Datum: 01.04.2025
Medij: Mali Politikin Zabavnik
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 771



Naslov: NAJVEĆI POPUSTI

Strana: 47



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 01.04.2025
Medij: Svet kompjutera
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 254

Naslov: Najveći popusti za male superheroje

Strana: 43



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs



ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ

Вредност инвестиционе јединице на дан 28. 3. 2025.

82500056-1

Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen *FUTURE* 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.419,44 RSD
Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen *EURO FUTURE* 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	10,65 EUR	1.249,00 RSD
GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs		3.722,00 RSD
GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs	16,89 EUR	1.979,70 RSD
ДУНАВ	ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНД	011/3036-360 www.dunavpenzije.com	3.413,74 RSD
DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group		Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu	2.818,10 RSD
DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group		Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu	3.154,14 RSD

Vreme: 01.04.2025 07:16 XML
Medij: novaekonomija.rs
Link: https://novaekonomija.rs/lifestyle/najbolje-putno-osiguranje
Autori: Redakcija
Teme: Dunav osiguranje; Generali osiguranje; Triglav osiguranje; UNIQA osiguranje; DDOR / DDOR

Naslov: Najbolje putno osiguranje

Najbolje putno osiguranje

Lifestyle

01.04.2025. 14:41

Planiranje putovanja često uključuje mnogo detalja, ali izabrati najbolje putno osiguranje je jedna od stavki koje se neretko zanemaruju. Odluka da se putno osiguranje obezbedi pre polaska na put može biti ključna u nepredviđenim situacijama poput povrede, bolesti ili gubitka prtljaga.

Najbolje putno osiguranje nije samo ono koje je najjeftinije, već ono koje pruža sveobuhvatnu zaštitu i sigurnost, i prilagođeno je vašim potrebama.

Važnost putnog osiguranja i zdravstvenog pokrića u inostranstvu
Statistike turističkih agencija pokazuju da većina domaćih turista u Srbiji razmišlja o sigurnosti prilikom letovanja, jer čak 75 odsto njih kupuje polisu putnog osiguranja zajedno sa aranžmanom. Ovo osiguranje pruža neophodnu zaštitu u slučaju nepredviđenih situacija poput povreda, bolesti ili gubitka prtljaga tokom boravka u inostranstvu.

Pored komercijalnog osiguranja, građani Srbije koji su osiguranici Republičkog fonda za zdravstveno osiguranje (RFZO) imaju pravo na hitnu medicinsku pomoć o trošku države u 21 zemlji sveta.

Ovo pravo proističe iz bilateralnih ugovora Srbije sa državama poput Nemačke, Francuske, Italije i Hrvatske. Međutim, treba imati na umu da se ovo pravo odnosi isključivo na hitne slučajeve koji ugrožavaju život ili zdravlje.

Iako zdravstvena knjižica i RFZO pokriće omogućavaju određeni nivo zaštite, komercijalno putno osiguranje nudi širi spektar usluga.

U njega su uključene stavke poput pokrivanja troškova lečenja, transporta i drugih dodatnih pogodnosti, čime se osigurava potpuni mir tokom putovanja.

Beli mantil, lekari

Šta je putno osiguranje?
Putno osiguranje je finansijska zaštita koja pokriva nepredviđene situacije tokom putovanja, poput hitnih medicinskih intervencija, gubitka prtljaga ili otkazivanja aranžmana.

Njegova osnovna funkcija je pružanje sigurnosti i podrške u trenucima kada se suočavate s problemima daleko od kuće.

Pored toga, primeri iz prakse pokazuju da kada ste u inostranstvu, odlazak na pregled kod pedijatra će vas koštati najmanje 50 evra, dok popravka zuba može dostići i 250 evra. Ako dođe do ozbiljnijih zdravstvenih problema, troškovi lečenja mogu biti znatno veći.

Tokom letnje sezone, osiguravajuće kuće u Srbiji beleže učestale aktivacije polisa putnog osiguranja zbog različitih zdravstvenih problema na odmoru. Najčešći razlozi su posekotine, manje povrede i prehlade.

Na primer, turisti u Egiptu često imaju stomačne tegobe zbog promene ishrane i klime, dok su u Turskoj visoke temperature i visoka vlažnost vazduha izazov za osobe sa hroničnim oboljenjima. U takvim situacijama, putno osiguranje pokriva troškove medicinskih intervencija, čime se izbegavaju značajni

finansijski izdaci i omogućava brz oporavak.

Zašto vam je potrebno osiguranje?

Putno osiguranje pruža finansijsku sigurnost i pokriva ove troškove, omogućavajući vam da se fokusirate na oporavak umesto na brigu o finansijama. Situacije u kojima putno osiguranje može biti ključno uključuju sledeće:

Povrede ili bolesti, jer hitno lečenje u inostranstvu može koštati na hiljade evra. Na primer, običan pregled u bolnici u Švajcarskoj može dostići cenu od 500 evra.

Gubitak ili kašnjenje prtljaga, jer ako se desi situacija da vaš kofer ne stigne na destinaciju, vi biste morali da kupujete osnovne stvari dok ne stigne.

Otkazivanje putovanja se može desiti zbog iznenadne bolesti, i u tom slučaju osiguranje može nadoknaditi vaš izgubljeni novac.

Putno osiguranje nije luksuz, već ključna investicija u vašu sigurnost i bezbrižno putovanje.

Šta najbolje putno osiguranje treba da uključuje?

Kada birate putno osiguranje, važno je obratiti pažnju na vrste pokrića koje ona nudi. Prioritet bi trebalo da bude nekoliko stavki, ali prva od njih su medicinski troškovi. Takvi troškovi su osnovni i najvažniji deo svake polise. Polisa koja pokriva ove troškove omogućava vam da dobijete neophodnu pomoć bez finansijskog stresa.

Otkazivanje ili prekid putovanja je druga stavka koja je korisna u slučaju nepredviđenih okolnosti, poput bolesti ili porodičnih vanrednih situacija, koje vas sprečavaju da otputujete. Osiguranje pokriva povraćaj uplaćenog novca ili dodatne troškove ukoliko morate ranije da prekinete putovanje.

Gubitak kofera, pasoša ili drugih vrednih stvari može izazvati ozbiljne neprijatnosti. Polisa koja pokriva ove situacije pomaže u nadoknadi troškova za izgubljene stvari ili izdavanje novih dokumenata.

Pregled najboljih opcija na srpskom tržištu

Prilikom izbora putnog osiguranja, važno je upoznati se sa ponudama vodećih osiguravajućih kuća u Srbiji. Ako se pitate koje putno osiguranje je najbolje, imajte na umu da svaka kuća ima svoje specifične prednosti i pogodnosti koje mogu da odgovaraju različitim potrebama.

Dunav osiguranje kao jedno od najstarijih

Dunav osiguranje je jedna od najstarijih osiguravajućih kuća u Srbiji, poznata po povoljnim cenama i širokoj mreži poslovnica. Njihove polise uključuju standardne pogodnosti, ali i dodatne opcije poput osiguranja za rekreativno bavljenje sportom. Prednost je što često imaju promotivne ponude za porodična osiguranja.

Triglav nudi fleksibilne polise

Triglav je slovenačka osiguravajuća kuća sa jakom reputacijom u regionu. Njihove polise nude fleksibilnost i uključuju pokriće za sportove i dodatne rizike. Iako su cene nešto više, kvalitet usluge i brzo procesuiranje zahteva često opravdavaju troškove.

Generali prati snažna reputacija

Kao jedan od lidera na tržištu, Generali nudi raznovrsne pakete sa dodatnim pogodnostima, poput osiguranja prtljaga i otkazivanja putovanja. Cene su u srednjem rangu, a poznati su po dobroj korisničkoj podršci.

Uniqa nudi jednostavne polise

Uniqa nudi jednostavne i povoljne polise, ali i mogućnost da sve bude ugovoreno onlajn. Njihove pogodnosti uključuju pokriće za trudnice i pandemije, ali su ograničeni u specifičnim rizicima, poput ekstremnih sportova.

DDOR garantuje brzo rešavanje zahteva

DDOR je osiguranje sa tradicijom i posebno je popularno među putnicima koji često putuju u EU. Njihove polise su povoljne, ali nešto manje fleksibilne u pogledu dodatnih opcija. Velika prednost je njihovo brzo procesuiranje zahteva u hitnim situacijama.

Donesite informisanu odluku pre puta

Putno osiguranje je neizostavan deo svakog putovanja, i može značajno uticati na vašu sigurnost i finansijsku zaštitu. Svaka osiguravajuća kuća nudi različite opcije koje odgovaraju specifičnim potrebama putnika, pa je važno pažljivo proučiti pokrića, uslove i cene.

Na kraju, ako se pitate koje je najbolje putno zdravstveno osiguranje, odgovor zavisi od vaših potreba, ali Triglav i Generali često se smatraju najboljim opcijama zbog svoje sveobuhvatne pokrivenosti. Ako uzmete u obzir sve aspekte osiguranja, možete doneti odluku koja će vam omogućiti miran i siguran put van zemlje.

Datum: 02.04.2025
Medij: Nova ekonomija
Rubrika Poslednja
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 613



Naslov: GENERALI



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 02.04.2025 05:47 XML
Medij: biznis.telegraf.rs
Link: https://biznis.telegraf.rs/info-biz/4083015-forbs-izbacio-najnoviju-lista-bogatasa-ko-su-najmladji-
Autori: J. V.
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Forbs izbacio najnoviju lista bogataša: Ko su najmlađi među najbogatijima?



Nemac Johanes fon Baumbah postao je najmlađi milijarder na svetu sa 19 godina, sa procenjenim bogatstvom od 5,4 milijarde dolara, prema godišnjoj listi koju je.

Nemac Johanes fon Baumbah postao je najmlađi milijarder na svetu sa 19 godina, sa procenjenim bogatstvom od 5,4 milijarde dolara, prema godišnjoj listi koju je Forbs objavio u utorak. Johanes je naslednik Boehringer Ingelheima, jedne od najvećih farmaceutskih kompanija na svetu, osnovane u Nemačkoj. Kompaniju je osnovao Albert Beringer 1885. godine i još uvek je vodi ista porodica. Danas je predsednik Hubert fon Baumbah, Johanesov ujak. Kao i Johanes, Hubert takođe ima bogatstvo od 5,4 milijarde američkih dolara, pošto su akcije farmaceutske kompanije podeljene podjednako među 15 naslednika kompanije. Johanes nije jedini mladić među ovim naslednicima: osim njega, u grupi milijardera mlađih od 30 godina su još tri člana porodice. Na Forbsovoj listi za 2025. Johanes je pobedio Brazilku Liviju Vojći (20), koja je do prošle godine bila najmlađa milijarderka na svetu. Ona je naslednica WEG-a, jednog od najvećih proizvođača električne opreme na svetu. Nasleđe je ostavio njen deda, Verner Vojt. Njeno bogatstvo se procenjuje na 1,1 milijardu dolara. Johanesovo bogatstvo dolazi od njegovog udela u farmaceutskoj kompaniji Boehringer Ingelheim. Kompanija je osnovana pre 140 godina, snabdeva sastojcima apoteke, trgovce tekstilom i prehrambenu industriju. Međutim, kako se posao širio, kompanija je počela da se fokusira na proizvodnju lekova za ljude i životinje. Prema Forbsu, kompanija zapošljava više od 53.000 ljudi u 130 zemalja, a njeni glavni proizvodi danas se odnose na lečenje plućnih bolesti, antikoagulantne lekove i dijabetes tipa 2.. Livija Vojći je naslednica WEG-a, jednog od najvećih proizvođača električne opreme na svetu. Nasleđe je ostavio njen deda, Verner Vojt. Osnovan 1961. godine, WEG je počeo da proizvodi električne motore i proširio svoju liniju proizvoda na generatore, transformatore, električne pogone i kontrole, automatizaciju, industrijske boje i lakove. Danas je WEG multinacionalna kompanija sa fabrikama i filijalama u više od 40 zemalja. U 2023. godini, kompanija je imala prihod od 32,5 milijardi dolara i zapošljava više od 45.000 zaposlenih. Uprkos tome što je jedan od najvećih pojedinačnih akcionara WEG-a, Livija Vojći nema nikakvu izvršnu poziciju u kompaniji i nije član odbora. Livija je unuka Vernera Rikarda, suosnivača WEG-a zajedno sa Egonom Žoaom da Silvom i Geraldom Verninghausom. Njena starija sestra Dora Vojći takođe je na listi sa 27 godina. Pored njih, Eduardo Vojći Švarc i Marijana Vojći Švarc Gomez su drugi Brazilci koji se pominju na rang listi. Svi su unuci Vernera Vojćija. Klemente Del Vekio je najmlađe od šestoro dece Leonarda Del Vekija, osnivača Luxottica, najvećeg svetskog brenda naočara, koji je preminuo u 87. godini u junu 2022. Kompanija proizvodi naočare za poznate brendove kao što su Ray-Ban, Oakley, Giorgio Armani, Dolce & Gabana. U 2018, Luxottica se spojila sa francuskom kompanijom za objektive, formirajući EssilorLuxottica, čija je vrednost preko 130 milijardi dolara. Nakon očeve smrti, Klemente je nasledio 12,5% Delfina, holding kompanije EssilorLukottica. Delfin takođe poseduje akcije u italijanskim bankama Mediobanca i UniCredit, **osiguravajućoj** kompaniji **Generali** i investitoru za nekretnine Covivio. Klementeovo bogatstvo potiče iz ovih poseda. Nasleđe Leonarda Del Vekija podeljeno je između njegove dece, supruge i drugih rukovodilaca. Bio je jedan od vodećih italijanskih preduzetnika, poznat po svojoj priči o prevazilaženju prepreka. Rođen u siromaštvu, odrastao je u sirotištu i 1961. osnovao Luksotiku, koja je u početku isporučivala komponente za naočare, ali je ubrzo počela da razvija sopstvene okvire.

Vreme: 02.04.2025 05:47 XML
Medij: biznis.telegraf.rs
Link: https://biznis.telegraf.rs/info-biz/4083015-forbs-izbacio-najnoviju-lista-bogatasa-ko-su-najmladji-
Autori: J. V.
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Forbs izbacio najnoviju lista bogataša: Ko su najmlađi među najbogatijima?

Leonardo je ostao predsednik i glavni akcionar Luksotike do 2018, kada se pridružio Esiloru. Tokom svoje karijere sklopio je prijateljstvo i uspešno partnerstvo sa modnim dizajnerom Đorđom Armanijem. 1. Johanes fon Baumbah (naslednik Boehringer Ingelheim), 19 godina: 5,4 milijardi dolara 2. Livija Vojći de Asis (naslednica WEG-a), 20 godina: 1,2 milijarde dolara 3. Klemente Del Vekio (naslednik EssilorLukottica), 20 godina: 6,6 milijardi dolara 4. Kim Jung-ioun (NKSC naslednica), 21 godina: 1,3 milijarde dolara 5. Kevin Dejvid Leman (naslednik Drogerie Markt), 22 godine: 3,6 milijardi dolara 6. Franc fon Baumbah (naslednik Boehringer Ingelheim), 23 godine: 5,4 milijardi dolara 7. Kim Jung-min (NKSC naslednica), 23 godine, 1,3 milijarde dolara 8. Luka Del Vekio (naslednik EssilorLukottica), 23 godine: 6,6 milijardi dolara 9. Remi Daso (naslednik Daso), 23 godine: 2,8 milijardi dolara 10. Maksim Tebar (naslednik Štila), 24 godine: 1,1 milijardu dolara 11. Ketrin von Baumbah (naslednica Boehringer Ingelheim), 25 godina: 5,4 milijarde dolara 12. Zahan Mistri (naslednik Tata Sonsa), 26 godina: 4 milijarde dolara 13. Maksimilijan fon Baumbah (naslednik Boehringer Ingelheim), 27 godina: 5,4 milijarde dolara 14. Dora Vojći de Asis (naslednica WEG), 27 godina: 1,2 milijarde dolara 15. Aleksandar Vang (osnivač Scale AI), 28 godina: 2 milijarde dolara 16. Firoz Mistri (naslednik Tata Sonsa), 28 godina: 4 milijarde dolara 17. Aleksandra Andresen (naslednica i član odbora Ferda), 28 godina: 1,9 milijardi dolara 18. Leonardo Marija Del Vekio (naslednik EssilorLukottica), 29 godina: 6,6 milijardi dolara 19. Ed Krejven (suosnivač onlajn kazina Stake.com), 29 godina: 2,8 milijardi dolara 20. Katarina Andresen (naslednica i član odbora Ferda), 29 godina: 1,9 milijardi dolara (Telegraf.rs / G1 Globo)



ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ

Вредност инвестиционе јединице на дан 1. 4. 2025.

82500056-3

Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.419,62 RSD
Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen EURO FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	10,66 EUR	1.249,70 RSD
GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs		3.720,36 RSD
GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs	16,90 EUR	1.980,34 RSD
ДУНАВ	ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНД	011/3036-360 www.dunavpenzije.com	3.418,63 RSD
DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group		Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu	2.815,71 RSD
DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group		Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu	3.152,03 RSD

Datum: 04.04.2025
Medij: Zrenjanin
Rubrika Aktuelno
Autori: MIROSLAVA PUDAR , J.Š.
Teme: Generali osiguranje; Wiener Stadtische osiguranje
Naslov: Za lečenje se ne štedi!

Napomena:
Površina: 808

Strana: 3



ПОСЛОВАЊЕ ПРИВАТНОГ СЕКТОРА У ЗДРАВСТВУ: ИСПЛАТИВО И ПРОФИТАБИЛНО

За лечење се не штеди!

Мрежу јавних здравствених установа у Србији чини 311 институција. Упоредо, последњих деценија забележен је значајан пораст клиника и ординација у приватном сектору. Према подацима Агенције за привредне регистре (АПР), у Србији је у 2022. евидентно постојање 692 приватне здравствене установе, чији су приходи у 2022. години износили 34 милијарде динара. У поређењу са 2019. годином, увећани су за 54 одсто. Када се тој бројки додају и јединице личне праксе, онда је број приватника у здравству још већи и износи 6.564.

Ово су подаци републичке Комисије која је спровела секторску анализу стања и услова конкуренције на тржишту пружања приватних здравствених услуга за период 2019-2023. на примеру 18 установа и позитивно их оценила. Комисија је уочила и да су најзаступљеније приватне здравствене установе у Србији апотеке. Оне чине 70 одсто укупног приватлука у овом сектору. За то време опште болнице и домови здравља учествују са само седам одсто. Међу њима, највише прихода и прегледа остварују три здравствена система у Београду: „Медигроуп", „Белмедик" и „Еуромедик".

4,3
милиона прегледа код приватних лекара забележено је током 2023.

• ТРКА ДО ВРХА

Већа тражња лекарских услуга отворила је простор за развој конкуренције. Тако је укупан број доктора у радном односу, у анализираним приватним установама, у 2023. години износио 1.123, и повећан је за 43 одсто. За то време број ангажованих лекара ван радног односа износио је 2.120 и смањен је за 10 одсто у односу на 2019. годину. Такође, укупан број медицинског особља у 2023. износио је 1.586 и за 55 одсто је повећан у односу на 2019, док је број немедицинског особља био 763 и повећан је за 70 одсто у посматраном периоду.

Укупан број прегледа у општим болницама и домовима здравља код анализираних приватника у Србији износио је у 2023. години 4,3 милиона. То представља раст од око 55 одсто у поређењу са 2019. годином, наводи се у анализи.

У посматраним здравственим установама, приходи од физичких лица учествују са око 75 одсто у просеку. Остатак чине приливи од правних лица, највише осигуравајућих кућа. Приходи по овом последњем основу су повећани за скоро 3,5 пута током петогодишњег периода. Комисија је забележила да је највећа концентрисаност приватних болница (30%) и домова здравља (70%) у Београду. У одабраном друштву које представљају највећи приватни системи у земљи, нашла се и овдашња општа болница „Свети Јован".

• РАСТЕ БРОЈ ОРДИНАЦИЈА

Најзаступљенији облици приватлука у здравству Зрењанина су стоматолошке амбуланте. Приступачне за отварање, једно време ницале су и у гаражама и становима. У међувремену се доста тога променило, а улагања у опрему подигла су ниво ове здравствене услуге. Према речима др Драгана Крстића, председника Окружне организације Синдиката лекара и фармацеута (СЛФ) у нашем граду, број ординација се последњих година значајно повећао.

- У протеклих пет година, од короне, број стоматолошких ординација је порастао са 39 на скоро 60 - навео је др Крстић.

Осим стоматолога, све зрењанинске апотеке су у приватном власништву. Такође, јавна установа „Апотека Зрењанин" одавно је у концесији и издата новосадској Апотеци „Јанковић".

Када је реч о лекарској пракси, прво отварање ординација датира из деведесетих година. Од тада до данас, улагања су значајно унапредила понуду за лечење. Поред већ поменуте, Опште болнице „Свети Јован", у нашем граду раде и поликлинике „Радовић", „Фемили медика", Специјалистичка хируршка болница „Попов".

Све већем броју лекарских ординација придружиле су се и ординације за физикалну терапију, као и дијагностику. У порасту је и број лабораторија – „Медлаб", „Тетра лаб", „Југолаб", „Аквалаб", „Воргић"...

• ДА НОВАЦ ПРАТИ ПАЦИЈЕНТА

И док понуда установа расте, чини се да једна важна карика недостаје. Својевремено је држава најавила реформу здравственог осигурања, али још увек није омогућила да грађани о трошку РФЗО, са овереном здравственом књижицом, бирају да ли ће се лечити у државној или приватној установи. Зато се апелује да се омогући закључивање уговора са приватним пружаоцима здравствених услуга. У овом тренутку мали број њих има закључен уговор са РФЗО. Како се констатује у извештају Комисије за заштиту конкуренције, махом се ради о лечењу неплодности, операцији катаракте и хемодијализе.

- Закључивање ових уговора омогућило би да се цена одређених здравствених услуга приватног сектора, који пацијентима сада рефундира РФЗО, директно уплаћује установама, док би пацијент за свој преглед у приватној пракси плаћао цену умањену за признати износ трошкова - наводи се у Сивој књизи здравства, коју је 2020. објавила Национална алијанса за локални економски развој (НАЛЕД).

Поред здравствених установа, Комисија је анализирала понуде девет осигуравајућих кућа. Посматране здравствене установе највише су сарађивале са „Ђенерали", „Винер" и „Уника". Констатовано је да у овом тренутку мали број приватника има закључен уговор са РФЗО.

Препоручено је да се здравствене установе, у сарадњи са осигуравајућим кућама, доследно придржавају уговорених обавеза у вези са променама цена. Такође, позвано је Министарство да изради јасну номенклатуру здравствених услуга, која би се примењивала у свим установама.

МИРОСЛАВА ПУДАР



»Болница „Свети Јован" је на листи респектабилних приватних система у земљи

УСТАНОВА ИЛИ ПРАКСА

Закон предвиђа могућност да се медицинске услуге пружају у приватним здравственим установама и пракси. Приватна пракса у суштини представља врсту предузетништва и функционише као лекарска или стоматолошка ординација, поликлиника, амбуланта или лабораторија. Може је основати само здравствени радник. Њихов рад подлеже бројним прописима, контролама и надзору.

БРЗИНА СЕ ЦЕНИ

Приватни здравствени систем је временом добијао на значају захваљујући ефикаснијем функционисању у односу на јавни систем. На то су утицали брзо заказивање прегледа код жељеног лекара, краће време чекања на преглед, бољи услови лечења, као и коришћења модерне медицинске опреме, констатује Комсија за заштиту конкуренције у својој анализи. Поред наведеног, значај приватног здравственог система огледа се и у чињеници да све већи број послодаваца у своје пакете укључује приватно здравствено осигурање, гледајући на то као на инвестицију у продуктивност и задовољство запослених.


»Суграђани се обраћају приватницима најчешће због краћег времена чекања на преглед

АНКЕТА Питали смо суграђане да ли користе услуге приватног здравства и каква су им искуства са провером здравља у државним установама.

• ИВАН ТОДОРОВ



– Не користим услуге приватног здравства, јер немам велику потребу за тим. Све што ми треба обављам у државним институцијама. До сада нисам имао неких проблема, тако да сам задовољан. Чињеница јесте да се чека на прегледе, али разумем, јер нас има доста. Мени то не смета. Ко има веће прохтеве вероватно није задовољан.

• СНЕЖАНА КОВАЧЕВИЋ



– Код приватника идем само када знам да се у државним установама чека мало дуже, а мишљење доктора ми је потребно одмах. Иначе, прегледе код специјалиста обављам у болници и задовољна сам. Једном годишње радим лабораторијске анализе. Када дођем у Специјалистичку поликлинику увек буде гужва, али кад крену да раде не чека се дуго. Ја сам задовољна, али свако има различито искуство.

• ТОМИСЛАВ ЂУРИН



– У државним и у приватним установама раде исти људи. Када одем преподне у Болницу, кажу ми да поподне дођем код њих на преглед приватно. Једина је разлика што тамо морам да платим. То није у реду. Сви плаћамо пензионо и социјално, треба од тих пара и да се лечимо. Имате и људе који немају финансијских могућности то себи да приуште, па позајмљују новац за прегледе. Ем си болестан, ем имаш ову муку.

ПРИРЕДИЛА: **Ј. Ш.**

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 04.04.2025 14:01 XML
Medij: Beta
Link: http://www.beta.rs
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Dodeljene nagrade za najkvalitetnije proizvode iz Srbije

Dodeljene nagrade za najkvalitetnije proizvode iz Srbije

BEOGRAD, 4. aprila 2025. (Beta) - U Beogradu su danas dodeljena priznanja za najkvalitetnije domaće proizvode "Najbolje u Srbiji", među kojima je "Zlatiborac" nagrađen za najbolji brend i domaći proizvod u kategoriji mesnih prerađevina, saopštilo je udruženje "Moja Srbija".

Isto priznanje poneo je "Dijamant" u kategoriji ulja, priloga i preliva, zatim su potrošači odlučili da je "Začin C" najbolji brend i domaći proizvod u oblasti dodataka jelima, dok je u kategoriji slatkiša pobednik "Plazma".

U kategoriji piva, priznanje za najbolji domaći proizvod dobilo je "Zaječarsko", dok je u oblasti kraft piva nagrađen "Dogma", a u oblasti grickalica nagrađen je "Chipsy".

"Persil" proglašen najboljim brendom u oblasti kozmetike i sredstava za higijenu, zatim Forma Ideale je osvojila priznanje za najbolji domaći proizvod, a u oblasti građevinarstva nagrađen je "Ceresit".

U kategoriji gaziranih napitaka, nagradu za najbolji brend ponela je "Coca-Cola".

"Nescafe" je dobio priznanje za najbolji brend u kategoriji kafe, dok je u oblasti mlečnih proizvoda nagradu osvojila "Moja Kravica".

"Kovačević vino" je, kako su potrošači odlučili, najbolje u svojoj kategoriji, zatim u oblasti mineralnih voda priznanje pripalo "Knjaz Milošu", dok je u kategoriji bezalkoholnih napitaka nagradu dobio "Next".

Đenerali (Generali) osiguranje je izabrano kao najbolje u svom sektoru, piše u saopštenju udruženja.

Uručena su i priznanja "Dobročinitelj" za društveno odgovorne kompanije i organizacije, a nagrade su dobile kompanije Henkel, Forma Ideale i Intesa Fondacija za nesebičan doprinos zajednici.

Specijalno priznanje za projekat "Palata nauke" dodeljeno je kompaniji MK grupa, dok je ovogodišnji dobitnik Zlatne plakete "Dobročinitelj" organizacija za palijativno zbrinjavanje BELhospice centar.

Kao i svake godine i ovoga puta su prilikom izbora Zlatnog Dobročinitelja ključni značaj imali glasovi prethodnih dobitnika istog priznanja, što ovoj nagradi daje posebnu vrednost.

"Dodela priznanja 'Najbolje u Srbiji' bila je centralni događaj festivala BelgrAID, koji kroz umetnost, muziku i edukaciju promoviše filantropiju i zajedništvo. Sav prihod od festivala biće doniran za projekat Bolnica po meri deteta udruženja NURDOR, pružajući podršku deci obolelој od raka i njihovim porodicama", piše u saopštenju.

Vreme: 04.04.2025 13:33 XML
Medij: Fonet
Link: http://www.fonet.rs
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: PRIZNANJA ZA NAJBOLJE BRENDOVE

PRIZNANJA ZA NAJBOLJE BRENDOVE

Mesto:BEOGRAD

Datum:04.04.2025

Izvor:FoNet

Priznanja "Najbolje u Srbiji" danas su, u okviru humanitarnog festivala "BelgrAID", dodeljena proizvodima, brendovima i kompanijama koje svojim radom unapređuju društvo.

"Zlatiborac" je osvojio titulu najboljeg brenda i domaćeg proizvoda u kategoriji mesnih prerađevina, dok je "Dijamant" poneo isto priznanje u kategoriji ulja, priloga i preliva, saopštili su organizatori.

U oblasti dodataka jelima, potrošači su odlučili da je "Začin C" najbolji brend i domaći proizvod, u kategoriji slatkiša pobednik je "Plazma", u kategoriji piva "Zaječarsko pivo", dok je "Persil" proglašen najboljim brendom u oblasti kozmetike i sredstava za higijenu.

Kada je reč o nameštaju, "Forma Ideale" je osvojila priznanje za najbolji domaći proizvod, u oblasti građevinarstva osvajač je "Ceresit", u kategoriji gaziranih napitaka "Coca-Cola" i u oblasti kraft piva "Dogma".

Nagrade u svojim kategorijama dobili su i "Nescafe", "Moja Kravica", "Kovačević vino","Knjaz Miloš","Next", "Generali osiguranje" i "Chipsy".

Specijalno priznanje za projekat "Palata nauke" dodeljeno je kompaniji MK Grupa, dok je ovogodišnji dobitnik Zlatne plakete "Dobročinitelj" organizacija za palijativno zbrinjavanje "BELhospice centar".

Vreme: 04.04.2025 14:57 XML
Medij: vojvodinauzivo.rs
Link: https://vojvodinauzivo.rs/dodeljene-nagrade-za-najkvalitetnije-proizvode-iz-srbije/
Autori: Tamara Đember
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Dodeljene nagrade za najkvalitetnije proizvode iz Srbije

U Beogradu su danas dodeljena priznanja za najkvalitetnije domaće proizvode "Najbolje u Srbiji", među kojima je "Zlatiborac" nagrađen za najbolji brend i domaći proizvod.

U Beogradu su danas dodeljena priznanja za najkvalitetnije domaće proizvode "Najbolje u Srbiji", među kojima je "Zlatiborac" nagrađen za najbolji brend i domaći proizvod u kategoriji mesnih prerađevina, saopštilo je udruženje "Moja Srbija". Isto priznanje poneo je "Dijamant" u kategoriji ulja, priloga i preliva, zatim su potrošači odlučili da je "Začin C" najbolji brend i domaći proizvod u oblasti dodataka jelima, dok je u kategoriji slatkiša pobednik "Plazma", prenosi Beta. U kategoriji piva, priznanje za najbolji domaći proizvod dobilo je "Zaječarsko", dok je u oblasti kraft piva nagrađena "Dogma", a u oblasti grickalica "Chipsy". "Persil" proglašen najboljim brendom u oblasti kozmetike i sredstava za higijenu, Forma Ideale je osvojila priznanje za najbolji domaći proizvod, a u oblasti građevinarstva nagrađen je "Ceresit". U kategoriji gaziranih napitaka, nagradu za najbolji brend ponela je "Coca-Cola". "Nescafe" je dobio priznanje za najbolji brend u kategoriji kafe, dok je u oblasti mlečnih proizvoda nagradu osvojila "Moja Kravica". "Kovačević vino" je, kako su potrošači odlučili, najbolje u svojoj kategoriji, zatim u oblasti mineralnih voda priznanje pripalo "Knjaz Milošu", dok je u kategoriji bezalkoholnih napitaka nagradu dobio "Next". Generali osiguranje je izabrano kao najbolje u svom sektoru, piše u saopštenju udruženja. Uručena su i priznanja "Dobročinitelj" za društveno odgovorne kompanije i organizacije, a nagrade su dobile kompanije Henkel, Forma Ideale i Intesa Fondacija za nesebičan doprinos zajednici. Specijalno priznanje za projekat "Palata nauke" dodeljeno je kompaniji MK grupa, dok je ovogodišnji dobitnik Zlatne plakete "Dobročinitelj" organizacija za palijativno zbrinjavanje BELhospice centar. Kao i svake godine i ovoga puta su prilikom izbora Zlatnog Dobročinitelja ključni značaj imali glasovi prethodnih dobitnika istog priznanja, što ovoj nagradi daje posebnu vrednost. "Dodela priznanja 'Najbolje u Srbiji' bila je centralni događaj festivala BelgrAID, koji kroz umetnost, muziku i edukaciju promoviše filantropiju i zajedništvo. Sav prihod od festivala biće doniran za projekat Bolnica po meri deteta udruženja NURDOR, pružajući podršku deci oboleloj od raka i njihovim porodicama", navodi se u saopštenju.

Vreme: 04.04.2025 14:54 XML
Medij: danas.rs
Link: https://www.danas.rs/vesti/ekonomija/dodeljene-nagrade-za-najkvalitetnije-proizvode-iz-srbije/
Autori: @OnlineDanas
Teme: Osiguravajuća društva; Generali osiguranje

Naslov: Dodeljene nagrade za najkvalitetnije proizvode iz Srbije



U Beogradu su danas dodeljena priznanja za najkvalitetnije domaće proizvode "Najbolje u Srbiji", među kojima je "Zlatiborac" nagrađen za najbolji brend i domaći proizvod u kategoriji mesnih prerađevina, saopštilo je udruženje "Moja Srbija".

Isto priznanje poneo je "Dijamant" u kategoriji ulja, priloga i preliva, zatim su potrošači odlučili da je "Začin C" najbolji brend i domaći proizvod u oblasti dodataka jelima, dok je u kategoriji slatkiša pobednik "Plazma". U kategoriji piva, priznanje za najbolji domaći proizvod dobilo je "Zaječarsko", dok je u oblasti kraft piva nagrađen "Dogma", a u oblasti grickalica nagrađen je "Chipsy". "Persil" proglašen najboljim brendom u oblasti kozmetike i sredstava za higijenu, zatim Forma Ideale je osvojila priznanje za najbolji domaći proizvod, a u oblasti građevinarstva nagrađen je "Ceresit". U kategoriji gaziranih napitaka, nagradu za najbolji brend ponela je "Coca-Cola". "Nescafe" je dobio priznanje za najbolji brend u kategoriji kafe, dok je u oblasti mlečnih proizvoda nagradu osvojila "Moja Kravica". "Kovačević vino" je, kako su potrošači odlučili, najbolje u svojoj kategoriji, zatim u oblasti mineralnih voda priznanje pripalo "Knjaz Milošu", dok je u kategoriji bezalkoholnih napitaka nagradu dobio "Next". Đenerali (Generali) osiguranje je izabrano kao najbolje u svom sektoru, piše u saopštenju udruženja. Uručena su i priznanja "Dobročinitelj" za društveno odgovorne kompanije i organizacije, a nagrade su dobile kompanije Henkel, Forma Ideale i Intesa Fondacija za nesebičan doprinos zajednici. Specijalno priznanje za projekat "Palata nauke" dodeljeno je kompaniji MK grupa, dok je ovogodišnji dobitnik Zlatne plakete "Dobročinitelj" organizacija za palijativno zbrinjavanje BELhospice centar. Kao i svake godine i ovoga puta su prilikom izbora Zlatnog Dobročinitelja ključni značaj imali glasovi prethodnih dobitnika istog priznanja, što ovoj nagradi daje posebnu vrednost. "Dodela priznanja 'Najbolje u Srbiji' bila je centralni događaj festivala BelgrAID, koji kroz umetnost, muziku i edukaciju promoviše filantropiju i zajedništvo. Sav prihod od festivala biće doniran za projekat Bolnica po meri deteta udruženja NURDOR, pružajući podršku deci oboleloj od raka i njihovim porodicama", piše u saopštenju. Ime * Komentar

Vreme: 04.04.2025 13:44 XML
Medij: novaekonomija.rs
Link: https://novaekonomija.rs/big-specijali/csr-club/svecana-dodela-priznanja-najbolje-u-srbiji-odrzana-na-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Svečana dodela priznanja „Najbolje u Srbiji" održana na BelgrAID festivalu

Svečana dodela priznanja „Najbolje u Srbiji" održana na BelgrAID festivalu
Foto: Moja Srbija

Održivost

04.04.2025. 13:29

U okviru prvog humanitarnog festivala BelgrAID, 4. aprila na Dorćol Platzu, održana je jubilarna 15. dodela priznanja „Najbolje u Srbiji", u organizaciji udruženja Moja Srbija. Ova tradicionalna kampanja već 15 godina prepoznaje i nagrađuje najkvalitetnije domaće proizvode, brendove i kompanije koje svojim radom unapređuju društvo.
Ove godine, potrošači su svojim glasovima odlučili da priznanja „Najbolje u Srbiji" ponesu vodeći domaći brendovi i proizvodi. Zlatiborac je osvojio titulu najboljeg brenda i domaćeg proizvoda u kategoriji mesnih prerađevina, dok je Dijamant poneo isto priznanje u kategoriji ulja, priloga i preliva. U oblasti dodataka jelima, potrošači su odlučili da je Začin C najbolji brend i domaći proizvod, dok je u kategoriji slatkiša apsolutni pobednik Plazma. U kategoriji piva, priznanje za najbolji domaći proizvod ponelo je Zaječarsko, dok je Persil proglašen najboljim brendom u oblasti kozmetike i sredstava za higijenu. Kada je reč o nameštaju, Forma Ideale je osvojila priznanje za najbolji domaći proizvod, a u oblasti građevinarstva titulom najboljeg brenda ovenčan je Ceresit.

U kategoriji gaziranih napitaka, nagradu za najbolji brend ponela je Coca-Cola, dok je u oblasti kraft piva titulu zaslužila Dogma. Nescafe je poneo priznanje za najbolji brend u kategoriji kafe, dok je u oblasti mlečnih proizvoda nagradu zasluženo osvojila Moja Kravica. Potrošači su odlučili i da je Kovačević vino najbolje u svojoj kategoriji, dok je u oblasti mineralnih voda priznanje pripalo Knjaz Milošu. U kategoriji bezalkoholnih napitaka, nagrada je pripala Next-u, a Generali osiguranje je izabrano kao najbolje u svom sektoru. U oblasti grickalica, potrošači su se odlučili za Chipsy.

Osim nagrada koje dodeljuju potrošači, uručena su i priznanja „Dobročinitelj", koja slave društveno odgovorne kompanije i organizacije. Ove godine, nagrade su pripale kompanijama Henkel, Forma Ideale i Intesa Fondaciji za njihov nesebičan doprinos zajednici. Specijalno priznanje za projekat „Palata nauke" dodeljeno je kompaniji MK Group, dok je ovogodišnji dobitnik Zlatne plakete „Dobročinitelj" organizacija za palijativno zbrinjavanje BELhospice centar. Kao i svake godine i ovoga puta su prilikom izbora Zlatnog Dobročinitelja ključni značaj imali glasovi prethodnih dobitnika istog priznanja, što ovoj nagradi daje posebnu vrednost.

Dorćol Platz, GoSi International i Reflektor teatar prepoznati su kao partneri koji svojim radom doprinose umetnosti i društvenoj odgovornosti, a preuzeli su zahvalnice pre svega kao organizacije koje su pomogle kvalitetno sprovođenje ovogodišnjeg BelgrAID festivala.

Dodela priznanja „Najbolje u Srbiji" bila je centralni događaj festivala BelgrAID, koji kroz umetnost, muziku i edukaciju promoviše filantropiju i zajedništvo. Sav prihod od festivala biće doniran za projekat „Bolnica po meri deteta" udruženja NURDOR, pružajući podršku deci obolelој od raka i njihovim porodicama.

Festival BelgrAID i ovogodišnji dobitnici priznanja pokazali su kako odgovorno poslovanje, kvalitet i humanost mogu ići ruku pod ruku, stvarajući pozitivne promene u društvu.

Vreme: 04.04.2025 14:52 XML
Medij: biznis.rs
Link: https://biznis.rs/vesti/srbija/dodeljene-nagrade-za-najkvalitetnije-proizvode-iz-srbije/
Autori: Redakcija Biznis.rs
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Dodeljene nagrade za najkvalitetnije proizvode iz Srbije



U Beogradu su danas dodeljena priznanja za najkvalitetnije domaće proizvode "Najbolje u Srbiji", među kojima je "Zlatiborac" nagrađen za najbolji brend i domaći proizvod u kategoriji mesnih prerađevina, saopštilo je udruženje "Moja Srbija". Isto priznanje poneo je "Dijamant" u kategoriji ulja, priloga i preliva, zatim su potrošači odlučili da je...

Najbolje u Srbiji centralni događaj festivala BelgrAID

0

Foto: www.freepik.com

U Beogradu su danas dodeljena priznanja za najkvalitetnije domaće proizvode "Najbolje u Srbiji", među kojima je "Zlatiborac" nagrađen za najbolji brend i domaći proizvod...

U Beogradu su danas dodeljena priznanja za najkvalitetnije domaće proizvode "Najbolje u Srbiji", među kojima je "Zlatiborac" nagrađen za najbolji brend i domaći proizvod u kategoriji mesnih prerađevina, saopštilo je udruženje "Moja Srbija".

Isto priznanje poneo je "Dijamant" u kategoriji ulja, priloga i preliva, zatim su potrošači odlučili da je "Začin C" najbolji brend i domaći proizvod u oblasti dodataka jelima, dok je u kategoriji slatkiša pobednik "Plazma", prenosi Beta.

U kategoriji piva, priznanje za najbolji domaći proizvod dobilo je "Zaječarsko", dok je u oblasti kraft piva nagrađena "Dogma", a u oblasti grickalica "Chipsy".

"Persil" proglašen najboljim brendom u oblasti kozmetike i sredstava za higijenu, Forma Ideale je osvojila priznanje za najbolji domaći proizvod, a u oblasti građevinarstva nagrađen je "Ceresit".

U kategoriji gaziranih napitaka, nagradu za najbolji brend ponela je "Coca-Cola". "Nescafe" je dobio priznanje za najbolji brend u kategoriji kafe, dok je u oblasti mlečnih proizvoda nagradu osvojila "Moja Kravica".

"Kovačević vino" je, kako su potrošači odlučili, najbolje u svojoj kategoriji, zatim u oblasti mineralnih voda priznanje pripalo "Knjaz Milošu", dok je u kategoriji bezalkoholnih napitaka nagradu dobio "Next".

Generali osiguranje je izabrano kao najbolje u svom sektoru, piše u saopštenju udruženja.

