре у осигурању и што ће потпуно променити и пословање и праћење кључних параметара успешности. Док се са једне стране као чланица *Generali* групе боримо са изазовима и *Солвентности 2* и припреме за увођење ИФРС 17, са друге стране обавезни смо да примењујемо домаће законе и стандарде који нису у складу са овим новинама и то нам намеће двоструко и компликовано извештавање, а оставља мање простора и ресурса за друге видове модернизације и за дигитализацију. Ови нови прописи пред осигуравајућу индустрију стављају нове захтеве за адекватношћу капитала, што може довести и до тога да многе мале компаније нестану са тржишта у наредних неколико година.

Прва сте финансијска институција на домаћем тржишту која је добила сертификат за друштвено одговорно управљање компанијом. Шта то значи вашим људима и вама?

Веома сам поносан на *Family Friendly* сертификат, који смо добили од стране реномиране компаније TMC CEE. Добијање овог сертификата потврђује да су нам запослени на првом месту. Уверен сам да су задовољни људи основ за здраво пословање и задовољне клијенте. Ми смо прва од финансијских институција у Србији са сертификатом за породично одговорно пословање јер смо нашим људима омогућили да лакше ускладе обавезе у приватном животу с обавезама на послу. Наши људи су презадовољни увођењем флексибилног радног времена, увођењем рада од куће, као и рада у месту пребивалишта, јер имамо одређени број запослених који живе у једном, а одлазе на посао у други град. Свим овим новинама значајно смо унапредили степен задовољства наших запослених, што је уз задовољног клијента основни предуслов за остваривање врхунских резултата.

ЈОВАНКА МАТИЋ

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 31.10.2019
Medij: Danas
Rubrika Specijalni dodatak
Autori: M.D.
Teme: Generali osiguranje; Dobrovoljni penzijski fond Generali; Dobrovoljni penzijski fondovi
Napomena:
Površina: 440
Naslov: Privatni penzijski fondovi isplatili više od 80 miliona evra penzija
Strana: 2





Darko Radovanović, izvršni direktor Generali Društva za upravljanje dobrovoljnim penzijskim fondom a.d.

Privatni penzijski fondovi isplatili više od 80 miliona evra penzija

Štednja za starost jedna je od najvažnijih investicija u životu. Tokom života radimo, gradimo, stvaramo za nas i naše najmilije, ne razmišljajući previše šta nam budućnost donosi, a suštinski planiranje prihoda u starosti treba da bude dugoročni cilj svakoga od nas. Ukoliko želimo da sačuvamo komforni način života za sebe i svoju porodicu, onda su nam potrebni i dodatni prihodi u trećem dobu. Jedan od najboljih načina za obezbeđivanje dodatnih prihoda su uplate doprinosa u dobrovoljni penzijski fond.

Šta je dobrovoljni penzijski fond?

- Dobrovoljni penzijski fond je vrsta investicionog fonda koji služi za prikupljanje i investiranje penzijskih doprinosa radi obezbeđenja penzija za svoje članove.

Ko može postati član i ko uplaćuje doprinose?

- Svako lice starosti do 70 godina može biti član fonda bez obzira na to da li je zaposleno ili ne, da li je domaći, ili strani, državljanin. Pošto ne postoji donja starosna granica za pristupanje fondu, u praksi nije retkost da roditelji počnu da štede za svoju decu odmah nakon njihovog rođenja.

Ko može da uplaćuje doprinos u dobrovoljni penzijski fond?

- Fizičko lice, za sebe, fizičko ili pravno lice za račun drugog fizičkog lica, organizator penzijskog plana, u svoje ime i za račun zaposlenog(člana sindikata), u skladu sa penzijskim planom. Doprinos može da uplaćuje i poslodavac, u ime i za račun zaposlenog, u skladu sa ugovorom o članstvu između člana dobrovoljnog penzijskog fonda i društva za upravljanje dobrovoljnim penzijskim fondom.

Kako se postaje član fonda?

- Član fonda se postaje potpisivanjem ugovora o članstvu. Postupak je jednostavan –prilikom potpisivanja prilaže se samo kopija lične karte.

Ko određuje iznos doprinosa? Kolika mora biti minimalna uplata, a kolika je maksimalna suma koja se ne oporezuje?