Uručena su i priznanja "Dobročinitelj" za društveno odgovorne kompanije i organizacije, a nagrade su dobile kompanije Henkel, Forma Ideale i Intesa Fondacija za nesebičan doprinos zajednici.

Specijalno priznanje za projekat "Palata nauke" dodeljeno je kompaniji MK grupa, dok je ovogodišnji dobitnik Zlatne plakete "Dobročinitelj" organizacija za palijativno zbrinjavanje BELhospice centar.

Pročitajte još:

Vreme: 04.04.2025 10:47 XML
Medij: advertiser-serbia.com
Link: https://www.advertiser-serbia.com/svecana-dodela-priznanja-najbolje-u-srbiji-odrzana-na-belgraid-
Autori: Advertiser Serbia
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Svečana dodela priznanja "Najbolje u Srbiji" održana na BelgrAID festivalu

3577



BEOGRAD - U okviru prvog humanitarnog festivala BelgrAID, 4. aprila na Dorćol Platzu, održana je jubilarna 15. dodela priznanja "Najbolje u Srbiji", u organizaciji udruženja Moja Srbija. Ova tradicionalna kampanja već 15 godina prepoznaje i nagrađuje najkvalitetnije domaće proizvode, brendove i kompanije koje svojim radom unapređuju društvo. Ove godine, potrošači su svojim glasovima odlučili […]

BEOGRAD - U okviru prvog humanitarnog festivala BelgrAID, 4. aprila na Dorćol Platzu, održana je jubilarna 15. dodela priznanja "Najbolje u Srbiji", u organizaciji udruženja Moja Srbija. Ova tradicionalna kampanja već 15 godina prepoznaje i nagrađuje najkvalitetnije domaće proizvode, brendove i kompanije koje svojim radom unapređuju društvo. Ove godine, potrošači su svojim glasovima odlučili da priznanja "Najbolje u Srbiji" ponesu vodeći domaći brendovi i proizvodi. Zlatiborac je osvojio titulu najboljeg brenda i domaćeg proizvoda u kategoriji mesnih prerađevina, dok je Dijamant poneo isto priznanje u kategoriji ulja, priloga i preliva. U oblasti dodataka jelima, potrošači su odlučili da je Začin C najbolji brend i domaći proizvod, dok je u kategoriji slatkiša apsolutni pobednik Plazma. U kategoriji piva, priznanje za najbolji domaći proizvod ponelo je Zaječarsko, dok je Persil proglašen najboljim brendom u oblasti kozmetike i sredstava za higijenu. Kada je reč o nameštaju, Forma Ideale je osvojila priznanje za najbolji domaći proizvod, a u oblasti građevinarstva titulom najboljeg brenda ovenčan je Ceresit. U kategoriji gaziranih napitaka, nagradu za najbolji brend ponela je Coca-Cola, dok je u oblasti kraft piva titulu zaslužila Dogma. Nescafe je poneo priznanje za najbolji brend u kategoriji kafe, dok je u oblasti mlečnih proizvoda nagradu zasluženo osvojila Moja Kravica. Potrošači su odlučili i da je Kovačević vino najbolje u svojoj kategoriji, dok je u oblasti mineralnih voda priznanje pripalo Knjaz Milošu. U kategoriji bezalkoholnih napitaka, nagrada je pripala Next-u, a Generali osiguranje je izabrano kao najbolje u svom sektoru. U oblasti grickalica, potrošači su se odlučili za Chipsy. Osim nagrada koje dodeljuju potrošači, uručena su i priznanja "Dobročinitelj", koja slave društveno odgovorne kompanije i organizacije. Ove godine, nagrade su pripale kompanijama Henkel, Forma Ideale i Intesa Fondaciji za njihov nesebičan doprinos zajednici. Specijalno priznanje za projekat "Palata nauke" dodeljeno je kompaniji MK Group, dok je ovogodišnji dobitnik Zlatne plakete "Dobročinitelj" organizacija za palijativno zbrinjavanje BELhospice centar. Kao i svake godine i ovoga puta su prilikom izbora Zlatnog Dobročinitelja ključni značaj imali glasovi prethodnih dobitnika istog priznanja, što ovoj nagradi daje posebnu vrednost. Dorćol Platz, GoSi International i Reflektor teatar prepoznati su kao partneri koji svojim radom doprinose umetnosti i društvenoj odgovornosti, a preuzeli su zahvalnice pre svega kao organizacije koje su pomogle kvalitetno sprovođenje ovogodišnjeg BelgrAID festivala. Dodela priznanja "Najbolje u Srbiji" bila je centralni događaj festivala BelgrAID, koji kroz umetnost, muziku i edukaciju promoviše filantropiju i zajedništvo. Sav prihod od festivala biće doniran za projekat "Bolnica po meri deteta" udruženja NURDOR, pružajući podršku deci oboleloj od raka i njihovim porodicama. Festival BelgrAID i ovogodišnji dobitnici priznanja pokazali su kako odgovorno poslovanje, kvalitet i humanost mogu ići ruku pod ruku, stvarajući pozitivne promene u društvu. Prijavite se za Advertiser Serbia Daily Newsletter Email

Vreme: 04.04.2025 20:14 XML
Medij: palankadanas.com
Link: https://palankadanas.com/dodeljene-nagrade-za-najkvalitetnije-proizvode-iz-srbije/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Dodeljene nagrade za najkvalitetnije proizvode iz Srbije - Palanka danas



U Beogradu su danas dodeljena priznanja za najkvalitetnije domaće proizvode "Najbolje u Srbiji", među kojima je "Zlatiborac" nagrađen za najbolji brend i domaći proizvod u kategoriji mesnih prerađevina, saopštilo je…

Dodeljene nagrade za najkvalitetnije proizvode iz Srbije

04/04/2025

4

U Beogradu su danas dodeljena priznanja za najkvalitetnije domaće proizvode "Najbolje u Srbiji", među kojima je "Zlatiborac" nagrađen za najbolji brend i domaći proizvod u kategoriji mesnih prerađevina, saopštilo je udruženje "Moja Srbija".

Isto priznanje poneo je "Dijamant" u kategoriji ulja, priloga i preliva, zatim su potrošači odlučili da je "Začin C" najbolji brend i domaći proizvod u oblasti dodataka jelima, dok je u kategoriji slatkiša pobednik "Plazma", prenosi Beta.

U kategoriji piva, priznanje za najbolji domaći proizvod dobilo je "Zaječarsko", dok je u oblasti kraft piva nagrađena "Dogma", a u oblasti grickalica "Chipsy".

"Persil" proglašen najboljim brendom u oblasti kozmetike i sredstava za higijenu, Forma Ideale je osvojila priznanje za najbolji domaći proizvod, a u oblasti građevinarstva nagrađen je "Ceresit".

U kategoriji gaziranih napitaka, nagradu za najbolji brend ponela je "Coca-Cola". "Nescafe" je dobio priznanje za najbolji brend u kategoriji kafe, dok je u oblasti mlečnih proizvoda nagradu osvojila "Moja Kravica".

"Kovačević vino" je, kako su potrošači odlučili, najbolje u svojoj kategoriji, zatim u oblasti mineralnih voda priznanje pripalo "Knjaz Milošu", dok je u kategoriji bezalkoholnih napitaka nagradu dobio "Next".

Generali osiguranje je izabrano kao najbolje u svom sektoru, piše u saopštenju udruženja.

Uručena su i priznanja "Dobročinitelj" za društveno odgovorne kompanije i organizacije, a nagrade su dobile kompanije Henkel, Forma Ideale i Intesa Fondacija za nesebičan doprinos zajednici.

Specijalno priznanje za projekat "Palata nauke" dodeljeno je kompaniji MK grupa, dok je ovogodišnji dobitnik Zlatne plakete "Dobročinitelj" organizacija za palijativno zbrinjavanje BELhospice centar.

Kao i svake godine i ovoga puta su prilikom izbora Zlatnog Dobročinitelja ključni značaj imali glasovi prethodnih dobitnika istog priznanja, što ovoj nagradi daje posebnu vrednost.

"Dodela priznanja 'Najbolje u Srbiji' bila je centralni događaj festivala BelgrAID, koji kroz umetnost, muziku i edukaciju promoviše filantropiju i zajedništvo. Sav prihod od festivala biće doniran za projekat Bolnica po meri deteta udruženja NURDOR, pružajući podršku deci oboleloj od raka i njihovim porodicama", navodi se u saopštenju.

Vreme: 05.04.2025 00:50 XML
Medij: mojasrbija.rs
Link: https://mojasrbija.rs/svecana-dodela-priznanja-najbolje-u-srbiji-odrzana-na-belgraid-festivalu/
Autori: mediapolis
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Svečana dodela priznanja "Najbolje u Srbiji" održana na BelgrAID festivalu

3336



U okviru prvog humanitarnog festivala BelgrAID, 4. aprila na Dorćol Platzu, održana je jubilarna 15. dodela priznanja Najbolje u Srbiji

Kontakt

Beograd, 4. april 2025 - U okviru prvog humanitarnog festivala BelgrAID, 4. aprila na Dorćol Platzu, održana je jubilarna 15. dodela priznanja "Najbolje u Srbiji", u organizaciji udruženja Moja Srbija. Ova tradicionalna kampanja već 15 godina prepoznaje i nagrađuje najkvalitetnije domaće proizvode, brendove i kompanije koje svojim radom unapređuju društvo.

Ove godine, potrošači su svojim glasovima odlučili da priznanja "Najbolje u Srbiji" ponesu vodeći domaći brendovi i proizvodi. Zlatiborac je osvojio titulu najboljeg brenda i domaćeg proizvoda u kategoriji mesnih prerađevina, dok je Dijamant poneo isto priznanje u kategoriji ulja, priloga i preliva. U oblasti dodataka jelima, potrošači su odlučili da je Začin C najbolji brend i domaći proizvod, dok je u kategoriji slatkiša apsolutni pobednik Plazma. U kategoriji piva, priznanje za najbolji domaći proizvod ponelo je Zaječarsko, dok je Persil proglašen najboljim brendom u oblasti kozmetike i sredstava za higijenu. Kada je reč o nameštaju, Forma Ideale je osvojila priznanje za najbolji domaći proizvod, a u oblasti građevinarstva titulom najboljeg brenda ovenčan je Ceresit.

U kategoriji gaziranih napitaka, nagradu za najbolji brend ponela je Coca-Cola, dok je u oblasti kraft piva titulu zaslužila Dogma. Nescafe je poneo priznanje za najbolji brend u kategoriji kafe, dok je u oblasti mlečnih proizvoda nagradu zasluženo osvojila Moja Kravica. Potrošači su odlučili i da je Kovačević vino najbolje u svojoj kategoriji, dok je u oblasti mineralnih voda priznanje pripalo Knjaz Milošu. U kategoriji bezalkoholnih napitaka, nagrada je pripala Next-u, a Generali osiguranje je izabrano kao najbolje u svom sektoru. U oblasti grickalica, potrošači su se odlučili za Chipsy.

Osim nagrada koje dodeljuju potrošači, uručena su i priznanja "Dobročinitelj", koja slave društveno odgovorne kompanije i organizacije. Ove godine, nagrade su pripale kompanijama Henkel, Forma Ideale i Intesa Fondaciji za njihov nesebičan doprinos zajednici. Specijalno priznanje za projekat "Palata nauke" dodeljeno je kompaniji MK Group, dok je ovogodišnji dobitnik Zlatne plakete "Dobročinitelj" organizacija za palijativno zbrinjavanje BELhospice centar. Kao i svake godine i ovoga puta su prilikom izbora Zlatnog Dobročinitelja ključni značaj imali glasovi prethodnih dobitnika istog priznanja, što ovoj nagradi daje posebnu vrednost.

Dorćol Platz, GoSi International i Reflektor teatar prepoznati su kao partneri koji svojim radom doprinose umetnosti i društvenoj odgovornosti, a preuzeli su zahvalnice pre svega kao organizacije koje su pomogle kvalitetno sprovođenje ovogodišnjeg BelgrAID festivala.

Dodela priznanja "Najbolje u Srbiji" bila je centralni događaj festivala BelgrAID, koji kroz umetnost, muziku i edukaciju promoviše filantropiju i zajedništvo. Sav prihod od festivala biće doniran za projekat "Bolnica po meri deteta" udruženja NURDOR, pružajući podršku deci oboleloj od raka i njihovim porodicama.

Festival BelgrAID i ovogodišnji dobitnici priznanja pokazali su kako odgovorno poslovanje, kvalitet i

humanost mogu ići ruku pod ruku, stvarajući pozitivne promene u društvu.
Copyright © Moja Srbija 2008-2024. All rights reserved.

Datum: 06.04.2025
Medij: TV Studio B
Emisija: Moja polisa
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

	Početak	Trajanje
Emisija	06.04.2025 14:48:00	47:00
Prilog	06.04.2025 15:02:00	1:18

Naslov: Rekordni rezultati

Generali je postigao rekordne rezultate i nadmašio ciljeve plana Lifetime Partner 24 Driving Growth. Bruto fakturisana premija porasla je za 14,9% na 95,2 milijarde evra, dok su neto prilivi u segmentu životnog osiguranja dostigli 9,7 milijardi evra. Vrednost novog biznisa porasla je na 2,4 milijarde evra, a operativni rezultat dostigao je rekordnih 7,3 milijarde evra. Ukupna imovina pod upravljanjem dostigla je 863 milijarde evra, a dividenda po akciji porasla je za 11,7%. Generalni direktor Filip Done izjavio je da je General ostvario izuzetne rezultate u 2024. godini, nadmašujući sve finansijske ciljeve.

Datum: 07.04.2025
Medij: Danas
Rubrika Dijalog
Autori: Miša Brkic
Teme: Generali osiguranje; Dunav osiguranje; Grawe (Grave) osiguranje; Wiener Stadtische
Naslov: Kako država reguliše Dunav

Napomena:
Površina: 717

Strana: 9



Miša BRKIĆ D BARBER SHOP

Kako država reguliše Dunav

Niko kao država ne ume da upropasti tržište.

Najveći neprijatelj tržišta je država.

Ekonomija jedne zemlje teško može da se spase od propasti ako država stvara pobednike i gubitnike na tržištu, umesto da to radi samo tržište.

Država na tržištu stvara podsticaje koji ohrabruju preduzeća da traže političke usluge i tako profitiraju, a ne da uspeju na tržištu zahvaljujući svojim zaslugama i poslovnim sposobnostima. Tako se stvara iluzija uspešnosti, umrtvljuje korporativni bazični instinkt za stvaranjem profita i kompanije završavaju u propasti. Ludnice lobiranja privrednih subjekata, naročito državnih preduzeća (ali i privatnih kompanija) nastaju svaki put kad vlast suspenduje tržište i direktno bira pobednike i gubitnike. Način na koji država u Srbiji siluje tržište, protežira svoje firme, stvara monopol i određuje pobednika najbolje se možda vidi u industriji osiguranja.

Tržište osiguranja u Srbiji slabo je razvijeno iako ima 16 osiguravajućih i četiri reosiguravajuće kompanije. Od tog broja tri kompanije su u državnom (ili većinskom državnom) vlasništvu. Kompanije osiguravaju građane (životno, zdravstveno osiguranje), vozila i privatne kompanije (poslovi, imovina) ali i javni sektor (imovina i poslovi ministarstava, državnih fondova, javnih kompanija, infrastruktura, oprema velike vrednosti, imovina i vozila gradova/opština, škola, domova zdravlja, bolnica). Vrednost tržišta, odnosno uplaćenog osiguranja (premija), veća je od 1,5 milijarde evra na godišnjem nivou.

Ako se posmatra visina bilansne sume u 2023. godini na prvom mestu je Đenerali osiguranje sa 77,4 milijardi dinara i 22,5 odsto tržišnog učešća, na drugom mestu je Dunav osiguranje sa 70 milijardi dinara i učešćem od 20,4 odsto. A kad se posmatra visina ukupne premije, onda je prvi Dunav sa 40,2 milijarde dinara, a drugi je Đenerali sa 28,9 milijardi dinara. Kad se gleda po vrsti osiguranja, Đenerali je lider na tržištu životnog i zdravstvenog osiguranja a Dunav ima prvu poziciju kao osiguravač javnog sektora.

Đenerali u Srbiji je firmakćerka italijanske kompanije Assicurazioni Generali. Dunav osiguranje je kompanija u većinskom (76,70 odsto) državnom vlasništvu koja je 2014. godine imala gubitak od 12 miliona evra pa je vlada Srbije odlučila da je dokapitalizuje s 40 miliona evra i „promeni poslovnu politiku" kako bi bila „sposobno da generiše izuzetno visoke stope povrata na uloženi kapital".

Kako je izgledala „promena poslovne politike" videlo se u proteklih deset godina kojima je dominirao poslovni slogan Dunav osiguranja „državno osiguranje za državno preduzeće". Dakle, sve što je državno u Srbiji treba da se osigura kod osiguravajuće firme u državnom vlasništvu. Među prvim potezima nove poslovne strategije bila je politička odluka - istiskivanje Socijalističke partije Srbije iz upravljanja Dunav osiguranjem i preuzimanje kontrole od strane Srpske napredne stranke. Nova „poslovna filozofija" bila je podržana i striktnom kadrovskom politikom koju je, po dubini tržišta osiguranja (uključujući i esnafsko udruženje koje neodoljivo podseća na parapolitičku organizaciju), sprovodila vladajuća partija. „Kadrovska obnova" podrazumevala je instaliranje u menadžmentu kompanije osoba odanih vladajućoj partiji i masovno zapošljavanje (po nekim procenama i do 400 radnika godišnje) pristalica Srpske napredne stranke. Taj model doveo je do apsolutnog favorizovanja i učvršćivanja monopola Dunav osiguranja na tržištu osiguranja u javnom sektoru (država, ministarstva, ustanove, javna preduzeća, institucije). Kompletna državna administracija/infrastruktura angažovana je na tržišnom nagrađivanju Dunav osiguranja i kažnjavanju navodnih neprijatelja, odnosno konkurenata, te kompanije. Koncentracija SNS kadrova u kompaniji i po dubini tržišta stvorili su pobednika, monopolistu na tržištu. Dunav osiguranje je do pred kraj prošle godine pobedilo u 50,18 odsto javnih nabavki za javni sektor preko tendera a sve ostale osiguravajuće kuće zajedno imale su manje učešće od Dunav osiguranja. Na 30 do 40 odsto tendera za javne nabavke nije mogla da učestvuje ni jedna druga osiguravajuća kompanija osim Dunav osiguranja jer su kadrovi vladajuće partije (članovi upravnog i nadzornog odbora te kompanije plus „spoljni" parapolitički saradnici) svojim uticajem čistili put i određivali kriterijume koje jedino mogao da ispuni taj državni osiguravač. Kriterijumi koje je propisala država određivali su pobednika na (u suštini fiktivnim) tenderima. Tako je Dunav osiguranje prošle godine „pobedilo" u 2.773 javne nabavke. Čak 10 od 16 osiguravača nisu imali ni jedan ugovor vredniji od milion dinara sa državom u 2024. godini a među takvima su i tržišni igrači poput Grawe i Wiener Stadtische. Čišćenjem puta do pobede Dunav osiguranje u 2023. godini u javnim nabavkama (ugovora s državom) obezbedilo je značajan deo prihoda od svoje ukupne premije vredne 40,2 milijarde dinara.



Foto: Radenko Topalović / Danas

Kad sve te vrste sistemskog bildovanja (protežiranja) nisu bile dovoljne za pobedu na tržištu onda je država angažovala žutu štampu pod svojom kontrolom da diskredituju konkurenciju Dunav osiguranja, šireći „iz dobro pouzdanih izvora" informacije o navodnim sumnjivim poslovnim potezima i gubljenju tržišnog udela. Zauzvrat, tabloidi su širokogrudo čašćavani oglasima državnog osiguravača.

Osim na oglašavanje deo zarade (mnogo veći) potrošen je na zapošljavanje pristalica i simpatizera vladajuće stranke, otvoreno skretanje kapitala u partijske i privatne džepove i kupovinu sigurnih glasova na izborima. Argument pristalica državne privrede da nema ničeg lošeg kad država daje posao osiguranja (i ne samo njega) državnim firmama jer tako novac ostaje u državi je pogrešan. Upravo na primeru Dunav osiguranja vidi se kako novac koji država troši za osiguranje ne ostaje njoj nego završava u partijskim i privatnim džepovima.

Kako je izgledala „promena poslovne politike" videlo se u proteklih deset godina kojima je dominirao poslovni slogan Dunav osiguranja „državno osiguranje za državno preduzeće". Dakle, sve što je državno u Srbiji treba da se osigura kod osiguravajuće firme u državnom vlasništvu. Među prvim potezima nove poslovne strategije bila je politička odluka - istiskivanje Socijalističke partije Srbije iz upravljanja Dunav osiguranjem i preuzimanje kontrole od strane Srpske napredne stranke

Model po kome država određuje tržišnog pobednika u direktnoj je suprotnosti sa načelom fer i jednakih uslova konkurencije na tržištu osiguranja koji važi u svim evropskim zemljama. Ne kaže se badava u pregovaračkom Poglavlju 8 o pristupanje Srbije Evropskoj uniji da je zadatak pravila o konkurenciji „da omoguće bolje funkcionisanje tržišta... da štite građane, zabranjujući preduzetnicima sklapanje sporazuma kojima bi se delila tržišta i izvori nabavke. Ona takođe sprečavaju zloupotrebu dominantnog položaja preduzeća... odobravanje državne pomoći preduzećima zabranjeno je kada narušava konkurenciju, odnosno stvara nepravednu prednost na tržištu".

Iako je javno poznato da je Komisija za zaštitu konkurencije odavno uspavana političkom injekcijom, stalno treba propitivati šta ta Komisija radi u konkretnom slučaju državnog protežiranja Dunav osiguranja.

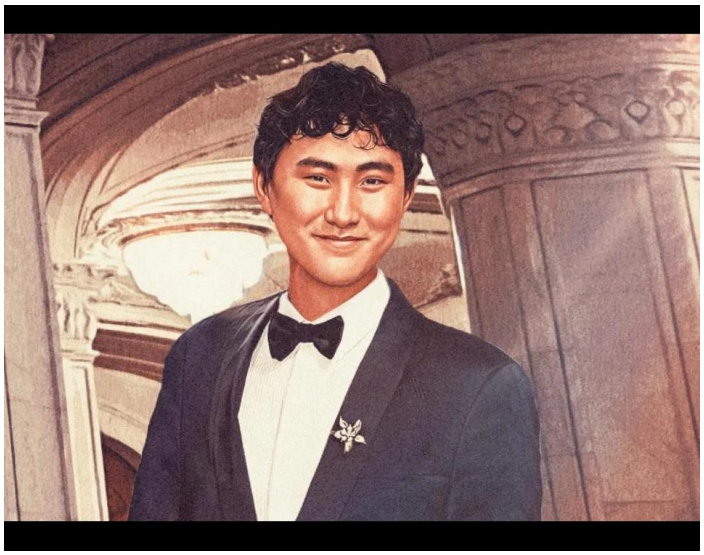
Posebno je pitanje da li su državne kompanije (pa i osiguravajuća) tako teški tržišni autsajderi da im je potrebna tolika državna zaštita od konkurencije. Ili je u pitanju partijska i individualna pohlepa.

Tekstovi u rubrici Dijalog ne odražavaju nužno uređivačku politiku lista Danas

Vreme: 07.04.2025 07:00 XML
Medij: forbes.n1info.rs
Link: https://forbes.n1info.rs/liste/ko-su-najmladji-milijarderi-najvise-iz-evrope-a-neki-imaju-udele-u-
Autori: Forbes
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Izgradnja bogatstva obično traje godinama - pa čak i ceo život. Brojevi govore sami za sebe. Skoro tri četvrtine svetskih milijardera ima između 50 i 79...

5516



Ko su najmlađi milijarderi na Forbes listi. Najviše ih je iz Evrope, a neki imaju udele u poznatim firmama koje posluju u Srbiji

Forbes

Ko je na listi

U nastavku je lista sa 21 najmlađim članom Forbes liste svetskih milijardera, svi uzrasta 30 i manje, poređani od najmlađeg ka najstarijem:

Johanes fon Baumbah

Godine: 19 | Državljanstvo: Nemačka | Izvor bogatstva: Farmacija | Neto vrednost: 5,4 milijarde $

Najmlađi naslednik nemačke farmaceutske firme Boehringer Ingelheim. Porodica je poznata po tome što izbegava javnost. Nije poznato da li Johanes ili njegova braća i sestra imaju bilo kakvu ulogu u firmi. Kompaniju od 2015. vodi član porodice - Johanesov ujak Hubert fon Baumbah. Johanes se takmičarski bavi skijanjem u Austriji.

Livia Voigt de Asis

Godine: 20 | Državljanstvo: Brazil | Izvor bogatstva: Industrijske mašine | Neto vrednost: 1,2 milijarde $

Najmlađa naslednica osnivača kompanije WEG, Vernera Rikarda Voigta. Ima 3,1% udela u firmi, isto kao i njena sestra. Trenutno studira psihologiju. Nakon što je Forbes prošle godine proglasio najmlađom milijarderkom, objavila je da želi da ostane van javnosti i izbegava društvene mreže.

Klemente Del Vekio

Godine: 20 | Državljanstvo: Italija | Izvor bogatstva: Naočare | Neto vrednost: 6,6 milijardi $

Bogatstvo duguje udelu od 12,5% u holding kompaniji Delfin, koja ima udeo nad EssilorLuxottica, kompaniji za proizvodnju naočara. Ne radi u kompaniji. On i njegov brat Luka su deca koju je njihov pokojni otac dobio sa bivšom šeficom za odnose s investitorima, Sabinom Grosi.

Kim Jung-jun

Godine: 21 | Državljanstvo: Južna Koreja | Izvor bogatstva: Onlajn igrice | Neto vrednost: 1,3 milijarde $

Iako nema ulogu u kompaniji, ona i njena sestra imaju po 9% udela u kompaniji za razvoj igrica Nexon, koju su nasledile od pokojnog oca. Nexon je poznat po više od 80 aktivnih igrica koje igraju korisnici iz više od 190 zemalja, uključujući MapleStory, KartRider i Dungeon & Fighter.

Kevin Dejvid Leman

Godine: 22 | Državljanstvo: Nemačka | Izvor bogatstva: Drogerije | Neto vrednost: 3,6 milijardi $

Nasledio je bogatstvo nakon što mu je otac tokom 2017. preneo 50% udela u nemačkom lancu drogerija dm-drogerie markt. Tada je imao samo 14 godina. Njegov otac je prvi put uložio u brend 1974. godine, godinu dana nakon osnivanja. Od tada narasla je na 4.120 radnji širom Evrope. Ni otac ni sin nemaju aktivnu ulogu u kompaniji.

Naslov: Izgradnja bogatstva obično traje godinama - pa čak i ceo život. Brojevi govore sami za sebe. Skoro tri četvrtine svetskih milijardera ima između 50 i 79...

Franc fon Baumbah

Godine: 23 | Državljanstvo: Nemačka | Izvor bogatstva: Farmacija | Neto vrednost: 5,4 milijarde $

Drugi najmlađi naslednik kompanije Boehringer Ingelheim. O njemu i njegovoj braći i sestri se zna vrlo malo.

Kim Jung-min

Godine: 23 | Državljanstvo: Južna Koreja | Izvor bogatstva: Onlajn igrice | Neto vrednost: 1,3 milijarde $

Zajedno sa sestrom nasledila je po 9% udela u Nexonu nakon smrti njihovog oca, osnivača kompanije Kim Jung-jua 2022. godine. Nexon je pionir u "free-to-play" modelu i lider indusrtije onlajn multiplejer igrica - MMORPG.

Luka Del Vekio

Godine: 23 | Državljanstvo: Italija | Izvor bogatstva: Naočare | Neto vrednost: 6,6 milijardi $

Zajedno sa bratom i polubratom najbogatiji je među osobama mlađim od 30 godina. Porodična kompanija Delfin ima i udele u drugim firmama u Italiji i Francuskoj, poput banke Unikredit i osiguravajuće kuće Đenerali. Nije operativno uključen u rad EssilorLuxoticca i Delfin.

Remi Doso

Godine: 23 | Državljanstvo: Francuska | Izvor bogatstva: Raznovrsno | Neto vrednost: 2,8 milijardi $

Njegov pradeda je preživeo Holokaust i izumitelj je propelera koji su koristile francuske vazdušne snage u Prvom svetskom ratu. Osnivač je kompanije koja je kasnije postala gigant Dassault Aviation. Remi je vlasnik oko 4,1% udela u toj kompaniji, koji je nasledio nakon smrti oca u 2021. kao i 2,5% u softverskoj firmi Dassault Systemes.

Maksim Tebar

Godine: 24 | Državljanstvo: Nemačka | Izvor bogatstva: Motorne testere | Neto vrednost: 1,1 milijarda $

Bogatstvo duguje udelu u kompaniji Stihl, jednom od vodećih svetskih proizvođača motornih testera i drugih ručnih električnih alata. Kompaniju je 1926. osnovao Andreas Štil, koji je napravio prvu električnu testeru za dve osobe. Danas posluje u više od 160 zemalja, a i dalje je u porodičnom vlasništvu.

Ostali na listi

Godine: 25 | Državljanstvo: Nemačka | Izvor bogatstva: Farmacija | Neto vrednost: 5,4 milijardi $

Zahan Mistri

Godine: 26 | Državljanstvo: Irska | Izvor bogatstva: Raznovrsno | Neto vrednost: 4 milijarde $

Maksimilijan fon Baumbah

Godine: 27 | Državljanstvo: Nemačka | Izvor bogatstva: Farmacija | Neto vrednost: 5,4 milijardi $

Dora Voigt de Asis

Godine: 27 | Državljanstvo: Brazil | Izvor bogatstva: Industrijske mašine | Neto vrednost: 1,2 milijardi $

Aleksander Vang

Godine: 28 | Državljanstvo: SAD | Izvor bogatstva: AI | Neto vrednost: 2 milijarde $

Firoz Mistri

Godine: 28 | Državljanstvo: Irska | Izvor bogatstva: Raznovrsno | Neto vrednost: 4 milijarde $

Aleksandra Andresen

Godine: 28 | Državljanstvo: Norveška | Izvor bogatstva: Investicije | Neto vrednost: 1,9 milijardi $

Leonardo Maria Del Vekio

Godine: 29 | Državljanstvo: Italija | Izvor bogatstva: Naočare | Neto vrednost: 6,6 milijardi $

Ed Krejven

Godine: 29 | Državljanstvo: Australija | Izvor bogatstva: Onlajn kazino | Neto vrednost: 2,8 milijardi $

Katarina Andresen

Godine: 29 | Državljanstvo: Norveška | Izvor bogatstva: Investicije | Neto vrednost: 2 milijarde $

Sofi Luiz Filman

Godine: 30 | Državljanstvo: Nemačka | Izvor bogatstva: Optometrija | Neto vrednost: 2,8 milijardi $

Monika Hanter-Hart, novinarka Forbes

Vreme: 07.04.2025 16:50 XML
Medij: mondo.rs
Link: https://mondo.rs/Info/Svet/a2058144/lista-najmladjih-milijardera-na-svetu-2025.html
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Naslov: Najmlađi milijarder na sveti ima samo 19 godina! Lista najbogatijih mladih ljudi, njihove firme posluju i u Srbiji

6169



Svet

Lista najmlađih milijardera na svetu 2025

Velika većina mladih milijardera, njih 15, dolazi iz Evrope.

Komentariši

Foto:Jester-Flim/Shutterstock

Izgradnja bogatstva obično traje godinama, pa čak i ceo život. Brojevi govore sami za sebe. Skoro tri četvrtine svetskih milijardera ima između 50 i 79 godina. Samo 12 posto je mlađe od 50. Najređi među njima su oni koji postanu milijarderi pre 30. godine. Ove godine, na Forbes listi nalazi se samo 21 mlad i bogat pojedinac.

Nije iznenađujuće da su svi, osim dvoje, nasledili svoje bogatstvo. To važi i za najmlađeg milijardera na svetu, Johanesa fon Baumbaha (19), naslednika nemačke kompanije Boehringer Ingelheim. Najveće privatne farmaceutske firme na svetu. On i njegova tri brata i sestre, od 23, 25 i 27 godina, svaki su "teški" oko 5,4 milijarde dolara zahvaljujući udelu u kompaniji.

Milijarderi u Nemačkoj i Italiji

Velika većina mladih milijardera, njih 15, dolazi iz Evrope. Nemačka ih ima najviše na kontinentu, uključujući četvoro fon Baumbaha, kao i Sofi Luiz Filman (30, proizvodnja naočara), Kevina Dejvida Lemana (22, drogerije) i Maksima Tebara (23, motorne testere). Slede Italijani: trojica braće Del Vekio nasledili su deo carstva EssilorLuxottica, poznatog po brendovima naočara. Njihovo bogatstvo poraslo je 40 posto, na 6,6 milijardi dolara, zahvaljujući rastu vrednosti akcija kompanije nakon snažnog poslovnog rezultata u 2024.

Van Evrope, postoje dva para braće i sestara u Južnoj Koreji i Brazilu koji su nasledili bogatstvo u oblasti onlajn igrica i industrijskih mašina.

A tu su i jedina dva milijardera koji su sami izgradili svoje bogatstvo. Jedan je Australijanac Ed Krejven (29), koji je suosnivač Stake.com. To je verovatno najveći onlajn kazino koji koristi kriptovalute, sa 4,7 milijardi dolara prihoda prošle godine.

Drugi je Amerikanac Aleksandr Vang (28), koji je suosnivač Scale AI, kompanije za anotaciju podataka za veštačku inteligenciju. Nedavno je postao milijarder po drugi put. Još 2021. godine, procena kompanije na 7,3 milijarde dolara donela mu je prvi milijarderski status. Ipak, 2023. godine je ispao sa Forbes liste zbog pada vrednosti privatnih tehnoloških firmi. Sada, zahvaljujući rundi finansiranja u maju koja je procenila Scale AI na 13,8 milijardi dolara, kompanija, i Vang, ponovo su na listi.

Ko je na listi

U nastavku je lista sa 10 najmlađih članova Forbes liste svetskih milijardera, svi uzrasta 30 i manje, poređani od najmlađeg ka najstarijem:

Johanes fon Baumbah

Državljanstvo: Nemačka

Naslov: Najmlađi milijarder na sveti ima samo 19 godina! Lista najbogatijih mladih ljudi, njihove firme posluju i u Srbiji

Izvor bogatstva: Farmacija

Neto vrednost: 5,4 milijarde $

Najmlađi naslednik nemačke farmaceutske firme Boehringer Ingelheim. Porodica je poznata po tome što izbegava javnost. Nije poznato da li Johanes ili njegova braća i sestra imaju bilo kakvu ulogu u firmi. Kompaniju od 2015. godine vodi član porodice - Johanesov ujak Hubert fon Baumbah. Johanes se takmičarski bavi skijanjem u Austriji.

Livia Voigt de Asis

Izvor bogatstva: Industrijske mašine

Neto vrednost: 1,2 milijarde $

Najmlađa naslednica osnivača kompanije WEG, Vernera Rikarda Voigta. Ima 3,1 posto udela u firmi, isto kao i njena sestra. Trenutno studira psihologiju. Nakon što je Forbes prošle godine proglasio najmlađom milijarderkom, objavila je da želi da ostane van javnosti i izbegava društvene mreže.

Klemente Del Vekio

Izvor bogatstva: Naočare

Neto vrednost: 6,6 milijardi $

Bogatstvo duguje udelu od 12,5 posto u holding kompaniji Delfin, koja ima udeo nad EssilorLuxottica, kompaniji za proizvodnju naočara. Ne radi u kompaniji. On i njegov brat Luka su deca koju je njihov pokojni otac dobio sa bivšom šeficom za odnose s investitorima, Sabinom Grosi.

Kim Jung-jun

Državljanstvo: Južna Koreja

Izvor bogatstva: Onlajn igrice

Neto vrednost: 1,3 milijarde $

Iako nema ulogu u kompaniji, ona i njena sestra imaju po 9% udela u kompaniji za razvoj igrica Nexon, koju su nasledile od pokojnog oca. Nexon je poznat po više od 80 aktivnih igrica koje igraju korisnici iz više od 190 zemalja, uključujući MapleStory, KartRider i Dungeon & Fighter.

Kevin Dejvid Leman

Državljanstvo: Nemačka

Izvor bogatstva: Drogerije

Neto vrednost: 3,6 milijardi $

Nasledio je bogatstvo nakon što mu je otac tokom 2017. preneo 50% udela u nemačkom lancu drogerija dm-drogerie markt. Tada je imao samo 14 godina. Njegov otac je prvi put uložio u brend 1974. godine, godinu dana nakon osnivanja. Od tada narasla je na 4.120 radnji širom Evrope. Ni otac ni sin nemaju aktivnu ulogu u kompaniji.

Franc fon Baumbah

Državljanstvo: Nemačka

Izvor bogatstva: Farmacija

Neto vrednost: 5,4 milijarde $

Drugi najmlađi naslednik kompanije Boehringer Ingelheim. O njemu i njegovoj braći i sestri se zna vrlo malo.

Kim Jung-min

Državljanstvo: Južna Koreja

Izvor bogatstva: Onlajn igrice

Neto vrednost: 1,3 milijarde $

Zajedno sa sestrom nasledila je po devet posto udela u Nexonu nakon smrti njihovog oca, osnivača kompanije Kim Jung-jua 2022. godine. Nexon je pionir u "free-to-play" modelu i lider indusrtije onlajn multiplejer igrica - MMORPG.

Luka Del Vekio

Izvor bogatstva: Naočare

Neto vrednost: 6,6 milijardi $

Zajedno sa bratom i polubratom najbogatiji je među osobama mlađim od 30 godina. Porodična kompanija Delfin ima i udele u drugim firmama u Italiji i Francuskoj, poput banke Unikredit i osiguravajuće kuće Đenerali. Nije operativno uključen u rad EssilorLuxoticca i Delfin.

Naslov: Najmlađi milijarder na sveti ima samo 19 godina! Lista najbogatijih mladih ljudi, njihove firme posluju i u Srbiji

---

Remi Doso

Izvor bogatstva: Raznovrsno

Neto vrednost: 2,8 milijardi $

Njegov pradeda je preživeo Holokaust i izumitelj je propelera koji su koristile francuske vazdušne snage u Prvom svetskom ratu. Osnivač je kompanije koja je kasnije postala gigant Dassault Aviation. Remi je vlasnik oko 4,1 posto udela u toj kompaniji, koji je nasledio nakon smrti oca u 2021. kao i 2,5 posto u softverskoj firmi Dassault Systemes.

Maksim Tebar

Državljanstvo: Nemačka

Izvor bogatstva: Motorne testere

Neto vrednost: 1,1 milijarda $

Bogatstvo duguje udelu u kompaniji Stihl, jednom od vodećih svetskih proizvođača motornih testera i drugih ručnih električnih alata. Kompaniju je 1926. osnovao Andreas Štil, koji je napravio prvu električnu testeru za dve osobe. Danas posluje u više od 160 zemalja, a i dalje je u porodičnom vlasništvu.

BONUS VIDEO:

Vreme: 07.04.2025 07:00 XML
Medij: danas.rs
Link: https://www.danas.rs/kolumna/misa-brkic/kako-drzava-regulise-dunav/
Autori: @OnlineDanas
Teme: Wiener Stadtische osiguranje; Generali osiguranje; Dunav osiguranje

Naslov: Kako država reguliše Dunav

Niko kao država ne ume da upropasti tržište. Najveći neprijatelj tržišta je država.

Ekonomija jedne zemlje teško može da se spase od propasti ako država stvara pobednike i gubitnike na tržištu, umesto da to radi samo tržište. Država na tržištu stvara podsticaje koji ohrabruju preduzeća da traže političke usluge i tako profitiraju, a ne da uspeju na tržištu zahvaljujući svojim zaslugama i poslovnim sposobnostima. Tako se stvara iluzija uspešnosti, umrtvljuje korporativni bazični instinkt za stvaranjem profita i kompanije završavaju u propasti. Ludnice lobiranja privrednih subjekata, naročito državnih preduzeća (ali i privatnih kompanija) nastaju svaki put kad vlast suspenduje tržište i direktno bira pobednike i gubitnike. Način na koji država u Srbiji siluje tržište, protežira svoje firme, stvara monopol i određuje pobednika najbolje se možda vidi u industriji osiguranja. Tržište osiguranja u Srbiji slabo je razvijeno iako ima 16 osiguravajućih i četiri reosiguravajuće kompanije. Od tog broja tri kompanije su u državnom (ili većinskom državnom) vlasništvu. Kompanije osiguravaju građane (životno, zdravstveno osiguranje), vozila i privatne kompanije (poslovi, imovina) ali i javni sektor (imovina i poslovi ministarstava, državnih fondova, javnih kompanija, infrastruktura, oprema velike vrednosti, imovina i vozila gradova/opština, škola, domova zdravlja, bolnica). Vrednost tržišta, odnosno uplaćenog osiguranja (premija), veća je od 1,5 milijarde evra na godišnjem nivou. Ako se posmatra visina bilansne sume u 2023. godini na prvom mestu je Đenerali osiguranje sa 77,4 milijardi dinara i 22,5 odsto tržišnog učešća, na drugom mestu je Dunav osiguranje sa 70 milijardi dinara i učešćem od 20,4 odsto. A kad se posmatra visina ukupne premije, onda je prvi Dunav sa 40,2 milijarde dinara, a drugi je Đenerali sa 28,9 milijardi dinara. Kad se gleda po vrsti osiguranja, Đenerali je lider na tržištu životnog i zdravstvenog osiguranja a Dunav ima prvu poziciju kao osiguravač javnog sektora. Đenerali u Srbiji je firma-kćerka italijanske kompanije Assicurazioni Generali. Dunav osiguranje je kompanija u većinskom (76,70 odsto) državnom vlasništvu koja je 2014. godine imala gubitak od 12 miliona evra pa je vlada Srbije odlučila da je dokapitalizuje s 40 miliona evra i "promeni poslovnu politiku" kako bi bila "sposobno da generiše izuzetno visoke stope povrata na uloženi kapital". Kako je izgledala "promena poslovne politike" videlo se u proteklih deset godina kojima je dominirao poslovni slogan Dunav osiguranja "državno osiguranje za državno preduzeće". Dakle, sve što je državno u Srbiji treba da se osigura kod osiguravajuće firme u državnom vlasništvu. Među prvim potezima nove poslovne strategije bila je politička odluka - istiskivanje Socijalističke partije Srbije iz upravljanja Dunav osiguranjem i preuzimanje kontrole od strane Srpske napredne stranke. Nova "poslovna filozofija" bila je podržana i striktnom kadrovskom politikom koju je, po dubini tržišta osiguranja (uključujući i esnafsko udruženje koje neodoljivo podseća na parapolitičku organizaciju), sprovodila vladajuća partija. "Kadrovska obnova" podrazumevala je instaliranje u menadžmentu kompanije osoba odanih vladajućoj partiji i masovno zapošljavanje (po nekim procenama i do 400 radnika godišnje) pristalica Srpske napredne stranke. Taj model doveo je do apsolutnog favorizovanja i učvršćivanja monopola Dunav osiguranja na tržištu osiguranja u javnom sektoru (država, ministarstva, ustanove, javna preduzeća, institucije). Kompletna državna administracija/infrastruktura angažovana je na tržišnom nagrađivanju Dunav osiguranja i kažnjavanju navodnih neprijatelja, odnosno konkurenata, te kompanije. Koncentracija SNS kadrova u kompaniji i po dubini tržišta stvorili su pobednika, monopolistu na tržištu. Dunav osiguranje je do pred kraj prošle godine pobedilo u 50,18 odsto javnih nabavki za javni sektor preko tendera a sve ostale osiguravajuće kuće zajedno imale su manje učešće od Dunav osiguranja. Na 30 do 40 odsto tendera za javne nabavke nije mogla da učestvuje ni jedna druga osiguravajuća kompanija osim Dunav osiguranja jer su kadrovi vladajuće partije (članovi upravnog i nadzornog odbora te kompanije plus "spoljni" parapolitički saradnici) svojim uticajem čistili put i određivali kriterijume koje jedino mogao da ispuni taj državni osiguravač. Kriterijumi koje je propisala država određivali su pobednika na (u suštini fiktivnim) tenderima. Tako je Dunav osiguranje prošle godine "pobedilo" u 2.773 javne nabavke. Čak 10 od 16 osiguravača nisu imali ni jedan ugovor vredniji od milion dinara sa državom u 2024. godini a među takvima su i tržišni igrači poput Grawe i Wiener Stadtische. Čišćenjem puta do pobede Dunav osiguranje u 2023. godini u javnim nabavkama (ugovora s državom) obezbedilo je značajan deo prihoda od svoje ukupne premije vredne 40,2 milijarde dinara. Kad sve te vrste sistemskog bildovanja (protežiranja) nisu bile dovoljne za pobedu na tržištu onda je država angažovala žutu štampu pod svojom kontrolom da diskredituju konkurenciju Dunav osiguranja, šireći "iz dobro pouzdanih izvora" informacije o navodnim sumnjivim poslovnim potezima i gubljenju tržišnog udela. Zauzvrat, tabloidi su širokogrudo čašćavani oglasima državnog osiguravača. Osim na oglašavanje deo zarade (mnogo veći) potrošen je na zapošljavanje pristalica i simpatizera vladajuće stranke, otvoreno skretanje kapitala u partijske i privatne džepove i kupovinu sigurnih glasova na izborima. Argument pristalica državne privrede da nema ničeg lošeg kad država daje posao osiguranja (i ne samo njega) državnim firmama jer tako novac ostaje u državi je pogrešan. Upravo na primeru Dunav osiguranja vidi se kako novac koji država troši za osiguranje ne ostaje njoj nego završava u partijskim i privatnim džepovima. Model po kome država određuje tržišnog pobednika u

direktnoj je suprotnosti sa načelom fer i jednakih uslova konkurencije na tržištu osiguranja koji važi u svim evropskim zemljama. Ne kaže se badava u pregovaračkom Poglavlju 8 o pristupanje Srbije Evropskoj uniji da je zadatak pravila o konkurenciji "da omoguće bolje funkcionisanje tržišta… da štite građane, zabranjujući preduzetnicima sklapanje sporazuma kojima bi se delila tržišta i izvori nabavke. Ona takođe sprečavaju zloupotrebu dominantnog položaja preduzeća… odobravanje državne pomoći preduzećima zabranjeno je kada narušava konkurenciju, odnosno stvara nepravednu prednost na tržištu". Iako je javno poznato da je Komisija za zaštitu konkurencije odavno uspavana političkom injekcijom, stalno treba propitivati šta ta Komisija radi u konkretnom slučaju državnog protežiranja Dunav osiguranja. Posebno je pitanje da li su državne kompanije (pa i osiguravajuća) tako teški tržišni autsajderi da im je potrebna tolika državna zaštita od konkurencije. Ili je u pitanju partijska i individualna pohlepa. Stavovi autora u rubrici Dijalog ne odražavaju nužno uređivačku politiku Danasa. Ime * Komentar

Vreme: 08.04.2025 11:32 XML
Medij: espreso.co.rs
Link: https://www.espreso.co.rs/svet/planeta/1531555/lista-najmladjih-milijadera-na-svetu
Autori: @espresors
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Ovo je najmlađi milijarder na svetu: Ima 19 godina i toliko love da može sve da nas kupi - a da mu ostane preko!

5300



Izgradnja bogatstva obično traje godinama, pa čak i ceo život. Brojevi govore sami za sebe. Skoro tri četvrtine svetskih milijardera ima između 50 i 79 godina. Samo 12 posto je mlađe od 50. Najređi među njima su oni koji postanu milijarderi pre 30. godine. Ove godine, na Forbes listi nalazi se samo 21 mlad i bogat pojedinac. Nije iznenađujuće da su svi, osim dvoje, nasledili svoje bogatstvo. To važi i za najmlađeg milijardera na svetu, Johanesa fon Baumbaha (19), naslednika nemačke kompanije Boehringer Ingelheim. Najveće privatne farmaceutske firme na svetu. On i njegova tri brata i sestre, od 23, 25 i 27 godina, svaki su "teški" oko 5,4 milijarde dolara zahvaljujući udelu u kompaniji. Milijarderi u Nemačkoj i Italiji Velika većina mladih milijardera, njih 15, dolazi iz Evrope. Nemačka ih ima najviše na kontinentu, uključujući četvoro fon Baumbaha, kao i Sofi Luiz Filman (30, proizvodnja naočara), Kevina Dejvida Lemana (22, drogerije) i Maksima Tebara (23, motorne testere). Slede Italijani: trojica braće Del Vekio nasledili su deo carstva EssilorLuxottica, poznatog po brendovima naočara. Njihovo bogatstvo poraslo je 40 posto, na 6,6 milijardi dolara, zahvaljujući rastu vrednosti akcija kompanije nakon snažnog poslovnog rezultata u 2024. Van Evrope, postoje dva para braće i sestara u Južnoj Koreji i Brazilu koji su nasledili bogatstvo u oblasti onlajn igrica i industrijskih mašina. A tu su i jedina dva milijardera koji su sami izgradili svoje bogatstvo. Jedan je Australijanac Ed Krejven (29), koji je suosnivač Stake.com. To je verovatno najveći onlajn kazino koji koristi kriptovalute, sa 4,7 milijardi dolara prihoda prošle godine. Drugi je Amerikanac Aleksandr Vang (28), koji je suosnivač Scale AI, kompanije za anotaciju podataka za veštačku inteligenciju. Nedavno je postao milijarder po drugi put. Još 2021. godine, procena kompanije na 7,3 milijarde dolara donela mu je prvi milijarderski status. Ipak, 2023. godine je ispao sa Forbes liste zbog pada vrednosti privatnih tehnoloških firmi. Sada, zahvaljujući rundi finansiranja u maju koja je procenila Scale AI na 13,8 milijardi dolara, kompanija, i Vang, ponovo su na listi. Ko je na listi U nastavku je lista sa 10 najmlađih članova Forbes liste svetskih milijardera, svi uzrasta 30 i manje, poređani od najmlađeg ka najstarijem: Johanes fon Baumbah Najmlađi naslednik nemačke farmaceutske firme Boehringer Ingelheim. Porodica je poznata po tome što izbegava javnost. Nije poznato da li Johanes ili njegova braća i sestra imaju bilo kakvu ulogu u firmi. Kompaniju od 2015. godine vodi član porodice - Johanesov ujak Hubert fon Baumbah. Johanes se takmičarski bavi skijanjem u Austriji. Livia Voigt de Asis Najmlađa naslednica osnivača kompanije WEG, Vernera Rikarda Voigta. Ima 3,1 posto udela u firmi, isto kao i njena sestra. Trenutno studira psihologiju. Nakon što je Forbes prošle godine proglasio najmlađom milijarderkom, objavila je da želi da ostane van javnosti i izbegava društvene mreže. Klemente Del Vekio Bogatstvo duguje udelu od 12,5 posto u holding kompaniji Delfin, koja ima udeo nad EssilorLuxottica, kompaniji za proizvodnju naočara. Ne radi u kompaniji. On i njegov brat Luka su deca koju je njihov pokojni otac dobio sa bivšom šeficom za odnose s investitorima, Sabinom Grosi. Kim Jung-jun Iako nema ulogu u kompaniji, ona i njena sestra imaju po 9% udela u kompaniji za razvoj igrica Nexon, koju su nasledile od pokojnog oca. Nexon je poznat po više od 80 aktivnih igrica koje igraju korisnici iz više od 190 zemalja, uključujući MapleStory, KartRider i Dungeon & Fighter. Kevin Dejvid Leman Nasledio je bogatstvo nakon što mu je otac tokom 2017. preneo 50% udela u nemačkom lancu drogerija dm-drogerie markt. Tada je imao samo 14 godina. Njegov otac je prvi put uložio u brend 1974. godine, godinu dana nakon osnivanja. Od tada narasla je na 4.120 radnji širom Evrope. Ni otac ni sin

Naslov: Ovo je najmlađi milijarder na svetu: Ima 19 godina i toliko love da može sve da nas kupi - a da mu ostane preko!

nemaju aktivnu ulogu u kompaniji. Franc fon Baumbah Drugi najmlađi naslednik kompanije Boehringer Ingelheim. O njemu i njegovoj braći i sestri se zna vrlo malo. Kim Jung-min Zajedno sa sestrom nasledila je po devet posto udela u Nexonu nakon smrti njihovog oca, osnivača kompanije Kim Jung-jua 2022. godine. Nexon je pionir u "free-to-play" modelu i lider indusrtije onlajn multiplejer igrica - MMORPG. Luka Del Vekio Zajedno sa bratom i polubratom najbogatiji je među osobama mlađim od 30 godina. Porodična kompanija Delfin ima i udele u drugim firmama u Italiji i Francuskoj, poput banke Unikredit i osiguravajuće kuće Đenerali. Nije operativno uključen u rad EssilorLuxoticca i Delfin. Remi Doso Njegov pradeda je preživeo Holokaust i izumitelj je propelera koji su koristile francuske vazdušne snage u Prvom svetskom ratu. Osnivač je kompanije koja je kasnije postala gigant Dassault Aviation. Remi je vlasnik oko 4,1 posto udela u toj kompaniji, koji je nasledio nakon smrti oca u 2021. kao i 2,5 posto u softverskoj firmi Dassault Systemes. Maksim Tebar Bogatstvo duguje udelu u kompaniji Stihl, jednom od vodećih svetskih proizvođača motornih testera i drugih ručnih električnih alata. Kompaniju je 1926. osnovao Andreas Štil, koji je napravio prvu električnu testeru za dve osobe. Danas posluje u više od 160 zemalja, a i dalje je u porodičnom vlasništvu. Bonus video: (Espreso/ Forbes/ Prenela: T.M.)

Datum: 10.04.2025
Medij: Nedeljnik
Rubrika Poslednja
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 529

Naslov: GENERALI

Strana: 64



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 10.04.2025 11:47 XML
Medij: listzrenjanin.com
Link: https://listzrenjanin.com/poslovanje-privatnog-sektora-u-zdravstvu-isplativo-i-profitabilno/
Autori: Redakcija
Teme: UNIQA osiguranje; Generali osiguranje

Naslov: POSLOVANJE PRIVATNOG SEKTORA U ZDRAVSTVU: ISPLATIVO I PROFITABILNO



List Zrenjanin

Za lečenje se ne štedi!

Mrežu javnih zdravstvenih ustanova u Srbiji čini 311 institucija. Uporedo, poslednjih decenija zabeležen je značajan porast klinika i ordinacija u privatnom sektoru. Prema podacima Agencije za privredne registre (APR), u Srbiji je u 2022. evidentno postojanje 692 privatne zdravstvene ustanove, čiji su prihodi u 2022. godini iznosili 34 milijarde dinara. U poređenju sa 2019. godinom, uvećani su za 54 odsto. Kada se toj brojki dodaju i jedinice lične prakse, onda je broj privatnika u zdravstvu još veći i iznosi 6.564.

Ovo su podaci republičke Komisije koja je sprovela sektorsku analizu stanja i uslova konkurencije na tržištu pružanja privatnih zdravstvenih usluga za period 2019-2023. na primeru 18 ustanova i pozitivno ih ocenila. Komisija je uočila i da su najzastupljenije privatne zdravstvene ustanove u Srbiji apoteke. One čine 70 odsto ukupnog privatluka u ovom sektoru. Za to vreme opšte bolnice i domovi zdravlja učestvuju sa samo sedam odsto. Među njima, najviše prihoda i pregleda ostvaruju tri zdravstvena sistema u Beogradu: "Medigroup", "Belmedik" i "Euromedik".

TRKA DO VRHA

Veća tražnja lekarskih usluga otvorila je prostor za razvoj konkurencije. Tako je ukupan broj doktora u radnom odnosu, u analiziranim privatnim ustanovama, u 2023. godini iznosio 1.123, i povećan je za 43 odsto. Za to vreme broj angažovanih lekara van radnog odnosa iznosio je 2.120 i smanjen je za 10 odsto u odnosu na 2019. godinu. Takođe, ukupan broj medicinskog osoblja u 2023. iznosio je 1.586 i za 55 odsto je povećan u odnosu na 2019, dok je broj nemedicinskog osoblja bio 763 i povećan je za 70 odsto u posmatranom periodu.

Ukupan broj pregleda u opštim bolnicama i domovima zdravlja kod analiziranih privatnika u Srbiji iznosio je u 2023. godini 4,3 miliona. To predstavlja rast od oko 55 odsto u poređenju sa 2019. godinom, navodi se u analizi.

U posmatranim zdravstvenim ustanovama, prihodi od fizičkih lica učestvuju sa oko 75 odsto u proseku. Ostatak čine prilivi od pravnih lica, najviše osiguravajućih kuća. Prihodi po ovom poslednjem osnovu su povećani za skoro 3,5 puta tokom petogodišnjeg perioda. Komisija je zabeležila da je najveća koncentrisanost privatnih bolnica (30%) i domova zdravlja (70%) u Beogradu. U odabranom društvu koje predstavljaju najveći privatni sistemi u zemlji, našla se i ovdašnja opšta bolnica "Sveti Jovan".

RASTE BROJ ORDINACIJA

Najzastupljeniji oblici privatluka u zdravstvu Zrenjanina su stomatološke ambulante. Pristupačne za otvaranje, jedno vreme nicale su i u garažama i stanovima. U međuvremenu se dosta toga promenilo, a ulaganja u opremu podigla su nivo ove zdravstvene usluge. Prema rečima dr Dragana Krstića, predsednika Okružne organizacije Sindikata lekara i farmaceuta (SLF) u našem gradu, broj ordinacija se poslednjih godina značajno povećao.

- U proteklih pet godina, od korone, broj stomatoloških ordinacija je porastao sa 39 na skoro 60 - naveo je dr Krstić.

Naslov: POSLOVANJE PRIVATNOG SEKTORA U ZDRAVSTVU: ISPLATIVO I PROFITABILNO

Osim stomatologa, sve zrenjaninske apoteke su u privatnom vlasništvu. Takođe, javna ustanova "Apoteka Zrenjanin" odavno je u koncesiji i izdata novosadskoj Apoteci "Janković".

Kada je reč o lekarskoj praksi, prvo otvaranje ordinacija datira iz devedesetih godina. Od tada do danas, ulaganja su značajno unapredila ponudu za lečenje. Pored već pomenute, Opšte bolnice "Sveti Jovan", u našem gradu rade i poliklinike "Radović", "Femili medika", Specijalistička hirurška bolnica "Popov".

Sve većem broju lekarskih ordinacija pridružile su se i ordinacije za fizikalnu terapiju, kao i dijagnostiku. U porastu je i broj laboratorija - "Medlab", "Tetra lab", "Jugolab", "Akvalab", "Vorgić"…

DA NOVAC PRATI PACIJENTA

I dok ponuda ustanova raste, čini se da jedna važna karika nedostaje. Svojevremeno je država najavila reformu zdravstvenog **osiguranja**, ali još uvek nije omogućila da građani o trošku RFZO, sa overenom zdravstvenom knjižicom, biraju da li će se lečiti u državnoj ili privatnoj ustanovi. Zato se apeluje da se omogući zaključivanje ugovora sa privatnim pružaocima zdravstvenih usluga. U ovom trenutku mali broj njih ima zaključen ugovor sa RFZO. Kako se konstatuje u izveštaju Komisije za zaštitu konkurencije, mahom se radi o lečenju neplodnosti, operaciji katarakte i hemodijalize.

- Zaključivanje ovih ugovora omogućilo bi da se cena određenih zdravstvenih usluga privatnog sektora, koji pacijentima sada refundira RFZO, direktno uplaćuje ustanovama, dok bi pacijent za svoj pregled u privatnoj praksi plaćao cenu umanjenu za priznati iznos troškova - navodi se u Sivoj knjizi zdravstva, koju je 2020. objavila Nacionalna alijansa za lokalni ekonomski razvoj (NALED).

Pored zdravstvenih ustanova, Komisija je analizirala ponude devet **osiguravajućih** kuća. Posmatrane zdravstvene ustanove najviše su sarađivale sa "Đenerali", "Viner" i "Unika". Konstatovano je da u ovom trenutku mali broj privatnika ima zaključen ugovor sa RFZO.

Preporučeno je da se zdravstvene ustanove, u saradnji sa **osiguravajućim** kućama, dosledno pridržavaju ugovorenih obaveza u vezi sa promenama cena. Takođe, pozvano je Ministarstvo da izradi jasnu nomenklaturu zdravstvenih usluga, koja bi se primenjivala u svim ustanovama.

Miroslava Pudar

BRZINA SE CENI

Privatni zdravstveni sistem je vremenom dobijao na značaju zahvaljujući efikasnijem funkcionisanju u odnosu na javni sistem. Na to su uticali brzo zakazivanje pregleda kod željenog lekara, kraće vreme čekanja na pregled, bolji uslovi lečenja, kao i korišćenja moderne medicinske opreme, konstatuje Komsija za zaštitu konkurencije u svojoj analizi. Pored navedenog, značaj privatnog zdravstvenog sistema ogleda se i u činjenici da sve veći broj poslodavaca u svoje pakete uključuje privatno zdravstveno **osiguranje**, gledajući na to kao na investiciju u produktivnost i zadovoljstvo zaposlenih.

USTANOVA ILI PRAKSA

Zakon predviđa mogućnost da se medicinske usluge pružaju u privatnim zdravstvenim ustanovama i praksi. Privatna praksa u suštini predstavlja vrstu preduzetništva i funkcioniše kao lekarska ili stomatološka ordinacija, poliklinika, ambulanta ili laboratorija. Može je osnovati samo zdravstveni radnik. Njihov rad podleže brojnim propisima, kontrolama i nadzoru.

ANKETA: Pitali smo sugrađane da li koriste usluge privatnog zdravstva i kakva su im iskustva sa proverom zdravlja u državnim ustanovama.

Ivan Todorov

- Ne koristim usluge privatnog zdravstva, jer nemam veliku potrebu za tim. Sve što mi treba obavljam u državnim institucijama. Do sada nisam imao nekih problema, tako da sam zadovoljan. Činjenica jeste da se čeka na preglede, ali razumem, jer nas ima dosta. Meni to ne smeta. Ko ima veće prohteve verovatno nije zadovoljan.

Snežana Kovačević

- Kod privatnika idem samo kada znam da se u državnim ustanovama čeka malo duže, a mišljenje doktora mi je potrebno odmah. Inače, preglede kod specijalista obavljam u bolnici i zadovoljna sam. Jednom godišnje radim laboratorijske analize. Kada dođem u Specijalističku polikliniku uvek bude gužva, ali kad krenu da rade ne čeka se dugo. Ja sam zadovoljna, ali svako ima različito iskustvo.

Naslov: POSLOVANJE PRIVATNOG SEKTORA U ZDRAVSTVU: ISPLATIVO I PROFITABILNO

Tomislav Đurin

- U državnim i u privatnim ustanovama rade isti ljudi. Kada odem prepodne u Bolnicu, kažu mi da popodne dođem kod njih na pregled privatno. Jedina je razlika što tamo moram da platim. To nije u redu. Svi plaćamo penziono i socijalno, treba od tih para i da se lečimo. Imate i ljude koji nemaju finansijskih mogućnosti to sebi da priušte, pa pozajmljuju novac za preglede. Em si bolestan, em imaš ovu muku.

Vreme: 10.04.2025 12:02 XML
Medij: rs.bloombergadria.com
Link: https://rs.bloombergadria.com/ekonomija/srbija/77422/nbs-jos-ne-spusta-troskove-zaduzivanja/news
Autori: Ana Ristović
Teme: Generali osiguranje

Naslov: NBS još ne spušta troškove zaduživanja



Narodna banka Srbije zadržala je referentnu kamatnu stopu na 5,75 odsto - sedmi put zaredom, kako su analitičari i očekivali.
Srpska centralna banka zadržala je referentnu kamatnu stopu na 5,75 odsto Ostale su iste i kamate na depozitne olakšice (4,5 odsto) i na kreditne olakšice (sedam odsto) U petak će biti objavljen novi zvanični izveštaj o kretanju inflacije u zemlji Depositphotos

Narodna banka Srbije (NBS) zadržala je referentnu kamatnu stopu na 5,75 odsto - sedmi put zaredom, kako su analitičari i očekivali. Opreznost centralne banke dolazi u trenutku kada se inflacija u zemlji nalazi na gornjoj ivici ciljanog okvira te monetarne institucije, dok svetski trgovinski odnosi nastavljaju da se komplikuju, podstičući zabrinutost u pogledu daljeg rasta globalnih cena.

Izvršni odbor centralne banke u četvrtak je odlučio da ostavi istim i kamatnu stopu na depozitne olakšice (4,5 odsto) i na kreditne olakšice (sedam odsto).

Podsetimo, prema poslednjim podacima za februar, inflacija u Srbiji iznosila je 4,5 odsto na godišnjem nivou, što je granična vrednost ciljanog okvira NBS od tri ± 1,5 odsto. Mesečna inflacija bila je 0,5 odsto. Kako je ranije rečeno, pod pretpostavkom da poljoprivredna sezona i spoljni faktori ne poremete značajno stvari, NBS do kraja godine projektuje da će se inflacija kretati silaznom putanjom, a nove podatke o potrošačkim cenama Republički zavod za statistiku objaviće u petak.

Šta je poručio izvršni odbor NBS

Kako se navodi u saopštenju centralne banke, prilikom donošenja ovakve odluke, izvršni odbor je istakao da je, i pored značajnog smanjenja inflacije tokom 2023. godine, a zatim i njene stabilizacije od sredine 2024. godine, neophodno nastaviti sa sprovođenjem oprezne monetarne politike. Razlog tome je što domaća inflacija u velikoj meri zavisna od dešavanja na svetskim robnim i finansijskim tržištima, koja zbog neizvesnosti i dalje izazivaju zabrinutost.

"S jedne strane, uvođenje visokih carina i neizvesne trgovinske politike u narednom periodu pogoršavaju izglede globalnog privrednog rasta i utiču na pad cena primarnih proizvoda, pre svega nafte, ali s druge strane povećavaju rizike da bi moglo da dođe do zastoja u globalnim lancima snabdevanja i rasta globalne inflacije", kazali su.

Naslov: NBS još ne spušta troškove zaduživanja

Depositphotos

Izvršni odbor je takođe imao u vidu da je Evropska centralna banka (ECB) u prethodnom periodu izvršila ublažavanje svoje monetarne politike, što bi trebalo da se odrazi na povoljnije uslove evroindeksiranog zaduživanja u Srbiji. "Neizvesnost po pitanju uticaja carina SAD na ekonomiju evrozone uticaće i na odluke ECB o daljoj relaksaciji monetarnih uslova."

Prema sadašnjim najavama, može se oceniti da će američke Federalne rezerve (Fed) biti opreznije, i verovatno neće još neko vreme smanjivati svoju stopu, napominju u NBS.

"Cene pojedinih prehrambenih sirovina na svetskim berzama (kakaoa i kafe) koje su nedavno dostigle rekordne nivoe, kao i lošija domaća poljoprivredna sezona koju smo imali prošle godine delovaće još neko vreme na cene hrane, a zatim bi situacija trebalo da se stabilizuje s dolaskom nove poljoprivredne sezone", zaključuju.

Smanjenje kamata možda u junu

Finansijski analitičar u Generali Investments CEE Jakub Krátký uoči objave aprilske odluke NBS izneo je očekivanje da će centralna banka zadržati dosadašnju referentnu kamatnu stopu, budući da su spoljni ekonomski faktori postali izuzetno promenjivi.

Depositphotos

"Vidimo veliku volatilnost svetskih tržišta, uključujući cene nafte, koje će imati određen uticaj i na očekivanja po pitanju inflacije. Na domaćem planu, privredni rast verovatno usporava zbog političkih nemira, ali bi i dalje trebalo da ostane solidan. Inflacija takođe usporava, ali vrlo postepeno. U trenutnim okolnostima, NBS će pažljivo pratiti kurs dinara (kao i obično) i ne bi trebalo da žuri sa nastavkom smanjenja kamatnih stopa jer bi to moglo izazvati neželjenu deprecijaciju dinara", kazao je Krátký u četvrtak pre podne.

Iste projekcije za ovaj sastanak imali su i analitičari Bloomberg Adrije, ali i drugi ekonomisti koje je anketirao Bloomberg. Do reza kamata - i to za 25 baznih poena, moglo bi doći na sastanku NBS u junu, predviđaju analitičari.

Srpska centralna banka započela je ciklus smanjivanja kamatne stope u junu 2024, što je učinila u još dva navrata, pa je kamatna stopa ukupno smanjena za 0,75 procentnih poena.

Inflaciona očekivanja privrede, stanovništva i finansijskog sektora

Inflaciona očekivanja privrednika za godinu dana unapred ostala su na nepromenjenom nivou u odnosu na januar i u februaru iznose pet odsto, što je ujedno i prosečna vrednost oko koje su se kretala tokom prethodne godine, navodi se u poslednjem izveštaju NBS o rezultatima ankete o inflacionim očekivanjima.

"Očekivanja finansijskog sektora za dve i tri godine unapred iznose 3,5 odsto u februaru, pri čemu su nastavila da se kreću u intervalu od tri do 3,5 odsto u poslednjoj godini dana. Inflaciona očekivanja privrede za dve godine unapred porasla su sa četiri odsto u januaru na pet odsto u februaru, dok su očekivanja za tri godine unapred zadržala istu vrednost iz prethodnog meseca i iznose četiri odsto", kaže se u saopštenju.

Iz centralne banke su dodali da uobičajeno viša u odnosu na očekivanja ostalih sektora, inflaciona očekivanja stanovništva za sva tri perioda ostala su nepromenjena u odnosu na januar i u februarskoj

anketi iznose 15 odsto za godinu dana unapred, dok se očekivanja za dve i tri godine unapred nalaze na nivou od 10 odsto.

"Inflacija se od početka ove godine kretala u skladu sa našim očekivanjima i u prva dva meseca se nalazila oko gornje granice dozvoljenog odstupanja od cilja. Prema projekciji NBS, inflacija će se na sličnom nivou zadržati i u narednim mesecima, to jest do sredine godine. U drugoj polovini godine inflacija bi trebalo da uspori i postepeno se približi centralnoj vrednosti cilja od tri odsto, što je nivo oko koga će se kretati do kraja horizonta projekcije", kaže se u saopštenju NBS od četvrtka.

Takvom njenom kretanju trebalo bi da doprinesu i dalje restriktivni efekti monetarne politike, dolazak nove poljoprivredne sezone (pod pretpostavkom da ona bude prosečna), kao i očekivani pad cena naftnih derivata u skladu s fjučersima. "Smanjenju domaće inflacije doprinosiće i niža uvozna inflacija i očekivano usporavanje rasta realnih zarada, što bi trebalo da doprinese i usporavanju bazne inflacije na oko pet odsto već od marta i njeno približavanje ukupnoj inflaciji."

Stanje u domaćoj privredi

Depositphotos

Razmatrajući kretanja u realnom sektoru, izvršni odbor NBS je konstatovao da je nakon prošlogodišnjeg rasta bruto domaćeg proizvoda (BDP) od 3,9 odsto (koji je bio u samom vrhu u Evropi), u prvim mesecima ove godine došlo do određenog usporavanja aktivnosti u proizvodnom i u uslužnim sektorima. "U januaru i februaru zajedno posmatrano, aktivnost u prerađivačkoj industriji je stagnirala, dok je rast prometa u trgovini i turizmu usporen, pre svega u februaru."

Rast protekcionizma u svetu, uvođenje novih carina i problemi u automobilskoj industriji u Evropi, uz blokade i proteste na domaćem tržištu koji u određenoj meri utiču na odlaganje investicija i potrošnje, predstavljaju rizik po privredni rast Srbije, ocenili su centralni bankari.

"Ipak, izvršni odbor očekuje da će u nastavku godine doći do ubrzanja ekonomske aktivnosti, čemu će prvenstveno doprineti faktori na strani ponude, a pre svega planirano ubrzanje proizvodnje električnih automobila i automobilskih guma, zatim aktiviranje novih kapaciteta u energetici, kao i realizacija infrastrukturnih projekata predviđenih programom Srbija EXPO 2027, koji će imati direktne i indirektne pozitivne efekte na našu privredu", navode.

Dodaju da podršku privrednom rastu pruža i rast kreditne aktivnosti prema sektoru privrede i stanovništva od oko 10 odsto, koji je rezultat prethodnog ublažavanja monetarne politike NBS i ECB.

(Dopunjeno navodima iz saopštenja NBS kroz tekst.)

Datum: 11.04.2025
Medij: Ruske slovo
Rubrika Bez naslova
Autori: Andrea MED?ŠI
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 1079

Naslov: Ruski koreni - americke pripoznane

Strana: 22,23



КСЕНИЯ РАДИЧ ҐРАМАХО ЗОЗ ФЛОРИДИ

Руски корені – американске припознанє

Пише: Андреа МЕДЄШИ

Страсц ґу бизнису, витирвалосц, пошвеценосц Ксенії Ґрамахо, народзеней Радич, нєдавно принєсли престижну награду за животне дїло „Дон Кампе" („The Don Kampe") хтору своїм членом додзелює здруженє компанийох за осиґуранє и финансийни услуги под назву Inter-Company Marketing Group (ICMG). Як членїца того здруженя од 2012. року, и предсидателька власней маркетинґскей компанії Аґент Линк хтора позната по иновативних стратеґийох праве з обласци животного и здравственого осиґураня, Ксения вельо уплївовала на рост и успих здруженя ICMG



Ксения зоз супругом Стюом и синами Даниелом (9), Адрианом (26) и Джулианом (17)

Но, и попри богатого роботного, алє и животного искуства, попри свойого образованя, упартосци и визії ґу роботи, Ксения свой успих приписує вшелїяк, окрем свойому супругови, и свойому походзеню и предком. Док нам толкує свойо корені, ясне же Ксения лєм предлужує традицию успиху, з оглядом на тото же єй и прадїдо и чукундїдо були ище яки успишни у своїх ремеслох, кажди у свой час.



Ксения на додзельованю награди

– Ище одмалючка сом слухала приповедку о мойому чукундїдови хтори робел даскельо роки праве у Америки, купел трешку, а вец ю видавал людзом у валалє и з того жил – покус у франти Ксения прави паралелу зоз своїма поднїмательскима подняцами у Америки и предлужує далєй – єднак успишни у роботи бул и його син Штефан Надь, мой прадїдо, хтори бул перши сарач, правел штверци и гамови за конї, а бул и перши тапетар у валалє. Його роботу предлужел и його син, односно мой дїдо Владислав. Велї людзе з валалу од нїх учели тото ремесло, та ше можем похваліц же од нїх и почала тапетария у валалє. Ґу тому, и моя мац Гелена Надьова, односно Сарачова, була шивачка, мала свойо муштерії, свой приватни бизнис на даяки способ, та можем повесц же ми шицки вони були инспирация исц по драги приватного поднїмателя – поцешено о своїм походзеню приповеда Радич Ґрамахова.

Югославия – Нємецка – Америка

Ксения народзена у Нємецкей, медзитим, кед наполнєла єден рок, єй мац Гелена ше зоз ню одлучела врациц до тедишнєй Югославиї. Так, зоз свою фамелию – старшим братом Ненадом, мацеру Гелену и оцом Петром, єден час жила у Новим Садзе, а концом 80-их рокох мац Гелена ше самаознова врацела до Нємецкей. Ксения теди ходзела до штреднєй уметнїцкей школи та остала у Новим Садзе, а пол рока ходзела и до керестурскей Ґимназиї. Потим ше `93. року зоз фамелию ознова враца до Нємецкей, же би `95. року, на свойо 18 роки, одлучела опробовац щесце и прейґ океану, та зоз свою нину Сенку занавше одходзи до Америки. Кед пришла до Америки,

Datum: 11.04.2025
Medij: Ruske slovo
Rubrika Bez naslova
Autori: Andrea MED?ŠI
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 1079

Naslov: Ruski koreni - americke pripoznane

Strana: 22,23



як приповеда, була спонзорована з боку Саянтолоґийней церкви. Почала студирац, усовершела язик, нєодлуга упознала и свойого супруга Стюа, а потим народзела и сина Адриана хторому тераз 26 роки.

– Перше сом ше уписала и закончела студиї за духовного совитнїка, а робота ми була помогнуц людзом пребродзиц трауми. Любела сом тоту роботу и була барз успишна у нєй. Кед ме нина Сенка одведла до Саянтолоґийней церкви, а треба наглашиц же то нє церква у традицийним смислу, там ше учело як свойо способносци подзвигнуц, як вериц до себе, мац самодовирия же биш посцигнул тото цо сцеш. То ме барз воздзвигло у духовним смислу. Теди сом похопела же граници нєт. А кед же их и єст, можеш их превозисц. Познєйше, понеже програмованє и технїчни науки теди були у експанзиї, „руцела" сом ше до тей обласци, медзитим, нє пренашла сом ше у тим понеже волїм робиц з людзми, та сом прешла до индустриї осиґураня. Усовершела сом ше у тей обласци и почала робиц 2002. року – толкує вона.

Инвестициї

Ксения и єй супруг Стю Ґрамахо, як маркетинґски директоре и поднїмателє, власнїки двох успишних фирмох – „Agent link" и „Producer sensei".

– Мой супруг и я 2009. року основали фирму „Аґент линк". Нашо клиєнти то компаниї осиґураня як цо шведска орґанизация „Allianz", италиянски „Generali" осиґуранє, и велиї други. Кед вони маю даяки финансийни продукти або осиґуранє, котри людзе можу хасновац у Америки, ми за нїх реґрутуємe аґентох. И сама робим як лиценцирани финансийни консултант, односно помагам людзом найсц найлєпши ришеня як най управяю зоз своїм пенєжом. То можу буц даяки финансийни продукти, шпорованє, инвестициї, плани за пензию лєбо осиґуранє. У Америки система така же ти шпоруєш пенєжи и вец патриш дзе биш их могол уложиц же биш мал найвекши добиток док ши, поведзме, у пензиї. Так же, наша фирма помага и компанийом осиґураня, алє и їх аґентом и финансийним консултантом же би цо лєпше могли помогнуц людзом коло їх инвестицийох – толкує Ксения и надовязує ше з толкованьом розлики дїлованя аґентох осиґураня у Америки и Европи.

– У Америки така система же єден аґент нєзависни, цо значи же людзом препоручує найлєпши финансийни ришеня зоз гоч хторей компаниї за хтору роби, док поведзме у Европи аґенти вязани за єдну компанию, та препоручує лєм єй продукти – гвари вона, наглашуюци же єй супруг и вона робя и маркетинґски услуги компанийом хторим потребни аґенти осиґураня и финансийни консултанти.

Борба за увагу клиєнтох

Кед слово о индустриї маркетинґу, наша собешеднїца одкрива найвекши виволаня зоз хторима ше остатнї роки зочую у тей обласци.

– Моя робота то прейґ маркетинґу обрациц увагу аґентом осиґураня и финансийним консултантом на даяку компанию зоз хтору би ше заинтересовали робиц.



Ксения зоз мажору Гелену на додзельованю награди

ПОМОГЛА ВИДАВАНЄ ДЗЕЦИНСКЕЙ КНЇЖКИ „КАРУСЕЛ"

Ксения донира вельо того у Америки, а медзи иншим помогла и видаванє дзецинскей кнїжки „Карусел" хтору пред даскельома роками видала наша Новинско-видавателна установа „Руске слово".

ТРУД ШЕ ВШЕ ВИПЛАЦИ

– Награда ми барз значи. Думам же сом була друга жена и єдна од наймладших хтора ю достала. За мнє то потвердзенє же кед добре робиш, кед ше трудзиш, труд ше и виплаци. Прето чловек треба же би ше фокусирал на позитивне, та ше позитивне и враци. То нє лєм теория, то мойо искуство – констатує Ксения.

Я у индустриї осиґураня, алє я поправдзе найвецей робим маркетинґ. Кед сом, поведзме, пред 20 роками волала клиєнтох по цалей Америки, у 50 державох, волала сом их на телефон. Хасновало ше рекламни часописи, комуниковало ше и прейґ мейлох, пошти, алє остатнї 15 роки ше технология барз швидко меня. И процес правеня рекламох тиж так. Дружтвени мрежи шицко превжали. Ту у Америки почали уж тренирац штучну интелиґенцию же би волала клиєнтох, чи аґентох осиґураня, финансийних консултантох, же би зоз ню бешедовали. Медзитим, людзе чувствую кеди бешедую зоз живим чловеком, а кеди зоз технологию, и нє таки су заинтересовани комуниковац зоз ню – констатує Ксения, а праве у тим, як гвари, и тайна їх успишного дїлованя.

– По моїм думаню, штучна интелиґенция нїґда нє менї людски дух. Креативносц и живи людски дух вше буду мац вредносц и свою цену у одношеню на штучну интелиґенцию. Ми єдина компания у Америки хтора окончує бешеду зоз аґентами осиґураня и финансийнима консултантами, маме барз добри тим людзох, и зато зме и успишни – заключує вона.

Datum: 12.04.2025
Medij: Dnevnik
Rubrika Sport
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 349

Naslov: GENERALI

Strana: 20



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 13.04.2025
Medij: TV Studio B
Emisija: Moja polisa
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

	Početak	Trajanje
Emisija	13.04.2025 14:15:00	45:00
Prilog	13.04.2025 14:27:00	1:19

Naslov: General je postigao izuzetne rezultate i nadmašio ciljeve plana

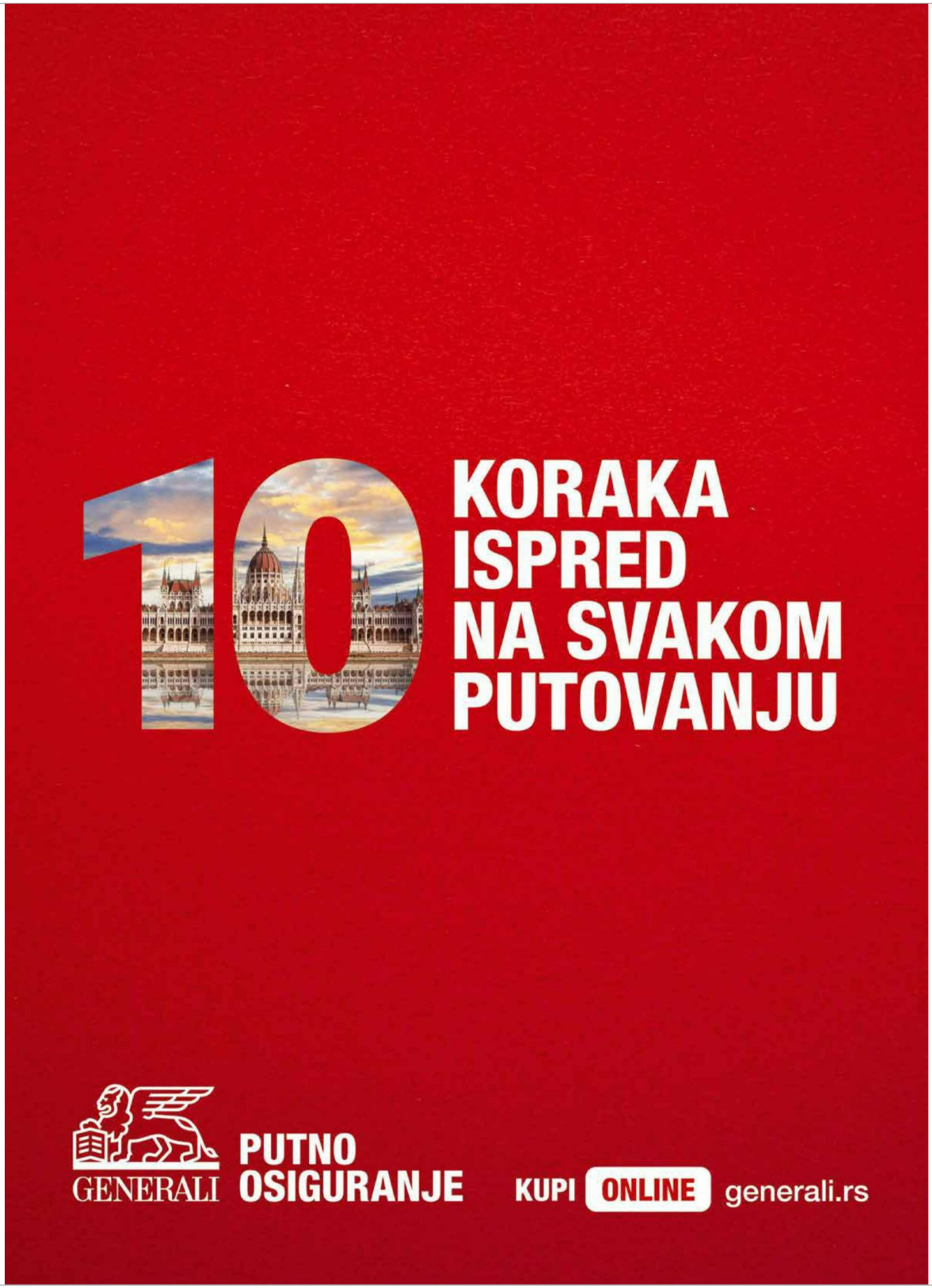
General je postigao izuzetne rezultate i nadmašio ciljeve plana Lifetime Partner 24 Driving Growth. Bruto fakturisana premija porasla je za 14,9% na 95,2 milijarde evra, dok su netopriljivi u segmentu životnog osiguranja dostigli 9,7 milijardi evra. Vrednost novog biznisa porasla je na 2,4 milijarde evra, a operativni rezultat dostigao je rekordnih 7,3 milijarde evra. Ukupna imovina pod upravljanjem dostigla je 863 milijarde evra, a dividenda po akciji porasla je za 11,7%. Generalni direktor Filip Done izjavio je da je General ostvario izuzetne rezultate u 2024. godini, nadmašujući sve finansijske ciljeve.