- Član fonda sam određuje koliko i kada će uplaćivati, s tim što je minimalni iznos penzijskog doprinosa 1.000,00 dinara. Osim dinamike i iznosa uplate, član samostalno određuje i period akumulacije, odnosno period uplate penzijskog doprinosa. Jedino ograničenje se odnosi na to da član mora da započe povlačenje sredstava najkasnije sa navršenih 70 godina života. U cilju podsticanja štednje kroz sistem dobrovoljnih penzijskih fondova, naša država je predvidela poreske olakšice za poslodavce i za zaposlene građane koji uplaćuju dopunske penzijske doprinose. Od 1. februara 2019. godine, maksimalni iznos neoporezivih uplata u dobrovoljne penzijske fondove povećan je na 5.872 dinara. Uplate koje poslodavac vrši putem administrativne zabrane, obustavom i plaćanjem iz zarade zaposlenog, takođe su oslobođene plaćanja poreza. Članovi dobrovoljnog penzijskog fonda mogu iskoristiti poreske olakšice po oba navedena osnova.



Štednja za starost jedna je od najvažnijih investicija u životu

Foto: Fokus Bozidar Petrovic

Šta ako član fonda prestane da uplaćuje doprinose?

- Član fonda može prestati, ili pauzirati, sa uplatama doprinosa bez ikakvih posledica. Njegovo članstvo u fondu ne prestaje, uplate neće biti izgubljene, njegov individualni račun neće biti zatvoren, a društvo za upravljanje nastavlja da ulaže novac.

Kada se može podići novac?

- Član dobrovoljnog penzijskog fonda stiče pravo na povlačenje akumuliranih sredstava sa navršenih 58 godina života. Povlačenje sredstava mora početi najkasnije sa navršenih 70 godina života.

U šta se ulaže prikupljeni novac?

- Generali Društvo za upravljanje dobrovoljnim penzijskim fondom upravlja dobrovoljnim penzijskim fondovima Generali Basic i Generali Index. Najveći deo imovine oba fonda investira se u državne hartije od vrednosti.

M. D.

Zašto Generali DUDPF treba da bude vaš partner?

- Deo je Generali grupe, koja ima tradiciju dugu 180 godina
- Prvo je društvo za upravljanje dobrovoljnim penzijskim fondom u Srbiji
- Ima više od 56.000 članova
- Upravlja neto imovinom većom od 13,6 milijardi dinara (više od 30 odsto tržišta)
- Sa dva fonda izrazito različitih investicionih politika - Generali Basic i Generali Index, članovima nudi jedinstveni vid diversifikacije rizika.

Umesto zaključka

- Građani štednjom u privatnom penzijskom fondu obezbeđuju prihode za penziju.
- Dosadašnji rezultati veoma su pozitivni.
- Ostvareni prinosi nisu garancija budućih. Budući prinosi mogu biti viši, ili niži, od ranijih.
- Privatni penzijski fondovi do sada su isplatili više od 80 miliona evra privatnih penzija.
- Iznos doprinosa ne mora biti veliki. Suština štednje u penzijskom fondu je uredovnim uplatama na duži vremenski period.
- Članovi koji počnu ranije da štede ostvaruju veću akumuliranu sumu.

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 31.10.2019
Medij: Politika
Rubrika Ekonomija
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dobrovoljni penzijski fondovi

Napomena:
Površina: 80



Naslov: DOBROVOLJNI PENZIJSKI FONDOVI

ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ

Вредност инвестиционе јединице на дан 29. 10. 2019.

81900149-23

Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen *FUTURE* 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.079,61 RSD
Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen *EURO FUTURE* 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	9,37 EUR	1.101,21 RSD
GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs		3.092,24 RSD
GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs	16,20 EUR	1.904,00 RSD
DUNAV DOBROVOLJNI PENZIJSKI FOND	0800 386 286 www.dunavpenzije.com		2.643,19 RSD
DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.635,40 RSD
DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.895,74 RSD

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 31.10.2019
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Bez naslova
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Napomena:
Površina: 90

Naslov: Najbolja osiguravajuća kuća na listi Forbs

Strana: 11



Generali osiguranje



Najbolja osiguravajuća kuća na listi Forbs

Generali je najbolje rangirana osiguravajuća grupa na listi "Najcenjenije kompanije na svetu", koju je časopis "Forbs" razvio u saradnji sa Statistom, liderom u analizi tržišta i potrošača.
Među dve hiljade najvećih javnih kompanija na svetu, "Forbs" je identifikovao 250 najboljih na osnovu 15 hiljada sprovedenih intervjua u 50 zemalja sveta i kriterijuma pouzdanosti, društveno odgovornog ponašanja, kvaliteta proizvoda i usluga, i odnosa prema zaposlenima.
Generali na ukupnoj listi zauzma 61. mesto, više od svih ostalih velikih osiguravajućih grupa, i uz Ferari je jedini italijanski brend na listi. ■

Datum: 31.10.2019
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Događanja
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav osiguranje; Wiener Stadtische

Napomena:
Površina: 2228

Naslov: Moguć je veći rast

Strana: 28,29,30,31





Moguć je veći rast premije

Prema procenama aktuara, ako se izuzmu obavezne polise osiguranja od auto odgovornosti, manje od 20% stanovništva u Srbiji ima neku polisu osiguranja. Istraživanja pokazuju da postoje i neekonomski razlozi za ovako malu zastupljenost osiguranja

Rast sektora osiguranja mogao bi da bude daleko veći od sadašnjeg ukoliko bi se proizvodi kreirali u skladu sa potrebama i boljim pristupom klijentima, koristili novi kanali i tehnike prodaje, ali i kada bi država našla model da nadoknađuje štete samo socijalno ugroženim građanima i uvede određene poreske stimulacije, ocenjeno je na prvoj regionalnoj konferenciji "Povećanje prodaje osiguranja u postojećim ekonomskim uslovima", koju je organizovao portal "Sve o osiguranju".

Prema procenama aktuara, ako se izuzmu obavezne polise osiguranja od auto odgovornosti, manje od 20% stanovništva u Srbiji ima neku polisu osiguranja. Istraživanje koje je sprovela kompanija DDOR Novi Sad nad 600 svojih klijenata, koji imaju makar jednu polisu osiguranja govori da 45 odsto njih imaju neekonoske razloge zbog čega ne kupuju više od jedne polise. Među tim razlozima su nedovoljno dobra ponuda, mišljenje da je osiguranje bespotreban trošak kao i da su proizvodi komplikovani, a tu je i nedostatak poverenja.

Predsednik IO Dunav osiguranja, Mirko Petrović, podsetio je da Srbija ima dugu tradiciju osiguranja i ukazao da je za povećanje rasta osiguranja u Srbiji upravo ključan povratak poverenja građana u instituciju osiguranja kao i edukacija

Datum: 31.10.2019
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Događanja
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav osiguranje; Wiener Stadtische

Napomena:
Površina: 2228

Naslov: Moguć je veći rast

Strana: 28,29,30,31



Reč viceguvernera

Podržaćemo rast sektora osiguranja

Željko Jović, viceguverner Narodne banke Srbije, istakao je da je osiguranje i u prvoj polovini godine dobro kapitalizovano i likvidno sa pozitivnim poslovanjem u iznosu od 5,9 milijardi dinara.

"Ipak, sektor osiguranja u Srbiji još nije dovoljno razvijen i nalazi se znatno ispod proseka zemalja članica EU, uprkos kontinuiranom rastu koji se ogleda u gotovo dupliranoj premiji od 2009. do 2018. godine i tri puta većoj premiji životnih osiguranja u isto vreme", rekao je Viceguverner Narodne banke Srbije (NBS) Željko Jović na otvaranju konferencije. On je dodao da se stanje tržišta osiguranja u Srbiji vidi i po odnosu ukupne premije osiguranja prema BDP-u 2018. koji je bio oko dva odsto, što je 0,2 procentna poena više nego 2009. godine, dok je premija po glavi stanovnika iznosila 138 dolara, odnosno 28 dolara više nego 2009. godine.

Jović ipak smatra da je osiguranje u Srbiji u prethodnom periodu uspelo da prevaziđe izazove, da se reformiše i očuva zdravu osnovu na kojoj dalje može da se razvija, pa je tako prošle godine rast premije životnog osigranja iznosio 3,4 odsto, a neživotnog 4,2 odsto.

stanovništva. U poslednjih 15 godina urađeno je mnogo na vraćanju tog poverenja. "Tehničke rezerve su garant stabilnosti za klijente odnosno da će osiguravajuće kuće ispuniti svoje obaveze prema njima, a one su od 2005. do 2018. uvećanje pet puta", rekao je Petrović.