Datum: 15.04.2025
Medij: Biznis&Finansije
Rubrika Poslednja
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 572

Naslov: GENERALI

Strana: 68



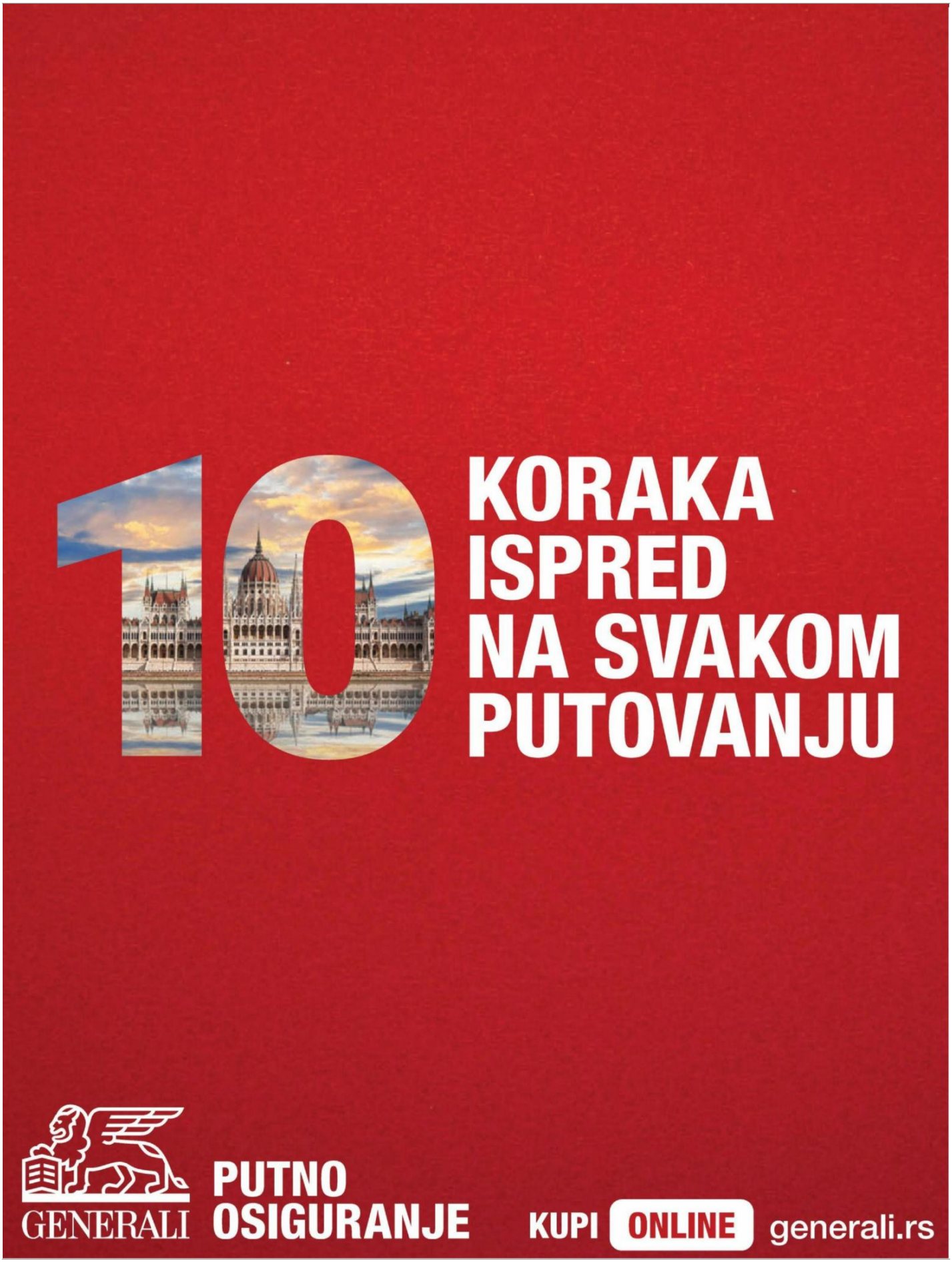
kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 17.04.2025
Medij: Nedeljnik
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 525

Naslov: KORAKA ISPRED NA SVAKOM PUTOVANJU PUTNO OSIGURANJE GENERALI

Strana: 63

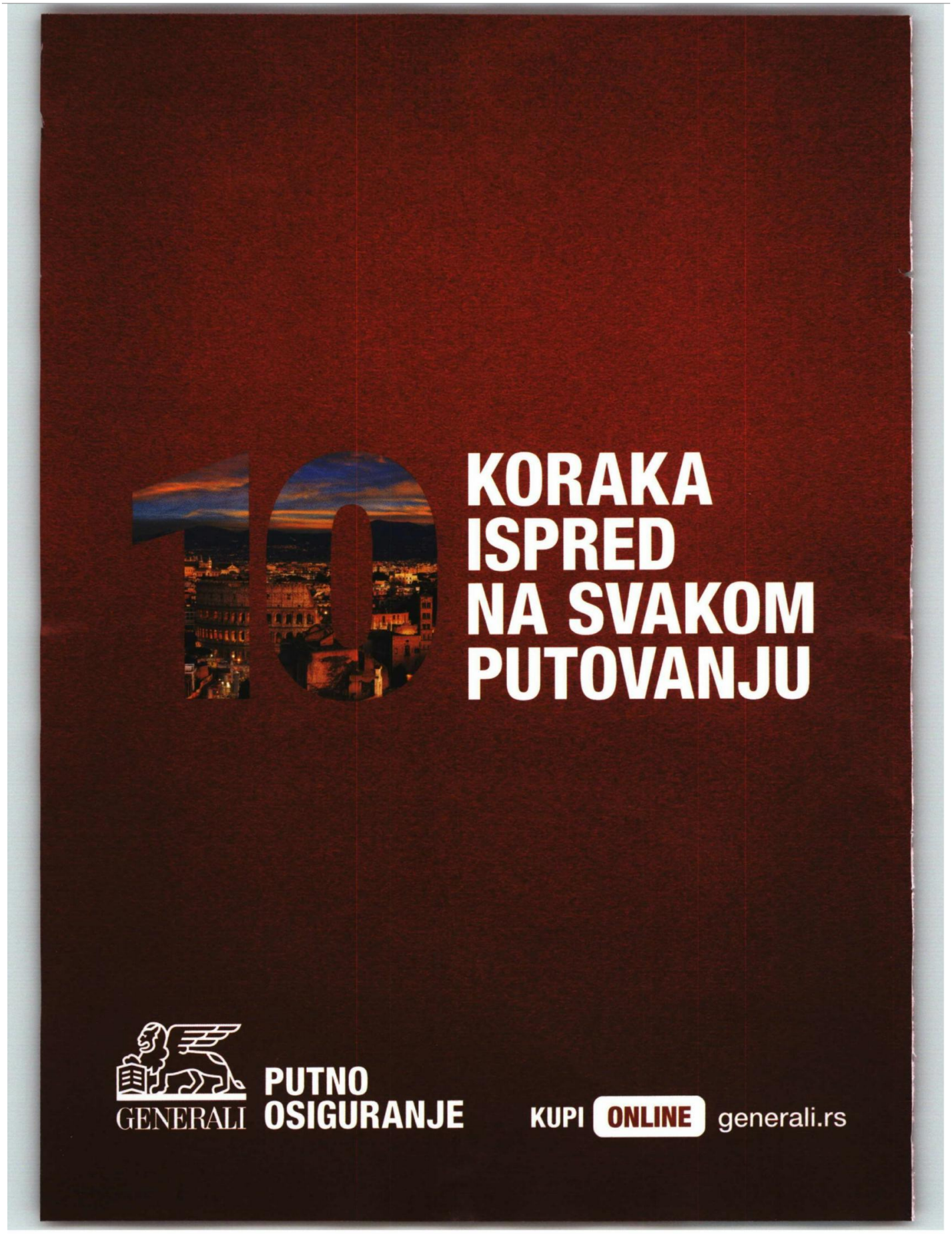


kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 17.04.2025
Medij: NIN
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 617

Naslov: GENERALI



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 17.04.2025
Medij: Politika
Rubrika Ekonomija
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Dunav osiguranje

Napomena:
Površina: 113



Naslov: DOBROVOLJNI PENZIJSKI FONDOVI

ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ

Вредност инвестиционе јединице на дан 15. 4. 2025.

82500056-13

Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.392,72 RSD
Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen EURO FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	10,57 EUR	1.238,71 RSD
GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs		3.728,79 RSD
GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs	16,74 EUR	1.961,88 RSD
ДУНАВ	ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНД	011/3036-360 www.dunavpenzije.com	3.348,38 RSD
DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group		Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu	2.824,03 RSD
DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group		Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu	3.162,88 RSD

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 22.04.2025 14:24 XML
Medij: ekapija.com
Link: https://www.ekapija.com/news/5148787/11-belgrade-youth-fair-okupio-gotovo-7000-mladih-iz-svih-
Autori: @ekapija
Teme: Osiguravajuća društva; Generali osiguranje

Naslov: 11. Belgrade Youth Fair okupio gotovo 7.000 mladih iz svih delova Srbije

1967



Jedanaesti po redu Belgrade Youth Fair održan je 16. i 17. aprila 2025. i okupio je gotovo 7.000 mladih iz svih delova Srbije kao i najbolje poslodavce. Manifestacija je i ove godine organizovana sa konferencijskim i sajamskim delom u Cineplexx Ušće šoping centru. Događaj je uspešno povezao brojne kompanije sa mladima kroz razne aktivnosti: veliki sajam praksi i poslova, simulacije razgovora za posao, profesionalno fotografisanje za CV, brojna predavanja, radionice, CV kliniku i nagradni kviz znanja o poslodavcima, navedeno je u saopštenju. Youth Fair predstavlja najveći karijerni događaj i jedan od ključnih projekata za mlade u regionu, na kojem svake godine učestvuje više hiljada studenata i diplomaca u želji da uspostave kontakt sa najboljim poslodavcima i učine sledeći korak u svojoj karijeri. Rekordni broj mladih su imali priliku da dobiju korisne savete putem: • predstavljanja rada kompanija na interaktivnim štandovima; • direktnog kontakta sa HR stručnjacima kroz simulacije intervjua; • profesionalnog fotografisanja za potrebe CV-ja; • besplatnih edukativnih predavanja i radionica (uz sertifikat o pohađanju); • CV klinike. Poslodavci koji su učestvovali na 11. Belgrade Youth Fair-u: IKEA, Nestlé, NCR Voyix, NCR Atleos, Lidl, Hemofarm, Apatinska pivara, JTI (Japan Tobacco International), PwC Srbija, Kuehne + Nagel, Nescafé, Milšped, UniCredit banka, Brose, Generali osiguranje, Knjaz Miloš, Rapsody, Sinerga. Organizator se zahvaljuje domaćinima Cineplexx Ušće i Ušće Šoping Centru, kao i kompanijama Knjaz Miloš i Chips Way ali i ostalim partnerima i kompanijama, na nesebičnoj podršci i pomoći u realizaciji ovog izdanja. Najavljuju i sledeće godine podjednako dobrar ako ne i još veći i sadržajniji 12. Belgrade Youth Fair! Pratite pratite @belgrade_youth_fair na Instagramu, a ako do sada niste, svoj CV pošaljete na www.youthfair.rs koji će biti na raspolaganju poslodavcima do sledećeg BYF koji je već u pripremi za sledeću godinu.

Vreme: 22.04.2025 19:00 XML
Medij: bizlife.rs
Link: https://bizlife.rs/odrzan-11-belgrade-youth-fair-najveci-karijerni-dogadjaj-za-mlade-u-regionu/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održan 11. Belgrade Youth Fair - najveći događaj za mlade

4895



0

Održan 11. Belgrade Youth Fair - najveći karijerni događaj za mlade u regionu

Jedanaesti po redu Belgrade Youth Fair održan je 16. i 17. aprila 2025. i okupio je gotovo 7000 mladih iz svih delova Srbije kao i najbolje poslodavce. Manifestacija je i ove godine organizovana sa konferencijskim i sajamskim delom u Cineplexx Ušće šoping centru. Događaj je uspešno povezao brojne kompanije sa mladima kroz razne aktivnosti: veliki sajam praksi i poslova, simulacije razgovora za posao, profesionalno fotografisanje za CV, brojna predavanja, radionice, CV kliniku i nagradni kviz znanja o poslodavcima.

Belgrade Youth Fair

Youth Fair predstavlja najveći karijerni događaj i jedan od ključnih projekata za mlade u regionu, na kojem svake godine učestvuje više hiljada studenata i diplomaca u želji da uspostave kontakt sa najboljim poslodavcima i učine sledeći korak u svojoj karijeri.

Rekordni broj mladih su imali priliku da dobiju korisne savete putem:

predstavljanja rada kompanija na interaktivnim štandovima

direktnog kontakta sa HR stručnjacima kroz simulacije intervjua

profesionalnog fotografisanja za potrebe CV-ja

besplatnih edukativnih predavanja i radionica (uz sertifikat o pohađanju)

CV klinike

Poslodavci koji su učestvovali na 11. Belgrade Youth Fair-u:

IKEA, Nestlé, NCR Voyix, NCR Atleos, Lidl, Hemofarm, Apatinska pivara, JTI (Japan Tobacco International), PwC Srbija, Kuehne+Nagel, Nescafé, Milšped, UniCredit banka, Brose, Generali osiguranje, KnjazMiloš, Rapsody, Sinerga.

Organizator se zahvaljuje domaćinima Cineplexx Ušće i Ušće Šoping Centru, kao i kompanijama Knjaz Miloš i Chips Way ali i ostalim partnerima i kompanijama, na nesebičnoj podršci i pomoći u realizaciji ovog izdanja.

Rezime sa velike konferencije

Konferencijski deo omogućio je mladim talentima da se povežu sa iskusnim liderima i stručnjacima, i steknu nova teorijska i praktična znanja. Izdvajamo ključne poruke sa 11. BYF-a:

Panel 1: Kako izgleda prvi dan na poslu i kako doći do njega Kristina Mandić (MPC Properties), Miloš Borčić (Hemofarm), Mihailo Velimirović (Apatinska pivara), Darija Živković (NCR Voyix); moderator Nemanja Stojšić (Kuehne+Nagel).

Istaknuta je važnost kvalitetnog onboardinga, izgradnje odnosa sa kolegama i jasno definisanih očekivanja.

Predavanje Nestlé: Održiva budućnost kroz stvaranje prilika za mlade Milica Maslarević & Mina Radović (Nestlé).

Naslov: Održan 11. Belgrade Youth Fair - najveći događaj za mlade

---

Naglašen je značaj održivog razvoja i mogućnosti koje kompanije nude mladim stručnjacima.

Panel 2: Saveti direktora za mlade talente Slađana Martinović (IKEA SEE), Bojana Vasiljević (NCR Beograd), Milan Mazić (Cineplexx), Ivana Stanković (PwC Srbija); moderator Nina Capric (NCR Voyix).

Fokus je bio na ličnom razvoju, prilagođavanju promenama i otvaranju novih prilika.

Predavanje "Strah ne hrani napredak" Mila Litvinjenko (CEO & Owner AURA kozmetika).

Podvučeno je da hrabrost i spremnost na rizik predstavljaju ključ za profesionalni rast.

Panel 3: Work/Life balance i Wellbeing - Kako se rešiti stresa? Jelena Vasiljević (Sinerga), Jelena NenadićKrivokapić (Nestlé), Ana Sokolović (psihoterapeut); moderator Ana Brzaković.

Prezentovane su tehnike za upravljanje stresom i očuvanje mentalnog zdravlja.

Panel 4: Kako izabrati karijeru posle fakulteta? Jovana Miloradović (Kuehne+Nagel), Marija Ilijević (NCR Atleos), Bojana Nedeljković (Brose); moderator Nina Capric.

Diskutovano je o praćenju ličnih interesa i važnosti praktičnog iskustva pri izboru pravog puta.

Predavanje IKEA: Pokaži svoj potencijal na razgovoru za posao Kristina Tomić & Tijana Bojović (IKEA).

Objašnjene su strategije za uspešno prezentovanje veština i kompetencija.

Panel 5: Talent menadžment - Kako se napreduje u okviru kompanija Tamara Obradović (JTI), Hristina Ilić (Lidl), Tamara Kovačević (Delhaize); moderator Tijana Bošnjak (Nestlé).

Naglašena je uloga kontinuiranog usavršavanja, mentorstva i izgradnje mreže kontakata.

Predavanje NCR Voyix: How to Grow Your Career By Transforming Commerce Jovana Trifunović, Jelena Malušev Milinić, Daria Nisandžić, Filip Cernjak (NCR Voyix).

Istaknuta je važnost digitalnih veština i inovativnih pristupa u modernom poslovanju.

Panel 6: Karijere budućnosti Jovana Kvržić, Dušan Petrović, Strahinja Ćalović; moderator Sara Jovanović (Represent Communications).

Razgovaralo se o ulozi digitalnih platformi, influenser marketinga i novih modela rada.

Sledeće godine 12. Belgrade Youth Fair!

Organizator najavljuje i sledeće godine podjednako dobrar ako ne i još veći i sadržajniji 12. Belgrade Youth Fair!

Pozivamo vas da pratite @belgrade_youth_fair na Instagramu i ostanete u toku sa svim novim oglasima za poslove i prakse, kao i da pratite korisne savete i vesti iz sveta zapošljavanja.

Takođe, organizator vas ohrabruje da ako do sada niste svoj CV pošaljete na www.youthfair.rs koji će biti na raspolaganju poslodavcima do sledećeg BYF koji je već u pripremi za sledeću godinu.

Izvor: BIZLife

Datum: 23.04.2025
Medij: Politika
Rubrika Ekonomija
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Dobrovoljni penzijski fond Generali; DDOR / DDOR Novi Sad

Napomena:
Površina: 110



Naslov: DOBROVLJNI PENZIJSKI FONDOVI

ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ

Вредност инвестиционе јединице на дан 17. 4. 2025.

82500056-15

Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen *FUTURE* 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.388,47 RSD
Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen *EURO FUTURE* 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	10,60 EUR	1.242,81 RSD
GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs		3.730,55 RSD
GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijskifond.rs	16,78 EUR	1.967,28 RSD
ДУНАВ	ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНД	011/3036-360 www.dunavpenzije.com	3.347,45 RSD
DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group		Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu	2.824,67 RSD
DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group		Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu	3.162,98 RSD

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Vreme: 23.04.2025 17:47 XML
Medij: fermarket.rs
Link: https://fermarket.rs/rekordan-broj-oceva/
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Rekordan broj očeva

Rekordan broj očeva
Apr 23, 2025

Foto: Dalibor Danilović

Kada tate odluče da budu tu: Rekordan broj očeva u programu „Podrška, ne perfekcija" Fondacije Novak Đoković

Zamislite da imate samo 11 minuta dnevno sa svojim detetom. Prema najnovijim istraživanjima, upravo toliko prosečan otac u Srbiji svakodnevno provodi sa svojom decom. Ipak, podaci otkrivaju i nešto ohrabrujuće – današnji očevi žele više. Oni koji nisu uspeli da isprate prve korake i reči svoje dece, danas to opisuju kao najdublje žaljenje.

I deca imaju poruku za svoje tate – jednostavnu, a snažnu: Slušaj me. Ne viči. Ne ignoriši. Prihvati me onakvog kakav jesam. Očevi koji se igraju, šale, razgovaraju i znaju da saslušaju, u dečjim očima postaju heroji. Oni kojima se kaže „hvala", ne zato što su savršeni, već zato što su tu.

Upravo iz te potrebe da roditelji dobiju podršku u najvažnijoj ulozi života, Fondacija Novak Đoković već osam godina uspešno realizuje program „Podrška, ne perfekcija" – besplatne radionice za mame i tate koje vode psiholozi, pedagozi i edukatori, sa ciljem da roditelji nauče kako da grade odnos poverenja, bliskosti i razumevanja sa svojom decom. Kroz program je već prošlo na hiljade roditelja i staratelja širom Srbije, a trenutno je u toku čak četrnaesti ciklus.

U ovom ciklusu dogodilo se nešto što daje dodatnu nadu – zahvaljujući posebnom pozivu upućenom očevima, njihov broj se u velikoj meri povećao u odnosu na prethodne godine. Dok su u prethodnim godinama činili svega 8% grupa, oni sada broje 28% svih učesnika, odnosno od ukupno 600 roditelja i staratelja u programu, tata je 168. Očevi su prepoznali vrednost ovog programa – i hrabro ušli u proces koji od njih ne traži savršenstvo, već prisutnost.

Program se realizuje u okviru 15 Centara za roditelje, koje je Fondacija uz podršku Generali osiguranja Srbija otvorila u prethodnim godinama, ali i širom zemlje – u brojnim predškolskim ustanovama u kojima su roditelji pokazali ogromno interesovanje. Radionice se trenutno održavaju u čak 20 mesta u Srbiji, a najveće interesovanje je među roditeljima u Beogradu, Novom Sadu, Šapcu, Kragujevcu…

Program „Podrška, ne perfekcija" realizuje se u partnerstvu Fondacije Novak Đoković, Generali osiguranja Srbija i globalne inicijative The Human Safety Net, i potpuno je besplatan za sve roditelje.

„Roditeljstvo je danas zahtevnije nego ikada. Zato je svakom roditelju potrebno da zna da nije sam, da je u redu ne znati, u redu grešiti, ali i da je u redu potražiti podršku. Očevi koji su se odazvali našem pozivu pokazali su da je snaga u ranjivosti i otvorenosti. Mi ih ne učimo kako da budu savršeni – učimo ih kako da budu prisutni. A to je za dete nezamenjivo", poručuje Smiljana Grujić, programska menadžerka Fondacije Novak Đoković i koautorka programa „Podrška, ne perfekcija".

Kako interesovanje roditelja prevazilazi raspoložive kapacitete, i kako program zahteva fizičko prisustvo roditelja u tačno određeno vreme tokom deset nedelja, Fondacija je prepoznala potrebu da pristup učini fleksibilnijim i dostupnijim – i upravo završava razvoj digitalne platforme koja će roditeljima širom sveta omogućiti da ovaj program prate online, u vreme koje njima odgovara i sa bilo koje lokacije. Na taj način, znanje, podrška i iskustvo koje su do sada imali samo roditelji u pojedinim gradovima Srbije, uskoro će postati dostupni svakome – i svakome ko želi da bude više prisutan u životu svog deteta.

Jer, kako pokazuje i ovaj program – ne moraš biti savršen roditelj. Samo budi tu.

Vreme: 23.04.2025 10:26 XML
Medij: nedeljnik.rs
Link: https://www.nedeljnik.rs/odrzan-11-belgrade-youth-fair-najveci-karijerni-dogadjaj-za-mlade-u-regionu-
Autori: cubes d.o.o
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održan 11. Belgrade Youth Fair - najveći karijerni događaj za mlade u regionu i to sa najvećom posećenošću do sada!

5143

Jedanaesti po redu Belgrade Youth Fair održan je 16. i 17. aprila 2025. i okupio je gotovo 7000 mladih iz svih delova Srbije kao i najbolje poslodavce. Manifestacija je i ove godine organizovana sa konferencijskim i sajamskim delom u Cineplexx Ušće šoping centru. Događaj je uspešno povezao brojne kompanije sa…

Jedanaesti po redu Belgrade Youth Fair održan je 16. i 17. aprila 2025. i okupio je gotovo 7000 mladih iz svih delova Srbije kao i najbolje poslodavce. Manifestacija je i ove godine organizovana sa konferencijskim i sajamskim delom u Cineplexx Ušće šoping centru. Događaj je uspešno povezao brojne kompanije sa mladima kroz razne aktivnosti: veliki sajam praksi i poslova, simulacije razgovora za posao, profesionalno fotografisanje za CV, brojna predavanja, radionice, CV kliniku i nagradni kviz znanja o poslodavcima. Youth Fair predstavlja najveći karijerni događaj i jedan od ključnih projekata za mlade u regionu, na kojem svake godine učestvuje više hiljada studenata i diplomaca u želji da uspostave kontakt sa najboljim poslodavcima i učine sledeći korak u svojoj karijeri. Rekordni broj mladih su imali priliku da dobiju korisne savete putem: · predstavljanja rada kompanija na interaktivnim štandovima · direktnog kontakta sa HR stručnjacima kroz simulacije intervjua · profesionalnog fotografisanja za potrebe CV-ja · besplatnih edukativnih predavanja i radionica (uz sertifikat o pohađanju) · CV klinike Poslodavci koji su učestvovali na 11. Belgrade Youth Fair-u: IKEA, Nestlé, NCR Voyix, NCR Atleos, Lidl, Hemofarm, Apatinska pivara, JTI (Japan Tobacco International), PwC Srbija, Kuehne + Nagel, Nescafé, Milšped, UniCredit banka, Brose, Generali osiguranje, Knjaz Miloš, Rapsody, Sinerga. Organizator se zahvaljuje domaćinima Cineplexx Ušće i Ušće Šoping Centru, kao i kompanijama Knjaz Miloš i Chips Way ali i ostalim partnerima i kompanijama, na nesebičnoj podršci i pomoći u realizaciji ovog izdanja. Rezime sa velike konferencije Konferencijski deo omogućio je mladim talentima da se povežu sa iskusnim liderima i stručnjacima, i steknu nova teorijska i praktična znanja. Izdvajamo ključne poruke sa 11. BYF-a: · Panel 1: Kako izgleda prvi dan na poslu i kako doći do njega Kristina Mandić (MPC Properties), Miloš Borčić (Hemofarm), Mihailo Velimirović (Apatinska pivara), Darija Živković (NCR Voyix); moderator Nemanja Stojšić (Kuehne + Nagel). Istaknuta je važnost kvalitetnog onboardinga, izgradnje odnosa sa kolegama i jasno definisanih očekivanja. · Predavanje Nestlé: Održiva budućnost kroz stvaranje prilika za mlade Milica Maslarević & Mina Radović (Nestlé). Naglašen je značaj održivog razvoja i mogućnosti koje kompanije nude mladim stručnjacima. · Panel 2: Saveti direktora za mlade talente Slađana Martinović (IKEA SEE), Bojana Vasiljević (NCR Beograd), Milan Mazić (Cineplexx), Ivana Stanković (PwC Srbija); moderator Nina Capric (NCR Voyix). Fokus je bio na ličnom razvoju, prilagođavanju promenama i otvaranju novih prilika. · Predavanje "Strah ne hrani napredak" Mila Litvinjenko (CEO & Owner AURA kozmetika). Podvučeno je da hrabrost i spremnost na rizik predstavljaju ključ za profesionalni rast. · Panel 3: Work/Life balance i Wellbeing - Kako se rešiti stresa? Jelena Vasiljević (Sinerga), Jelena Nenadić Krivokapić (Nestlé), Ana Sokolović (psihoterapeut); moderator Ana Brzaković. Prezentovane su tehnike za upravljanje stresom i očuvanje mentalnog zdravlja. · Panel 4: Kako izabrati karijeru posle fakulteta? Jovana Miloradović (Kuehne + Nagel), Marija Ilijević (NCR Atleos), Bojana Nedeljković (Brose); moderator Nina Capric. Diskutovano je o praćenju ličnih interesa i važnosti praktičnog iskustva pri izboru pravog puta. · Predavanje IKEA: Pokaži svoj potencijal na razgovoru za posao Kristina Tomić & Tijana Bojović (IKEA). Objašnjene su strategije za uspešno prezentovanje veština i kompetencija. · Panel 5: Talent menadžment - Kako se napreduje u okviru kompanija Tamara Obradović (JTI), Hristina Ilić (Lidl), Tamara Kovačević (Delhaize); moderator Tijana Bošnjak (Nestlé). Naglašena je uloga kontinuiranog usavršavanja, mentorstva i izgradnje mreže kontakata. · Predavanje NCR Voyix: How to Grow Your Career By Transforming Commerce Jovana Trifunović, Jelena Malušev Milinić, Daria Nisandžić, Filip Cernjak (NCR Voyix). Istaknuta je važnost digitalnih veština i inovativnih pristupa u modernom poslovanju. · Panel 6: Karijere budućnosti Jovana Kvržić, Dušan Petrović, Strahinja Ćalović; moderator Sara Jovanović (Represent Communications). Razgovaralo se o ulozi digitalnih platformi, influenser marketinga i novih modela rada. Sledeće godine 12. Belgrade Youth Fair! Organizator najavljuje i sledeće godine podjednako dobrar ako ne i još veći i sadržajniji 12. Belgrade Youth Fair! Pozivamo vas da pratite @belgrade_youth_fair na Instagramu i ostanete u toku sa svim novim oglasima za poslove i prakse, kao i da pratite korisne savete i vesti iz sveta zapošljavanja. Takođe, organizator vas ohrabruje da ako do sada niste svoj CV pošaljete na www.youthfair.rs koji će biti na raspolaganju poslodavcima do sledećeg BYF koji je već u pripremi za sledeću godinu. Foto: privatna arhiva

Vreme: 23.04.2025 11:37 XML
Medij: lookerweekly.com
Link: https://lookerweekly.com/stvaran_svet/odnosi/kada-tate-odluce-da-budu-tu/
Autori: LookerWeekly
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Kada tate odluče da budu tu: Rekordan broj očeva u programu "Podrška, ne perfekcija" Fondacije Novak Đoković

3567



Igrice
Reading

Share Tweet
foto: Dalibor Danilović

LookerWeekly
Zamislite da imate samo 11 minuta dnevno sa svojim detetom. Prema najnovijim istraživanjima, upravo toliko prosečan otac u Srbiji svakodnevno provodi sa svojom decom. Ipak, podaci otkrivaju i nešto ohrabrujuće - današnji očevi žele više. Oni koji nisu uspeli da isprate prve korake i reči svoje dece, danas to opisuju kao najdublje žaljenje.

I deca imaju poruku za svoje tate - jednostavnu, a snažnu: Slušaj me. Ne viči. Ne ignoriši. Prihvati me onakvog kakav jesam. Očevi koji se igraju, šale, razgovaraju i znaju da saslušaju, u dečjim očima postaju heroji. Oni kojima se kaže "hvala", ne zato što su savršeni, već zato što su tu.

Upravo iz te potrebe da roditelji dobiju podršku u najvažnijoj ulozi života, Fondacija Novak Đoković već osam godina uspešno realizuje program "Podrška, ne perfekcija" - besplatne radionice za mame i tate koje vode psiholozi, pedagozi i edukatori, sa ciljem da roditelji nauče kako da grade odnos poverenja, bliskosti i razumevanja sa svojom decom. Kroz program je već prošlo na hiljade roditelja i staratelja širom Srbije, a trenutno je u toku čak četrnaesti ciklus.

U ovom ciklusu dogodilo se nešto što daje dodatnu nadu - zahvaljujući posebnom pozivu upućenom očevima, njihov broj se u velikoj meri povećao u odnosu na prethodne godine. Dok su u prethodnim godinama činili svega 8% grupa, oni sada broje 28% svih učesnika, odnosno od ukupno 600 roditelja i staratelja u programu, tata je 168. Očevi su prepoznali vrednost ovog programa - i hrabro ušli u proces koji od njih ne traži savršenstvo, već prisutnost.

Program se realizuje u okviru 15 Centara za roditelje, koje je Fondacija uz podršku Generali osiguranja Srbija otvorila u prethodnim godinama, ali i širom zemlje - u brojnim predškolskim ustanovama u kojima su roditelji pokazali ogromno interesovanje. Radionice se trenutno održavaju u čak 20 mesta u Srbiji, a najveće interesovanje je među roditeljima u Beogradu, Novom Sadu, Šapcu, Kragujevcu…

Program "Podrška, ne perfekcija" realizuje se u partnerstvu Fondacije Novak Đoković, Generali osiguranja Srbija i globalne inicijative The Human Safety Net, i potpuno je besplatan za sve roditelje.

See also

KCB: "Netačni su navodi neformalne organizacije Kultura u blokadi da su zaposleni KCB-a stupili u generalni štrajk"

"Roditeljstvo je danas zahtevnije nego ikada. Zato je svakom roditelju potrebno da zna da nije sam, da je u redu ne znati, u redu grešiti, ali i da je u redu potražiti podršku. Očevi koji su se odazvali našem pozivu pokazali su da je snaga u ranjivosti i otvorenosti. Mi ih ne učimo kako da budu savršeni - učimo ih

Naslov: Kada tate odluče da budu tu: Rekordan broj očeva u programu "Podrška, ne perfekcija" Fondacije Novak Đoković

kako da budu prisutni. A to je za dete nezamenjivo", poručuje Smiljana Grujić, programska menadžerka Fondacije Novak Đoković i koautorka programa "Podrška, ne perfekcija".

Smiljana Grujić, foto: Dalibor Danilović

Kako interesovanje roditelja prevazilazi raspoložive kapacitete, i kako program zahteva fizičko prisustvo roditelja u tačno određeno vreme tokom deset nedelja, Fondacija je prepoznala potrebu da pristup učini fleksibilnijim i dostupnijim - i upravo završava razvoj digitalne platforme koja će roditeljima širom sveta omogućiti da ovaj program prate online, u vreme koje njima odgovara i sa bilo koje lokacije. Na taj način, znanje, podrška i iskustvo koje su do sada imali samo roditelji u pojedinim gradovima Srbije, uskoro će postati dostupni svakome - i svakome ko želi da bude više prisutan u životu svog deteta.

Jer, kako pokazuje i ovaj program - ne moraš biti savršen roditelj. Samo budi tu.

Share

Vreme: 23.04.2025 11:49
Medij: lipsandheels.rs
Link: https://lipsandheels.rs/kada-tate-odluce-da-budu-tu-rekordan-broj-oceva-u-programu-podrska-ne-
Autori: Lips&Heels
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Kada tate odluče da budu tu: Rekordan broj očeva u programu "Podrška, ne perfekcija" Fondacije Novak Đoković - Lepota i zdravlje

3490

Lips&Heels- Otkrijte najnovije trendove u kulturi, modi i lepoti. Inspirišite se pozitivnim vibracijama i unapredite samopouzdanje uz naše savete i inspiraciju. Zamislite da imate samo 11 minuta dnevno sa svojim detetom. Prema najnovijim istraživanjima, upravo toliko prosečan otac u Srbiji svakodnevno provodi sa svojom decom. Ipak, podaci otkrivaju i nešto ohrabrujuće - današnji očevi žele više. Oni koji nisu uspeli da isprate prve korake i reči svoje dece, danas to opisuju kao najdublje žaljenje. I deca imaju poruku za svoje tate - jednostavnu, a snažnu: Slušaj me. Ne viči. Ne ignoriši. Prihvati me onakvog kakav jesam. Očevi koji se igraju, šale, razgovaraju i znaju da saslušaju, u dečjim očima postaju heroji. Oni kojima se kaže "hvala", ne zato što su savršeni, već zato što su tu. Upravo iz te potrebe da roditelji dobiju podršku u najvažnijoj ulozi života, Fondacija Novak Đoković već osam godina uspešno realizuje program "Podrška, ne perfekcija" - besplatne radionice za mame i tate koje vode psiholozi, pedagozi i edukatori, sa ciljem da roditelji nauče kako da grade odnos poverenja, bliskosti i razumevanja sa svojom decom. Kroz program je već prošlo na hiljade roditelja i staratelja širom Srbije, a trenutno je u toku čak četrnaesti ciklus. U ovom ciklusu dogodilo se nešto što daje dodatnu nadu - zahvaljujući posebnom pozivu upućenom očevima, njihov broj se u velikoj meri povećao u odnosu na prethodne godine. Dok su u prethodnim godinama činili svega 8% grupa, oni sada broje 28% svih učesnika, odnosno od ukupno 600 roditelja i staratelja u programu, tata je 168. Očevi su prepoznali vrednost ovog programa - i hrabro ušli u proces koji od njih ne traži savršenstvo, već prisutnost. Program se realizuje u okviru 15 Centara za roditelje, koje je Fondacija uz podršku Generali osiguranja Srbija otvorila u prethodnim godinama, ali i širom zemlje - u brojnim predškolskim ustanovama u kojima su roditelji pokazali ogromno interesovanje. Radionice se trenutno održavaju u čak 20 mesta u Srbiji, a najveće interesovanje je među roditeljima u Beogradu, Novom Sadu, Šapcu, Kragujevcu… Program "Podrška, ne perfekcija" realizuje se u partnerstvu Fondacije Novak Đoković, Generali osiguranja Srbija i globalne inicijative The Human Safety Net, i potpuno je besplatan za sve roditelje. "Roditeljstvo je danas zahtevnije nego ikada. Zato je svakom roditelju potrebno da zna da nije sam, da je u redu ne znati, u redu grešiti, ali i da je u redu potražiti podršku. Očevi koji su se odazvali našem pozivu pokazali su da je snaga u ranjivosti i otvorenosti. Mi ih ne učimo kako da budu savršeni - učimo ih kako da budu prisutni. A to je za dete nezamenjivo", poručuje Smiljana Grujić, programska menadžerka Fondacije Novak Đoković i koautorka programa "Podrška, ne perfekcija". Kako interesovanje roditelja prevazilazi raspoložive kapacitete, i kako program zahteva fizičko prisustvo roditelja u tačno određeno vreme tokom deset nedelja, Fondacija je prepoznala potrebu da pristup učini fleksibilnijim i dostupnijim - i upravo završava razvoj digitalne platforme koja će roditeljima širom sveta omogućiti da ovaj program prate online, u vreme koje njima odgovara i sa bilo koje lokacije. Na taj način, znanje, podrška i iskustvo koje su do sada imali samo roditelji u pojedinim gradovima Srbije, uskoro će postati dostupni svakome - i svakome ko želi da bude više prisutan u životu svog deteta. Jer, kako pokazuje i ovaj program - ne moraš biti savršen roditelj. Samo budi tu.

Vreme: 23.04.2025 11:36 XML
Medij: magazinbiznis.rs
Link: https://magazinbiznis.rs/11-belgrade-youth-fair/
Autori: Radojka Nikolić
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održan 11. Belgrade Youth Fair - najveći karijerni događaj za mlade u regionu, najposećeniji do sada



Održan 11. Belgrade Youth Fair - najveći karijerni događaj za mlade u regionu, najposećeniji do sada

Apr 23, 2025 | Aktuelno

Jedanaesti po redu Belgrade Youth Fair održan je 16. i 17. aprila 2025. i okupio je gotovo 7.000 mladih iz svih delova Srbije kao i najbolje poslodavce, saopštili su organizatori.

Manifestacija je i ove godine organizovana sa konferencijskim i sajamskim delom u Cineplexx Ušće šoping centru. Događaj je uspešno povezao brojne kompanije sa mladima kroz razne aktivnosti: veliki sajam praksi i poslova, simulacije razgovora za posao, profesionalno fotografisanje za CV, brojna predavanja, radionice, CV kliniku i nagradni kviz znanja o poslodavcima.

Youth Fair predstavlja najveći karijerni događaj i jedan od ključnih projekata za mlade u regionu, na kojem svake godine učestvuje više hiljada studenata i diplomaca u želji da uspostave kontakt sa najboljim poslodavcima i učine sledeći korak u svojoj karijeri.

Rekordni broj mladih su imali priliku da dobiju korisne savete putem:

predstavljanja rada kompanija na interaktivnim štandovima

direktnog kontakta sa HR stručnjacima kroz simulacije intervjua

profesionalnog fotografisanja za potrebe CV-ja

besplatnih edukativnih predavanja i radionica (uz sertifikat o pohađanju)

CV klinike

Poslodavci koji su učestvovali na 11. Belgrade Youth Fair-u:

IKEA, Nestlé, NCR Voyix, NCR Atleos, Lidl, Hemofarm, Apatinska pivara, JTI (Japan Tobacco International), PwC Srbija, Kuehne+Nagel, Nescafé, Milšped, UniCredit banka, Brose, **Generali osiguranje**, KnjazMiloš, Rapsody, Sinerga.

Organizator se zahvaljuje domaćinima Cineplexx Ušće i Ušće Šoping Centru, kao i kompanijama Knjaz Miloš i Chips Way ali i ostalim partnerima i kompanijama, na nesebičnoj podršci i pomoći u realizaciji ovog izdanja.

Rezime sa velike konferencije

Konferencijski deo omogućio je mladim talentima da se povežu sa iskusnim liderima i stručnjacima, i steknu nova teorijska i praktična znanja. Izdvajamo ključne poruke sa 11. BYF-a:

Panel 1: Kako izgleda prvi dan na poslu i kako doći do njega Kristina Mandić (MPC Properties), Miloš Borčić (Hemofarm), Mihailo Velimirović (Apatinska pivara), Darija Živković (NCR Voyix); moderator Nemanja Stojšić (Kuehne+Nagel).

Istaknuta je važnost kvalitetnog onboardinga, izgradnje odnosa sa kolegama i jasno definisanih očekivanja.

Predavanje Nestlé: Održiva budućnost kroz stvaranje prilika za mlade Milica Maslarević & Mina Radović (Nestlé).

Naglašen je značaj održivog razvoja i mogućnosti koje kompanije nude mladim stručnjacima.

Naslov: Održan 11. Belgrade Youth Fair - najveći karijerni događaj za mlade u regionu, najposećeniji do sada

Panel 2: Saveti direktora za mlade talente Slađana Martinović (IKEA SEE), Bojana Vasiljević (NCR Beograd), Milan Mazić (Cineplexx), Ivana Stanković (PwC Srbija); moderator Nina Capric (NCR Voyix).

Fokus je bio na ličnom razvoju, prilagođavanju promenama i otvaranju novih prilika.

Predavanje "Strah ne hrani napredak" Mila Litvinjenko (CEO & Owner AURA kozmetika).

Podvučeno je da hrabrost i spremnost na rizik predstavljaju ključ za profesionalni rast.

Panel 3: Work/Life balance i Wellbeing - Kako se rešiti stresa? Jelena Vasiljević (Sinerga), Jelena NenadićKrivokapić (Nestlé), Ana Sokolović (psihoterapeut); moderator Ana Brzaković.

Prezentovane su tehnike za upravljanje stresom i očuvanje mentalnog zdravlja.