Dragan Filipović, predsednik IO Generali osiguranja Srbija, istakao je da osiguravajuće kuće ne mogu da spreče štete, ali mogu da otklone posledice koje mogu da budu pogubne. Složio se sa Mirkom Petrovićem da je poverenje izuzetno važno, kao i rast životnog standarda koji će biti glavni pokretač napretka. "Mi prodajemo list papira, obećanje, i ukoliko nismo jasni, precizni i iskreni, postoji opasnost da nam klijent kaže da mu osiguranje nije potrebno. Danas klijenti misle da je osiguranje skupo, da im nije potrebno i nemaju poverenja. Mnogo radimo na edukaciji stanovništva i očekujem da će kroz nekoliko godina ljudi shvatiti da im je osiguranje itekako potrebno, da ga ne smatraju skupim i da imaju poverenja u osiguravajuće kuće", istakao je Filipović

> **Određene poreske olakšice mogu da stimulišu rast osiguranja, a najbolji primer je dobrovoljno zdravstveno osiguranje**

i dodao da se korisnost i povoljnost osiguranja najbolje vidi kroz polise putnog osiguranja gde se za jedan evro premije po danu dobija zaštita vredna 25.000 evra.

Đorđo Markeđani, predsednik IO Novi Sad, slaže se da je ekonomski rast neophodan. "Radio sam na mnogim tržištima u osiguranju i reosiguranju i u tom sektoru nema čuda, ako nemate rast ekonomije, imovine koju treba osiguratu, rast plata, onda nema ni rasta osiguranja", rekao je Markeđani i dodao da očekuje veći ekonosmki rast u budućnosti, samim tim i osiguranja.

Osiguravajuće kuće treba da, prema rečima Markeđanija, ulože dodatni trud i približe se klijentima uvođenjem novih



Mirko Petrović, predsednik IO Dunav osiguranja



Dragan Filipović, predsednik IO Generali osiguranja



Đorđo Markeđani, predsednik IO DDOR Novi Sad

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 31.10.2019
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Događanja
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav osiguranje; Wiener Stadtische

Napomena:
Površina: 2228

Naslov: Moguć je veći rast

Strana: 28,29,30,31



DOGAĐANJA

"Povećanje prodaje osiguranja u postojećim ekonomskim uslovima"



Gordana Bukumirić, predsednica IO UNIQA osiguranja



Zoran Blagojević, predsednik IO Wiener Stadtische osiguranja



Vladimir Đorđević, Privredna komora Srbije

ponuda, prilagođenih njihovim potrebama, kao i da na jasniji način predstave proizvod koji nude što pokazuju i pomenuti rezultati istraživanja.

Poreski podsticaji i isplate šteta iz budžeta

Gordana Bukumirić, predsednica IO UNIQA osiguranja, ocenila je da tržište osiguranja Srbije ima veći potencijal od tržišta u regionu, navodeći da su najbolji saveznici za povratak poverenja u osiguranje dobri primeri iz prakse. Bukumirić je kazala da se to najbolje vidi kod putnog osiguranja, koje je nekada bilo obavezno prlikom dobijanja viza, a sada ga koriste gotovo svi građani Srbije jer imaju poverenje.

"To znači da su građani uvideli benefit tog osiguranja i da ono može da zadovolji njihove potrebe", rekala je Bukumirić.

Ona je dodala da određene poreske olakšice mogu da stimulišu rast osiguranja, a najbolji primer je dobrovoljno zdravstveno osiguranje. "Nakon uvođenja minimalnih poreskih olakšica premija je porasla 30 odsto. Dakle, mali podsticaj je dao zamajac toj vrsti osiguranja", rekla je Bukumirić.

Predsednik IO Wiener Stadtische osiguranja, Zoran Blagojević , rekao je da su svojevremeno uvedeni poreski podsticaji u životnom i penzijskom osiguranju u Austriji, odakle dolazi ta kuća, značajno uticali na povećanje prodaje, a da je državi bilo u interesu da stanovništvo bude osigurano.