Panel 4: Kako izabrati karijeru posle fakulteta? Jovana Miloradović (Kuehne+Nagel), Marija Ilijević (NCR Atleos), Bojana Nedeljković (Brose); moderator Nina Capric.

Diskutovano je o praćenju ličnih interesa i važnosti praktičnog iskustva pri izboru pravog puta.

Predavanje IKEA: Pokaži svoj potencijal na razgovoru za posao Kristina Tomić & Tijana Bojović (IKEA).

Objašnjene su strategije za uspešno prezentovanje veština i kompetencija.

Panel 5: Talent menadžment - Kako se napreduje u okviru kompanija Tamara Obradović (JTI), Hristina Ilić (Lidl), Tamara Kovačević (Delhaize); moderator Tijana Bošnjak (Nestlé).

Naglašena je uloga kontinuiranog usavršavanja, mentorstva i izgradnje mreže kontakata.

Predavanje NCR Voyix: How to Grow Your Career By Transforming Commerce Jovana Trifunović, Jelena Malušev Milinić, Daria Nisandžić, Filip Cernjak (NCR Voyix).

Istaknuta je važnost digitalnih veština i inovativnih pristupa u modernom poslovanju.

Panel 6: Karijere budućnosti Jovana Kvržić, Dušan Petrović, Strahinja Ćalović; moderator Sara Jovanović (Represent Communications).

Razgovaralo se o ulozi digitalnih platformi, influenser marketinga i novih modela rada.

Organizator najavljuje za sledeću godinu još veći i sadržajniji 12. Belgrade Youth Fair i poziva da pratite @belgrade_youth_fair na Instagramu. Takođe, organizator vas ohrabruje da ako do sada niste svoj CV pošaljete na www.youthfair.rs koji će biti na raspolaganju poslodavcima do sledećeg BYF koji je već u pripremi za sledeću godinu.

Vreme: 23.04.2025 11:41 XML
Medij: nirapress.com
Link: https://www.nirapress.com/11-belgrade-youth-fair/
Autori: Radojka Nikolić
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održan 11. Belgrade Youth Fair - najveći karijerni događaj za mlade u regionu, najposećeniji do sada

1978



11-belgrade-youth-fair

Jedanaesti po redu Belgrade Youth Fair održan je 16. i 17. aprila 2025. i okupio je gotovo 7.000 mladih iz svih delova Srbije kao i najbolje poslodavce, saopštili su organizatori. Manifestacija je i ove godine organizovana sa konferencijskim i sajamskim delom u Cineplexx Ušće šoping centru. Događaj je uspešno povezao brojne kompanije sa mladima kroz razne aktivnosti: veliki sajam praksi i poslova, simulacije razgovora za posao, profesionalno fotografisanje za CV, brojna predavanja, radionice, CV kliniku i nagradni kviz znanja o poslodavcima. Youth Fair predstavlja najveći karijerni događaj i jedan od ključnih projekata za mlade u regionu, na kojem svake godine učestvuje više hiljada studenata i diplomaca u želji da uspostave kontakt sa najboljim poslodavcima i učine sledeći korak u svojoj karijeri. Rekordni broj mladih su imali priliku da dobiju korisne savete putem: Poslodavci koji su učestvovali na 11. Belgrade Youth Fair-u: IKEA, Nestlé, NCR Voyix, NCR Atleos, Lidl, Hemofarm, Apatinska pivara, JTI (Japan Tobacco International), PwC Srbija, Kuehne + Nagel, Nescafé, Milšped, UniCredit banka, Brose, Generali osiguranje, Knjaz Miloš, Rapsody, Sinerga. Organizator se zahvaljuje domaćinima Cineplexx Ušće i Ušće Šoping Centru, kao i kompanijama Knjaz Miloš i Chips Way ali i ostalim partnerima i kompanijama, na nesebičnoj podršci i pomoći u realizaciji ovog izdanja. Rezime sa velike konferencije Konferencijski deo omogućio je mladim talentima da se povežu sa iskusnim liderima i stručnjacima, i steknu nova teorijska i praktična znanja. Izdvajamo ključne poruke sa 11. BYF-a: Organizator najavljuje za sledeću godinu još veći i sadržajniji 12. Belgrade Youth Fair i poziva da pratite @belgrade_youth_fair na Instagramu. Takođe, organizator vas ohrabruje da ako do sada niste svoj CV pošaljete na www.youthfair.rs koji će biti na raspolaganju poslodavcima do sledećeg BYF koji je već u pripremi za sledeću godinu. Izvor: www.youthfair.rs

Vreme: 23.04.2025 10:11 XML
Medij: blok-vesti.com
Link: https://blok-vesti.com/odrzan-11-belgrade-youth-fair-najveci-karijerni-dogadjaj-za-mlade-u-regionu-i-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održan 11. Belgrade Youth Fair - najveći karijerni događaj za mlade u regionu i to sa najvećom posećenošću do sada! - Nedeljnik



Jedanaesti po redu Belgrade Youth Fair održan je 16. i 17. aprila 2025. i okupio je gotovo 7000 mladih iz svih delova Srbije kao i najbolje poslodavce. Manifestacija je i ove godine organizovana sa konferencijskim i sajamskim delom u Cineplexx Ušće šoping centru. Događaj je uspešno povezao brojne kompanije sa mladima kroz razne aktivnosti: veliki sajam praksi i poslova, simulacije razgovora za posao, profesionalno fotografisanje za CV, brojna predavanja, radionice, CV kliniku i nagradni kviz znanja o poslodavcima. Youth Fair predstavlja najveći karijerni događaj i jedan od ključnih projekata za mlade u regionu, na kojem svake godine učestvuje više hiljada studenata i diplomaca u želji da uspostave kontakt sa najboljim poslodavcima i učine sledeći korak u svojoj karijeri. Rekordni broj mladih su imali priliku da dobiju korisne savete putem: · predstavljanja rada kompanija na interaktivnim štandovima · direktnog kontakta sa HR stručnjacima kroz simulacije intervjua · profesionalnog fotografisanja za potrebe CV-ja · besplatnih edukativnih predavanja i radionica (uz sertifikat o pohađanju) · CV klinike Poslodavci koji su učestvovali na 11. Belgrade Youth Fair-u: IKEA, Nestlé, NCR Voyix, NCR Atleos, Lidl, Hemofarm, Apatinska pivara, JTI (Japan Tobacco International), PwC Srbija, Kuehne + Nagel, Nescafé, Milšped, UniCredit banka, Brose, Generali osiguranje, Knjaz Miloš, Rapsody, Sinerga. Organizator se zahvaljuje domaćinima Cineplexx Ušće i Ušće Šoping Centru, kao i kompanijama Knjaz Miloš i Chips Way ali i ostalim partnerima i kompanijama, na nesebičnoj podršci i pomoći u realizaciji ovog izdanja. Rezime sa velike konferencije Konferencijski deo omogućio je mladim talentima da se povežu sa iskusnim liderima i stručnjacima, i steknu nova teorijska i praktična znanja. Izdvajamo ključne poruke sa 11. BYF-a: · Panel 1: Kako izgleda prvi dan na poslu i kako doći do njega Kristina Mandić (MPC Properties), Miloš Borčić (Hemofarm), Mihailo Velimirović (Apatinska pivara), Darija Živković (NCR Voyix); moderator Nemanja Stojšić (Kuehne + Nagel). Istaknuta je važnost kvalitetnog onboardinga, izgradnje odnosa sa kolegama i jasno definisanih očekivanja. · Predavanje Nestlé: Održiva budućnost kroz stvaranje prilika za mlade Milica Maslarević & Mina Radović (Nestlé). Naglašen je značaj održivog razvoja i mogućnosti koje kompanije nude mladim stručnjacima. · Panel 2: Saveti direktora za mlade talente Slađana Martinović (IKEA SEE), Bojana Vasiljević (NCR Beograd), Milan Mazić (Cineplexx), Ivana Stanković (PwC Srbija); moderator Nina Capric (NCR Voyix). Fokus je bio na ličnom razvoju, prilagođavanju promenama i otvaranju novih prilika. · Predavanje "Strah ne hrani napredak" Mila Litvinjenko (CEO & Owner AURA kozmetika). Podvučeno je da hrabrost i spremnost na rizik predstavljaju ključ za profesionalni rast. · Panel 3: Work/Life balance i Wellbeing - Kako se rešiti stresa? Jelena Vasiljević (Sinerga), Jelena Nenadić Krivokapić (Nestlé), Ana Sokolović (psihoterapeut); moderator Ana Brzaković. Prezentovane su tehnike za upravljanje stresom i očuvanje mentalnog zdravlja. · Panel 4: Kako izabrati karijeru posle fakulteta? Jovana Miloradović (Kuehne + Nagel), Marija Ilijević (NCR Atleos), Bojana Nedeljković (Brose); moderator Nina Capric. Diskutovano je o praćenju ličnih interesa i važnosti praktičnog iskustva pri izboru pravog puta. · Predavanje IKEA: Pokaži svoj potencijal na razgovoru za posao Kristina Tomić & Tijana Bojović (IKEA). Objašnjene su strategije za uspešno prezentovanje veština i kompetencija. · Panel 5: Talent menadžment - Kako se napreduje u okviru kompanija Tamara Obradović (JTI), Hristina Ilić (Lidl), Tamara Kovačević (Delhaize); moderator Tijana Bošnjak (Nestlé). Naglašena je uloga kontinuiranog usavršavanja, mentorstva i izgradnje mreže kontakata. · Predavanje NCR Voyix: How to Grow Your

Vreme: 23.04.2025 10:11 XML
Medij: blok-vesti.com
Link: https://blok-vesti.com/odrzan-11-belgrade-youth-fair-najveci-karijerni-dogadjaj-za-mlade-u-regionu-i-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održan 11. Belgrade Youth Fair - najveći karijerni događaj za mlade u regionu i to sa najvećom posećenošću do sada! - Nedeljnik

---

Career By Transforming Commerce Jovana Trifunović, Jelena Malušev Milinić, Daria Nisandžić, Filip Cernjak (NCR Voyix). Istaknuta je važnost digitalnih veština i inovativnih pristupa u modernom poslovanju. · Panel 6: Karijere budućnosti Jovana Kvržić, Dušan Petrović, Strahinja Ćalović; moderator Sara Jovanović (Represent Communications). Razgovaralo se o ulozi digitalnih platformi, influenser marketinga i novih modela rada. Sledeće godine 12. Belgrade Youth Fair! Organizator najavljuje i sledeće godine podjednako dobrar ako ne i još veći i sadržajniji 12. Belgrade Youth Fair! Pozivamo vas da pratite @belgrade_youth_fair na Instagramu i ostanete u toku sa svim novim oglasima za poslove i prakse, kao i da pratite korisne savete i vesti iz sveta zapošljavanja. Takođe, organizator vas ohrabruje da ako do sada niste svoj CV pošaljete na www.youthfair.rs koji će biti na raspolaganju poslodavcima do sledećeg BYF koji je već u pripremi za sledeću godinu. Foto: privatna arhiva Post Views: 9 Originalni tekst

Vreme: 23.04.2025 12:56 XML
Medij: naxi.rs
Link: https://www.naxi.rs/rekordan-broj-oceva-u-programu-podrska-ne-perfekcija-fondacije-novak-dokovic
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Rekordan broj očeva u programu "Podrška, ne perfekcija" Fondacije Novak Đoković!



Naxi radio, 96.9 MHz, Najbolja muzika, Radio uživo, Naxi Digital, Naxi Nacional, On Line radio, Kamere u Beogradu, Zabava, Kultura, Dešavanja, Stil, Vremenska prognoza, Fun Foto

Foto: Bigstock, fisher 05

I deca imaju poruku za svoje tate - jednostavnu, a snažnu: Slušaj me. Ne viči. Ne ignoriši. Prihvati me onakvog kakav jesam. Očevi koji se igraju, šale, razgovaraju i znaju da saslušaju, u dečjim očima postaju heroji. Oni kojima se kaže "hvala", ne zato što su savršeni, već zato što su tu.

Upravo iz te potrebe da roditelji dobiju podršku u najvažnijoj ulozi života, Fondacija Novak Đoković već osam godina uspešno realizuje program "Podrška, ne perfekcija" - besplatne radionice za mame i tate koje vode psiholozi, pedagozi i edukatori, sa ciljem da roditelji nauče kako da grade odnos poverenja, bliskosti i razumevanja sa svojom decom. Kroz program je već prošlo na hiljade roditelja i staratelja širom Srbije, a trenutno je u toku čak četrnaesti ciklus.

U ovom ciklusu dogodilo se nešto što daje dodatnu nadu - zahvaljujući posebnom pozivu upućenom očevima, njihov broj se u velikoj meri povećao u odnosu na prethodne godine. Dok su u prethodnim godinama činili svega 8% grupa, oni sada broje 28% svih učesnika, odnosno od ukupno 600 roditelja i staratelja u programu, tata je 168. Očevi su prepoznali vrednost ovog programa - i hrabro ušli u proces koji od njih ne traži savršenstvo, već prisutnost.

Program se realizuje u okviru 15 Centara za roditelje, koje je Fondacija uz podršku Generali osiguranja Srbija otvorila u prethodnim godinama, ali i širom zemlje - u brojnim predškolskim ustanovama u kojima su roditelji pokazali ogromno interesovanje. Radionice se trenutno održavaju u čak 20 mesta u Srbiji, a najveće interesovanje je među roditeljima u Beogradu, Novom Sadu, Šapcu, Kragujevcu...

Program "Podrška, ne perfekcija" realizuje se u partnerstvu Fondacije Novak Đoković, Generali osiguranja Srbija i globalne inicijative The Human Safety Net, i potpuno je besplatan za sve roditelje.

"Roditeljstvo je danas zahtevnije nego ikada. Zato je svakom roditelju potrebno da zna da nije sam, da je u redu ne znati, u redu grešiti, ali i da je u redu potražiti podršku. Očevi koji su se odazvali našem pozivu pokazali su da je snaga u ranjivosti i otvorenosti. Mi ih ne učimo kako da budu savršeni - učimo ih kako da budu prisutni. A to je za dete nezamenjivo", poručuje Smiljana Grujić, programska menadžerka Fondacije Novak Đoković i koautorka programa "Podrška, ne perfekcija".

Kako interesovanje roditelja prevazilazi raspoložive kapacitete, i kako program zahteva fizičko prisustvo roditelja u tačno određeno vreme tokom deset nedelja, Fondacija je prepoznala potrebu da pristup učini fleksibilnijim i dostupnijim - i upravo završava razvoj digitalne platforme koja će roditeljima širom sveta omogućiti da ovaj program prate online, u vreme koje njima odgovara i sa bilo koje lokacije. Na taj način, znanje, podrška i iskustvo koje su do sada imali samo roditelji u pojedinim gradovima Srbije, uskoro će postati dostupni svakome - i svakome ko želi da bude više prisutan u životu svog deteta.

Jer, kako pokazuje i ovaj program - ne moraš biti savršen roditelj. Samo budi tu.

Vreme: 23.04.2025 17:25 XML
Medij: style.rs
Link: https://style.rs/uloga-oceva-u-odgajanju-dece-rekordan-broj-oceva-u-programu-podrska-ne-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Uloga očeva u odgajanju dece - rekordan broj očeva u programu "Podrška, ne perfekcija"



Zamislite da imate samo 11 minuta dnevno sa svojim detetom. Prema najnovijim istraživanjima, upravo toliko prosečan otac u Srbiji svakodnevno provodi sa svojom decom. Ipak, podaci otkrivaju i nešto ohrabrujuće - današnji očevi žele više. Oni koji nisu uspeli da isprate prve korake i reči svoje dece, danas to opisuju kao najdublje žaljenje.

| Odštampaj članak |

Zamislite da imate samo 11 minuta dnevno sa svojim detetom. Prema najnovijim istraživanjima, upravo toliko prosečan otac u Srbiji svakodnevno provodi sa svojom decom. Ipak, podaci otkrivaju i nešto ohrabrujuće - današnji očeviželeviše. Oni koji nisu uspeli da isprate prve korake i reči svoje dece, danas to opisuju kao najdublje žaljenje.

I deca imaju poruku za svoje tate - jednostavnu, a snažnu:Slušaj me. Ne viči. Ne ignoriši. Prihvati me onakvog kakav jesam.Očevi koji se igraju, šale, razgovaraju i znaju da saslušaju, u dečjim očima postaju heroji. Oni kojima se kaže "hvala", ne zato što su savršeni, već zato što su tu.

Upravo iztepotrebe daroditeljidobiju podršku u najvažnijoj ulozi života, Fondacija Novak Đoković većosamgodina uspešno realizuje program"Podrška, ne perfekcija"- besplatne radionice zamame i tatekoje vode psiholozi, pedagozi i edukatori, sa ciljem da roditelji nauče kako da grade odnos poverenja, bliskosti i razumevanja sa svojom decom. Kroz program je već prošlo na hiljade roditeljai starateljaširom Srbije, a trenutno je u toku čak četrnaesti ciklus.

U ovom ciklusu dogodilo se nešto što daje dodatnu nadu-zahvaljujući posebnom pozivu upućenom očevima,njihov broj se u velikoj meri povećao u odnosu na prethodne godine.Dok su u prethodnim godinama činili svega 8% grupa, oni sadabroje28% svih učesnika, odnosno od ukupno 600 roditelja i staratelja u programu, tata je168. Očevi su prepoznali vrednost ovog programa-i hrabro ušli u proces koji od njih ne traži savršenstvo, već prisutnost.

Program se realizuje u okviru 15Centara za roditelje, koje je Fondacija uz podrškuGenerali osiguranja Srbijaotvorila u prethodnim godinama, ali i širom zemlje - u brojnim predškolskim ustanovama u kojima su roditelji pokazali ogromno interesovanje.Radionice se trenutno održavaju u čak20 mestau Srbiji, anajveće interesovanje je među roditeljima uBeogradu, Novom Sadu, Šapcu, Kragujevcu…

Program "Podrška, ne perfekcija"realizuje se u partnerstvuFondacije Novak Đoković,Generali osiguranja Srbijai globalne inicijativeThe Human Safety Net, i potpuno jebesplatan za sve roditelje.

"Roditeljstvo je danas zahtevnije nego ikada. Zato je svakom roditelju potrebno da zna da nije sam, da je u redu ne znati, u redu grešiti, ali i da je u redu potražiti podršku. Očevi koji su se odazvali našem pozivu pokazali su da je snaga u ranjivosti i otvorenosti. Mi ih ne učimo kako da budu savršeni-učimo ih kako da budu prisutni. A to je za dete nezamenjivo", poručujeSmiljana Grujić, programska menadžerka Fondacije Novak Đoković i koautorka programa "Podrška, ne perfekcija".

Kako interesovanje roditelja prevazilazi raspoložive kapacitete, i kako program zahteva fizičko prisustvo roditelja u tačno određeno vreme tokom deset nedelja, Fondacija je prepoznala potrebu da pristup učini fleksibilnijim i dostupnijim - i upravo završava razvojdigitalne platformekoja će roditeljima širom sveta omogućiti da ovaj program prate online, u vreme koje njima odgovara i sa bilo koje lokacije. Na taj

način, znanje, podrška i iskustvo koje su do sada imali samo roditelji u pojedinim gradovima Srbije, uskoro će postati dostupni svakome-i svakome ko želi da bude više prisutan u životu svog deteta.
Jer, kako pokazuje i ovaj program - ne moraš biti savršen roditelj. Samo budi tu.

Vreme: 23.04.2025 11:04 XML
Medij: magazin.politika.rs
Link: https://magazin.politika.rs/sr/clanak/574955/Zivot/koliko-ocevi-u-srbiji-provode-sa-decom-pet-minuta-
Autori: M. V.
Teme: Osiguravajuća društva; Generali osiguranje

Naslov: Koliko očevi u Srbiji provode sa decom? Pet, minuta, dva sata...?

3063



Zamislite da imate samo 11 minuta dnevno sa svojim detetom. Prema najnovijim istraživanjima, upravo toliko prosečan otac u Srbiji svakodnevno provodi sa svojom decom. Ipak, podaci otkrivaju i nešto ohrabrujuće - današnji očevi žele više. Oni koji nisu uspeli da isprate prve korake i reči svoje dece, danas to opisuju kao najdublje žaljenje. I deca imaju poruku za svoje tate - jednostavnu, a snažnu: Slušaj me. Ne viči. Ne ignoriši. Prihvati me onakvog kakav jesam. Očevi koji se igraju, šale, razgovaraju i znaju da saslušaju, u dečjim očima postaju heroji. Oni kojima se kaže "hvala", ne zato što su savršeni, već zato što su tu. Upravo iz te potrebe da roditelji dobiju podršku u najvažnijoj ulozi života, Fondacija Novak Đoković već osam godina uspešno realizuje program "Podrška, ne perfekcija" - besplatne radionice za mame i tate koje vode psiholozi, pedagozi i edukatori, sa ciljem da roditelji nauče kako da grade odnos poverenja, bliskosti i razumevanja sa svojom decom. Kroz program je već prošlo na hiljade roditelja i staratelja širom Srbije, a trenutno je u toku čak četrnaesti ciklus. U ovom ciklusu dogodilo se nešto što daje dodatnu nadu - zahvaljujući posebnom pozivu upućenom očevima, njihov broj se u velikoj meri povećao u odnosu na prethodne godine. Dok su u prethodnim godinama činili svega osam odsto grupa, oni sada broje 28 odsto svih učesnika, odnosno od ukupno 600 roditelja i staratelja u programu, tata je 168. Očevi su prepoznali vrednost ovog programa - i hrabro ušli u proces koji od njih ne traži savršenstvo, već prisutnost. Program se realizuje u okviru 15 Centara za roditelje, koje je Fondacija uz podršku Generali osiguranja Srbija otvorila u prethodnim godinama, ali i širom zemlje - u brojnim predškolskim ustanovama u kojima su roditelji pokazali ogromno interesovanje. Radionice se trenutno održavaju u čak 20 mesta u Srbiji, a najveće interesovanje je među roditeljima u Beogradu, Novom Sadu, Šapcu, Kragujevcu... "Roditeljstvo je danas zahtevnije nego ikada. Zato je svakom roditelju potrebno da zna da nije sam, da je u redu ne znati, u redu grešiti, ali i da je u redu potražiti podršku. Očevi koji su se odazvali našem pozivu pokazali su da je snaga u ranjivosti i otvorenosti. Mi ih ne učimo kako da budu savršeni - učimo ih kako da budu prisutni. A to je za dete nezamenjivo", poručuje Smiljana Grujić, programska menadžerka Fondacije Novak Đoković i koautorka programa "Podrška, ne perfekcija". Kako interesovanje roditelja prevazilazi raspoložive kapacitete, i kako program zahteva fizičko prisustvo roditelja u tačno određeno vreme tokom deset nedelja, Fondacija je prepoznala potrebu da pristup učini fleksibilnijim i dostupnijim - i upravo završava razvoj digitalne platforme koja će roditeljima širom sveta omogućiti da ovaj program prate online, u vreme koje njima odgovara i sa bilo koje lokacije. Na taj način, znanje, podrška i iskustvo koje su do sada imali samo roditelji u pojedinim gradovima Srbije, uskoro će postati dostupni svakome - i svakome ko želi da bude više prisutan u životu svog deteta.

Vreme: 23.04.2025 11:04 XML
Medij: magazin.politika.rs
Link: https://magazin.politika.rs/scc/clanak/574955/Zivot/koliko-ocevi-u-srbiji-provode-sa-decom-pet-
Autori: Redakcija
Teme: Osiguravajuća društva; Generali osiguranje

Naslov: Koliko očevi u Srbiji provode sa decom? Pet, minuta, dva sata...?



Zamislite da imate samo 11 minuta dnevno sa svojim detetom. Prema najnovijim istraživanjima, upravo toliko prosečan otac u Srbiji svakodnevno provodi sa svojom decom. Ipak, podaci otkrivaju i nešto ohrabrujuće - današnji očevi žele više. Oni koji nisu uspeli da isprate prve korake i reči svoje dece, danas to opisuju kao najdublje žaljenje. I deca imaju poruku za svoje tate - jednostavnu, a snažnu: Slušaj me. Ne viči. Ne ignoriši. Prihvati me onakvog kakav jesam. Očevi koji se igraju, šale, razgovaraju i znaju da saslušaju, u dečjim očima postaju heroji. Oni kojima se kaže "hvala", ne zato što su savršeni, već zato što su tu. Upravo iz te potrebe da roditelji dobiju podršku u najvažnijoj ulozi života, Fondacija Novak Đoković već osam godina uspešno realizuje program "Podrška, ne perfekcija" - besplatne radionice za mame i tate koje vode psiholozi, pedagozi i edukatori, sa ciljem da roditelji nauče kako da grade odnos poverenja, bliskosti i razumevanja sa svojom decom. Kroz program je već prošlo na hiljade roditelja i staratelja širom Srbije, a trenutno je u toku čak četrnaesti ciklus. U ovom ciklusu dogodilo se nešto što daje dodatnu nadu - zahvaljujući posebnom pozivu upućenom očevima, njihov broj se u velikoj meri povećao u odnosu na prethodne godine. Dok su u prethodnim godinama činili svega osam odsto grupa, oni sada broje 28 odsto svih učesnika, odnosno od ukupno 600 roditelja i staratelja u programu, tata je 168. Očevi su prepoznali vrednost ovog programa - i hrabro ušli u proces koji od njih ne traži savršenstvo, već prisutnost. Program se realizuje u okviru 15 Centara za roditelje, koje je Fondacija uz podršku Generali osiguranja Srbija otvorila u prethodnim godinama, ali i širom zemlje - u brojnim predškolskim ustanovama u kojima su roditelji pokazali ogromno interesovanje. Radionice se trenutno održavaju u čak 20 mesta u Srbiji, a najveće interesovanje je među roditeljima u Beogradu, Novom Sadu, Šapcu, Kragujevcu... "Roditeljstvo je danas zahtevnije nego ikada. Zato je svakom roditelju potrebno da zna da nije sam, da je u redu ne znati, u redu grešiti, ali i da je u redu potražiti podršku. Očevi koji su se odazvali našem pozivu pokazali su da je snaga u ranjivosti i otvorenosti. Mi ih ne učimo kako da budu savršeni - učimo ih kako da budu prisutni. A to je za dete nezamenjivo", poručuje Smiljana Grujić, programska menadžerka Fondacije Novak Đoković i koautorka programa "Podrška, ne perfekcija". Kako interesovanje roditelja prevazilazi raspoložive kapacitete, i kako program zahteva fizičko prisustvo roditelja u tačno određeno vreme tokom deset nedelja, Fondacija je prepoznala potrebu da pristup učini fleksibilnijim i dostupnijim - i upravo završava razvoj digitalne platforme koja će roditeljima širom sveta omogućiti da ovaj program prate online, u vreme koje njima odgovara i sa bilo koje lokacije. Na taj način, znanje, podrška i iskustvo koje su do sada imali samo roditelji u pojedinim gradovima Srbije, uskoro će postati dostupni svakome - i svakome ko želi da bude više prisutan u životu svog deteta.

Vreme: 23.04.2025 14:28 XML
Medij: mojpedijatar.co.rs
Link: https://www.mojpedijatar.co.rs/kada-tate-odluce-da-budu-tu-rekordan-broj-oceva-u-programu-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Kada tate odluče da budu tu: Rekordan broj očeva u programu "Podrška, ne perfekcija" Fondacije Novak Đoković



0

Zamislite da imate samo 11 minuta dnevno sa svojim detetom. Prema najnovijim istraživanjima, upravo toliko prosečan otac u Srbiji svakodnevno provodi sa svojom decom.

Ipak, podaci otkrivaju i nešto ohrabrujuće - današnji očevi žele više. Oni koji nisu uspeli da isprate prve korake i reči svoje dece, danas to opisuju kao najdublje žaljenje.

I deca imaju poruku za svoje tate - jednostavnu, a snažnu: Slušaj me. Ne viči. Ne ignoriši. Prihvati me onakvog kakav jesam. Očevi koji se igraju, šale, razgovaraju i znaju da saslušaju, u dečjim očima postaju heroji. Oni kojima se kaže "hvala", ne zato što su savršeni, već zato što su tu.

Upravo iz te potrebe da roditelji dobiju podršku u najvažnijoj ulozi života, Fondacija Novak Đoković već osam godina uspešno realizuje program "Podrška, ne perfekcija" - besplatne radionice za mame i tate koje vode psiholozi, pedagozi i edukatori, sa ciljem da roditelji nauče kako da grade odnos poverenja, bliskosti i razumevanja sa svojom decom. Kroz program je već prošlo na hiljade roditelja i staratelja širom Srbije, a trenutno je u toku čak četrnaesti ciklus.

U ovom ciklusu dogodilo se nešto što daje dodatnu nadu - zahvaljujući posebnom pozivu upućenom očevima, njihov broj se u velikoj meri povećao u odnosu na prethodne godine. Dok su u prethodnim godinama činili svega 8% grupa, oni sada broje 28% svih učesnika, odnosno od ukupno 600 roditelja i staratelja u programu, tata je 168. Očevi su prepoznali vrednost ovog programa - i hrabro ušli u proces koji od njih ne traži savršenstvo, već prisutnost.

Program se realizuje u okviru 15 Centara za roditelje, koje je Fondacija uz podršku Generali osiguranja Srbija otvorila u prethodnim godinama, ali i širom zemlje - u brojnim predškolskim ustanovama u kojima su roditelji pokazali ogromno interesovanje. Radionice se trenutno održavaju u čak 20 mesta u Srbiji, a najveće interesovanje je među roditeljima u Beogradu, Novom Sadu, Šapcu, Kragujevcu…

Program "Podrška, ne perfekcija" realizuje se u partnerstvu Fondacije Novak Đoković, Generali osiguranja Srbija i globalne inicijative The Human Safety Net, i potpuno je besplatan za sve roditelje.

"Roditeljstvo je danas zahtevnije nego ikada. Zato je svakom roditelju potrebno da zna da nije sam, da je u redu ne znati, u redu grešiti, ali i da je u redu potražiti podršku. Očevi koji su se odazvali našem pozivu pokazali su da je snaga u ranjivosti i otvorenosti. Mi ih ne učimo kako da budu savršeni - učimo ih kako da budu prisutni. A to je za dete nezamenjivo", poručuje Smiljana Grujić, programska menadžerka Fondacije Novak Đoković i koautorka programa "Podrška, ne perfekcija".

Kako interesovanje roditelja prevazilazi raspoložive kapacitete, i kako program zahteva fizičko prisustvo roditelja u tačno određeno vreme tokom deset nedelja, Fondacija je prepoznala potrebu da pristup učini fleksibilnijim i dostupnijim - i upravo završava razvoj digitalne platforme koja će roditeljima širom sveta omogućiti da ovaj program prate online, u vreme koje njima odgovara i sa bilo koje lokacije. Na taj način, znanje, podrška i iskustvo koje su do sada imali samo roditelji u pojedinim gradovima Srbije, uskoro će postati dostupni svakome - i svakome ko želi da bude više prisutan u životu svog deteta.

Jer, kako pokazuje i ovaj program - ne moraš biti savršen roditelj. Samo budi tu.

Vreme: 23.04.2025 13:12 XML
Medij: yumama.mondo.rs
Link: https://yumama.mondo.rs/porodica/zivot-porodice/a55436/radionica-za-mame-i-tate-podrska-ne-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Naslov: Besplatna radionica za mame i tate širom Srbije: Uključuje se sve više očeva, dnevno su 11 minuta sa decom



Tate u Srbiji provode 11 minuta dnevno sa decom, ali stvari se menjaju pa tako i oni žele da budu uključeniji. U prilog tome govori i sve veće interesovanje očeva za radionice namenjene mamama i tatama.

Pogledaj fotogaleriju

Podrška, ne perfekcija Foto:Dalibor Danilović

U ovom ciklusu dogodilo se nešto što daje dodatnu nadu - zahvaljujući posebnom pozivu upućenom očevima, njihov broj se u velikoj meri povećao u odnosu na prethodne godine. Dok su u prethodnim godinama činili svega 8% grupa, oni sada broje 28% svih učesnika, odnosno od ukupno 600 roditelja i staratelja u programu, tata je 168. Očevi su prepoznali vrednost ovog programa - i hrabro ušli u proces koji od njih ne traži savršenstvo, već prisutnost.

Možda će vas zanimati Život porodice5 znakova da će muškarac biti super tata: Evo na šta treba da obratite pažnju u njegovom ponašanju

Program se realizuje u okviru 15 Centara za roditelje, koje je Fondacija uz podršku Generali osiguranja Srbija otvorila u prethodnim godinama, ali i širom zemlje - u brojnim predškolskim ustanovama u kojima su roditelji pokazali ogromno interesovanje. Radionice se trenutno održavaju u čak 20 mesta u Srbiji, a najveće interesovanje je među roditeljima u Beogradu, Novom Sadu, Šapcu, Kragujevcu...

Program "Podrška, ne perfekcija" realizuje se u partnerstvu Fondacije Novak Đoković, Generali osiguranja Srbija i globalne inicijative The Human Safety Net, i potpuno je besplatan za sve roditelje.

"Roditeljstvo je danas zahtevnije nego ikada. Zato je svakom roditelju potrebno da zna da nije sam, da je u redu ne znati, u redu grešiti, ali i da je u redu potražiti podršku. Očevi koji su se odazvali našem pozivu pokazali su da je snaga u ranjivosti i otvorenosti. Mi ih ne učimo kako da budu savršeni - učimo ih kako da budu prisutni. A to je za dete nezamenjivo", poručuje Smiljana Grujić, programska menadžerka Fondacije Novak Đoković i koautorka programa "Podrška, ne perfekcija".

Kako interesovanje roditelja prevazilazi raspoložive kapacitete, i kako program zahteva fizičko prisustvo roditelja u tačno određeno vreme tokom deset nedelja, Fondacija je prepoznala potrebu da pristup učini fleksibilnijim i dostupnijim - i upravo završava razvoj digitalne platforme koja će roditeljima širom sveta omogućiti da ovaj program prate online, u vreme koje njima odgovara i sa bilo koje lokacije. Na taj način, znanje, podrška i iskustvo koje su do sada imali samo roditelji u pojedinim gradovima Srbije, uskoro će postati dostupni svakome - i svakome ko želi da bude više prisutan u životu svog deteta.

Jer, kako pokazuje i ovaj program - ne moraš biti savršen roditelj. Samo budi tu.

BONUS VIDEO:

Tata se rasplakao zbog ćerkinih repića Izvor:Tata se rasplakao zbog ćerkinih repića

Vreme: 24.04.2025 15:00 XML
Medij: ona.telegraf.rs
Link: https://ona.telegraf.rs/porodica-deca/4096123-ovoliko-minuta-dnevno-ocevi-u-srbiji-provode-vreme-sa-
Autori: M. M.
Teme: Osiguravajuća društva; Generali osiguranje

Naslov: Ovoliko minuta dnevno očevi u Srbiji provode vreme sa svojom decom



Zamislite da imate samo 11 minuta dnevno sa svojim detetom. Prema najnovijim istraživanjima, upravo toliko prosečan otac u Srbiji svakodnevno provodi sa svojom.

Zamislite da imate samo 11 minuta dnevno sa svojim detetom. Prema najnovijim istraživanjima, upravo toliko prosečan otac u Srbiji svakodnevno provodi sa svojom decom. Ipak, podaci otkrivaju i nešto ohrabrujuće - današnji očevi žele više. Oni koji nisu uspeli da isprate prve korake i reči svoje dece, danas to opisuju kao najdublje žaljenje. I deca imaju poruku za svoje tate - jednostavnu, a snažnu: Slušaj me. Ne viči. Ne ignoriši. Prihvati me onakvog kakav jesam. Očevi koji se igraju, šale, razgovaraju i znaju da saslušaju, u dečjim očima postaju heroji. Oni kojima se kaže "hvala", ne zato što su savršeni, već zato što su tu. Upravo iz te potrebe da roditelji dobiju podršku u najvažnijoj ulozi života, Fondacija Novak Đoković već osam godina uspešno realizuje program "Podrška, ne perfekcija" - besplatne radionice za mame i tate koje vode psiholozi, pedagozi i edukatori, sa ciljem da roditelji nauče kako da grade odnos poverenja, bliskosti i razumevanja sa svojom decom. Kroz program je već prošlo na hiljade roditelja i staratelja širom Srbije, a trenutno je u toku čak četrnaesti ciklus. U ovom ciklusu dogodilo se nešto što daje dodatnu nadu - zahvaljujući posebnom pozivu upućenom očevima, njihov broj se u velikoj meri povećao u odnosu na prethodne godine. Dok su u prethodnim godinama činili svega 8% grupa, oni sada broje 28% svih učesnika, odnosno od ukupno 600 roditelja i staratelja u programu, tata je 168. Očevi su prepoznali vrednost ovog programa - i hrabro ušli u proces koji od njih ne traži savršenstvo, već prisutnost. Program se realizuje u okviru 15 Centara za roditelje, koje je Fondacija uz podršku Generali osiguranja Srbija otvorila u prethodnim godinama, ali i širom zemlje - u brojnim predškolskim ustanovama u kojima su roditelji pokazali ogromno interesovanje. Radionice se trenutno održavaju u čak 20 mesta u Srbiji, a najveće interesovanje je među roditeljima u Beogradu, Novom Sadu, Šapcu, Kragujevcu... Program "Podrška, ne perfekcija" realizuje se u partnerstvu Fondacije Novak Đoković, Generali osiguranja Srbija i globalne inicijative The Human Safety Net, i potpuno je besplatan za sve roditelje. "Roditeljstvo je danas zahtevnije nego ikada. Zato je svakom roditelju potrebno da zna da nije sam, da je u redu ne znati, u redu grešiti, ali i da je u redu potražiti podršku. Očevi koji su se odazvali našem pozivu pokazali su da je snaga u ranjivosti i otvorenosti. Mi ih ne učimo kako da budu savršeni - učimo ih kako da budu prisutni. A to je za dete nezamenjivo", poručuje Smiljana Grujić, programska menadžerka Fondacije Novak Đoković i koautorka programa "Podrška, ne perfekcija". Kako interesovanje roditelja prevazilazi raspoložive kapacitete, i kako program zahteva fizičko prisustvo roditelja u tačno određeno vreme tokom deset nedelja, Fondacija je prepoznala potrebu da pristup učini fleksibilnijim i dostupnijim - i upravo završava razvoj digitalne platforme koja će roditeljima širom sveta omogućiti da ovaj program prate online, u vreme koje njima odgovara i sa bilo koje lokacije. Na taj način, znanje, podrška i iskustvo koje su do sada imali samo roditelji u pojedinim gradovima Srbije, uskoro će postati dostupni svakome - i svakome ko želi da bude više prisutan u životu svog deteta. Jer, kako pokazuje i ovaj program - ne moraš biti savršen roditelj. Samo budi tu. (Ona.rs) Pošaljite nam Vaše snimke, fotografije i priče na broj telefona +381 64 8939257 (WhatsApp / Viber / Telegram). Ona.rs zadržava sva prava nad sadržajem. Za preuzimanje sadržaja pogledajte uputstva na stranici Uslovi korišćenja.

Vreme: 24.04.2025 15:02 XML
Medij: danas.rs
Link: https://www.danas.rs/zivot/kada-tate-odluce-da-budu-tu-rekordan-broj-oceva-u-programu-podrska-ne-
Autori: @OnlineDanas
Teme: Osiguravajuća društva; Generali osiguranje

Naslov: Kada tate odluče da budu tu: Rekordan broj očeva u programu "Podrška, ne perfekcija" Fondacije Novak Đoković

Zamislite da imate samo 11 minuta dnevno sa svojim detetom. Prema najnovijim istraživanjima, upravo toliko prosečan otac u Srbiji svakodnevno provodi sa svojom decom. Ipak, podaci otkrivaju i nešto ohrabrujuće - današnji očevi žele više. Oni koji nisu uspeli da isprate prve korake i reči svoje dece, danas to opisuju kao najdublje žaljenje.

I deca imaju poruku za svoje tate - jednostavnu, a snažnu: Slušaj me. Ne viči. Ne ignoriši. Prihvati me onakvog kakav jesam. Očevi koji se igraju, šale, razgovaraju i znaju da saslušaju, u dečjim očima postaju heroji. Oni kojima se kaže "hvala", ne zato što su savršeni, već zato što su tu. Upravo iz te potrebe da roditelji dobiju podršku u najvažnijoj ulozi života, Fondacija Novak Đoković već osam godina uspešno realizuje program "Podrška, ne perfekcija" - besplatne radionice za mame i tate koje vode psiholozi, pedagozi i edukatori, sa ciljem da roditelji nauče kako da grade odnos poverenja, bliskosti i razumevanja sa svojom decom. Kroz program je već prošlo na hiljade roditelja i staratelja širom Srbije, a trenutno je u toku čak četrnaesti ciklus. U ovom ciklusu dogodilo se nešto što daje dodatnu nadu - zahvaljujući posebnom pozivu upućenom očevima, njihov broj se u velikoj meri povećao u odnosu na prethodne godine. Dok su u prethodnim godinama činili svega 8% grupa, oni sada broje 28% svih učesnika, odnosno od ukupno 600 roditelja i staratelja u programu, tata je 168. Očevi su prepoznali vrednost ovog programa - i hrabro ušli u proces koji od njih ne traži savršenstvo, već prisutnost. Program se realizuje u okviru 15 Centara za roditelje, koje je Fondacija uz podršku Generali osiguranja Srbija otvorila u prethodnim godinama, ali i širom zemlje - u brojnim predškolskim ustanovama u kojima su roditelji pokazali ogromno interesovanje. Radionice se trenutno održavaju u čak 20 mesta u Srbiji, a najveće interesovanje je među roditeljima u Beogradu, Novom Sadu, Šapcu, Kragujevcu… Program "Podrška, ne perfekcija" realizuje se u partnerstvu Fondacije Novak Đoković, Generali osiguranja Srbija i globalne inicijative The Human Safety Net, i potpuno je besplatan za sve roditelje. "Roditeljstvo je danas zahtevnije nego ikada. Zato je svakom roditelju potrebno da zna da nije sam, da je u redu ne znati, u redu grešiti, ali i da je u redu potražiti podršku. Očevi koji su se odazvali našem pozivu pokazali su da je snaga u ranjivosti i otvorenosti. Mi ih ne učimo kako da budu savršeni - učimo ih kako da budu prisutni. A to je za dete nezamenjivo", poručuje Smiljana Grujić, programska menadžerka Fondacije Novak Đoković i koautorka programa "Podrška, ne perfekcija". Kako interesovanje roditelja prevazilazi raspoložive kapacitete, i kako program zahteva fizičko prisustvo roditelja u tačno određeno vreme tokom deset nedelja, Fondacija je prepoznala potrebu da pristup učini fleksibilnijim i dostupnijim - i upravo završava razvoj digitalne platforme koja će roditeljima širom sveta omogućiti da ovaj program prate online, u vreme koje njima odgovara i sa bilo koje lokacije. Na taj način, znanje, podrška i iskustvo koje su do sada imali samo roditelji u pojedinim gradovima Srbije, uskoro će postati dostupni svakome - i svakome ko želi da bude više prisutan u životu svog deteta. Jer, kako pokazuje i ovaj program - ne moraš biti savršen roditelj. Samo budi tu. Ime * Komentar

Vreme: 24.04.2025 12:28 XML
Medij: biznis.rs
Link: https://biznis.rs/vesti/sta-danas-pokrece-ljude-na-poslu-odgovore-donosi-hr-experience-2025-u-sava-
Autori: Redakcija Biznis.rs
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Šta danas pokreće ljude na poslu? Odgovore donosi "HR Experience 2025" u Sava Centru

U ponedeljak, 26. maja, u beogradskom Sava Centru biće održana sedma HR Experience konferencija u organizaciji Infostuda. Događaj koji okuplja najznačajnije HR profesionalce iz zemlje i regiona i ove godine donosi aktuelne teme, inspirativne govornike i proveren format koji kombinuje predavanja, panele i prikaz najboljih domaćih praksi. Konferencija HR Experience...

0

Foto: Infostud

U ponedeljak, 26. maja, u beogradskom Sava Centru biće održana sedma HR Experience konferencija u organizaciji Infostuda. Događaj koji okuplja najznačajnije HR profesionalce iz...

U ponedeljak, 26. maja, u beogradskom Sava Centru biće održana sedma HR Experience konferencija u organizaciji Infostuda.

Događaj koji okuplja najznačajnije HR profesionalce iz zemlje i regiona i ove godine donosi aktuelne teme, inspirativne govornike i proveren format koji kombinuje predavanja, panele i prikaz najboljih domaćih praksi.

Konferencija HR Experience već sedmu godinu zaredom okuplja domaće i međunarodne stručnjake, donoseći najnovije HR trendove i uspešne prakse. Kroz predavanja i panel diskusije učesnici stiču uvide i konkretne alate za unapređenje svojih organizacija - od privlačenja i zadržavanja talenata, preko građenja jake organizacione kulture, do poboljšanja poslovnih performansi.

Konferenciju će svečano otvoriti Sonja Ćetković, direktorka Infostuda, i Natalija Pešić, rukovodilac sektora za ljudske resurse i razvoj u A1 Srbija, ujedno i programska direktorka konferencije.

Među govornicima koji ove godine dolaze u Beograd nalaze se međunarodna i regionalna imena sa bogatim iskustvom u oblasti ljudskih resursa, organizacione kulture i liderstva. Leigh Elena Henderson, osnivačica i direktorka HRManifesto, govoriće o strategijama za jačanje angažovanosti i zadržavanje zaposlenih, dok će Dalibor Šumiga iz Promosapiensa u svom prepoznatljivom stilu obraditi temu pažnje i motivacije u radnom okruženju. O važnosti balansa lidera u zahtevnim vremenima govoriće Martin Laschkolnig, direktor Instituta za razvoj potencijala iz Austrije.

Ovogodišnji fokus HR Experience konferencije stavljen je na ključne strategije za stvaranje angažovanog, motivisanog i lojalnog tima. Istražujemo kako kultura kompanije, liderstvo i savremeni pristupi zaposlenima direktno utiču na zadovoljstvo na poslu, produktivnost i dugoročni uspeh organizacija.

Jedan od centralnih momenata konferencije biće CEO panel na temu "Kako lideri utiču na uspeh i zadovoljstvo zaposlenih", u kojem učestvuju Milan Gospić (Microsoft), Jovan Šarenac (Maxidom.rs), Dragan Filipović (Generali Osiguranje Srbija) i Dragomir Kostić (Atlantic Brands). Panel će moderirati Natalija Pešić.

Pročitajte još:

Vreme: 25.04.2025 15:30 XML
Medij: lepotaizdravlje.rs
Link: https://www.lepotaizdravlje.rs/news/product-brand-news/svecana-dodela-diplomacy-commerce-
Autori: Aleksandra Dudvarski
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Slavimo lidere promena: Održana svečana dodela Diplomacy & Commerce nagrada za 2025. godinu

9236



U prelepom ambijentu Jugoslovenske kinoteke u Beogradu proslavljen je 9. rođendan Diplomacy & Commerce magazina pred mnogobrojnim gostima i prijateljima redakcije. Kao poseban segment proslave dodeljeno je dvadeset tri Diplomacy&Commerce nagrade za 2025. godinu pojedincima, kompanijama i institucijama koje su dale izvanredan doprinos ekonomskom, društvenom i humanitarnom razvoju Srbije. Diplomacy&Commerce nagrada za 2025. O

pU prelepom ambijentu Jugoslovenske kinoteke u Beogradu proslavljen je 9. rođendan Diplomacy & Commerce magazina pred mnogobrojnim gostima i prijateljima redakcije. Kao poseban segment proslave dodeljeno je dvadeset tri Diplomacy&Commerce nagrade za 2025. godinu pojedincima, kompanijama i institucijama koje su dale izvanredan doprinos ekonomskom, društvenom i humanitarnom razvoju Srbije. Diplomacy&Commerce nagrada za 2025. O dobitnicima nagrada odlučivao je eminentni žiri u sastavu: Marko Čadež, predsednik Privredne komore Srbije; Vladimir Gak, predsednik Privredne komore Vojvodine; Brankica Janković, poverenica za zaštitu ravnopravnost; Tijana Palkovljević, upravnica Galerije Matice srpske; Igor Černiševski, izvršni direktor IAB Srbija; Stevan Ristić, Asocijacija medija, Milica Pražić, Udruženje pivara Srbije, Danijela Popović-Jurić, Red Communications i NjKV princeza Ljubica Karađorđević. Prisutnim gostima na otvaranju događaja obratili su se Robert Čoban, direktor magazina "Diplomacy & Commerce", koji je predstavio sve platforme na kojima magazin funkcioniše kao i njegovu regionalnu pokrivenost, NjKV princeza Ljubica Karađorđević i Tatjana Macura, ministarka bez portfelja u Vladi Republike Srbije. Ministarka Tatjana Macura na početku svog izlaganja zahvalila se uredništvu diplomatskog magazina na istrajnom negovanju kulture dijaloga, ističući da je to vrednost koja nam je danas potrebnija nego ikada. "Sa posebnim ponosom ističem činjenicu da u ovakvim prilikama sve češće upoznajemo snažne, posvećene i vizionarske žene koje osvajaju prostore biznisa, politike, medija, kulture i diplomatije. Verujem da je to tek početak jednog snažnog trenda, u kome će žene nastaviti da koračaju sigurnim, uzlaznim putem - ka jednakosti, uticaju i promenama koje oblikuju svet", poručila je ministarka Macura. Na svečanoj ceremoniji dodeljene su sledeće nagrade: Diplomacy & Commerce nagrada za najbolju društveno-odgovornu kampanju dodeljena je kompaniji Fitpass i Smart agenciji, nagradu su primili Boris Janačković, Fitpass i Jelena Zvekić, co-founder Smart agencije. Dobitnicima je nagrada uručena od strane Mihaila Vesovića, ispred Privredne komore Srbija. Diplomacy & Commerce nagrada za podršku insitucijama kulture i umetnicima dodeljena je AstraZeneki, u ime kompanije nagradu je primio Aleksandar Tripković, generalni direktor za Srbiju, a nagradu mu je uručila Danijela Popović Jurić, RED Communications.. Diplomacy & Commerce nagrada za humanitarnu delatnost (kompanija) dodeljena je SBB-u za projekat "Humanitarna akcija - SBB igrač utakmice". U ime kompanije nagradu je primila Minja Jugović Janjić, direktorka za marketing i komunikacije kompanije SBB, nagrada joj je uručena od strane Svetlane Kostić iz MK group i prošlogodišnjeg laureata. Diplomacy & Commerce nagrada za projekte iz oblasti "zelene ekonomije i održivog razvoja" dodeljena je kompaniji VipPa Group za projekat "VipPa EKO Parking Tower". Nagradu je primio Julijan Graf Drakul direktor i osnivač VipPa grupe, dok mu je nagradu uručio Vladimir Gak, predsednik Privredne komore Vojvodine. Diplomacy & Commerce nagrada za biznis inovaciju u kategoriji kompanija dodeljena je kompaniji "OTP banka Srbija" za projekat "OTP Junior kartica i OTP m-bank aplikacija za juniore". U ime kompanije

Naslov: Slavimo lidere promena: Održana svečana dodela Diplomacy & Commerce nagrada za 2025. godinu

nagradu je primio Ljubiša Egelja, direktor Direkcije za marketing i komunikacije OTP banke Srbija, dok mu je nagradu svečano uručila Nada Filipović, EleveneS. Diplomacy & Commerce nagrada za biznis inovacije u kategoriji proizvoda dodeljena je kompaniji Japan Tobacco International za kampanju "Lansiranje PLOOM uređaja u Srbiji", u ime JTI-ja nagradu je primio marketing direktor za Zapadni Balkan, Nemanja Pucarević, dok mu je nagradu uručio Igor Černiševski, izvršni direktor IAB Srbija ujedno i član ovogodišnjeg Žirija za dodelu nagrada. Diplomacy & Commerce nagrada za unapređenje uslova poslovanja i privrednog ambijenta za mala i srednja preduzeća dodeljena UniCredit banki za kampanju "UniCredit za Srbiju", nagradu je primila direktorka Identiteta i komunikacija, UniCredit Banke Svetlana Bunčić. Dok joj je nagradu uručio Gabriele Ingrosso iz Ambasade Italije u Srbiji. Diplomacy & Commerce nagrada za unapređenje bilateralne saradnje dodeljena je Galeriji Babka iz Kovačice, nagradu je primio Pavel Babka, a nagradu je uručio Nj.E. Michal Pavuk ambasador Slovačke u Srbiji. Diplomacy & Commerce nagrada za doprinos razvoju lokalne zajednice i civilnog društva dodeljena je Javnom preduzeću Gold gondola Zlatibor. Nagradu je primila generalna direktorka JP Gold gondola Zlatibor Bojana Božanić, dok je nagradu uručila Milica Pražić iz Udruženje pivara Srbije. Diplomacy & Commerce nagrada za najbolje odnose sa medijima u kategoriji institucija dodeljena je Muzeju grada Beograda, nagradu je primila direktorka Muzeja Jelena Medaković. Nagradu je dobitnici uručila Marija Labović, direktorka TOS-a i laureat D&C Awards za 2024. godinu. Diplomacy & Commerce nagrada za najbolje odnose sa medijima u kategoriji ambasada dodeljena je ambasadi Libije u Srbiji. U ime ambasade nagradu je primio H.E. Mohamed O. A. Ghalboun, ambasador Libije u Beogradu, dok mu je nagradu uručila Danijela Galov Vujević iz Hrvatske gospodarske komore. Diplomacy & Commerce nagradu za promociju društvenog aktivizma dodeljena je kompaniji Heineken Srbija za kampanju "Heineken volonteri: Zajedno stvaramo zeleniju i čistiju zajednicu". U ime kompanije nagradu je primila Biljana Bobić Subin dok joj je nagradu uručila Violeta Jovanović iz Naleda. Diplomacy & Commerce nagrada za najprofesionalniju ličnost u medijima dodeljena je novinarki, televizijskoj producentkinji i voditeljki Minji MIletić, a nagradu je uručila Tijana Palkovljević Bugarski, upravnica Galerije Matice srpske. Specijalne nagrade Diplomacy & Commerce magazina Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najuspešniju društveno odgovornu kampanju na globalnom nivou dodeljena kompaniji Generali Osiguranje za kampanju "The Human Safety Net" ispred kompanije nagradu su primili Dragan Filipović, predsednik Izvrsnog odbora Generali Osiguranja Srbija i Nataš Đurđević, direktorka Direkcije za korporativne komunikacije i programsku direktorku THSN u Srbiji, nagradu je uručila NJKV princeza Ljubica Karađorđević, članica ovogodišnjeg Žirija za dodelu nagrada. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za unapređenje digitalne pismenosti i obrazovanja uručena je kompaniji A1, za platformu #BoljiOnline, a u ime kompanije istu je primio Predrag Đurković. Nagradu mu je uručila Željka Ćirić Jakovljević, UniCredit banka, laureat D&C Awards 2024. Specijalnu nagradu Diplomacy & Commerce magazina za izvrsnost u ugostiteljstvu u kategoriji primorskih odmarališta dobila je kompanija Huma Kotor Bay Hotel & Villas a nagradu je primio član Upravnog odbora Draško Trninić, dok mu je nagradu uručila Milena Stevović, DHG Holding group, laureat D&C Awards 2024. Specijalnu nagradu Diplomacy & Commerce magazina za izvrsnost u ugostiteljstvu u kategoriji planinskih odmarališta dobila je kompanija Chalet Sofija, u ime kompanije nagradu je primila Maja Radin, dok joj je nagradu uručio Mihailo Vuković, Allegra Krstarenja, laureat D&C Awards 2024. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najbolji luxury concierge i lifestyle management otišla je u ruke kompanije Quintessentially Group, nagradu je primila generalna direktorka Katarina Larisa Ham. Nagradu je uručio Mihajlo Pavić, NewsMax Balkans. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za za izuzetno životno dostignuće uručena je Hristivoju Miloševiću, vlasniku i osnivaču kompanije Aleva. Nagradu mu je uručila poverenica za zaštitu ravnopravnosti Brankica Janković. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za korporativnu bezbednost uručena je prof dr Draganu Trivanu, za doprinos razvoju korporativne bezbednosti u Srbiji. Nagradu mu je uručila Slađana Sredojević iz Udruženja banaka Srbije. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najuspješniju greenfield investiciju u regionu i razvoj novog grada uručena je kompaniji Lustica Bay Montenegro, nagradu je primila direktorka marketinga Ana Zloković. Nagradu je uručila Bojana Knežević iz kompanije AirSerbia prošlogodišnji laureat. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za networking "Miodrag Bogić" otišla je u ruke Nika Lakovića, Montenegro Sotheby's International Realty, nagradu su mu uručili Ervin Pašanović, Adventis Real Estate Management Ltd, proplogodišnji laureat i Milka Bogić supruga Miodraga Bogića. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za žene lidere u oblasti komunikacija dodeljena je Mariji Pasuljević, nagradu joj je uručio Dragan Nikolić, urednik magazina Diplomacy & Commerce. Događaj su podržale kompanije Fitpass, JTI, SBB, Heineken, Vinarija Todorović i Plantaže.

Vreme: 25.04.2025 17:00 XML
Medij: gloria.rs
Link: https://www.gloria.rs/lifestyle/vesti/258064/odrzana-svecana-dodela-diplomacy-commerce-nagrada-za-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održana svečana dodela Diplomacy & Commerce nagrada za 2025. godinu

8976



Foto: Color press

Foto: Color press

U prelepom ambijentu Jugoslovenske kinoteke u Beogradu proslavljen je 9. rođendan Diplomacy & Commerce magazina pred mnogobrojnim gostima i prijateljima redakcije. Kao poseban segment proslave dodeljeno je dvadeset tri Diplomacy&Commerce nagrade za 2025. godinu pojedincima, kompanijama i institucijama koje su dale izvanredan doprinos ekonomskom, društvenom i humanitarnom razvoju Srbije.

Deli na Facebook Deli na Twitter

O dobitnicima nagrada odlučivao je eminentni žiri u sastavu: Marko Čadež, predsednik Privredne komore Srbije; Vladimir Gak, predsednik Privredne komore Vojvodine; Brankica Janković, poverenica za zaštitu ravnopravnost; Tijana Palkovljević, upravnica Galerije Matice srpske; Igor Černiševski, izvršni direktor IAB Srbija; Stevan Ristić, Asocijacija medija, Milica Pražić, Udruženje pivara Srbije, Danijela Popović-Jurić, Red Communications i NjKV princeza Ljubica Karađorđević.

Color press

Prisutnim gostima na otvaranju događaja obratili su se Robert Čoban, direktor magazina "Diplomacy & Commerce", koji je predstavio sve platforme na kojima magazin funkcioniše kao i njegovu regionalnu pokrivenost, NjKV princeza Ljubica Karađorđević i Tatjana Macura, ministarka bez portfelja u Vladi Republike Srbije.

Color press

Ministarka Tatjana Macura na početku svog izlaganja zahvalila se uredništvu diplomatskog magazina na istrajnom negovanju kulture dijaloga, ističući da je to vrednost koja nam je danas potrebnija nego ikada.

Color press

"Sa posebnim ponosom ističem činjenicu da u ovakvim prilikama sve češće upoznajemo snažne, posvećene i vizionarske žene koje osvajaju prostore biznisa, politike, medija, kulture i diplomatije. Verujem da je to tek početak jednog snažnog trenda, u kome će žene nastaviti da koračaju sigurnim, uzlaznim putem - ka jednakosti, uticaju i promenama koje oblikuju svet", poručila je ministarka Macura.

Color press

Na svečanoj ceremoniji dodeljene su sledeće nagrade:

Diplomacy & Commerce nagrada za najbolju društveno-odgovornu kampanju dodeljena je kompaniji Fitpass i Smart agenciji, nagradu su primili Boris Janačković, Fitpass i Jelena Zvekić, co-founder Smart agencije. Dobitnicima je nagrada uručena od strane Mihaila Vesovića, ispred Privredne komore Srbija.

Naslov: Održana svečana dodela Diplomacy & Commerce nagrada za 2025. godinu

---

Diplomacy & Commerce nagrada za podršku insitucijama kulture i umetnicima dodeljena je AstraZeneki, u ime kompanije nagradu je primio Aleksandar Tripković, generalni direktor za Srbiju, a nagradu mu je uručila Danijela Popović Jurić, RED Communications..

Diplomacy & Commerce nagrada za humanitarnu delatnost (kompanija) dodeljena je SBB-u za projekat "Humanitarna akcija - SBB igrač utakmice". U ime kompanije nagradu je primila Minja Jugović Janjić, direktorka za marketing i komunikacije kompanije SBB, nagrada joj je uručena od strane Svetlane Kostić iz MK group i prošlogodišnjeg laureata.

Color press

Diplomacy & Commerce nagrada za projekte iz oblasti "zelene ekonomije i održivog razvoja" dodeljena je kompaniji VipPa Group za projekat "VipPa EKO Parking Tower". Nagradu je primio Julijan Graf Drakul direktor i osnivač VipPa grupe, dok mu je nagradu uručio Vladimir Gak, predsednik Privredne komore Vojvodine.

Diplomacy & Commerce nagrada za biznis inovaciju u kategoriji kompanija dodeljena je kompaniji "OTP banka Srbija" za projekat "OTP Junior kartica i OTP m-bank aplikacija za juniore". U ime kompanije nagradu je primio Ljubiša Egelja, direktor Direkcije za marketing i komunikacije OTP banke Srbija, dok mu je nagradu svečano uručila Nada Filipović, EleveneS.

Diplomacy & Commerce nagrada za biznis inovacije u kategoriji proizvoda dodeljena je kompaniji Japan Tobacco International za kampanju "Lansiranje PLOOM uređaja u Srbiji", u ime JTI-ja nagradu je primio marketing direktor za Zapadni Balkan, Nemanja Pucarević, dok mu je nagradu uručio Igor Černiševski, izvršni direktor IAB Srbija ujedno i član ovogodišnjeg Žirija za dodelu nagrada.

Color press

Diplomacy & Commerce nagrada za unapređenje uslova poslovanja i privrednog ambijenta za mala i srednja preduzeća dodeljena UniCredit banki za kampanju "UniCredit za Srbiju", nagradu je primila direktorka Identiteta i komunikacija, UniCredit Banke Svetlana Bunčić. Dok joj je nagradu uručio Gabriele Ingrosso iz Ambasade Italije u Srbiji.

Diplomacy & Commerce nagrada za unapređenje bilateralne saradnje dodeljena je Galeriji Babka iz Kovačice, nagradu je primio Pavel Babka, a nagradu je uručio Nj.E. Michal Pavuk ambasador Slovačke u Srbiji.

Diplomacy & Commerce nagrada za doprinos razvoju lokalne zajednice i civilnog društva dodeljena je Javnom preduzeću Gold gondola Zlatibor. Nagradu je primila generalna direktorka JP Gold gondola Zlatibor Bojana Božanić, dok je nagradu uručila Milica Pražić iz Udruženje pivara Srbije.

Diplomacy & Commerce nagrada za najbolje odnose sa medijima u kategoriji institucija dodeljena je Muzeju grada Beograda, nagradu je primila direktorka Muzeja Jelena Medaković. Nagradu je dobitnici uručila Marija Labović, direktorka TOS-a i laureat D&C Awards za 2024. godinu.

Color press

Diplomacy & Commerce nagrada za najbolje odnose sa medijima u kategoriji ambasada dodeljena je ambasadi Libije u Srbiji. U ime ambasade nagradu je primio H.E. Mohamed O. A. Ghalboun, ambasador Libije u Beogradu, dok mu je nagradu uručila Danijela Galov Vujević iz Hrvatske gospodarske komore.

Diplomacy & Commerce nagradu za promociju društvenog aktivizma dodeljena je kompaniji Heineken Srbija za kampanju "Heineken volonteri: Zajedno stvaramo zeleniju i čistiju zajednicu". U ime kompanije nagradu je primila Biljana Bobić Subin dok joj je nagradu uručila Violeta Jovanović iz Naleda.

Diplomacy & Commerce nagrada za najprofesionalniju ličnost u medijima dodeljena je novinarki, televizijskoj producentkinji i voditeljki Minji MIletić, a nagradu je uručila Tijana Palkovljević Bugarski, upravnica Galerije Matice srpske.

Specialna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najuspešniju društveno odgovornu kampanju na globalnom nivou dodeljena kompaniji Generali Osiguranje za kampanju "The Human Safety Net" ispred kompanije nagradu su primili Dragan Filipović, predsednik Izvrsnog odbora Generali Osiguranja Srbija i Nataš Đurđević, direktorka Direkcije za korporativne komunikacije i programsku direktorku THSN u Srbiji, nagradu je uručila NJKV princeza Ljubica Karađorđević, članica ovogodišnjeg Žirija za dodelu nagrada.

Color press

Color press

Naslov: Održana svečana dodela Diplomacy & Commerce nagrada za 2025. godinu

---

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za unapređenje digitalne pismenosti i obrazovanja uručena je kompaniji A1, za platformu #BoljiOnline, a u ime kompanije istu je primio Predrag Đurković. Nagradu mu je uručila Željka Ćirić Jakovljević, UniCredit banka, laureat D&C Awards 2024.

Specijalnu nagradu Diplomacy & Commerce magazina za izvrsnost u ugostiteljstvu u kategoriji primorskih odmarališta dobila je kompanija Huma Kotor Bay Hotel & Villas a nagradu je primio član Upravnog odbora Draško Trninić, dok mu je nagradu uručila Milena Stevović, DHG Holding group, laureat D&C Awards 2024.

Specijalnu nagradu Diplomacy & Commerce magazina za izvrsnost u ugostiteljstvu u kategoriji planinskih odmarališta dobila je kompanija Chalet Sofija, u ime kompanije nagradu je primila Maja Radin, dok joj je nagradu uručio Mihailo Vuković, Allegra Krstarenja, laureat D&C Awards 2024.

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najbolji luxury concierge i lifestyle management otišla je u ruke kompanije Quintessentially Group, nagradu je primila **generalna** direktorka Katarina Larisa Ham. Nagradu je uručio Mihajlo Pavić, NewsMax Balkans.

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za za izuzetno životno dostignuće uručena je Hristivoju Miloševiću, vlasniku i osnivaču kompanije Aleva. Nagradu mu je uručila poverenica za zaštitu ravnopravnosti Brankica Janković.

Color press

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za korporativnu bezbednost uručena je prof dr Draganu Trivanu, za doprinos razvoju korporativne bezbednosti u Srbiji. Nagradu mu je uručila Slađana Sredojević iz Udruženja banaka Srbije.

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najuspješniju greenfield investiciju u regionu i razvoj novog grada uručena je kompaniji Lustica Bay Montenegro, nagradu je primila direktorka marketinga Ana Zloković. Nagradu je uručila Bojana Knežević iz kompanije AirSerbia prošlogodišnji laureat.

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za networking "Miodrag Bogi" otišla je u ruke Nika Lakovića, Montenegro Sotheby's International Realty, nagradu su mu uručili Ervin Pašanović, Adventis Real Estate Management Ltd, proplogodišnji laureat i Milka Bogić supruga Miodraga Bogića.

Color press

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za žene lidere u oblasti komunikacija dodeljena je Mariji Pasuljević, nagradu joj je uručio Dragan Nikolić, urednik magazina Diplomacy & Commerce.

Color press

Color press

Događaj su podržale kompanije Fitpass, JTI, SBB, Heineken, Vinarija Todorović i Plantaže.

Color press

Vreme: 25.04.2025 15:40 XML
Medij: story.rs
Link: https://www.story.rs/lifestyle/karijera/258060/odrzana-svecana-dodela-diplomacy-commerce-nagrada-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održana svečana dodela Diplomacy & Commerce nagrada za 2025. godinu

8712



U prelepom ambijentu Jugoslovenske kinoteke u Beogradu proslavljen je 9. rođendan Diplomacy & Commerce magazina pred mnogobrojnim gostima i prijateljima redakcije. Kao poseban segment proslave dodeljeno je dvadeset tri Diplomacy&Commerce nagrade za 2025. godinu pojedincima, kompanijama i institucijama koje su dale izvanredan doprinos ekonomskom, društvenom i humanitarnom razvoju Srbije

O dobitnicima nagrada odlučivao je eminentni žiri u sastavu: Marko Čadež, predsednik Privredne komore Srbije; Vladimir Gak, predsednik Privredne komore Vojvodine; Brankica Janković, poverenica za zaštitu ravnopravnost; Tijana Palkovljević, upravnica Galerije Matice srpske; Igor Černiševski, izvršni direktor IAB Srbija; Stevan Ristić, Asocijacija medija, Milica Pražić, Udruženje pivara Srbije, Danijela Popović-Jurić, Red Communications i NjKV princeza Ljubica Karađorđević. Prisutnim gostima na otvaranju događaja obratili su se Robert Čoban, direktor magazina "Diplomacy & Commerce", koji je predstavio sve platforme na kojima magazin funkcioniše kao i njegovu regionalnu pokrivenost, NjKV princeza Ljubica Karađorđević i Tatjana Macura, ministarka bez portfelja u Vladi Republike Srbije. Ministarka Tatjana Macura na početku svog izlaganja zahvalila se uredništvu diplomatskog magazina na istrajnom negovanju kulture dijaloga, ističući da je to vrednost koja nam je danas potrebnija nego ikada. "Sa posebnim ponosom ističem činjenicu da u ovakvim prilikama sve češće upoznajemo snažne, posvećene i vizionarske žene koje osvajaju prostore biznisa, politike, medija, kulture i diplomatije. Verujem da je to tek početak jednog snažnog trenda, u kome će žene nastaviti da koračaju sigurnim, uzlaznim putem - ka jednakosti, uticaju i promenama koje oblikuju svet", poručila je ministarka Macura. Na svečanoj ceremoniji dodeljene su sledeće nagrade: Diplomacy & Commerce nagrada za najbolju društveno-odgovornu kampanju dodeljena je kompaniji Fitpass i Smart agenciji, nagradu su primili Boris Janačković, Fitpass i Jelena Zvekić, co-founder Smart agencije. Dobitnicima je nagrada uručena od strane Mihaila Vesovića, ispred Privredne komore Srbija. Diplomacy & Commerce nagrada za podršku insitucijama kulture i umetnicima dodeljena je AstraZeneki, u ime kompanije nagradu je primio Aleksandar Tripković, **generalni** direktor za Srbiju, a nagradu mu je uručila Danijela Popović Jurić, RED Communications.. Diplomacy & Commerce nagrada za humanitarnu delatnost (kompanija) dodeljena je SBB-u za projekat "Humanitarna akcija - SBB igrač utakmice". U ime kompanije nagradu je primila Minja Jugović Janjić, direktorka za marketing i komunikacije kompanije SBB, nagrada joj je uručena od strane Svetlane Kostić iz MK group i prošlogodišnjeg laureata. Diplomacy & Commerce nagrada za projekte iz oblasti "zelene ekonomije i održivog razvoja" dodeljena je kompaniji VipPa Group za projekat "VipPa EKO Parking Tower". Nagradu je primio Julijan Graf Drakul direktor i osnivač VipPa grupe, dok mu je nagradu uručio Vladimir Gak, predsednik Privredne komore Vojvodine. Diplomacy & Commerce nagrada za biznis inovaciju u kategoriji kompanija dodeljena je kompaniji "OTP banka Srbija" za projekat "OTP Junior kartica i OTP m-bank aplikacija za juniore". U ime kompanije nagradu je primio Ljubiša Egelja, direktor Direkcije za marketing i komunikacije OTP banke Srbija, dok mu je nagradu svečano uručila Nada Filipović, EleveneS. Diplomacy & Commerce nagrada za biznis inovacije u kategoriji proizvoda dodeljena je kompaniji Japan Tobacco International za kampanju "Lansiranje PLOOM uređaja u Srbiji", u ime JTI-ja nagradu je primio marketing direktor za Zapadni Balkan, Nemanja Pucarević, dok mu je nagradu uručio Igor Černiševski, izvršni direktor IAB Srbija ujedno i član ovogodišnjeg Žirija za dodelu nagrada.

Vreme: 25.04.2025 15:40 XML
Medij: story.rs
Link: https://www.story.rs/lifestyle/karijera/258060/odrzana-svecana-dodela-diplomacy-commerce-nagrada-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Održana svečana dodela Diplomacy & Commerce nagrada za 2025. godinu

---

Diplomacy & Commerce nagrada za unapređenje uslova poslovanja i privrednog ambijenta za mala i srednja preduzeća dodeljena UniCredit banki za kampanju "UniCredit za Srbiju", nagradu je primila direktorka Identiteta i komunikacija, UniCredit Banke Svetlana Bunčić. Dok joj je nagradu uručio Gabriele Ingrosso iz Ambasade Italije u Srbiji. Diplomacy & Commerce nagrada za unapređenje bilateralne saradnje dodeljena je Galeriji Babka iz Kovačice, nagradu je primio Pavel Babka, a nagradu je uručio Nj.E. Michal Pavuk ambasador Slovačke u Srbiji. Diplomacy & Commerce nagrada za doprinos razvoju lokalne zajednice i civilnog društva dodeljena je Javnom preduzeću Gold gondola Zlatibor. Nagradu je primila generalna direktorka JP Gold gondola Zlatibor Bojana Božanić, dok je nagradu uručila Milica Pražić iz Udruženje pivara Srbije. Diplomacy & Commerce nagrada za najbolje odnose sa medijima u kategoriji institucija dodeljena je Muzeju grada Beograda, nagradu je primila direktorka Muzeja Jelena Medaković. Nagradu je dobitnici uručila Marija Labović, direktorka TOS-a i laureat D&C Awards za 2024. godinu. Diplomacy & Commerce nagrada za najbolje odnose sa medijima u kategoriji ambasada dodeljena je ambasadi Libije u Srbiji. U ime ambasade nagradu je primio H.E. Mohamed O. A. Ghalboun, ambasador Libije u Beogradu, dok mu je nagradu uručila Danijela Galov Vujević iz Hrvatske gospodarske komore. Diplomacy & Commerce nagradu za promociju društvenog aktivizma dodeljena je kompaniji Heineken Srbija za kampanju "Heineken volonteri: Zajedno stvaramo zeleniju i čistiju zajednicu". U ime kompanije nagradu je primila Biljana Bobić Subin dok joj je nagradu uručila Violeta Jovanović iz Naleda. Diplomacy & Commerce nagrada za najprofesionalniju ličnost u medijima dodeljena je novinarki, televizijskoj producentkinji i voditeljki Minji MIletić, a nagradu je uručila Tijana Palkovljević Bugarski, upravnica Galerije Matice srpske. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najuspešniju društveno odgovornu kampanju na globalnom nivou dodeljena kompaniji Generali Osiguranje za kampanju "The Human Safety Net" ispred kompanije nagradu su primili Dragan Filipović, predsednik Izvrsnog odbora Generali Osiguranja Srbija i Nataš Đurđević, direktorka Direkcije za korporativne komunikacije i programsku direktorku THSN u Srbiji, nagradu je uručila NJKV princeza Ljubica Karađorđević, članica ovogodišnjeg Žirija za dodelu nagrada. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za unapređenje digitalne pismenosti i obrazovanja uručena je kompaniji A1, za platformu #BoljiOnline, a u ime kompanije istu je primio Predrag Đurković. Nagradu mu je uručila Željka Ćirić Jakovljević, UniCredit banka, laureat D&C Awards 2024. Specijalnu nagradu Diplomacy & Commerce magazina za izvrsnost u ugostiteljstvu u kategoriji primorskih odmarališta dobila je kompanija Huma Kotor Bay Hotel & Villas a nagradu je primio član Upravnog odbora Draško Trninić, dok mu je nagradu uručila Milena Stevović, DHG Holding group, laureat D&C Awards 2024. Specijalnu nagradu Diplomacy & Commerce magazina za izvrsnost u ugostiteljstvu u kategoriji planinskih odmarališta dobila je kompanija Chalet Sofija, u ime kompanije nagradu je primila Maja Radin, dok joj je nagradu uručio Mihailo Vuković, Allegra Krstarenja, laureat D&C Awards 2024. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najbolji luxury concierge i lifestyle management otišla je u ruke kompanije Quintessentially Group, nagradu je primila generalna direktorka Katarina Larisa Ham. Nagradu je uručio Mihajlo Pavić, NewsMax Balkans. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za za izuzetno životno dostignuće uručena je Hristivoju Miloševiću, vlasniku i osnivaču kompanije Aleva. Nagradu mu je uručila poverenica za zaštitu ravnopravnosti Brankica Janković. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za korporativnu bezbednost uručena je prof dr Draganu Trivanu, za doprinos razvoju korporativne bezbednosti u Srbiji. Nagradu mu je uručila Slađana Sredojević iz Udruženja banaka Srbije. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najuspješniju greenfield investiciju u regionu i razvoj novog grada uručena je kompaniji Lustica Bay Montenegro, nagradu je primila direktorka marketinga Ana Zloković. Nagradu je uručila Bojana Knežević iz kompanije AirSerbia prošlogodišnji laureat. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za networking "Miodrag Bogi" otišla je u ruke Nika Lakovića, Montenegro Sotheby's International Realty, nagradu su mu uručili Ervin Pašanović, Adventis Real Estate Management Ltd, proplogodišnji laureat i Milka Bogić supruga Miodraga Bogića. Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za žene lidere u oblasti komunikacija dodeljena je Mariji Pasuljević, nagradu joj je uručio Dragan Nikolić, urednik magazina Diplomacy & Commerce. Događaj su podržale kompanije Fitpass, JTI, SBB, Heineken, Vinarija Todorović i Plantaže.

Vreme: 25.04.2025 15:18 XML
Medij: hellomagazin.rs
Link: https://www.hellomagazin.rs/celebrity-news/vesti/258057/odrzana-svecana-dodela-diplomacy-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Slavimo lidere promena: Održana svečana dodela Diplomacy & Commerce nagrada za 2025. godinu - Hello Magazin!

8921



Deli na Facebook Deli na Twitter

U prelepom ambijentu Jugoslovenske kinoteke u Beogradu proslavljen je 9. rođendan Diplomacy & Commerce magazina pred mnogobrojnim gostima i prijateljima redakcije. Kao poseban segment proslave dodeljeno je dvadeset tri Diplomacy&Commerce nagrade za 2025. godinu pojedincima, kompanijama i institucijama koje su dale izvanredan doprinos ekonomskom, društvenom i humanitarnom razvoju Srbije.

O dobitnicima nagrada odlučivao je eminentni žiri u sastavu: Marko Čadež, predsednik Privredne komore Srbije; Vladimir Gak, predsednik Privredne komore Vojvodine; Brankica Janković, poverenica za zaštitu ravnopravnost; Tijana Palkovljević, upravnica Galerije Matice srpske; Igor Černiševski, izvršni direktor IAB Srbija; Stevan Ristić, Asocijacija medija, Milica Pražić, Udruženje pivara Srbije, Danijela Popović-Jurić, Red Communications i NjKV princeza Ljubica Karađorđević.

Color press

Prisutnim gostima na otvaranju događaja obratili su se Robert Čoban, direktor magazina "Diplomacy & Commerce", koji je predstavio sve platforme na kojima magazin funkcioniše kao i njegovu regionalnu pokrivenost, NjKV princeza Ljubica Karađorđević i Tatjana Macura, ministarka bez portfelja u Vladi Republike Srbije.

Color press

Color press

Ministarka Tatjana Macura na početku svog izlaganja zahvalila se uredništvu diplomatskog magazina na istrajnom negovanju kulture dijaloga, ističući da je to vrednost koja nam je danas potrebnija nego ikada.

Color press

-Sa posebnim ponosom ističem činjenicu da u ovakvim prilikama sve češće upoznajemo snažne, posvećene i vizionarske žene koje osvajaju prostore biznisa, politike, medija, kulture i diplomatije. Verujem da je to tek početak jednog snažnog trenda, u kome će žene nastaviti da koračaju sigurnim, uzlaznim putem - ka jednakosti, uticaju i promenama koje oblikuju svet -poručila je ministarka Macura.

Color press

Na svečanoj ceremoniji dodeljene su sledeće nagrade:

Diplomacy & Commerce nagrada za najbolju društveno-odgovornu kampanju dodeljena je kompaniji Fitpass i Smart agenciji, nagradu su primili Boris Janačković, Fitpass i Jelena Zvekić, co-founder Smart agencije. Dobitnicima je nagrada uručena od strane Mihaila Vesovića, ispred Privredne komore Srbija.

Diplomacy & Commerce nagrada za podršku insitucijama kulture i umetnicima dodeljena je AstraZeneki, u ime kompanije nagradu je primio Aleksandar Tripković, generalni direktor za Srbiju, a nagradu mu je

uručila Danijela Popović Jurić, RED Communications..

Diplomacy & Commerce nagrada za humanitarnu delatnost (kompanija) dodeljena je SBB-u za projekat "Humanitarna akcija - SBB igrač utakmice". U ime kompanije nagradu je primila Minja Jugović Janjić, direktorka za marketing i komunikacije kompanije SBB, nagrada joj je uručena od strane Svetlane Kostić iz MK group i prošlogodišnjeg laureata.

Color press

Diplomacy & Commerce nagrada za projekte iz oblasti "zelene ekonomije i održivog razvoja" dodeljena je kompaniji VipPa Group za projekat "VipPa EKO Parking Tower". Nagradu je primio Julijan Graf Drakul direktor i osnivač VipPa grupe, dok mu je nagradu uručio Vladimir Gak, predsednik Privredne komore Vojvodine.

Diplomacy & Commerce nagrada za biznis inovaciju u kategoriji kompanija dodeljena je kompaniji "OTP banka Srbija" za projekat "OTP Junior kartica i OTP m-bank aplikacija za juniore". U ime kompanije nagradu je primio Ljubiša Egelja, direktor Direkcije za marketing i komunikacije OTP banke Srbija, dok mu je nagradu svečano uručila Nada Filipović, EleveneS.

Diplomacy & Commerce nagrada za biznis inovacije u kategoriji proizvoda dodeljena je kompaniji Japan Tobacco International za kampanju "Lansiranje PLOOM uređaja u Srbiji", u ime JTI-ja nagradu je primio marketing direktor za Zapadni Balkan, Nemanja Pucarević, dok mu je nagradu uručio Igor Černiševski, izvršni direktor IAB Srbija ujedno i član ovogodišnjeg Žirija za dodelu nagrada.

Diplomacy & Commerce nagrada za unapređenje uslova poslovanja i privrednog ambijenta za mala i srednja preduzeća dodeljena UniCredit banki za kampanju "UniCredit za Srbiju", nagradu je primila direktorka Identiteta i komunikacija, UniCredit Banke Svetlana Bunčić. Dok joj je nagradu uručio Gabriele Ingrosso iz Ambasade Italije u Srbiji.

Diplomacy & Commerce nagrada za unapređenje bilateralne saradnje dodeljena je Galeriji Babka iz Kovačice, nagradu je primio Pavel Babka, a nagradu je uručio Nj.E. Michal Pavuk ambasador Slovačke u Srbiji.

Diplomacy & Commerce nagrada za doprinos razvoju lokalne zajednice i civilnog društva dodeljena je Javnom preduzeću Gold gondola Zlatibor. Nagradu je primila generalna direktorka JP Gold gondola Zlatibor Bojana Božanić, dok je nagradu uručila Milica Pražić iz Udruženje pivara Srbije.

Diplomacy & Commerce nagrada za najbolje odnose sa medijima u kategoriji institucija dodeljena je Muzeju grada Beograda, nagradu je primila direktorka Muzeja Jelena Medaković. Nagradu je dobitnici uručila Marija Labović, direktorka TOS-a i laureat D&C Awards za 2024. godinu.

Color press

Diplomacy & Commerce nagrada za najbolje odnose sa medijima u kategoriji ambasada dodeljena je ambasadi Libije u Srbiji. U ime ambasade nagradu je primio H.E. Mohamed O. A. Ghalboun, ambasador Libije u Beogradu, dok mu je nagradu uručila Danijela Galov Vujević iz Hrvatske gospodarske komore.

Diplomacy & Commerce nagradu za promociju društvenog aktivizma dodeljena je kompaniji Heineken Srbija za kampanju "Heineken volonteri: Zajedno stvaramo zeleniju i čistiju zajednicu". U ime kompanije nagradu je primila Biljana Bobić Subin dok joj je nagradu uručila Violeta Jovanović iz Naleda.

Diplomacy & Commerce nagrada za najprofesionalniju ličnost u medijima dodeljena je novinarki, televizijskoj producentkinji i voditeljki Minji MIletić, a nagradu je uručila Tijana Palkovljević Bugarski, upravnica Galerije Matice srpske.

Specialna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najuspešniju društveno odgovornu kampanju na globalnom nivou dodeljena kompaniji Generali Osiguranje za kampanju "The Human Safety Net" ispred kompanije nagradu su primili Dragan Filipović, predsednik Izvrsnog odbora Generali Osiguranja Srbija i Nataš Đurđević, direktorka Direkcije za korporativne komunikacije i programsku direktorku THSN u Srbiji, nagradu je uručila NJKV princeza Ljubica Karađorđević, članica ovogodišnjeg Žirija za dodelu nagrada.