Niz praktičnih predavanja

Novi alati i tehnike prodaje

U poslepodnevnom delu Konferencije održano je osam predavanja i jedan mini panel koji su za cilj imali da učesnike upoznaju sa novim alatima i tehnikama prodaje kao i da ukažu na nove mogućnosti i drugačiji pristup određenim ciljnim grupama. Smiljan Mori, vlasnik prodajne mreže osiguranja Smart Money iz Slovenije, održao je predavanje o tome kako postići uspeh u prodaji i dao niz praktičnih saveta posebno u načinu rada i potrebi da se svakodnevno bude aktivan.

Miloš Mamula, osnivač portala Osiguranik.com, deo Infostud Grupe, govorio je o prednostima prodaje osiguranja na internetu te u svojoj prezentaciji pomenuo da zahvaljujući internet platformi imaju i klijenta iz Australije koji je preko njih kupio tri polise imovinskog osiguranja, ali i iz Vlasotinca odakle je klijentkinja koja je kupila osiguranje života. Goran Tintor, jedan od osnivača kompanije Data do, govorio je o značaju upotrebe podataka u prodaji osiguranja te ukazao da postoje brojne dostupne baze koje mogu da budu korisne u prodaji osiguranja. Lukas Oliver Pavić, član Uprave Allianz Zagreb, održao je predavanje na temu unakrsne prodaje osiguranja i ukazao na to da se unakrsnom prodajom mogu postići značajni rezultati u rastu prodaje. Josip Trvtković, direktor kompanija Valicon u Zagrebu, održao je zanimljivu prezentaciju o ulozi neuronauke u kreiranju reklama prikazavši na praktičnim primerima kako ljudski mozak reaguje na određene slike i poruke.

Takođe, govorilo se i o značaju zaštite podataka zbog nove GDPR regulative, a predavanje je održao Tiodor Jovović iz kompanije Sky Express koji je istakao da je ta regulativa eksteritorijalna. Momir Đekić, iz kompanije TeleGroup je istakao da osiguravači moraju da se prilagode novim generacijama i da digitalna transformacija sama po sebi nije cilj ukoliko se ne slušaju klijenti. "Meni se dešava da me zovu tri puta iz osiguravajuće kuće i nude osiguranje koje ja već imam u toj osiguravajućoj kući", ilustrovao je on greške koje se dešavaju u praksi. Violeta Mrdaković Lučić, partner u kompaniji Assessment Systems Adria, govorila je o načinima zapošljavanja dobrih menadžera prodaje i kako zadržati prodavca i učiniti ga lojalnim.

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 31.10.2019
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Događanja
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav osiguranje; Wiener Stadtische

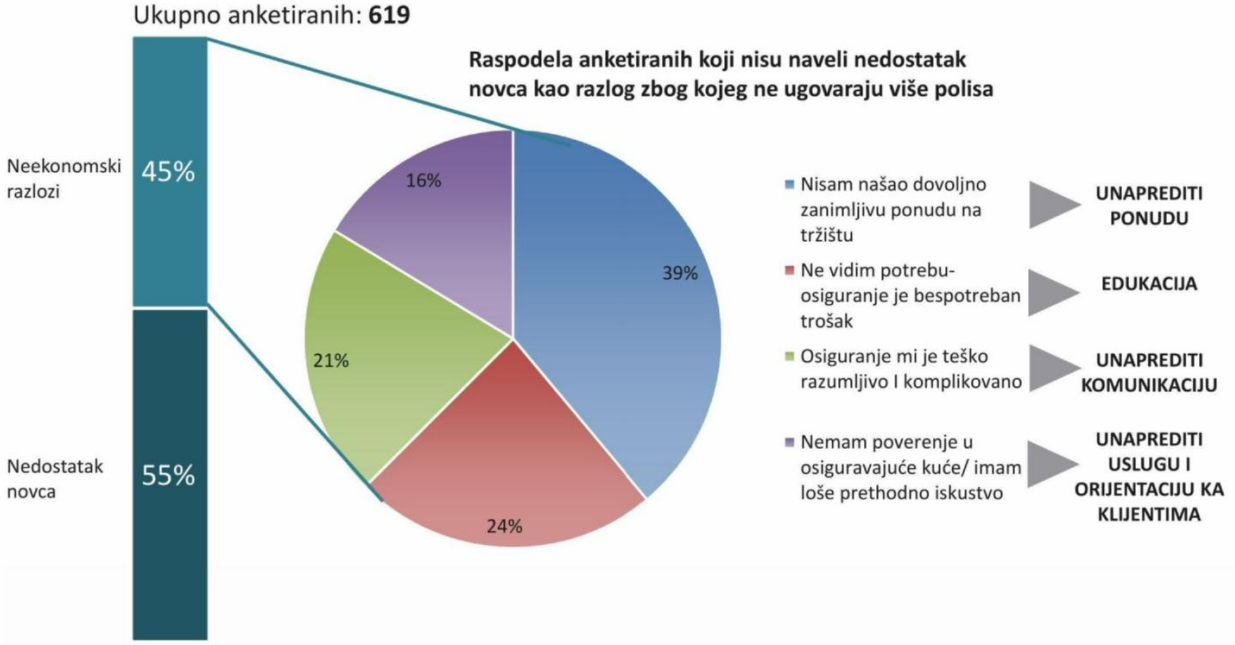
Napomena:
Površina: 2228

Naslov: Moguć je veći rast

Strana: 28,29,30,31



DDOR analiza – Zbog čega ne ugovarate više osiguranja?



Analiza sprovodena od 17. do 22. septembra 2019.

Kada je reč o pokrivanju šteta iz republičkog budžeta, Dragan Filipović smatra da bi država trebalo da jasno kaže da nema dovoljno novca da konstantno isplaćuje štete kada se dese katastrofalni događaji i da to nije njen posao, već da je to posao osiguravajućih kuća koje postoje zbog takvih situacija.

Zoran Blagojević se složio da država treba da se fokusira na segment socijalno ugroženog stanovništva koje nema ekonomsku mogućnost da kupi polisu osiguranja, a da drugi i najveći deo stanovništva treba da se odgovorno ponaša prema sebi.

Osluškivanje klijenata

Osiguravajuće kuće, kako je rekao Blagojević, mogu takođe da učine mnogo: da slušaju klijente i preispitaju da li je ono što su ponudile zaista ono što klijenti očekuju i šta im je potrebno. "Razočaravaće je prosečni rast tržišta osiguranja niži od rasta BDP-a. Zato postojeći proizvodi moraju da se obogate novim servisima, bez dovođenja u pitanje osnovnu svrhu osiguranja odnosno pokrivanje štete", rekao je on i ukazao da osiguravajuće kuće treba više da se usmere na oblast sajber rizika, razne rizike profesionalne odgovornosti i dobrovoljno zdravstveno osiguranje, ali i osiguranje imovine fizičkih lica.

Blagojević je takođe istakao da treba koristiti sve kanale prodaje koji mogu da dovedu do rasta osiguranja, posebno banko kanal. "Mi jako dobro sarađujemo sa bankama. Naravno u tom odnosu je važno da patneri budu iskreni i nađu obostrani interes", istakao je Blagojević.

U prvih šest meseci 2019. fizička lica su izdvojila 12 milijardi dinara za osiguranje od autoodgovornosti, dok je za osiguranje doma izdvojeno oko 750 miliona dinara

Mirko Petrović je upozorio da ipak treba voditi računa da kanali budu disperzovani te da ne postoji velika zavisnost od jednog eksternog kanala između ostalog i zbog velikog rasta troškova i smanjenje profitabilnosti.

Gordana Bukumirić se osvrnula i na specifičan način širenja prodajne mreže UNIQA osiguranja koje ima ekskluzivne agencije za zastupanje, zapravo franšize i istakla da imaju izuzetno pozitivna iskustva te da te agencije ostvaruju jako dobre rezultate.

Dragan Filipović je rekao da je Generali osiguranje omogućilo da se preko interneta, odnosno mobilnog telefona, kupe četiri njihova proizvoda. Dok je Gordana Bukumirić, kao primer usklađivanja sa tržišnim trendovima, navela da je UNIQA osiguranje ponudilo mogućnost video procene štete na vozilima ili objektima.

Predstavnik Udruženja za bankarstvo i osiguranje Privredne komore Srbije, Vladimir Đorđević, kazao je da se tri četvrtine premije osiguranja fizičkih lica u Srbiji odnosi na osiguranje autoodgovornosti, dok je istovremeno od 2,5 miliona domaćinstava, samo nešto više od 300.000 odnosno oko 12 odsto osiguralo stanove ili kuće.

U prvih šest meseci 2019. fizička lica su izdvojila 12 milijardi dinara za osigursnje od autoodgovornosti, dok je za osiguranje doma izdvojeno oko 750 miliona dinara, po čemu se vidi da ima prostora za rast osiguranja.

Đorđević je podsetio da prosečna polisa za osiguranje doma godišnje košta oko 4.000 do 5.000 dinara.

Ističući značaj osiguranja, Mirko Petrović je rekao da predstavnici osiguravajućih kuća zapošljavaju 11.000 ljudi i da čini 31 odsto finansijskog sektora zemlje.

Učesnici panel diskusije su se složili da su osiguravači već počeli da prilagođavaju svoju ponudu novim generacijama i četvrtoj industrijskoj revoluciji.

Marina Cenić i Vesna Lapčić ■

Vreme: 31.10.2019 14:04 XML
Medij: dobrevesti.rs
Link: https://dobrevesti.rs/%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%98%D0
Autori:
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Najbolje preduzetnice i rodno najsenzitivnije kompanije u Srbiji - Kuća Dobrih Vesti

2000

Najbolje preduzetnice i rodno najsenzitivnije kompanije u Srbiji
Najbolje preduzetnice i rodno najsenzitivnije kompanije u Srbiji
5
(1 Glas)
Udruženje poslovnih žena Srbije će po trinaesti put dodeliti nagradu Cvet uspeha za ženu zmaja najboljim preduzetnicama u Srbiji.

Takođe, u okviru ove manifestacije, drugu godinu zaredom će biti dodeljeno i priznanje Rodno najsenzitivnija kompanija. Imena nagrađenih preduzetnica zmajica i rodno najsenzitivnijih kompanija biće saopštena na svečanoj ceremoniji dodele priznanja 6. novembra 2019. godine u Operi i teatru Madlenianum u Beogradu.

Među kandidatkinjama za prestižnu nagradu Cvet uspeha za ženu zmaja su uspešne preduzetnice iz cele Srbije, iz najrazličitijih delatnosti kao što su: proizvodnja kozmetičke aparature, pribora za građevinske radove, organske hrane, ruralno žensko preduzetništvo, trgovina mernom i laboratorijskom opremom, zdravstvo, edukacija, pa sve do oblasti odnosa sa javnošću i digitalnih komunikacija.

Priznanja se dodeljuju u dve osnovne kategorije: za Najevropskiju žensku firmu i za Najbolji model zapošljavanja žena. Komisija zadržava pravo da osim u osnovnim kategorijama, dodeli i specijalna priznanja za poseban doprinos promociji ženskog preduzetništva u oblastima u kojima su postignuti najbolji rezultati.

U odnosu na prethodnu godinu broj prijavljenih kompanija za priznanje Rodno najsenzitivnija kompanija je udvostručen i u izuzetno jakoj konkurenciji su kompanije: Avon Srbija, Banca Intesa, Continental/Conti Tech Fluid Serbia, Direct Media, Generali osiguranje Srbija, Manpower, MOL Serbia, Rudnik i flotacija Rudnik, UniCredit Bank i Vip mobile.

Očigledno je da se ovo priznanje pozicionira kao prestižno i poželjno među velikim kompanijama koje u svom poslovanju primenjuju strategije rodne senzitivnosti i društveno odgovornog poslovanja, principe osnaživanja žena Agencije za rodnu ravnopravnost Ujedinjenih nacija (UN WOMEN) i koje pružaju najbolji model uključivanja žena u lance dobavljača.

Vreme: 31.10.2019 14:23 XML
Medij: nedeljnik.rs
Link: https://www.nedeljnik.rs/najbolje-preduzetnice-i-rodno-najsenzitivnije-kompanije-u-srbiji/
Autori: Biznews
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Najbolje preduzetnice i rodno najsenzitivnije kompanije u Srbiji

2068

Udruženje poslovnih žena Srbije će po trinaesti put dodeliti nagradu Cvet uspeha za ženu zmaja najboljim preduzetnicama u Srbiji. Takođe, u okviru ove manifestacije, drugu godinu zaredom će biti dodeljeno i priznanje Ro

Udruženje
poslovnih žena Srbije će po trinaesti put dodeliti nagradu Cvet uspeha za ženu zmaja
najboljim preduzetnicama u Srbiji. Takođe, u okviru ove manifestacije, drugu godinu
zaredom će biti dodeljeno i priznanje Rodno najsenzitivnija kompanija. Imena nagrađenih preduzetnica zmajica i rodno najsenzitivnijih
kompanija biće saopštena na svečanoj
ceremoniji dodele priznanja 6. novembra 2019. godine u Operi i teatru
Madlenianum u Beogradu. Među
kandidatkinjama za prestižnu nagradu Cvet uspeha za ženu zmaja su uspešne
preduzetnice iz cele Srbije, iz najrazličitijih delatnosti kao što su: proizvodnja
kozmetičke aparature, pribora za građevinske radove, organske hrane, ruralno
žensko preduzetništvo, trgovina
mernom i laboratorijskom opremom, zdravstvo, edukacija, pa
sve do oblasti odnosa sa javnošću i digitalnih komunikacija. Priznanja se
dodeljuju u dve osnovne kategorije: za Najevropskiju
žensku firmu i za Najbolji model zapošljavanja žena.
Komisija zadržava pravo da osim u osnovnim kategorijama, dodeli i specijalna
priznanja za poseban doprinos promociji ženskog preduzetništva u oblastima u
kojima su postignuti najbolji rezultati. U odnosu na prethodnu godinu broj prijavljenih
kompanija za priznanje Rodno
najsenzitivnija kompanija je udvostručen i u izuzetno jakoj konkurenciji su kompanije: Avon Srbija, Banca Intesa, Continental/Conti
Tech Fluid Serbia, Direct Media, Generali osiguranje Srbija, Manpower, MOL
Serbia, Rudnik i flotacija Rudnik, UniCredit Bank i Vip mobile. Očigledno je da se ovo priznanje pozicionira kao prestižno
i poželjno među velikim
kompanijama koje u svom poslovanju primenjujustrategije rodne senzitivnosti i društveno
odgovornog poslovanja, principe osnaživanja žena
Agencije za rodnu ravnopravnost Ujedinjenih nacija (UN WOMEN), i koje pružaju najbolji model
uključivanja žena u lance dobavljača.

Datum: 31.10.2019
Medij: Pazovačko ogledalo
Rubrika Bez naslova
Autori: Z.M.
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 196

Naslov: SAJAM U SAJMU

Strana: 8



ПРАТЕЋА МАНИФЕСТАЦИЈА РЕГИОНАЛНОГ САЈМА ПРИВРЕДЕ У НОВОЈ ПАЗОВИ БИО ЈЕ САЈАМ ЗАПОШЉАВАЊА

САЈАМ У САЈМУ

Ако је драстично смањење потребе за радницима на овогодишњем Сајму запошљавања, одржаног као пратећа манифестација Регионалног сајма привреде у Новој Пазови, резултат интензивног запошљавања у новоотвореним објектима и погонима на територији општине, то је свакако добра вест. Лоша вест је да се на списку од 250 радника, за којима је потребу исказало 24 послодавца, не налази ни један са вишом или високом стручном спремом. Тако у „Артинвесту" траже помоћне производне раднике, магацинске раднике и продавце. У ДОО „Уна Зорчић" имају потребу за радницима у производњи гумарских производа а у „Медиусу" за продавцима, „Pobeda Company" DOO тражи раднике у производњи предмета од пластике, а „Горење Тики" производне раднике и виљушкаристе. У „Лидлу" траже магационере и продавце а у „ДТС"-у магационере, виљушкаристе и возаче. Иста слика је и у „Фронери" ДОО, „Чварексу", „Phoenix pharma" DOO, „Ентеро" ДОО, „Hutchinson" DOO... Јалову наду за оне са средњом школом нуде „Oportunity banka" AD и „Генерали осигурање Србија" тражећи сараднике продаје на терену и саветнике за осигурање живота (ма шта то значило). Понуде за оне са високом стручном спремом, мастерима и докторима са налазе на сајмовима неких других земаља.

З.М.



Представници Националне службе за запошљавање - филијала Стара Пазова



Понуда и потражња