Color press

Color press

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za unapređenje digitalne pismenosti i obrazovanja uručena je kompaniji A1, za platformu #BoljiOnline, a u ime kompanije istu je primio Predrag Đurković. Nagradu mu je uručila Željka Ćirić Jakovljević, UniCredit banka, laureat D&C Awards 2024.

Naslov: Slavimo lidere promena: Održana svečana dodela Diplomacy & Commerce nagrada za 2025. godinu - Hello Magazin!

Specijalnu nagradu Diplomacy & Commerce magazina za izvrsnost u ugostiteljstvu u kategoriji primorskih odmarališta dobila je kompanija Huma Kotor Bay Hotel & Villas a nagradu je primio član Upravnog odbora Draško Trninić, dok mu je nagradu uručila Milena Stevović, DHG Holding group, laureat D&C Awards 2024.

Specijalnu nagradu Diplomacy & Commerce magazina za izvrsnost u ugostiteljstvu u kategoriji planinskih odmarališta dobila je kompanija Chalet Sofija, u ime kompanije nagradu je primila Maja Radin, dok joj je nagradu uručio Mihailo Vuković, Allegra Krstarenja, laureat D&C Awards 2024.

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najbolji luxury concierge i lifestyle management otišla je u ruke kompanije Quintessentially Group, nagradu je primila generalna direktorka Katarina Larisa Ham. Nagradu je uručio Mihajlo Pavić, NewsMax Balkans.

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za za izuzetno životno dostignuće uručena je Hristivoju Miloševiću, vlasniku i osnivaču kompanije Aleva. Nagradu mu je uručila poverenica za zaštitu ravnopravnosti Brankica Janković.

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za korporativnu bezbednost uručena je prof dr Draganu Trivanu, za doprinos razvoju korporativne bezbednosti u Srbiji. Nagradu mu je uručila Slađana Sredojević iz Udruženja banaka Srbije.

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za najuspješniju greenfield investiciju u regionu i razvoj novog grada uručena je kompaniji Lustica Bay Montenegro, nagradu je primila direktorka marketinga Ana Zloković. Nagradu je uručila Bojana Knežević iz kompanije AirSerbia prošlogodišnji laureat.

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za networking "Miodrag Bogi" otišla je u ruke Nika Lakovića, Montenegro Sotheby's International Realty, nagradu su mu uručili Ervin Pašanović, Adventis Real Estate Management Ltd, proplogodišnji laureat i Milka Bogić supruga Miodraga Bogića.

Color press

Specijalna nagrada Diplomacy & Commerce magazina za žene lidere u oblasti komunikacija dodeljena je Mariji Pasuljević, nagradu joj je uručio Dragan Nikolić, urednik magazina Diplomacy & Commerce.

Color press

Color press

Događaj su podržale kompanije Fitpass, JTI, SBB, Heineken, Vinarija Todorović i Plantaže.

Color press

Vreme: 26.04.2025 13:34 XML
Medij: diplomacyandcommerce.rs
Link: https://www.diplomacyandcommerce.rs/celebrating-leaders-of-change-diplomacy-commerce-awards-
Autori: Mijat Kontić
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Celebrating Leaders of Change: Diplomacy & Commerce Awards Ceremony for 2025 Held - Diplomacy&Commerce

9822



Belgrade 22.04.2025. - In the beautiful setting of the Yugoslav Cinematheque in Belgrade, the 9th anniversary of Diplomacy & Commerce magazine was celebrated in front of numerous guests and friends of the editorial team

Diplomacy&Commerce

Monthly in print…24/7 online!

Search

Mijat Kontić

Belgrade 22.04.2025. - In the beautiful setting of the Yugoslav Cinematheque in Belgrade, the 9th anniversary of Diplomacy & Commerce magazine was celebrated in front of numerous guests and friends of the editorial team

As a special segment of the celebration, twenty-three Diplomacy&Commerce awards for 2025 were awarded to individuals, companies and institutions that have made an outstanding contribution to the economic, social and humanitarian development of Serbia. The award winners were decided by an eminent jury consisting of: Marko Čadež, President of the Serbian Chamber of Commerce; Vladimir Gak, President of the Chamber of Commerce of Vojvodina; Brankica Janković, Commissioner for the Protection of Equality; Tijana Palkovljević, Manager of the Matica Srpska Gallery; Igor Černiševski, Executive Director of IAB Serbia; Stevan Ristić, Media Association, Milica Pražić, Breweries Association of Serbia, Danijela Popović-Jurić, Red Communications and HRH Princess Ljubica Karađorđević. The guests present at the opening of the event were addressed by Robert Čoban, Director of the magazine "Diplomacy & Commerce", who presented all the platforms on which the magazine operates as well as its regional coverage, HRH Princess Ljubica Karađorđević and Tatjana Macura, Minister without Portfolio in the Government of the Republic of Serbia.

At the beginning of her presentation, Minister Tatjana Macura thanked the editorial staff of the diplomatic magazine for their persistent cultivation of the culture of dialogue, emphasizing that this is a value that we need more than ever today. "I am particularly proud to emphasize the fact that on such occasions we increasingly meet strong, dedicated and visionary women who are conquering the spaces of business, politics, media, culture and diplomacy. I believe that this is just the beginning of a strong trend, in which women will continue to walk a safe, upward path - towards equality, influence and changes that shape the world," said Minister Macura. The following awards were presented at the ceremony:

The Diplomacy & Commerce award for the best socially responsible campaign was given to Fitpass and Smart Agency, the award was received by Boris Janačković, Fitpass and Jelena Zvekić, co-founder of Smart Agency. The winners were presented with the award by Mihailo Vesović, on behalf of the Serbian Chamber of Commerce.

The Diplomacy & Commerce award for support for cultural institutions and artists was given to AstraZeneca, on behalf of the company the award was received by Aleksandar Tripković, General Manager for Serbia, and the award was presented to him by Danijela Popović Jurić, RED Communications.

The Diplomacy & Commerce award for humanitarian activity (company) was given to SBB for the project "Humanitarian action - SBB player of the match". On behalf of the company the award was received by Minja Jugović Janjić, Marketing and Communications Director of SBB, the award was presented to her by Svetlana Kostić from MK group and last year's laureate.

The Diplomacy & Commerce Award for projects in the field of "green economy and sustainable development" was awarded to the VipPa Group for the project "VipPa EKO Parking Tower". The award was received by Julijan Graf Drakul, Director and Founder of the VipPa Group, while the award was presented to him by Vladimir Gak, President of the Chamber of Commerce of Vojvodina.

The Diplomacy & Commerce Award for Business Innovation in the Company Category was awarded to the company "OTP banka Srbija" for the project "OTP Junior Card and OTP m-bank application for juniors". On behalf of the company, the award was received by Ljubiša Egelja, Director of the Marketing and Communications Department of OTP banka Srbija, while the award was presented to him by Nada Filipović, EleveneS.

The Diplomacy & Commerce Award for Business Innovation in the Product Category was awarded to the company Japan Tobacco International for the campaign "Launching PLOOM Devices in Serbia", on behalf of JTI, the award was received by the Marketing Director for the Western Balkans, Nemanja Pucarević, while the award was presented to him by Igor Černiševski, Executive Director of IAB Serbia and also a member of this year's Jury for the award ceremony.

The Diplomacy & Commerce award for improving business conditions and the economic environment for small and medium-sized enterprises was awarded to UniCredit Bank for the campaign "UniCredit for Serbia". The award was received by Svetlana Bunčić, Director of Identity and Communications, UniCredit Bank. Gabriele Ingrosso from the Embassy of Italy in Serbia presented the award to her.

The Diplomacy & Commerce Award for the Promotion of Bilateral Cooperation was awarded to the Babka Gallery from Kovačica, received by Pavel Babka, and presented by H.E. Michal Pavuk, Ambassador of Slovakia to Serbia.

The Diplomacy & Commerce Award for Contribution to the Development of the Local Community and Civil Society was awarded to the JP Gold Gondola Zlatibor. The award was received by the General Director of JP Gold Gondola Zlatibor, Bojana Božanić, while the award was presented by Milica Pražić from the Breweries Association of Serbia.

The Diplomacy & Commerce Award for Best Media Relations in the Institutions Category was awarded to the Belgrade City Museum, received by the Museum Director Jelena Medaković. The award was presented to the winner by Marija Labović, Director of TOS and laureate of the D&C Awards for 2024.

The Diplomacy & Commerce Award for Best Media Relations in the Embassies Category was awarded to the Embassy of Libya in Serbia. On behalf of the Embassy, ''the award was received by H.E. Mohamed O. A. Ghalboun, Libyan Ambassador to Belgrade, while Danijela Galov Vujević from the Croatian Chamber of Commerce presented the award.

The Diplomacy & Commerce Award for the Promotion of Social Activism was presented to Heineken Serbia for the campaign "Heineken Volunteers: Together We Create a Greener and Cleaner Community". Biljana Bobić Subin accepted the award on behalf of the company, while Violeta Jovanović from Naled presented the award.

The Diplomacy & Commerce Award for the Most Professional Media Personality was presented to journalist, television producer and presenter Minja MIletić, and the award was presented by Tijana Palkovljević Bugarski, Director of the Matica Srpska Gallery.

The Diplomacy & Commerce Magazine Special Award for the Most Successful Global Socially Responsible Campaign was presented to Generali Osiguranje for the campaign "The Human Safety Net". On behalf of the company, the award was received by Dragan Filipović, President of the Executive Board of Generali Osiguranje Serbia,and Nataša Đurđević, Director of the Corporate Communications Directorate and Program Director of THSN in Serbia. The award was presented by HRH Princess Ljubica Karađorđević, a member of this year's Jury for the awards.

The Diplomacy & Commerce Magazine Special Award for the Promotion of Digital Literacy and Education was presented to A1, for the #BoljiOnline platform, and was received on behalf of the company by Predrag Đurković. The award was presented by Željka Ćirić Jakovljević, UniCredit Bank, laureate of the D&C Awards 2024.

The Diplomacy & Commerce magazine special award for excellence in hospitality in the coastal resort category went to Huma Kotor Bay Hotel & Villas, and was received by Board Member Draško Trninić, while the award was presented by Milena Stevović, DHG Holding group, laureate of the D&C Awards

2024.

The Diplomacy & Commerce magazine special award for excellence in hospitality in the mountain resort category went to Chalet Sofija, and was received on behalf of the company by Maja Radin, while the award was presented by Mihailo Vuković, Allegra Cruises, laureate of the D&C Awards 2024.

The Diplomacy & Commerce magazine special award for best luxury concierge and lifestyle management went to Quintessentially Group, and was received by CEO Katarina Larisa Ham. The award was presented by Mihajlo Pavić, NewsMax Balkans.

The Diplomacy & Commerce magazine special award for outstanding lifetime achievement was presented to Hristivoje Milošević, owner and founder of Aleva. The award was presented to him by the Commissioner for the Protection of Equality Brankica Janković.

The Diplomacy & Commerce magazine special award for corporate security was presented to Prof. Dr. Dragan Trivan, for his contribution to the development of corporate security in Serbia. The award was presented to him by Slađana Sredojević from the Association of Serbian Banks.

The Diplomacy & Commerce magazine special award for the most successful greenfield investment in the region and the development of a new city was presented to the company Luštica Bay Montenegro, the award was received by the Marketing Director Ana Zloković. The award was presented by Bojana Knežević from AirSerbia, last year's laureate.

The Diplomacy & Commerce magazine special award for networking "Miodrag Bogić" went to Niko Laković, Montenegro Sotheby's International Realty, the award was presented to him by Ervin Pašanović, Adventis Real Estate Management Ltd, last year's laureate, and Milka Bogić, Miodrag Bogić's wife.

The Diplomacy & Commerce magazine special award for women leaders in communications was presented to Marija Pasuljević, presented by Dragan Nikolić, editor of Diplomacy & Commerce magazine.

The event was supported by Fitpass, JTI, SBB, Heineken, Vinarija Todorović and Plantaže.

Post navigation

Vreme: 28.04.2025 23:31 XML
Medij: naslovi.net
Link: https://naslovi.net/2025-04-28/kurir/italijanska-banka-ponudila-kupovinu-generalija-pripajaju-je-sa-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Italijanska banka ponudila kupovinu generalija: Pripajaju je sa odeljenjem za upravljanje bogatstvom?



Kurir pre 12 minuta

Italijanska Mediobanka saopštila je da je ponudila kupovinu Banke Generali, privatne banke koju kontroliše vodeći osiguravač u zemlji, Assicurazioni Generali za 6,3 milijarde evra (7,15 milijardi dolara). Ponuda za razmenu predstavlja cenu od 54,17 evra po akciji, što je premija od 11 procenata u odnosu na poslednje zatvaranje Banke Generali. Cilj sporazuma je spajanje Banke Generali sa odeljenjem za upravljanje bogatstvom Mediobanke, saopštila je kompanija. Niz neprijateljskih ponuda, istorijski retka pojava u bankarstvu, potresa italijanske finansije, a Mediobanka postaje meta preuzimanja državne kompanije Monte dei Paschi di Siena, potez koji Mediobanka pokušava

Vreme: 28.04.2025 23:07 XML
Medij: kurir.rs
Link: https://biznis.kurir.rs/info-biz/9654381/mediobanka-ponudila-kupovinu-banke-generali
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: ITALIJANSKA BANKA PONUDILA KUPOVINU GENERALIJA: Pripajaju je sa odeljenjem za upravljanje bogatstvom?

2131



Italijanska Mediobanka ponudila je kupovinu Banke Generali, a cilj je spajanje Banke Generali sa odeljenje za upravljanje bogatstvom Mediobanke

Slušaj vest Italijanska Mediobanka saopštila je da je ponudila kupovinu Banke Generali, privatne banke koju kontroliše vodeći osiguravač u zemlji, Assicurazioni Generali za 6,3 milijarde evra (7,15 milijardi dolara). Ponuda za razmenu predstavlja cenu od 54,17 evra po akciji, što je premija od 11 procenata u odnosu na poslednje zatvaranje Banke Generali. Cilj sporazuma je spajanje Banke Generali sa odeljenjem za upravljanje bogatstvom Mediobanke, saopštila je kompanija. Niz neprijateljskih ponuda, istorijski retka pojava u bankarstvu, potresa italijanske finansije, a Mediobanka postaje meta preuzimanja državne kompanije Monte dei Paschi di Siena, potez koji Mediobanka pokušava da osujeti. Izvršni direktor Mediobanke, Alberto Nagel, dugo je ciljao na kupovinu Banke Generali od Generalija kako bi ojačao posao upravljanja bogatstvom Mediobanke. Najmanje jedan prethodni pokušaj nije bio uspešan i doprineo je povećanju dugotrajnih trenja između Nagela i akcionara koji se ne slažu sa tim i u Generaliju i u Mediobanci. Mediobanka je objavila ponudu za Banku Generali nakon što je u četvrtak ostvarila pobedu nad dva pobunjena investitora i u Mediobanci i u Generaliju, nakon što su drugi akcionari Generalija glasali da generalni direktor Filip Done, koga podržava Mediobanka, ostane na čelu osiguravajuće kompanije. Mediobanka je najveći investitor u Generaliju, koji čini više od trećine njenih prihoda. Njen udeo od 13 procenata vredi oko 6,5 milijardi evra po trenutnim tržišnim cenama. BiznisKurir/Reuters Ne propustiteInfoBizOVE DVE BANKE SADA SU JEDNA: Stručnjak otkriva šta će biti sa klijentima, ovu stvar morate da znate InfoBizAIK BANKA ZAVRŠILA PROCES PRIPAJANJA EUROBANK DIREKTNE: Evo šta će biti sa klijentima NekretnineKOJE BANKE ĆE ODOBRAVATI KREDITE ZA MLADE? Kurir Biznis otkriva gde će moći da se aplicira i ko može da bude jemac NovčanikPROPAST ŠEST KINESKIH MEGABANAKA: Kamatne marže padaju na rekordno nizak nivo, da li je pekinška injekcija kapitala spas?

Vreme: 28.04.2025 13:26 XML
Medij: sd.rs
Link: https://www.sd.rs/biz/vesti/prodaje-se-poznata-banka-kupuje-je-glavni-konkurent-na-trzistu-vrednost-
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Naslov: Prodaje se poznata banka: Kupuje je glavni konkurent na tržištu - vrednost 6,3 milijarde evra



Poznata banka se prodaje za 6,3 milijarde evra.

Italijanska Mediobanka (Mediobanca) ponudila je 6,3 milijarde evra za kupovinu domaćeg konkurenta, Banke Đenerali (Banca Generali) i navela da ovim spajanjem želi da stvori lidera na evropskom tržištu. Operacija spajanja bi omogućilo da se "Grupa Mediobanka transformiše u lidera u upravljanju bogatstvom sa imovinom pod upravljanjem od 210 milijardi evra, prihodima od dve milijarde evra i kapacitetom rasta od više od 15 milijardi evra godišnje", dodaje se u saopštenju koje prenosi ANSA. Nakon transakcije, u segmentu upravljanja imovinom Mediobanke će se prihodi udvostručiti na dve milijarde evra, što je 45 odsto konsolidovanih prihoda, a neto profit učetvorostručiti na 0,8 milijardi evra, što je 50 odsto profita Grupe. Mediobanka će prema vlastitim rečima finansirati ovu akviziciju prodajom svojih akcija u kompaniji Asikuracioni Đenerali (Assicurazioni Generali), najvećem italijanskom osiguravajućem društvu koje kontroliše Banka Đenerali. Ponuda Mediobanke predstavlja premiju od 11,4 odsto u odnosu na završnu cenu akcija Banke Đenerali u petak, kada je tržišna kapitalizacija te banke iznosila 5,7 milijardi evra, preneli su mediji. Akcionari Mediobanke će glasati o predloženoj akviziciji na sastanku zakazanom za 16. jun. Prema podacima sa Milanske berze, akcije Banke Đenerali su nakon otvaranja porasle za 9,6 odsto, a akcije Mediobanke za jedan odsto.

Datum: 29.04.2025
Medij: Profit
Rubrika Info
Autori: Aleksandra Stevanović
Teme: Generali osiguranje
Napomena:
Površina: 478
Naslov: Put od vrhunske sportiskinje do make-up preduzetnice
Strana: 50



Put od vrhunske sportiskinje do make-up preduzetnice

Piše: Aleksandra Stevanović

Projekat koji promoviše najbolje i vrhunske multitalentovane učenice srednjoškolskog uzrasta (150 učenica s teritorije Srbije) sa već stečenim diplomama i dostignućima republičkih i međunarodnih takmičenja koje su škole odabrale kao svoje predstavnike iz svih oblasti: nauke, kulture, umetnosti, sporta i preduzetništva.

Nagrada za najtalentovanije učenice koje odaberu škole na području Srbije je stipendija „ŠKOLE ZA TALENTE“ koja će njima omogućiti pripremu u vidu edukacije za društveno, socijalno i poslovno okruženje ovde i u svetu. Ovaj društveno-korporativni projekat ima podršku:

Narodne skupštine Republike Srbije, Ministarstva kulture i informisanja, Gradskog sekretarijata za sport i omladinu, Gradskog sekretarijata za privredu, Gradskog sekretarijata za obrazovanje, Privredne komore Beograda.

Ovo je jedinstven projekat o mladim ženskim liderima u regionu jugoistočne Evrope i od nacionalnog je značaja za Republiku Srbiju. Takođe je svojevrsna podrška i promocija natprosečnih, multitalentovanih učenica srednjoškolskog uzrasta koje predstavljaju vrhunsko srpsko blago i potencijal naše zemlje.

Stipendija kao nagrada rezultatima i uspesima omogućuje im edukaciju o tradicionalnim vrednostima i o savremenim trendovima obrazovanja, kao i sveobuhvatno znanje o opštoj kulturi i poslovnim veštinama izuzetno značajnim za buduću karijeru. Projekat kreira nove generacije uspešnih i multiobrazovanih talenata uz profesionalnu pomoć 47 predavača izuzetno stručnih u svojim oblastima.

„ŠKOLA ZA TALENTE“ kao projekat iz oblasti društveno-korporativne odgovornosti je upravo doprinos kvalitetnijem i uspešnijem stvaranju budućih kadrova za zapošljavanje.

Opravdanost koncepta društveno-odgovornog poslovanja je upravo najbolji način koji vodi ka rešavanju problema nezaposlenosti i neformalnog rada mladih, kao i unapređivanju kvaliteta zasnovanog radnog odnosa i podstiče mlade da se pripreme za sferu rada. Time se omogućava kontinuirano informisanje kompanija o mogućnostima saradnje s najtalentovanijim mladim ljudima koji su nosioci društvenog i ekonomskog prosperiteta zemlje, kao i praćenju potreba mladih za daljim usavršavanjem.

Aleksandra Stevanović

Andrea Jovičić *je primer žene koja na jedinstven način spaja disciplinu, talenat i strast prema onome što radi. Osnovne i master studije završila je na Beogradskoj bankarskoj akademiji kao jedna od najboljih studentkinja generacije, s prosekom preko 9,5. Veliki deo detinjstva posvetila je sportu – deset godina je igrala košarku za ŽKK Partizan, s kojim je osvajala brojne medalje, a svojim trudom i borbenim duhom izborila je mesto i u ženskoj reprezentaciji Srbije.*



Sport joj je, kako ističe, usadio važne životne vrednosti poput timskog duha i upornosti. Te osobine pomogle su joj da dobije punu stipendiju u elitnoj srednjoj školi u SAD-u, Cushing Academy u Bostonu, gde je završila školovanje. Pored sporta, Andrea je paralelno razvijala i umetničku stranu – kao apsolutni sluhista završila je muzičku školu „Josip Slavenski“, odsek klavir, a ljubav prema glumi negovala je u školi glume Mike Aleksića, Stvar srca. Pisanje joj je oduvek bilo sigurna luka i način da se izrazi i odmori.

Nakon povratka iz Amerike, želela je da svoju karijeru nastavi upravo u Beogradu. Tokom studija stekla je značajno iskustvo u bankarskom sektoru, a nakon diplomiranja započela je karijeru u kompaniji Generali osiguranje, gde je dodatno razvila svoje komunikacione i organizacione veštine.

Ipak, Andrea je odlučila da sledi svoje srce i profesionalno zakorači u svet šminke. Završila je školu kod renomirane šminkerke Aleksandre Orlandić Sretković, gde je vrlo brzo prepoznata kao jedan od najtalentovanijih polaznika. Ubrzo postaje Aleksandrin prvi asistent i rame uz rame s njom ulazi u svet profesionalnog make-up-a. Danas Andrea važi za jednog od uspešnih mladih make up artista, a svoje znanje nesebično deli kroz edukacije koje uspešno sprovodi.

Pored rada s klijentima i edukacijama, Andrea je vredna i nada se da će uskoro moći da započne i na razvoju svog prvog beauty proizvoda, dok su drugi planovi da po prvi put održi svoj prvi ekskluzivni masterclass. Paralelno s karijerom Andrea je postala mama po drugi put i uspeva da nađe balans između porodice i posla, što je čini dodatno inspirativnom.

Kroz godine je pokazala da granice ne postoje kada spojite posvećenost, talenat i ljubav prema onome što radite. Danas gradi svoj lični brend, razvija se u beauty industriji, a svojom energijom i profesionalizmom ostavlja neizbrisiv trag gde god da se pojavi.

Škola za talente
• NAUKA • KULTURA • UMETNOST • SPORT

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 30.04.2025
Medij: Diplomacy & Commerce
Rubrika Bez naslova
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 3781

Naslov: We Celebrate Leaders of Change



Strana:





D&C AWARDS 2025



We Celebrate Leaders of Change

Diplomacy & Commerce Awards Ceremony for 2025 Held in Belgrade

DIPLOMACY & COMMERCE MAGAZINE CELEBRATES ITS 9TH ANNIVERSARY AND HONOURS 2025 AWARD WINNERS

In the elegant setting of the Yugoslav Film Archive in Belgrade, the 9th anniversary of *Diplomacy & Commerce* magazine was celebrated in the presence of numerous guests and friends of the editorial team. As a highlight of the evening, twenty-three *Diplomacy & Commerce* Awards for 2025 were presented to individuals, companies, and institutions that have made outstanding contributions to Serbia's economic, social, and humanitarian development.

The award winners were selected by a distinguished jury composed of: Marko Čadež, President of the Chamber of Commerce and Industry of Serbia; Vladimir Gak, President of the Chamber of Commerce of Vojvodina; Brankica Janković, Commissioner for the Protection of Equality; Tijana Palkovljević, Director of the Gallery of Matica Srpska; Igor Černiševski, Executive Director of IAB Serbia; Stevan Ristić, Media Association; Milica Pražić, Serbian Brewers Association; Danijela Popović-Jurić, Red Communications; and HRH Princess Ljubica Karađorđević.

The event was opened by Robert Čoban, Director of *Diplomacy & Commerce*, who presented the magazine's multi-platform model and its regional coverage. He was followed by HRH Princess Ljubica Karađorđević and Tatjana Macura, Minister without portfolio in the Government of the Republic of Serbia.

In her address, Minister Macura expressed gratitude to the magazine's editorial team for their consistent promotion of the culture of dialogue, emphasising its vital importance today more than ever.

"I take special pride in the fact that on occasions like these, we are increasingly introduced to strong, dedicated, and visionary women who are breaking ground in business, politics, media, culture, and diplomacy. I believe this is only the beginning of a powerful trend in which women will continue to stride forward—confidently and steadily—towards equality, influence, and the kind of change that shapes the world," said Minister Macura.

The awards presented at the ceremony included the following categories:







D&C AWARDS 2025



The Diplomacy & Commerce Award for the Best Corporate Social Responsibility Campaign was presented to **Fitpass and the Smart agency.** The award was accepted by **Boris Janačković** from Fitpass and Jelena Zvekić, co-founder of the Smart agency. The award was handed over by **Mihailo Vesović** on behalf of the Serbian Chamber of Commerce.



The Diplomacy & Commerce Award for Supporting Cultural Institutions and Artists was presented to **AstraZeneca. Aleksandar Tripković,** Country Director for Serbia, accepted the award on behalf of the company. The award was handed over by **Danijela Popović Jurić** from RED Communications.



The Diplomacy & Commerce Award for Humanitarian Efforts (Company) was presented to **SBB** for the project "Humanitarian Action – SBB Player of the Match." **Minja Jugović Janjić,** Director of Marketing and Communications at SBB, accepted the award on behalf of the company. The award was handed over by **Svetlana Kostić** from MK Group, last year's laureate.



The Diplomacy & Commerce Award for Green Economy and Sustainable Development Projects was presented to **VipPa Group** for the project "VipPa EKO Parking Tower." The award was accepted by **Julijan Graf Drakul,** Director and Founder of VipPa Group, and handed over by **Vladimir Gak,** President of the Chamber of Commerce of Vojvodina.



The Diplomacy & Commerce Award for Business Innovation in the Company Category was presented to **OTP Banka Srbija** for the project "OTP Junior Card and OTP m-bank App for Juniors." **Ljubiša Egelja,** Director of the Marketing and Communications Division at OTP Banka Srbija, accepted the award on behalf of the company. The award was ceremoniously handed over by **Nada Filipović** from EleveneS.



The Diplomacy & Commerce Award for Business Innovation in the Product Category was presented to **Japan Tobacco International** for the campaign "Launch of the PLOOM Device in Serbia." The award was accepted by **Nemanja Pucarević,** Marketing Director for the Western Balkans at JTI. It was handed over by **Igor Černiševski,** Executive Director of IAB Serbia and a member of this year's Award Jury.



D&C AWARDS 2025



The Diplomacy & Commerce Award for Improving Business Conditions and the Economic Environment for Small and Medium Enterprises was presented to **UniCredit Bank** for the campaign "UniCredit for Serbia." The award was accepted by **Svetlana Bunčić,** Head of Identity and Communications at UniCredit Bank. It was handed over by **Gabriele Ingrosso** from the Embassy of Italy in Serbia.



The Diplomacy & Commerce Award for Advancing Bilateral Cooperation was presented to the Babka Gallery from Kovačica. The award was accepted by Pavel Babka and handed over by H.E. Michal Pavuk, Ambassador of Slovakia to Serbia.



The Diplomacy & Commerce Award for Contribution to the Development of the Local Community and Civil Society was presented to the public enterprise Gold Gondola Zlatibor. The award was accepted by Bojana Božanić, General Director of Gold Gondola Zlatibor, and handed over by Milica Pražić from the Serbian Brewers Association.



The Diplomacy & Commerce Award for Best Media Relations in the Institutional Category was presented to the **Belgrade City Museum**. The award was accepted by the Museum's Director, **Jelena Medaković,** and handed over by **Marija Labović,** Director of the Tourist Organization of Serbia and a 2024 D&C Awards laureate.



The Diplomacy & Commerce Award for Best Media Relations in the Embassy Category was presented to the **Embassy of Libya in Serbia.** The award was accepted by **H.E. Mohamed O. A. Ghalboun,** Ambassador of Libya to Belgrade, and handed over by **Danijela Galov Vujević** from the Croatian Chamber of Economy.



The Diplomacy & Commerce Award for Promoting Social Activism was presented to **Heineken Serbia** for the campaign "Heineken Volunteers: Creating a Greener and Cleaner Community Together." The award was accepted by **Biljana Bobić Subin** on behalf of the company and handed over by **Violeta Jovanović** from NALED.



The Diplomacy & Commerce Award for the Most Professional Media Personality was presented to journalist, TV producer, and host **Minja Miletić.** The award was handed over by **Tijana Palkovljević Bugarski,** Director of the Gallery of Matica Srpska.



The special Diplomacy & Commerce Award for the Most Successful Corporate Social Responsibility Campaign on a Global Level was presented to **Generali Osiguranje** for the campaign "The Human Safety Net." The award was accepted on behalf of the company by **Dragan Filipović,** President of the Executive Board of Generali Osiguranje Serbia, and Nataša Đurđević, Director of Corporate Communications and Programme Director of THSN in Serbia. The award was handed over by **H.R.H. Princess Ljubica Karađorđević,** a member of this year's Award Jury.



D&C AWARDS 2025



The special Diplomacy & Commerce Award for Advancing Digital Literacy and Education was presented to **A1** for the platform #BoljiOnline. The award was accepted on behalf of the company by **Predrag Đurković** and handed over by **Željka Ćirić Jakovljević** from UniCredit Bank, a 2024 D&C Awards laureate.



The special Diplomacy & Commerce Award for Excellence in Hospitality in the Coastal Resorts Category was presented to **Huma Kotor Bay Hotel & Villas.** The award was accepted by Board Member **Draško Trninić** and handed over by **Milena Stevović** from DHG Holding Group, a 2024 D&C Awards laureate.



The special Diplomacy & Commerce Award for Excellence in Hospitality in the Mountain Resorts Category was presented to **Chalet Sofija.** The award was accepted by **Maja Radin** on behalf of the company and handed over by **Mihailo Vuković** from Allegra Cruises, a 2024 D&C Awards laureate.



The special Diplomacy & Commerce Award for Best Luxury Concierge and Lifestyle Management was presented to **Quintessentially Group.** The award was accepted by the company's General Director, **Katarina Larisa Ham,** and handed over by **Mihajlo Pavić** from NewsMax Balkans.



The special Diplomacy & Commerce Award for Outstanding Lifetime Achievement was presented to **Hristivoje Milošević,** owner and founder of Aleva. The award was handed over by **Brankica Janković,** Commissioner for the Protection of Equality.



The special Diplomacy & Commerce Award for Corporate Security was presented to **Prof. Dr. Dragan Trivan** for his contribution to the development of corporate security in Serbia. The award was handed over by **Slađana Sredojević** from the Association of Serbian Banks.



The special Diplomacy & Commerce Award for the Most Successful Greenfield Investment in the Region and the Development of a New City was presented to **Lustica Bay Montenegro.** The award was accepted by **Ana Zloković,** Marketing Director, and handed over by **Bojana Knežević** from AirSerbia, last year's laureate.



The special Diplomacy & Commerce "Miodrag Bogić" Award for Networking was presented to **Niko Laković** from **Montenegro Sotheby's International Realty.** The award was handed over by **Ervin Pašanović** from Adventis Real Estate Management Ltd, last year's laureate, and **Milka Bogić,** wife of Miodrag Bogić.



The special Diplomacy & Commerce Award for Women Leaders in Communications was presented to **Marija Pasuljević.** The award was handed over by **Dragan Nikolić,** Editor of Diplomacy & Commerce magazine.

The event was supported by
Fitpass, JTI, SBB, Heineken, Todorović Winery, and Plantaže.

Datum: 30.04.2025
Medij: Moja Srbija
Rubrika Bez naslova
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje
Naslov: Najbole u Srbiji

Napomena:
Površina: 624

Strana: 7



Најбоље у Србији

Свечана додела признања одржана на BelgrAID фестивалу

У оквиру **првог хуманитарног фестивала *BelgrAID*, 4. априла на *Dorćol Platz*-у**, одржана је јубиларна **15. додела признања *Најбоље у Србији***, у организацији удружења ***Моја Србија***. Ова традиционална кампања већ 15 година препознаје и награђује најквалитетније домаће производе, брендове и компаније које својим радом унапређују друштво.

Ове године, потрошачи су својим гласовима одлучили да **признања *Најбоље у Србији*** понесу водећи домаћи брендови и производи. **Златиборац** је освојио титулу најбољег бренда и домаћег производа у категорији месних прерађевина, док је **Дијамант** понео исто признање у категорији уља, прилога и прелива. У области додатака јелима, потрошачи су одлучили да је **Зачин Ц** најбољи бренд и домаћи производ, док је у категорији слаткиша апсолутни победник **Плазма**. У категорији пива, признање за најбољи домаћи производ понело је **Зајечарско**, док је ***Persil*** проглашен најбољим брендом у области козметике и средстава за хигијену. Када је реч о намештају, ***Forma Ideale*** је освојила признање за најбољи домаћи производ, а у области грађевинарства титулом најбољег бренда овенчан је ***Ceresit***.

У категорији газираних напитака, награду за најбољи бренд понела је ***Coca-Cola***, док је у области крафт пива титулу заслужила ***Dogma Brewery***. ***Nescafe*** је понео признање за најбољи бренд у категорији кафе, док је у области млечних производа награду заслужено освојила **Моја Кравица**. Потрошачи су одлучили и да је **Ковачевић вино** најбоље у својој категорији, док је у области минералних вода признање припало **Књаз Милошу**. У категорији безалкохолних напитака, награда је припала ***NeXt*-у**, а ***Generali osiguranje*** је изабрано као најбоље у свом сектору. У области трговине, потрошачи су се одлучили за ***Lidl Srbija***, а у области грицкалица за ***Chipsy***.

Осим награда које додељују потрошачи, уручена су и признања ***Доброчинитељ***, која славе друштвено одговорне компаније и организације. Ове године, награде су припале компанијама ***Henkel***, ***Forma Ideale*** и ***Intesa Fondacija filantropska organizacija*** за њихов несебичан допринос заједници. **Специјално признање за пројекат *Палата науке*** додељено је компанији ***MK Group***, док је овогодишњи добитник **Златне плакете Доброчинитељ** организација за палијативно збрињавање ***BELhospice centar***. Као и сваке године и овога пута су приликом избора Златног Доброчинитеља кључни значај имали гласови претходних добитника истог признања, што овој награди даје посебну вредност.

Dorćol Platz, ***GoSi International*** и **Рефлектор театар** препознати су као партнери који својим радом доприносе уметности и друштвеној одговорности, а преузели су захвалнице пре свега као организације које су помогле квалитетно спровођење овогодишњег *BelgrAID* фестивала.

Додела признања ***Најбоље у Србији*** била је централни догађај фестивала ***BelgrAID***, који кроз уметност, музику и едукацију промовише филантропију и заједништво. Сав приход од фестивала биће дониран за пројекат ***Болница по мери детета*** удружења **НУРДОР**, пружајући подршку деци оболелој од рака и њиховим породицама.

Фестивал *BelgrAID* и овогодишњи добитници признања показали су како одговорно пословање, квалитет и хуманост могу ићи руку под руку, стварајући позитивне промене у друштву.



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 30.04.2025
Medij: Progressive
Rubrika Bez naslova
Autori: I .F.
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Napomena:
Površina: 1689

Naslov: NAJBOLJE U SRBIJI

Strana: 38,40,42

Nagrade i priznanja

НАЈБОЉЕ У СРБИЈИ 2025

Početkom aprila meseca u Beogradu su, u organizaciji udruženja Moja Srbija, dodeljena priznanja u okviru projekta 'Najbolje u Srbiji'. Ova, sada već tradicionalna kampanja, petnaest godina zaredom nagrađuje proizvode, brendove i kompanije koje potrošači na našem tržištu prepoznaju kao najkvalitetnije, kao i one koji su svojim radom i zalaganjem napravili najveći iskorak u oblasti društvene odgovornosti u Srbiji u okviru posmatranog perioda od godinu dana.

Projekat 'Najbolje u Srbiji' i ove godine je prestižnim priznanjima odlikovao kompanije i brendove u tri nagradna segmenta: 'Miljenik potrošača', 'Moj izbor' i 'Dobročinitelj'. Prve dve nagrade, usko vezane za tržišni nastup brendova, dodeljuju se na osnovu potrošačkih glasova iz reprezentativnog uzorka sa teritorije čitave Srbije, dok se treći, namenjen najefikasnijim društveno-odgovornim projektima u našoj zemlji tokom prethodnih godinu dana, dodeljuje na osnovu glasova onih koji najbolje znaju šta zaista znači biti dobročinitelj, odnosno kompanija i pojedinaca koji su tokom prethodnih godina poneli ovu titulu.

'Moj izbor'

Na osnovu potrošačkih glasova, ovogodišnja priznanja 'Moj izbor' ponelo je dvanaest domaćih brendova i kompanija. Zlatiborac je osvojio titulu najboljeg brenda i domaćeg proizvoda u kategoriji mesnih prerađevina, dok je isto priznanje u kategoriji ulja, priloga i preliva poneo Dijamant. U kategoriji dodataka jelima, potrošači su odlučili da je Začin C omiljeni brend i domaći proizvod, dok je u kategoriji slatkiša apsolutni pobednik Plazma. U kategoriji industrijskog piva, priznanje za najbolji domaći proizvod ponelo je Zaječarsko, dok je u oblasti kraft piva titulu zaslužila Dogma. U oblasti mlečnih proizvoda nagrada je dodeljena Imlekovom brendu Moja kravica. Kada je vino u pitanju, potrošači su odlučili i da je Vino Kovačević najbolje u svojoj kategoriji, dok je u oblasti mineralnih voda priznanje pripalo Knjaz Milošu. U kategoriji bezalkoholnih napitaka, nagrada je pripala Nextu, a u oblasti grickalica potrošači su se odlučili za Chipsy. Od neprehrambenih kategorija ove godine se među nagrađenim kompanijama našla samo jedna - Forma ideale, koju su potrošači prepoznali kao najbolju u oblasti nameštaja.

'Miljenik potrošača'

Među dobitnicima priznanja 'Miljenik potrošača', pored devet domaćih kompanija i brendova koji su se našli i među ovogodišnjim nosiocima žiga 'Moj izbor' (Zlatiborac, Dijamant, Začin C, Plazma, Dogma, Moja kravica, Vino Kovačević, Chipsy i Knjaz Miloš), našlo se i šest inostranih koji su zadobili najviši stepen poverenja srpskih potrošača.

U prehrambenom segmentu, u kategoriji gaziranih napitaka žig 'Miljenik potrošača' dobila je Coca-Cola, dok je Nescafé poneo priznanje za omiljeni brend u kategoriji kafe. U segmentu maloprodaje, potrošači su odlučili da, drugu godinu zaredom, svoj glas daju Lidlu.

Među dobitnicima žiga 'Miljenik potrošača' u neprehrambenim kategorijama najviše se istakla kompanija Henkel, čija su dva brenda ponela ovo potrošačko priznanje - Persil je proglašen najboljim brendom u oblasti kozmetike i sredstava za higijenu, dok je u oblasti građevinarstva titulom omiljenog brenda ovenčan Ceresit.

Generali osiguranje je izabrano kao najbolje u svom sektoru.

'Dobročinitelj'

Osim potrošačkih priznanja, u okviru projekta 'Najbolje u Srbiji' uručena su i priznanja 'Dobročinitelj'. Ove godine, nagrade za nesebičan doprinos zajednici su pripale kompanijama Henkel, Forma Ideale i Intesa fondaciji, dok je Specijalno priznanje, za projekat 'Palata nauke', dodeljeno kompaniji MK Group. Ovogodišnji dobitnik Zlatne plakete 'Dobročinitelj' je organizacija za palijativno zbrinjavanje BELhospice centar.

Kao i svake godine, i ovoga puta su prilikom izbora Zlatnog Dobročinitelja ključni značaj imali glasovi prethodnih dobitnika istog priznanja, što ovoj nagradi daje posebnu vrednost.

Dodela priznanja 'Najbolje u Srbiji' ove godine je organizovana kao centralni događaj festivala BelgrAID, čiji je cilj da se kroz umetnost, muziku i edukaciju promovišu filantropija i zajedništvo. Sav prihod od festivala doniran je za projekat 'Bolnica po meri deteta' udruženja NURDOR, koje pruža podršku deci oboleloj od raka i njihovim porodicama.

ДОБРОЧИНИТЕЉ

Cilj nagradnog segmenta 'Dobročinitelj', koji se, takođe, svake godine dodeljuje u okviru projekta 'Najbolje u Srbiji', jeste dodatni podsticaj organizacijama i pojedincima u Srbiji da ulažu u razvoj zajednice u kojoj žive i rade, u očuvanje životne sredine, kao i da pomažu onim građanima i zajednicama kojima je pomoć najpotrebnija. Ovo priznanje podstiče kompanije koje posluju u Srbiji i da unaprede svoje društveno-odgovorne aktivnosti u cilju doprinosa poboljšanju života svojih zaposlenih, njihovih porodica, ali i društva u celini.

Ključni značaj prilikom odabira dobitnika ovog prestižnog priznanja imaju glasovi prethodnih 'Dobročinitelja'.

Datum: 30.04.2025
Medij: Progressive
Rubrika Bez naslova
Autori: I .F.
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Napomena:
Površina: 1689

Naslov: NAJBOLJE U SRBIJI

Strana: 38,40,42



Nagrade i priznanja

Nagrada 'Izabran proizvod godine' osnovana je 1987. godine i nastala je kao inicijativa na francuskom tržištu. Od proleća 2016. godine, organizaciju sa sedištem u Briselu vodi kompanija Voted Product of the Year NV. Ovaj svojevrsni sertifikacioni sistem, aktivnog i nezavisnog koncepta, trenutno je prisutan u više od 40 zemalja širom sveta u kojima dostiže do više od 5 milijardi potrošača. Od 2017. godine, nagrade se dodeljuju i u Srbiji u organizaciji lokalne podružnice POY Adria, sa sedištem u Ljubljani, koja pored srpskog i slovenačkog, pokriva još i hrvatsko tržište.

Žig 'Izabran proizvod godine', na svom jeziku, koriste proizvođači na stotinama proizvoda i usluga širom sveta i rezultat su rigoroznog, nezavisnog i transparentnog procesa izbora. Svake godine brojni učesnici, na tržištima zemalja koje pokriva ova organizacija, svoje novitete i inovativne proizvode, usluge ili brendove uključuju u rigorozan sistem potrošačkog nadzora, tokom kog kupci i korisnici imaju priliku da iznesu svoje mišljenje o proizvodima, uslugama i brendovima koji su im predstavljeni.

Pobednici se proglašavaju u zasebnim kategorijama i imaju pravo da koriste ovaj žig u reklamama, u prodavnicama, na ambalaži proizvoda ili u drugim kampanjama.

Metodologija

Metodologija prilikom odabira dobitnika žiga 'Izabran proizvod godine' stavlja izbor kupaca na prvo mesto i globalno je priznata i potvrđena od strane relevantnih stručnjaka i najvećih svetskih FMCG kompanija. Detaljno istraživanje koje proizvodima donosi ovo priznanje predstavlja sveobuhvatan uvid u mišljenja kupaca o proizvodima u određenoj kategoriji. Ovakav pristup obezbeđuje da su 'Izabrani proizvodi godine' isključivo izbor kupaca, odnosno njihova preporuka među konkurentskim proizvodima u pojedinačnim kategorijama.

Proces izbora dobitnika priznanja 'Izabran proizvod godine' odvija se u pet koraka:

- **1) Nominacije**

Prijem prijava za proizvode/usluge/brendove/prodavnice sa celog tržišta, uzimajući u obzir specifičnosti svakog pojedinačnog žiga, koje su pristigle u okviru propisanog roka.

- **2) Sastavljanje kategorija**

Organizator i istraživačka agencija razvrstavaju sve nominovane proizvode/brendove u odgovarajuće homogene kategorije.

- **3) Istraživanje**

Prikupljanje mišljenja kupaca i korisnika u nezavisnom istraživanju na reprezentativnom uzorku, koji odgovara opštoj populaciji srpskih potrošača. Glasanje se vrši na osnovu kriterijuma za pojedinačni žig.

- **4) Testiranje**

Testiranje proizvoda u realnom okruženju, sa po 100 domaćinstava za sve proizvode koji učestvuju. Testiranje se zasniva na potrošačkom iskustvu proizvoda i uključeno je u konačne rezultate studije.

- **5) Objavljivanje pobednika**

Pobednik, koji se bira za svaku kategoriju posebno, dobija priznanje i može da koristi laskavu titulu u komunikaciji u periodu od godinu dana.

Dobitnici u Srbiji za 2025. godinu

Sredinom aprila, POY Adria objavila je listu dobitnika ovogodišnjeg žiga 'Izabran proizvod godine' na srpskom tržištu. Nezavisno i potpuno transparentno istraživanje, sprovedeno u skladu sa globalnim standardima ESOMAR, obuhvatilo je reprezentativni uzorak od preko 500 srpskih potrošača i korisnika. Istraživanje je otkrilo koji su proizvodi na domaćem tržištu kvalitetom, inovativnošću i poverenjem kupaca, zavredeli ovo priznanje. Kako je navedeno prilikom objavljivanja liste dobitnika, pobednici ne samo da su se istakli u svojim kategorijama, već postavljaju i nove standarde izvrsnosti, a njihova posvećenost vrhunskom kvalitetu i inovacijama je zasluženo prepoznata i nagrađena. To su,

u kategoriji omekšivača za veš:
Tesori d'Oriente Ayurveda (Sarantis);
u kategoriji gelova za tuširanje:
LMX Premium (Lomax Company);
u kategoriji tretmana za kosu:
Pantene Molecular repair (P&G);
u kategoriji kečapa:
Dijamant ketchup blagi (Dijamant);
u kategoriji majoneza:
Dijamant classic majonez (Dijamant).



Uručenje nagrade kompaniji Sarantis

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 30.04.2025
Medij: Progressive
Rubrika Bez naslova
Autori: I .F.
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Napomena:
Površina: 1689

Naslov: NAJBOLJE U SRBIJI

Strana: 38,40,42





Uručenje nagrade kompaniji Lomax

Istraživanje, koje je sproveo Treetz, uz metodološki nadzor Deloittea, u februaru 2025. obuhvatilo je ukupni uzorak od više od 500 učesnika, koji predstavljaju reprezentativni panel srpskih potrošača i korisnika. Relevantna istraživanja putem interneta, zasnovana na analizi konkurenata (CUS), obuhvatala su najmanje 100 proverenih potrošača koji su sadašnji ili potencijalni korisnici određene kategorije proizvoda. Studija je uključivala i mišljenje kupaca kroz testiranje u uobičajenom životnom okruženju.

"Naša priznanja - pečati, predstavljaju simbol vrhunskog kvaliteta, inovativnosti i posvećenosti potrebama potrošača. Oni su sinonim za poverenje između potrošača i proizvođača. Ponosni smo što možemo da, uz našu nezavisnu metodologiju, prepoznamo i nagradimo najbolje na tržištu i pružimo srpskim korisnicima putokaz do najistaknutijih proizvoda i brendova. Izuzetno smo zadovoljni zbog svih učesnika koji su svojim trudom doprineli boljem tržištu i iskustvu potrošača u Srbiji", izjavio je ovim povodom Gregor Gorenc, direktor POY Adria.

"Skoro 40 godina, logotip Voted Product of the Year (Izabran proizvod godine) snažan je simbol poverenja i za potrošače i za brendove širom sveta. Podržan od strane najrigoroznije i nezavisne metodologije istraživanja potrošača na tržištu, nudi sigurnost proizvođačima i vodi milione kupaca u svom izboru. Prisutan u više od 40 zemalja, naš jedinstveni sertifikat ne samo da naglašava istinske inovacije, već donosi i stvarni uticaj. Sa povećanjem prodaje u rasponu od 25% do 40% za pobedničke proizvode, to je više od logotipa - to je znak poverenja potrošača i komercijalnog uspeha", dodao je Philippe Gelder, President & CEO, Voted Product of the Year Worldwide.

U korak sa potrošačima

Globalno, ponašanje potrošača evoluira. Potrošač je postao zahtevniji, ima manje strpljenja, odgovorniji je i dobro informisan. On teži kvalitetu i traži jednostavnost i efikasnost. Odluka o potrošnji je sve više uslovljena društvenom osvećenošću i uključuje razmatranje narastajućeg broja mogućih društvenih, ekonomskih i ekoloških posledica kupovine određenog proizvoda.

Prema navodima iz POY Adria, uz podršku nezavisnih istraživačkih partnera, organizator obezbeđuje da pristup potrošačima prilikom istraživanja uzima u obzir ovakvu evoluciju kupovnog procesa. Samo istraživanje, koje za cilj ima određivanje pobednika pojedinačne kategorije, ukoliko on uopšte postoji u posmatranoj kategoriji, sprovodi nezavisna grupa partnera: aplikacija za testiranje proizvoda Treetz, globalna istraživačka platforma Cint, koja vrši istraživanje na reprezentativnom uzorku i Deloitte, koji se brine za metodološku kontrolu.

Priredio: I.F.

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 30.04.2025
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Bez naslova
Autori: Redakcija
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 164

Naslov: Širi se mreža The Hutnan Safety Net

Strana: 10

GENERALI OSIGURANJE

Širi se mreža The Human Safety Net

Generali osiguranje Srbija ove godine širi mrežu The Human Safety Net programa i započinje saradnju sa novim The Human Safety Net partnerom – Centrom za interaktivnu pedagogiju.

Centar za interaktivnu pedagogiju je nevladina organizacija koja postoji još od 1998. godine. Njen cilj je osnaživanje dece, mladih i odraslih, podizanje profesionalnih kapaciteta stručnjaka, povezivanje pojedinaca i organizacija za zajedničko delovanje i unapređivanje uslova za život dece i mladih u Srbiji radi ostvarivanja ciljeva u oblasti obrazovanja. Program koji će realizovati uz podršku Generali osiguranja i The Human Safety Net-a jeste "Snažni od početka – dajmo im krila", koji će se organizovati kroz radionice za roditelje dece vrtićkog uzrasta.



„U prethodnom periodu smo, putem online sastanka, imali zadovoljstvo da se sastanemo sa predstavnicima 10 predškolskih ustanova u kojima će se održavati radionice programa podrške roditeljima i deci, kao i da prisustvujemo obuci facilitatora koji će držati radionice. Tim povodom smo predstavili THSN inicijativu, ali i upoznali vrtiće sa novim programom", navodi se u saopštenju kompanije.

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 30.04.2025
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 541

Naslov: Generali osiguranje

Strana: 68



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 30.04.2025
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Regulativa
Autori: Marija Mirjačić
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva; Sava osiguranje
Naslov: Osiguranje po istim pravilima kao u EU

Napomena:
Površina: 1186

Strana: 50,51,52



REGULATIVA

CRNA GORA USVOJILA NOVI ZAKON O OSIGURANJU SA STANDARDIMA PO MODELU SOLVENTNOSTI II

Osiguranje po istim pravilima kao u EU

Primjena novih rješenja počinje danom stupanja države u Evropsku uniju, a Ministarstvo finansija ne očekuje probleme jer je većina osiguravajućih kuća dio evropskih osiguravajućih grupa. Iz osiguravajućih kuća navode da je veći dio njihovih sugestija uvršten u zakon, kao i da jedan dio tih rješenja već imaju u svom poslovanju

Piše: MARIJA MIRJAČIĆ, *dopisnica iz Crne Gore*

NOVI ZAKON O OSIGURANJU ČIJA ĆE primjena početi danom stupanja Crne Gore u Evropsku uniju (EU) donosi rješenja čija je suština da ovo tržište funkcioniše pod istim uslovima kao što posluju osiguravači sa sjedištem u državama članicama EU. Njegova primjena donijeće nove troškove osiguravajućim kućama, posrednicima i zastupnicima u osiguranju, ali Ministarstvo finansija navodi da se ne očekuju problemi u primjeni jer je većina osiguravajućih kuća dio evropskih osiguravajućih grupa.

„Sporazumom o stabilizaciji i pridruživanju Crna Gora se obavezala da će svoju regulativu uskladivati sa evropskim pravilima, te ima obavezu da na dan pristupanja EU ima usklađene sve propise sa odgovarajućim direktivama EU. Obaveza Crne Gore za zatvaranje Pregovaračkog poglavlja 9 (finansijske usluge), jeste da je Zakona o osiguranju usklađen sa Direktivom 2009/138/EZ o osnivanju i obavljanju djelatnosti osiguranja i reosiguranja (Solventnost II)", pojašnjavaju iz Ministarstva finansija u obraloženju ovog zakona.

Važeći Zakon o osiguranju zasnovan je na principima direktiva iz oblasti osiguranja, koje su poznate pod okvirnim imenom „Solventnost I", a koji obuhvata veći broj direktiva iz oblasti životnog i neživotnog osiguranja, reosiguranja, računovodstva osiguranja i direktivu koja uređuje postupak izlaska sa tržišta.

„Cilj donošenja ovog zakona je uređenje funkcionisanja tržišta osiguranja na istim polaznim osnovama i pod istim uslovima kao što posluju osiguravači sa sjedištem u državama članicama EU. Ovim zakonom na jednak način uređuju se uslovi osnivanja, pravila poslovanja, tehnički zahtjevi u pogledu upravljanja imovinom i obavezama, prekogranično pružanje usluga na nivou EU i u trećim zemljama, kao i svi navedeni uslovi za pružaoce usluga posredovanja i zastupanja u osiguranju. Takode se uređuju pravila distribucije, način kreiranja proizvoda osiguranja, minimalne obaveze u pogledu informisanja i način informisanja klijenata, zavisno od vrste osiguranja. Zakon uređuje i postupak vršenja nadzora nad djelatnošću osiguranja, mjere nadzora i uslove za oduzimanje dozvole za rad, kao i nadležnosti, prava i obaveze i funkcionisanje regulatora – Agencije za nadzor osiguranja(ANO)", kažu u Ministarstvu finansija, kojim rukovodi ministar Novica Vuković.

Jačanje konkurencije, a i povećanje troškova

Pošto je početak primjene ovog zakona vezan za datum pristupanja Crne Gore EU, početak važenja odredbi o prekograničnom pružanju usluga odraziće se, smatraju u Ministarstvu, na konkurenciju na domaćem tržištu, jer će strani (EU) osiguravači moći da svoje usluge pružaju kako preko podružnica osnovanih u CG tako i neposredno bez fizičkog prisustva.

„Crna Gora postaje dio jedinstvenog tržišta i sva pravila koja se na EU tržištu osiguranja primjenjuju neposredno, primjenjivaće se i kod nas. Pozitivni efekti donošenja ovog zakona na društva za osiguranje odnose se na bolje upravljanje rizicima, uspostavljanje kapitalnih zahtjeva srazmjerno rizicima kojima su društva izložena u svom poslovanju, veću transparentnost u izvještavanju i veću dostupnost informacijama za sve zainteresovane osobe. Negativni efekti se u najvećoj mjeri odnose na povećanje troškova poslovanja osiguravajućih kuća, pa u pogledu statusa domaćih akcionarskih društava za osiguranje, budući da je riječ o momentu kad je na snazi i mogućnost prekograničnog spajanja, postoji opasnost da će se neki osiguravači transformisati u podružnice, imajući u vidu rastuće troškove poslovanja osiguravača prema zahtjevima direktive Solventnost II, a što je zabilježeno i u uporednoj praksi pri pristupanju EU", naglašavaju iz Ministarstva finansija.

„Dvije sprovedene Studije uticaja primjene direktive Solventnost II na crnogorski sektor osiguranja, pokazale su da novi regulatorni okvir uvećava kapitalne zahtjeve osiguravajućih kuća, te da to može dovesti do zahtjeva za dokapitalizacijom nekih osiguravača, kažu u Ministarstvu finasija"

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 30.04.2025
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Regulativa
Autori: Marija Mirjačić
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva; Sava osiguranje

Napomena:
Površina: 1186



Naslov: Osiguranje po istim pravilima kao u EU

Strana: 50,51,52

Troškovi društava za osiguranje, kao i posrednika i zastupnika će biti uvećani. Iako krajnje efekte ovog zakona, koji će početi da se primjenjuje danom pristupanja EU, u ovom trenutku nije moguće precizno procijeniti, iz Ministarstva ističu da su dvije sprovedene kvantitativne Studije uticaja primjene direktive Solventnost II na crnogorski sektor osiguranja, pokazale da novi regulatorni okvir uvećava kapitalne zahtjeve osiguravajućih kuća, te da to može dovesti do zahtjeva za dokapitalizacijom nekih osiguravača.

„Na povećanje troškova uticaće i dalje kadrovsko jačanje već uspostavljenih obaveznih ključnih funkcija, ali i nabavka i implementacija sofisticiranijih softvera za izvještavanje i obračune kapitalnih zahtjeva i tehničkih rezervacija. Povećani troškovi uslijediće donekle i za građane koji obavljaju poslove zastupnika i posrednika, budući da se za njih uvodi obaveza kontinuirane edukacije po programu koji je uređen Direktivom



Novica Vuković

Datum: 30.04.2025
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Regulativa
Autori: Marija Mirjačić
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva; Sava osiguranje
Naslov: Osiguranje po istim pravilima kao u EU

Napomena:
Površina: 1186

Strana: 50,51,52



REGULATIVA

CRNA GORA USVOJILA NOVI ZAKON O OSIGURANJU SA STANDARDIMA PO MODELU SOLVENTNOSTI II

o distribuciji. Da cilj opravdava sredstvo govori u prilog potrebe održavanja kontinuirane osposobljenosti za poznavanje i nuđenje proizvoda osiguranja čija kompleksnost raste, a pozitivne posljedice će se odraziti na korisnika usluga osiguranja odnosno potrošače kroz bolju ponudu i veću informisanost proizvoda osiguranja", kažu u Ministarstvu finansija.

U ovom Vladinom resoru ne očekuju prepreke u primjeni zakona, s obzirom na to da su osiguravajuće kuće i same uključene u proces izrade.

„I pogotovu imajući u vidu da su sva crnogorska društva za osiguranje dio evropskih, odnosno EU osiguravajućih grupa i već znatnim dijelom ispunjavaju zahtjeve prema matičnim kompanijama u pogledu izvještavanja i organizacije zasnovano na principima Solevntnosti II", dodaju u Ministarstvu.

Ključna reforma

U Sava osiguranju kažu da ovaj Zakon predstavlja ključnu reformu u sektoru osiguranja jer definiše uvođenje novog regulatornog okvira Solventnost II i može donijeti pozitivne promjene u regulaciji sektora osiguranja u dijelu usklađivanja sa evropskim standardima, jačanja stabilnosti sektora i zaštite osiguranika, bolje regulacije distribucije osiguravajućih proizvoda (IDD direktiva), uslova za obavljanje poslova posredovanja i zastupanja.

„Zakon bi trebalo da uredi funkcionisanje tržišta osiguranja na istim polaznim osnovama i pod istim uslovima kao što posluju osiguravači sa sjedištem u državama članicama EU. Najznačajnije novine su usklađivanje zakona sa evropskim propisima koji postavljaju visoke standarde za upravljanje rizicima i kapitalom osiguravajućih društava. Zakon donosi i mogućnosti izbora načina upravljanja društvom za osiguranja, povećanje zaštite korisnika osiguranja, te njihovu detaljniju informisanost o uslovima i pravima iz ugovora o osiguranju, bolju regulaciju distribucije osiguranja (obavezne obuke, licenciranje...). Kako se radi o novom zakonu i sveobuhvatnim izmjenama koje se odnose na gotovo sve odredbe postojećeg zakona, kao i definisanje novih poglavlja koja do sada nisu bila uređena zakonom, osiguravajuće kuće će u dužem vremenskom periodu usklađivati poslovanje sa odredbama novog zakona, koji će se primjenjivati danom pristupanja Crne Gore u EU", kaže direktorica sektora za pravne poslove u Sava osiguranju Jasna Brnović.

Prema njenim riječima, sve crnogorske osiguravajuće kuće su dio velikih evropskih osiguravajućih grupa i već dijelom ispunjavaju zahtjeve prema matičnim kompanijama u pogledu izvještavanja i organizacije u skladu sa principima Solventnosti II, pa su spremne i na ovo usklađivanje.

Ona navodi i da su predstavnici osiguravajućih društava i Nacionalnog biroa osiguravača bili uključeni u radnu grupu, kojoj su više puta na usaglašavanje dostavljane verzije ovog zakona radi davanja primjedbi/sugestija, te doprinosa kvalitetu konačnih odredbi predloženog teksta.

„Značajan dio komentara uvršten je u zakon", naglašava Brnović.

Iz Generali osiguranja kažu da je novi Zakon u najvećoj mjeri proces usaglašavanja sa regulativom EU, te ga možemo smatrati jednim očekivanim tokom razvoja regulacije tržišta u susret ulaska Crne Gore u EU.

„Istakli bi da novi Zakon u većoj mjeri doprinosi zaštiti klijenata što smatramo pozitivnim, kao i da nameće nove obaveze po pitanju solventnosti kapitala što je složena aktivnost zbog čega je proces prilagođavanja već od ranije u toku. Imajući u vidu veličinu tržišta smatramo da sa nekim rješenjima treba biti oprezan i razuman s obzirom da prevelika regulacija može biti i kontraproduktivna u smislu da bi eventualno fokus sa potreba klijenata mogao biti preusmjeren na ispunjavanje većeg broja regulatornih normi za koje su potrebni značajni resursi kako po pitanju broja zaposlenih tako i specijalističkih znanja koja su sad deficitarna", ističu u Generali osiguranju.

Zakon se značajno oslanja na EU regulativu i EIOPA standarde, a u Generali osiguranju ocjenjuju da su osiguravajuće kuće koje posluju na tržištu Crne Gore, a koje su članice osiguravajućih grupa sa sjedištem u EU, u najvećoj mjeri spremne na tu vrstu usklađivanja u razumnim rokovima.

„Generali osiguranje Montenegro kao članica Grupe Generali jedan dio tih zakonskih rješenja koja se postepeno uvode već ima djelimično ili u potpunosti implementirano u svoje poslovanje", kažu u ovoj osiguravajućoj kući i dodaju da su tokom izrade zakona osiguravači imali više sastanaka sa Agencijom za nadzor osiguranja na ovu temu na kojima su razmjenili mišljenja.

Više informacija za korisnike

Iz Ministarstva finansija pojašnjavaju da u pogledu korisnika usluga osiguranja, ovaj Zakon daje tim osobama mogućnosti veće informisanosti o uslugama koje se pružaju i usmjerava osiguravajuće kuće da se pri formiranju tih proizvoda koncentrišu na potrošače.

„Takođe, otvaranje prekograničnog poslovanja, odnosno ulazak stranih osiguravača preko podružnice ili neposredno, na domaće tržište biće specifičan izazov, budući i da veća tržišna konkurencija pored pozitivnih efekata u smislu veće ponude, može imati i negativne efekte imajući u vidu niski nivo poznavanja proizvoda osiguranja domaćeg stanovništva i pravo koje se na takve ugovore primjenjuje", ističu u ovom Ministarstvu.

Uzimajući u obzir činjenicu da će zakon stupiti na snagu danom ulaska u EU za sada nije moguće precizno procijeniti, kažu u Ministarstvu finansija, da li će se pojaviti dodatna administrativna opterećenja i biznis barijere.

„Ovo naročito iz razloga što je predviđena i bolja informisanost i dostupnost proizvodima osiguranja kroz veću i bolju tržišnu konkurenciju koja će biti prisutna kada Crna Gora bude punopravan član EU", kažu u Ministarstvu finansija.

Dodaju da će priprema biti potrebna u dijelu distribucije proizvoda osiguranja, jer je potrebno obezbijediti upoznavanje i edukaciju u vezi sa distribucijom proizvoda i obezbjediti tranziciju na način koji ne bi izazvao poremećaje u ponudi.

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 30.04.2025
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Trendovi
Autori: Lela Saković
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva; Dunav osiguranje; Sava osiguranje; Triglav
Naslov: Nije samo za trend-setere

Napomena:
Površina: 966

Strana: 54,55



Nije samo za trend-setere

Globalno tržište osiguranja ličnih gedžeta raste brzinom većom od 12 odsto godišnje, a očekuje se da će godišnji rast do 2031. godine dostići čak 17,1 odsto

Piše: LELA SAKOVIĆ

ZAMISLITE DA STE TURISTA U PARIZU, dobro pripremljen za obilazak grada i okoline: u telefon je ubačena i druga, lokalna kartica kako bi navigacija mogla da vas odvede čak i do najboljih mafina u uskoj ulici na Monmartru, u aplikacijama su karte za ulazak u muzeje, krstarenje Senom, gradski prevoz, rezervacije restorana i ubera do aerodroma, i naravno barkod kao potvrda da je kupljena avionska karta za nazad jer ko još nosi papire na put?!

I onda, negde kod Trijumfalne kapije, dok tražite u džepu telefon da snimite ulične umetnike – shvatate da je ispario, a sa njim i vaš ludi provod, jer se osećate gore nego da vam je neko izvadio zdrav zub!

Naravno, svaka situacije se na kraju prevazide – pa makar i tako što ćete ubediti sebe da je digitalna detoksikacija baš u trendu i da će vam prijati da provedete vreme „kao nekad", ali to neće umanjiti materijalnu štetu, odnosno iznos koji vam je potreban za novi telefon. A da ne pominjemo mogućnost da ni za taj ukradeni nije isplaćeno više od tri rate...

Osiguranje mobilnih telefona, laptopova, tableta, pametnih satova i drugih sličnih uređaja u svetu više nije trend, već navika: globalno tržište osiguranja ličnih gedžeta raste brzinom većom od 12 odsto godišnje, a očekuje se da će rast do 2031. godine dostići čak 17,1 odsto godišnje.

Prema izveštaju kompanije Allied Market Research, globalno tržište osiguranja gedžeta je 2021. godine vredelo 59,4 milijarde dolara, da bi već u 2024. dostiglo 65,98 milijardi a očekivanja za 2025. su 74,13 milijardi dolara. Dugoročna projekcija predvida dostizanje vrednosti od 117,1 milijardi dolara do 2029. godine, i čak 193,5 milijardi dolara do 2031. godine.

Ovaj gotovo četvorostruki rast za svega deset godina podstaknut je pre svega porastom upotrebe gedžeta, pa time i porastom slučajeva oštećenja, krade, virusa i kvarova na ovim „pametnim spravama". Rastući troškovi popravke i zamene elektronskih uređaja doprinose rastu osiguranja. Tu su i jačanje e-trgovine i sve lakša dostupnost uređaja, ali i povećana svest potrošača o važnosti osiguranja i uvođenje fleksibilnih, personalizovanih paketa osiguranja.

Jedino što, prema prognozama stručnjaka, može malo da uspori rast jeste primetan pad prodaje računara, što je opet uzrokovano sve većom upotrebom pametnih telefona i tableta.

A evo i koji su najčešće osigurani uređaji u svetu: pametni telefoni, tableti, laptopovi i prenosivi računari, kamere, uređaji za kućnu zabavu (TV, audio oprema), pametni satovi i drugi nosivi uređaji.

Mobilni telefoni i laptopovi čine skoro polovinu globalnog udela tržišta ove vrste osiguranja, i to prvenstveno zbog visokih cena novih aparata, ali i zbog skupih popravki.

Osiguranje fotoaparata bi očekivano moglo da dostigne najveći rast u narednom periodu, čak 17,9 odsto jer su fotoaparati sve popularniji među milenijalcima a troškovi fotoopreme daleko su od zanemarljivih.

„Očekuje se da će najveći rast postići segment antivirus polisa od čak 19,5 odsto, zbog sve rasprostranjenije upotrebe pametnih telefona i laptopova i porastom sajber napada čiji je cilj krađa ličnih podataka"

Šta je obično pokriveno?

Osiguranje obično pokriva fizička oštećenja (pad, lom ekrana, štetu nastalu od tečnosti), kvarove unutrašnjih komponenti (baterija, matična ploča, ekran, konektori), krađu i gubitak (uključujući međunarodno pokriće), zaštitu od virusa i gubitka podataka (malver, krađa identiteta, obnova podataka) kao i dodatne opcije – spoljna oštećenja, produženje garancije, gubitak dodatne opreme, softversku zaštitu.

Šteta koja se najviše osigurava jeste fizičko oštećenje uređaja, koje drži gotovo polovinu ukupnog portfelja ove vrste osiguranja, i predvida se da će tako ostati i u narednih najmanje pet godina. Ipak, očekuje se da će najveći rast postići segment antivirus polisa od čak 19,5 odsto, zbog sve rasprostranjenije upotrebe pametnih telefona i laptopova, i porastom sajber napada čiji je cilj krađa ličnih podataka.

Trenutno je najveće tržište Severna Amerika, a najbrže rastući region je azijsko-pacifički, i to zahvaljujući ubrzanom razvoju potrošačke elektronike i visokoj digitalnoj penetraciji (posebno u Kini, Indiji i Indoneziji). U ovoj oblasti aktivne su Zapadna i Istočna Evropa, Latinska Amerika, Bliski istok i Afrika. Vodeće kompanije u ovoj oblasti su Apple Inc., Samsung Electronics, Allianz SE, AXA Group, Assurant Inc., Asurion LLC, Chubb Limited, Nationwide, SquareTrade, Lemonade Inc, OneAssist, Bolttech. Rastu tržišta ozbiljno doprinose partnerstva između proizvođača gedžeta i osigu-

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 30.04.2025
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Trendovi
Autori: Lela Saković
Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva; Dunav osiguranje; Sava osiguranje; Triglav
Napomena:
Površina: 966

Naslov: Nije samo za trend-setere

Strana: 54,55

ravača (npr. AppleCare, Samsung Care+).

Da ove polise nisu posebno skupe pokazuje podatak da se cene kreću od svega nekoliko dolara do par desetina dolara, u zavisnosti od uređaja i paketa osiguranja. Osigurane sume najčešće odgovaraju tržišnoj vrednosti uređaja (primera radi, telefon vredan 500 dolara osiguran je na ceo iznos).

Sa rastom upotrebe pametnih uređaja, raste i ponuda osiguranja što dodatno podstiče interesovanje korisnika. Cene ovih uređaja podstiču povećanje svesti o njihovoj vrednosti, pa time i želju za finansijskom zaštitom. Potrošači sve više žele fleksibilna, digitalna rešenja osiguranja koja se lako aktiviraju, menjaju i upravljaju onlajn. Osiguravači širom sveta prave modele polisa koji omogućavaju korisnicima da plaćaju mesečno bez dugoročnih obavezujućih ugovora, a sve je češća saradnja maloprodajnih lanaca i osiguravajućih kompanija na mestima prodaje uređaja.



Popularnost raste i u regionu

Osiguranje elektronskih uređaja poput mobilnih telefona, laptopova i tableta, postaje sve popularnije i u zemljama regiona, uključujući Srbiju, Crnu Goru, Bosnu i Hercegovinu i Hrvatsku. Ovo osiguranje obično pokriva štete nastale usled slučajnog oštećenja, krađe ili gubitka uređaja.

Najčešće osiguravani gedžeti su mobilni telefoni, laptopovi, tableti i pametni satovi. Ovi uređaji su posebno podložni rizicima poput oštećenja, krađe ili gubitka, što ih čini pogodnim za osiguranje. Cene premija za osiguranje gedžeta variraju u zavisnosti od vrste uređaja, njegove vrednosti, starosti i pokrića koje polisa pruža. Na primer, godišnja premija za osiguranje mobilnog telefona srednje klase može iznositi oko 50 evra, dok za skuplje uređaje premija može biti viša. Osigurane sume obično odgovaraju tržišnoj vrednosti uređaja u trenutku osiguranja.

I u našem regionu prilično je zastupljena saradnja maloprodajnih lanaca sa osiguravačima, pa tako mobilni operateri uz paket koji obuhvata aparat i korišćenje usluga, nude i mogućnost osiguranja od krađe ili oštećenja. Proizvođači i prodavci električnih i elektronskih uređaja u koje spadaju i kompjuteri, laptopovi, pametni satovi, tableti – često imaju ekskluzivni ugovor sa osiguravajućom kućom koja osigurava ove aparate od potencijalnog kvara i do nekoliko godina po isteku garancije.

U Srbiji, kompanije poput Dunav osiguranja, Generali osiguranja i Triglav osiguranja nude polise osiguranja gedžeta, a električni i elektronski uređaji mogu se osigurati i kod Sava osiguranja ako se kupe u jednom od prodajnih lanaca.

U Crnoj Gori slične usluge nude Lovćen i Sava osiguranje, a produženu garanciju i UNIQA osiguranje.

U Bosni i Hercegovini ASA Central osiguranje BiH daje mogućnost kasko osiguranja mobilnih telefona, a zanimljiva pokrića daju i Triglav osiguranje a.d. Banja Luka i Brčko Gas osiguranje.

Osiguranje elektronskih uređaja i gedžeta prilično je zastupljeno i u Hrvatskoj, preko Croatia osiguranja, Allianz Hrvatska, Generali osiguranja, UNIQA Hrvatska i drugih.

Očekuje se da će ovo tržište u regionu nastaviti da raste, posebno usled povećane upotrebe elektronskih uređaja ali i rasta svesti o njihovoj vrednosti.

Zašto osigurati svoje gedžete?

Razmislite samo kolika je verovatnoća da vam telefon ispadne iz džepa, da se na njega prospe kafa ili vino ili da na njega neko sedne. Osiguranje pokriva troškove popravke ili zamene ekrana koje biste inače morali sami da platite.

Neki uređaji imaju sistemske greške koje dovode do kvarova, i nisu pokrivene garancijom. Osiguranje često pokriva bezbednost proizvoda i tokom garancije, ali i po dve ili više godina po isteku garancije.

Ako vam se desi nešto kao onoj zamišljenoj osobi sa početka priče, bar nećete morati da brinete o otplaćivanju uređaja narednih dvadesetak meseci.

A ako se i dalje dvoumite, setite se statistike koja pokazuje da svaki treći korisnik mobilnog telefona polomi svog vernog pratioca u prvoj godini korišćenja, a da se u svetu na svake dve sekunde ukrade po jedan mobilni aparat.

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs

Datum: 30.04.2025 **Napomena:**
Medij: Svet bankarstva i investicija **Površina:** 865
Rubrika Trendovi
Autori: 4 Piše: LELA SAKOVIĆ
Teme: Generali osiguranje; Dunav osiguranje; Sava osiguranje; Triglav osiguranje; UNIQA
Naslov: Nije samo za trend-setere
Strana: 60,61



Nije samo za trend-setere

Globalno tržište osiguranja ličnih gedžeta raste brzinom većom od 12 odsto godišnje, a očekuje se da će godišnji rast do 2031. godine dostići čak 17,1 odsto

Piše: LELA SAKOVIĆ

ZAMISLITE DA STE TURISTA U PARIZU, dobro pripremljen za obilazak grada i okoline: u telefon je ubačena i druga, lokalna kartica kako bi navigacija mogla da vas odvede čak i do najboljih mafina u uskoj ulici na Monmartru, u aplikacijama su karte za ulazak u muzeje, krstarenje Senom, gradski prevoz, rezervacije restorana i ubera do aerodroma, i naravno barkod kao potvrda da je kupljena avionska karta za nazad jer ko još nosi papire na put?!

I onda, negde kod Trijumfalne kapije, dok tražite u džepu telefon da snimite uličnе umetnike – shvatate da je ispario, a sa njim i vaš ludi provod, jer se osećate gore nego da vam je neko izvadio zdrav zub!

Naravno, svaka situacije se na kraju prevazide – pa makar i tako što ćete ubediti sebe da je digitalna detoksikacija baš u trendu i da će vam prijati da provedete vreme „kao nekad“, ali to neće umanjiti materijalnu štetu, odnosno iznos koji vam je potreban za novi telefon. A da ne pominjemo mogućnost da ni za taj ukradeni nije isplaćeno više od tri rate...

Osiguranje mobilnih telefona, laptopova, tableta, pametnih satova i drugih sličnih uređaja u svetu više nije trend, već navika: globalno tržište osiguranja ličnih gedžeta raste brzinom većom od 12 odsto godišnje, a očekuje se da će rast do 2031. godine dostići čak 17,1 odsto godišnje.

Prema izveštaju kompanije Allied Market Research, globalno tržište osiguranja gedžeta je 2021. godine vredelo 59,4 milijarde dolara, da bi već u 2024. dostiglo 65,98 milijardi a očekivanja za 2025. su 74,13 milijardi dolara. Dugoročna projekcija predvida dostizanje vrednosti od 117,1 milijardi dolara do 2029.



godine, i čak 193,5 milijardi dolara do 2031. godine.

Ovaj gotovo četvorostruki rast za svega deset godina podstaknut je pre svega porastom upotrebe gedžeta, pa time i porastom slučajeva oštećenja, krade, virusa i kvarova na ovim „pametnim spravama“. Rastući troškovi popravke i zamene elektronskih uređaja doprinose rastu osiguranja. Tu su i jačanje e-trgovine i sve lakša dostupnost uređaja, ali i povećana svest potrošača o važnosti osiguranja i uvođenje fleksibilnih, personalizovanih paketa osiguranja.

Jedino što, prema prognozama stručnjaka, može malo da uspori rast jeste primetan pad prodaje računara, što je opet uzrokovano sve većom upotrebom pametnih telefona i tableta.

A evo i koji su najčešće osiguravani uređaji u svetu: pametni telefoni, tableti, laptopovi i prenosivi računari, kamere, uređaji za kućnu zabavu (TV, audio oprema), pametni satovi i drugi nosivi uređaji.

Mobilni telefoni i laptopovi čine skoro polovinu globalnog udela tržišta ove vrste osiguranja, i to prvenstveno zbog visokih cena novih aparata, ali i zbog skupih popravki.

Osiguranje fotoaparata bi očekivano moglo da dostigne najveći rast u narednom periodu, čak 17,9 odsto jer su fotoaparati sve popularniji među milenijalcima a troškovi fotoopreme daleko su od zanemarljivih.

Šta je obično pokriveno?

Osiguranje obično pokriva fizička oštećenja (pad, lom ekrana, štetu nastalu od tečnosti), kvarove unutrašnjih komponenti (baterija, matična ploča, ekran, konektori), krađu i gubitak (uključujući međunarodno pokriće), zaštitu od virusa i gubitka podataka (malver, krađa identiteta, obnova podataka) kao i dodatne opcije – spoljna oštećenja, produženje garancije, gubitak dodatne opreme, softversku zaštitu.

Šteta koja se najviše osigurava jeste fizičko oštećenje uređaja, koje drži gotovo polovinu ukupnog portfelja ove vrste osiguranja, i predvida se da će tako ostati i u narednih najmanje pet godina. Ipak, očekuje se da će najveći rast postići segment antivirus polisa od čak 19,5 odsto, zbog sve rasprostranjenije upotrebe pametnih telefona i laptopova, i porastom sajber napada čiji je cilj krađa ličnih podataka.

Trenutno je najveće tržište Severna Amerika, a najbrže rastući region je azijsko-pacifički, i to zahvaljujući ubrzanom razvoju potrošačke elektronike i visokoj digitalnoj penetraciji (posebno u Kini, Indiji i Indoneziji). U ovoj oblasti aktivne su Zapadna i Istočna Evropa, Latinska Amerika, Bliski istok i Afrika. Vodeće kompanije u ovoj oblasti su Apple Inc., Samsung Electronics, Allianz SE,

Datum: 30.04.2025
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Trendovi
Autori: 4 Piše: LELA SAKOVIĆ
Teme: Generali osiguranje; Dunav osiguranje; Sava osiguranje; Triglav osiguranje; UNIQA
Napomena:
Površina: 865
Naslov: Nije samo za trend-setere
Strana: 60,61



AXA Group, Assurant Inc., Asurion LLC, Chubb Limited, Nationwide, SquareTrade, Lemonade Inc, OneAssist, Bolttech. Rastu tržišta ozbiljno doprinose partnerstva izmedu proizvodača gedžeta i osiguravača (npr. AppleCare, Samsung Care+).

Da ove polise nisu posebno skupe pokazuje podatak da se cene kreću od svega nekoliko dolara do par desetina dolara, u zavisnosti od uređaja i paketa osiguranja. Osigurane sume najčešće odgovaraju tržišnoj vrednosti uređaja (primera radi, telefon vredan 500 dolara osiguran je na ceo iznos).

Sa rastom upotrebe pametnih uređaja, raste i ponuda osiguranja što dodatno podstiče interesovanje korisnika. Cene ovih uređaja podstiču povećanje svesti o njihovoj vrednosti, pa time i želju za finansijskom zaštitom. Potrošači sve više žele fleksibilna, digitalna rešenja osiguranja koja se lako aktiviraju, menjaju i upravljaju onlajn. Osiguravači širom sveta prave modele polisa koji omogućavaju korisnicima da plaćaju mesečno bez dugoročnih obavezujućih ugovora, a sve je češća saradnja maloprodajnih lanaca i osiguravajućih kompanija na mestima prodaje uređaja.

Popularnost raste i u regionu

Osiguranje elektronskih uređaja poput mobilnih telefona, laptopova i tableta, postaje sve popularnije i u zemljama regiona, uključujući Srbiju, Crnu Goru, Bosnu i Hercegovinu i Hrvatsku. Ovo osiguranje obično pokriva štete nastale usled slučajnog oštećenja, krađe ili gubitka uređaja.

Najčešće osiguravani gedžeti su mobilni telefoni, laptopovi, tableti i pametni satovi. Ovi uređaji su posebno podložni rizicima poput oštećenja, krađe ili gubitka, što ih čini pogodnim za osiguranje. Cene premija za osiguranje gedžeta variraju u zavisnosti od vrste uređaja, njegove vrednosti, starosti i pokrića koje polisa pruža. Na primer, godišnja premija za osiguranje mobilnog telefona srednje klase može iznositi oko 50 evra, dok za skuplje uređaje premija može biti viša. Osigurane sume obično odgovaraju tržišnoj vrednosti uređaja u trenutku osiguranja.

I u našem regionu prilično je zastupljena saradnja maloprodajnih lanaca sa osiguravačima, pa tako mobilni operateri uz paket koji obuhvata aparat i korišćenje usluga, nude i mogućnost osiguranja od krađe ili oštećenja. Proizvođači i prodavci električnih i elektronskih uređaja u koje spadaju i kompjuteri, laptopovi, pametni satovi, tableti – često imaju ekskluzivni ugovor sa osiguravajućom kućom koja osigurava ove aparate od potencijalnog kvara i do nekoliko godina po isteku garancije.

U Srbiji, kompanije poput Dunav osiguranja, Generali osiguranja i Triglav osiguranja nude polise osiguranja gedžeta, a električni i elektronski uređaji mogu se osigurati i kod Sava osiguranja ako se kupe u jednom od prodajnih lanaca.

U Crnoj Gori slične usluge nude Lovćen i Sava osiguranje, a produženu garanciju i UNIQA osiguranje.

U Bosni i Hercegovini ASA Central osiguranje BiH daje mogućnost kasko osiguranja mobilnih telefona, a zanimljiva pokrića daju i Triglav osiguranje a.d. Banja Luka i Brčko Gas osiguranje.

Osiguranje elektronskih uređaja i gedžeta prilično je zastupljeno i u Hrvatskoj, preko Croatia osiguranja, Allianz Hrvatska, Generali osiguranja, UNIQA Hrvatska i drugih.

Očekuje se da će ovo tržište u regionu nastaviti da raste, posebno usled povećane upotrebe elektronskih uređaja ali i rasta svesti o njihovoj vrednosti.

Zašto osigurati svoje gedžete?

Razmislite samo kolika je verovatnoća da vam telefon ispadne iz džepa, da se na njega prospe kafa ili vino ili da na njega neko sedne. Osiguranje pokriva troškove popravke ili zamene ekrana koje biste inače morali sami da platite.

Neki uređaji imaju sistemske greške koje dovode do kvarova, i nisu pokrivene garancijom. Osiguranje često pokriva bezbednost proizvoda i tokom garancije, ali i po dve ili više godina po isteku garancije.

Ako vam se desi nešto kao onoj zamišljenoj osobi sa početka priče, bar nećete morati da brinete o otplaćivanju uređaja narednih dvadesetak meseci.

A ako se i dalje dvoumite, setite se statistike koja pokazuje da svaki treći korisnik mobilnog telefona polomi svog vernog pratioca u prvoj godini korišćenja, a da se u svetu na svake dve sekunde ukrade po jedan mobilni aparat.

Datum: 30.04.2025
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 582

Naslov: GENERALI

Strana: 46



kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs