



Datum: 01.05.2025

Medij: Elle

Rubrika Bez naslova

Autori: naručena objava

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 693



Naslov: GENERALI

Strana: 33



**KORAKA
ISPRED
NA SVAKOM
PUTOVANJU**



GENERALI

**PUTNO
OSIGURANJE**

KUPI **ONLINE** [generali.rs](https://www.generali.rs)





Datum: 01.05.2025

Medij: Nova ekonomija

Rubrika Bez naslova

Autori: naručena objava

Teme: Generali osiguranje

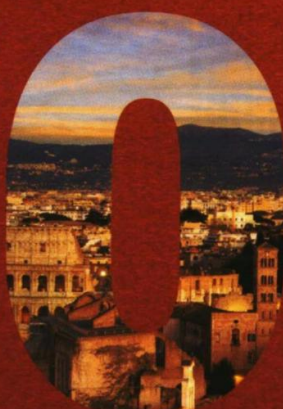
Napomena:

Površina: 588



Naslov: Generali putno osiguranje

Strana: 84



**KORAKA
ISPRED
NA SVAKOM
PUTOVANJU**



GENERALI

**PUTNO
OSIGURANJE**

KUPI **ONLINE** [generali.rs](https://www.generali.rs)





Vreme: 01.05.2025 15:28

XML

Medij: politika.rs

Link: <https://www.politika.rs/sr/clanak/675601/italijanska-mediobanka-ponudila-6-3-milijarde-evra-za->

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje

Naslov: Italijanska Mediobanka ponudila 6,3 milijarde evra za konkurentsku Banku Đenerali

1342



Milano - Italijanska Mediobanka ponudila je 6,3 milijarde evra za kupovinu domaćeg konkurenta, Banke Đenerali, i navela da ovim spajanjem želi da stvori lidera na evropskom tržištu. Operacija spajanja bi omogućila 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, prenosi Tanjug. Mediobanka će prema vlastitim rečima finansirati ovu akviziciju prodajom svojih akcija u kompaniji "Asikuracioni Đenerali" 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: 05.05.2025

Medij: Harper`s Bazaar

Rubrika Bez naslova

Autori: naručena objava

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 624



Naslov: 10 KORAKA ISPRED NA SVAKOM PUTOVANJU GENERALI PUTNO OSIGURANJE

Strana: 73



**KORAKA
ISPRED
NA SVAKOM
PUTOVANJU**



GENERALI

**PUTNO
OSIGURANJE**

KUPI

ONLINE

generali.rs





Vreme: 11.05.2025 11:43

XML

Medij: ekapija.com

Link: <https://www.ekapija.com/event/view?id=5166300>

Autori: @ekapija

Teme: Globos osiguranje; Sava osiguranje; UNIQA osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Milenijum

Naslov: ONLINE OBUKA - DIGITALIZACIJA U PROCESIMA DOBROVOLJNOG ZDRAVSTVENOG OSIGURANJA

2183



Obuka dostupna: Od 15.05 - 25.05.2025. Prema nalogu NBS ukoliko ste obuku na ovu temu već slušali, ne možete je slušati ponovo, jer Vam se obuka neće uvažiti. Kako je sve počelo? - Počeci i razvoj zdravstvenog [osiguranja](#) kroz (Foto: Unsplash/Helloquence) Obuka dostupna: Od 15.05 - 25.05.2025. Prema nalogu NBS ukoliko ste obuku na ovu temu već slušali, ne možete je slušati ponovo, jer Vam se obuka neće uvažiti. Kako je sve počelo? - Počeci i razvoj zdravstvenog [osiguranja](#) kroz godine Kako se razvijalo tržište? - Prva digitalna e-kartica zdravstvenog [osiguranja](#) - Elektronska razmena naknada sa zdravstvenim ustanova - Prvi portali za klijente Zašto se je neophodan kontinuirani razvoj? - Benefiti e-kartice u procesima zdravstvenog [osiguranja](#), - Elektronska razmena - kako funkcioniše, - Portali za klijente i ustanove - efikasno, tačno, transparentno korišćenje [osiguranja](#), - Portali za izradu ponuda i polisa - brži korak ka zadovoljnom klijentu i eksternoj distribuciji, - Portali za eksternu distribuciju. Digitalizacija i tržište zdravstvenog [osiguranja](#) - Pregled digitalnih unapređenja u procesima zdravstvenog [osiguranja](#) kod [osiguravača](#) o [Generali Osiguranje Srbija](#), WSO, Uniqa, Globos, DDOR, Dunav, Milenijum, Sava [osiguranje](#) Digitalizacija - važan korak ka poštovanju ESG pravila - ESG u proizvodima i procesima [osiguranja](#) PREDAVAČ: Aleksandra Kočević Obuka je namenjena: kandidatima koji žele da obnove licencu za ovlašćenog posrednika i/ili zastupnika u [osiguranju](#), u skladu sa Odlukom o izmenama i dopunama Odluke o sticanju zvanja i usavršavanju ovlašćenih posrednika i ovlašćenih zastupnika u [osiguranju](#) ("Službeni glasnik RS", br. 11/2017) Polaznici dobijaju: Prezentaciju i Sertifikat o odslušanom predavanju. Kotizacija: 3.700,00 dinara po učesniku (bez PDV-a) VAŽNO: Prilikom popunjavanja prijave za svakog polaznika neophodno je upisati njegovu mejl adresu, jer se na istu šalju podaci i informacije o predavanju. Po prijavi i evidentiranju polaznici na svoj mejl dobijaju obaveštenje sa pristupnim podacima. Informaciju o načinu pristupanja dobićete putem mejla 14.05.2025. do kraja dana. Privredna komora Srbije, Terazije 23, 11000 Beograd Luka.stankovic@pks.rs





Datum: 14.05.2025

Medij: Politika

Rubrika: Ekonomija

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje; Dobrovoljni penzijski fond Generali; DDOR / DDOR Novi Sad;

Naslov: DOBROVOLJNI PENZIJSKI FONDOVI

Napomena:

Površina: 98



Strana: 10

ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ			
Вредност инвестиционе јединице на дан 12. 5. 2025.			
82500078-8			
 GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijiskifond.rs		3.761,60 RSD
 GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijiskifond.rs	16,89 EUR	1.980,13 RSD
 ДУНАВ	ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНД 011/3036-360 www.dunavpenzije.com		3.435,60 RSD
■■■ DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.844,25 RSD
■■■ DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		3.185,97 RSD
 Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.423,26 RSD
 Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen EURO FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	10,68 EUR	1.251,92 RSD





Vreme: 14.05.2025 00:00

XML

Medij: ekapija.com

Link: <https://www.ekapija.com/event/5166300/online-obuka-digitalizacija-u-procesima-dobrovoljnog->

Autori: @ekapija

Teme: DDOR / DDOR Novi Sad; Globos osiguranje; Milenijum osiguranje; Sava osiguranje; UNIQA

Naslov: ONLINE OBUKA - DIGITALIZACIJA U PROCESIMA DOBROVOLJNOG ZDRAVSTVENOG OSIGURANJA

2183



Obuka dostupna: Od 15.05 - 25.05.2025. Prema nalogu NBS ukoliko ste obuku na ovu temu već slušali, ne možete je slušati ponovo, jer Vam se obuka neće uvažiti. Kako je sve počelo? - Počeci i razvoj zdravstvenog [osiguranja](#) kroz (Foto: Unsplash/Helloquence) Obuka dostupna: Od 15.05 - 25.05.2025. Prema nalogu NBS ukoliko ste obuku na ovu temu već slušali, ne možete je slušati ponovo, jer Vam se obuka neće uvažiti. Kako je sve počelo? - Počeci i razvoj zdravstvenog [osiguranja](#) kroz godine Kako se razvijalo tržište? - Prva digitalna e-kartica zdravstvenog [osiguranja](#) - Elektronska razmena naknada sa zdravstvenim ustanova - Prvi portali za klijente Zašto se je neophodan kontinuirani razvoj? - Benefiti e-kartice u procesima zdravstvenog [osiguranja](#), - Elektronska razmena - kako funkcioniše, - Portali za klijente i ustanove - efikasno, tačno, transparentno korišćenje [osiguranja](#), - Portali za izradu ponuda i polisa - brži korak ka zadovoljnom klijentu i eksternoj distribuciji, - Portali za eksternu distribuciju. Digitalizacija i tržište zdravstvenog [osiguranja](#) - Pregled digitalnih unapređenja u procesima zdravstvenog [osiguranja](#) kod [osiguravača](#) o [Generalni Osiguranje Srbija](#), WSO, Uniqa, Globos, DDOR, Dunav, Milenijum, Sava [osiguranje](#) Digitalizacija - važan korak ka poštovanju ESG pravila - ESG u proizvodima i procesima [osiguranja](#) PREDAVAČ: Aleksandra Kočević Obuka je namenjena: kandidatima koji žele da obnove licencu za ovlašćenog posrednika i/ili zastupnika u [osiguranju](#), u skladu sa Odlukom o izmenama i dopunama Odluke o sticanju zvanja i usavršavanju ovlašćenih posrednika i ovlašćenih zastupnika u [osiguranju](#) ("Službeni glasnik RS", br. 11/2017) Polaznici dobijaju: Prezentaciju i Sertifikat o odslušanom predavanju. Kotizacija: 3.700,00 dinara po učesniku (bez PDV-a) VAŽNO: Prilikom popunjavanja prijave za svakog polaznika neophodno je upisati njegovu mejl adresu, jer se na istu šalju podaci i informacije o predavanju. Po prijavi i evidentiranju polaznici na svoj mejl dobijaju obaveštenje sa pristupnim podacima. Informaciju o načinu pristupanja dobićete putem mejla 14.05.2025. do kraja dana. Privredna komora Srbije, Terazije 23, 11000 Beograd Luka.stankovic@pks.rs



**Naslov: Poljoprivrednici posle nevremena vape! Ovo što se desilo je kataklizma: "41 godinu radim, a naša zadruga je sad zbrisana"**

3796

Šteta je ogromna, a poljoprivrednici su suočeni sa situacijom koju su opisali kao kataklizmu, neviđenu u poslednjih 41 godinu. Slavoljub Đurić, direktor zemljoradničke zadruge Baničina, za "Blic" TV kaže da nikada nisu doživeli ovakvu razornu silu prirode, dok stručnjaci sa Instituta za povrtarstvo upozoravaju na sve učestalije ekstremne vremenske događaje.

Slavoljub Đurić, direktor zemljoradničke zadruge Baničina, ističe ozbiljnost situacije. "Naše selo poseduje 2800 hektara zemljišta, od čega je 700 hektara pod zasadima višnje. Četvrtina te obradive površine je pod voćem. Radim 41 godinu, ali ove godine grad je zbrisao našu zadrugu! Mi smo svi podjednako oštećeni ove sezone," kaže Đurić za "Blic" TV, dodajući da je lokalna samouprava obaveštena i da trenutno radi na proceni štete. "Nikada nismo imali sličnu situaciju. Imali smo oštećenja od 15% do 30% u ranijim godinama, ali ovo je nezapamćeno. Šteta je sto posto, bez dileme, zbog intenziteta grada i olujnog vetra", dodaje Đurić. **Osiguranje** u poljoprivredi postaje neophodno, s obzirom na sve učestalije ekstremne vremenske događaje. Veljko Ninić, supervizor za agrarno **osiguranje** u kompaniji "**Generali**", objašnjava: "Najčešće pokriveni rizici su grad, požar i grom, što čini oko 80% svih polisa. Moguće je ugovoriti i dopunske rizike poput oluje ili mraza." Ovogodišnja katastrofa nije izolovan slučaj. Slična oluja iz 2023. godine, koja je nanela ogromne štete od Šida do Vršca, postavila je presedan za tip događaja sa kojima se poljoprivrednici sve češće suočavaju. "Ekstremni događaji su sve učestaliji i rizik poljoprivrede, kao fabrike pod otvorenim nebom, svake godine je sve veći za proizvođača", kaže Ninić, ističući da je svest o **osiguranju** sve više razvijena, ali verovatno nije dovoljno. Poljoprivreda u Smederevskoj Palanci suočava se sa drugom godinom zaredom velikih šteta usled ekstremnih vremenskih uslova. Prošle godine nezapamćena suša prouzrokovala je ogroman gubitak, dok je ovogodišnje nevreme s jakim gradom donelo dodatne teškoće. Prof. dr Nenad Đurić sa Instituta za povrtarstvo u Smederevskoj Palanci iznosi zabrinjavajuće detalje. "Prošle godine smo imali skoro nezapamćenu sušu. Najviša ikada zabeležena temperatura u Srbiji zabeležena je baš u Smederevskoj Palanci, a prošle godine smo se vrlo približili tom rekordu. Period od gotovo 4,5 meseca prošao je bez kiše, pri čemu su temperature tokom najvažnijih ratarskih i povrtarskih kultura prelazile 41 stepen. I pored sistema za navodnjavanje, biljke nisu oformile seme jer je polen bio neaktivan. Pretrpeli smo štetu od jedne trećine ukupnog prihoda", objašnjava prof. dr Nenad Đurić za "Blic" TV. Ove godine, po rečima Đurića, situacija je još teža. Institutska merna stanica je za 45 minuta zabeležila blizu 70 litara kiše s gradom. "Ovo što se desilo, ovo je, blago rečeno, kataklizma bila. Znači, ja 30 godina radim u poljoprivredi, ovakve nešto do sada nisam imao da vidim. Grad je kod nas bio veličine graška, tako da nije napravio velika oštećenja. Međutim, voćarske i povrtarske kulture na otvorenom su stradale. Srećom, staklenici su ostali neoštećeni. Da je padao grad kao što je u Baničini i okolnim selima, Institut bi bio sravnjen sa zemljom," kaže Đurić. Pored direktnih šteta od nevremena, poljoprivrednici se suočavaju sa dodatnim problemima izazvanim promenama u vremenskim prilikama. Topla i suva zima, kao i neobično visoke temperature u januaru, februaru i značajan deo marta, ometali su radove. "U aprilu, kada su prirodni proizvođači trebali da postave ratarske i povrtarske kulture, nastupili su mrazevi i hladno vreme, što je dodatno otežalo situaciju. Svi kasnimo sa radovima", zaključuje Đurić. Poljoprivrednici u Smederevskoj Palanci rade na oporavku, ali ostaje izazov u suočavanju sa budućim vremenskim nesigurnostima.





Datum: 19.05.2025

Medij: Biznis&Finansije

Rubrika Bez naslova

Autori: naručena objava

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 576



Naslov: GENERALI

Strana: 2



**KORAKA
ISPRED
NA SVAKOM
PUTOVANJU**



**PUTNO
OSIGURANJE**

KUPI

ONLINE

generali.rs





Datum: 22.05.2025

Medij: Politika

Rubrika: Ekonomija

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 105



Naslov: DOBROVOLJNI PENZIJSKI FONDOVI

Strana: 10

ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ			
Вредност инвестиционе јединице на дан 20. 5. 2025.			
82500078-14			
 GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijiskifond.rs		3.763,25 RSD
 GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijiskifond.rs	16,91 EUR	1.982,67 RSD
 ДУНАВ	ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНД 011/3036-360 www.dunavpenzije.com		3.431,65 RSD
■■■ DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.844,98 RSD
■■■ DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		3.186,30 RSD
 Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.426,77 RSD
 Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen EURO FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	10,69 EUR	1.253,40 RSD





Vreme: 23.05.2025 00:00

XML

Medij: odrzime.rs

Link: <https://odrzime.rs/vesti/uz-ovo-osiguranje-domacinstva-brige-postaju-proslost/>

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje

Naslov: Uz ovo osiguranje domaćinstva brige postaju prošlost

3557

Uz ovo [osiguranje](#) domaćinstva brige postaju prošlost
[osiguranje](#)

Koliko puta su vam kroz glavu prošle misli koje počinju sa „šta ako“? Šta ako instalacije u zgradi gde se nalazi moj stan nisu dovoljno dobre i može da dođe do požara; šta ako snažan grad razbije moje prozore ili ošteti krov; šta ako u mom domaćinstvu dođe do izlivanja vode iz cevi? Takvi mogući scenariji u svima nama bude nemir i anksioznost, ali ne mora da bude tako. [Osiguranje](#) doma pretvara „šta ako“ u sigurnost i mir.

Oslobodite se briga i nepredviđenih troškova

Koliko god da planiramo i nadamo se najboljem, život često ima sopstvene planove – sitni ili krupniji izazovi, mogu da nas iznenade kad to najmanje očekujemo. I baš zato što ne možemo da predvidimo sve što sledi, možemo da budemo sigurni u jedno – da je naš dom, mesto gde čuvamo sve što volimo, zaštićen. Zato je OTP banka omogućila da [osiguranje](#) doma bude jednostavno – uz samo nekoliko klikova u OTP m-bank aplikaciji, sigurnost je nadohvat ruke. Otkrivamo vam šta [Osiguranje](#) domaćinstva OTP banke sve obuhvata.

Od požara do provale – potpuna zaštita vašeg prostora i stvari

[Generali osiguranje Srbija](#) u saradnji sa OTP bankom [osigurava](#) vaše domaćinstvo od brojnih neželjenih rizika koji mogu da ugroze njegovu sigurnost i da pričine štetu i finansijske izdatke.

Možete da [osigurate](#) stalno nastanjene stanove ili kuće (bez obzira na to da li su uknjiženi), stvari domaćinstva i odgovornost. Bilo da je reč o požaru; vremenskoj nepogodi (udaru groma, olujnog vetra ili grada); eksploziji; udaru letelice; šteti nastaloj u slučaju manifestacije ili demonstracije; izlivanju vode iz vodovodnih cevi ili onih za grejanje, loma ugrađenih instalacija i ugrađene opreme usled delovanja električne energije, greške u konstrukciji, materijalu ili izradi; lomu stakla na prozorima i vratima kuće ili stana – uz OTP [osiguranje](#) doma znaćete da je ono što vam je najvažnije [osigurano](#).

Dodatno, [osiguranje](#) obuhvata i situacije poput razbojništva, odnosno provalne krađe nastale usled neovlašćenog ulaska u kuću ili stan, ili oduzimanju imovine upotrebom sile ili pretnje. Važno je naglasiti da pokriva i odgovornost iz posedovanja kuće ili stana, što znači da ste zaštićeni i od potencijalnih šteta prema trećim licima.

[Osiguranje](#) doma kroz nekoliko klikova

Sada kada znate da možete da živite bez brige o nepredviđenim troškovima usled neočekivanih i neželjenih scenarija, otkrivamo vam i kako možete da kupite ovo [osiguranje](#). Proces je jednostavan, brz i lak.

Ulogujte se na svoju OTP m-bank aplikaciju, a potom u glavnom meniju odaberite opciju „Ostalo“ koja se nalazi u donjem desnom uglu. Kliknite na „[Osiguranja](#)“, a onda na „[Osiguranje](#) domaćinstva“. Kada to uradite biće vam predstavljeni detalji o ovom proizvodu. Moći ćete da vidite i odaberete koji paket vam više odgovara, Standard ili Super. Tada će vam biti obračunata premija, a vama preostaje da unesete osnovne podatke o objektu koji želite da [osigurate](#) – ulicu, kućni broj/broj stana i opštinu.

Dakle, OTP banka vam omogućava da kroz svega nekoliko klikova na vašem „pametnom“ telefonu, bez odlaska u ekspozituru banke ili u [osiguravajuću](#) kuću, bez čekanja u redovima i popunjavanja papirologije, kupite [osiguranje](#) domaćinstva i to bez izlaska procenitelja na teren.

[Osiguranje](#) doma je više od finansijske odluke, ono je način da kroz svakodnevicu koračamo s manje briga, znajući da smo spremni i na ono što ne možemo da kontrolišemo. Jer kada znate da je vaš dom siguran, lakše je da uživate u svim onim trenucima koje život donosi.





0

Koliko puta su vam kroz glavu prošle misli koje počinju sa "šta ako"? Šta ako instalacije u zgradi gde se nalazi moj stan nisu dovoljno dobre i može da dođe do požara; šta ako snažan grad razbije moje prozore ili ošteti krov; šta ako u mom domaćinstvu dođe do izlivanja vode iz cevi? Takvi mogući scenariji u svima nama bude nemir i anksioznost, ali ne mora da bude tako. **Osiguranje** doma pretvara "šta ako" u sigurnost i mir.

Oslobodite se briga i nepredviđenih troškova

Koliko god da planiramo i nadamo se najboljem, život često ima sopstvene planove - sitni ili krupniji izazovi, mogu da nas iznenade kad to najmanje očekujemo. I baš zato što ne možemo da predvidimo sve što sledi, možemo da budemo sigurni u jedno - da je naš dom, mesto gde čuvamo sve što volimo, zaštićen. Zato je OTP banka omogućila da **osiguranje** doma bude jednostavno - uz samo nekoliko klikova u OTP m-bank aplikaciji, sigurnost je nadohvat ruke. Otkrivamo vam šta **Osiguranje** domaćinstva OTP banke sve obuhvata.

Od požara do provale - potpuna zaštita vašeg prostora i stvari

Generali osiguranje Srbija u saradnji sa OTP bankom **osigurava** vaše domaćinstvo od brojnih neželjenih rizika koji mogu da ugroze njegovu sigurnost i da pričine štetu i finansijske izdatke.

Možete da **osigurate** stalno nastanjene stanove ili kuće (bez obzira na to da li su uknjiženi), stvari domaćinstva i odgovornost. Bilo da je reč o požaru; vremenskoj nepogodi (udaru groma, olujnog vetra ili grada); eksploziji; udaru letelice; šteti nastaloj u slučaju manifestacije ili demonstracije; izlivanju vode iz vodovodnih cevi ili onih za grejanje, loma ugrađenih instalacija i ugrađene opreme usled delovanja električne energije, greške u konstrukciji, materijalu ili izradi; lomu stakla na prozorima i vratima kuće ili stana - uz OTP **osiguranje** doma znaćete da je ono što vam je najvažnije **osigurano**.

Dodatno, **osiguranje** obuhvata i situacije poput razbojništva, odnosno provalne krađe nastale usled neovlašćenog ulaska u kuću ili stan, ili oduzimanju imovine upotrebom sile ili pretnje. Važno je naglasiti da pokriva i odgovornost iz posedovanja kuće ili stana, što znači da ste zaštićeni i od potencijalnih šteta prema trećim licima.

Osiguranje doma kroz nekoliko klikova

Sada kada znate da možete da živite bez brige o nepredviđenim troškovima usled neočekivanih i neželjenih scenarija, otkrivamo vam i kako možete da kupite ovo **osiguranje**. Proces je jednostavan, brz i lak.

Ulogujte se na svoju OTP m-bank aplikaciju, a potom u glavnom meniju odaberite opciju "Ostalo" koja se nalazi u donjem desnom uglu. Kliknite na "**Osiguranja**", a onda na "**Osiguranje** domaćinstva". Kada to uradite biće vam predstavljeni detalji o ovom proizvodu. Moći ćete da vidite i odaberete koji paket vam više odgovara, Standard ili Super. Tada će vam biti obračunata premija, a vama preostaje da unesete osnovne podatke o objektu koji želite da **osigurate** - ulicu, kućni broj/broj stana i opštinu.





Vreme: 23.05.2025 10:00

XML

Medij: bizlife.rs

Link: <https://bizlife.rs/uz-ovo-osiguranje-domacinstva-brige-postaju-proslost/>

Autori: Redakcija

Teme: OTP Osiguranje ADO Beograd; Generali osiguranje

Naslov: Uz ovo osiguranje domaćinstva brige postaju prošlost

Dakle, OTP banka vam omogućava da kroz svega nekoliko klikova na vašem "pametnom" telefonu, bez odlaska u ekspozituru banke ili u **osiguravajuću** kuću, bez čekanja u redovima i popunjavanja papirologije, kupite **osiguranje** domaćinstva i to bez izlaska procenitelja na teren.

Osiguranje doma je više od finansijske odluke, ono je način da kroz svakodnevicu koračamo s manje briga, znajući da smo spremni i na ono što ne možemo da kontrolišemo. Jer kada znate da je vaš dom siguran, lakše je da uživate u svim onim trenucima koje život donosi.

Saznajte sve o dešavanjima u biznisu, budite u toku sa lifestyle temama. PRIJAVITE SE NA NAŠ NEWSLETTER.

Izvor: BIZLife





Vreme: 25.05.2025 16:48

XML

Medij: sveonovcu.rs

Link: <https://sveonovcu.rs/sesta-regionalna-konferencija-rizici-novog-doba-i-odrzivost-let-u-nepoznato/>

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje; Wiener Stadtische osiguranje; UNIQA osiguranje; DDOR / DDOR Novi

Naslov: Šesta regionalna konferencija Rizici novog doba i održivost: let u nepoznato

3384



Porast temperature izazvan klimatskim promenama poremetiće proizvodnju i isporuku robe, ugroziće trgovinu i ograničiće mogućnosti da zemlje jedna drugoj pomognu jer će štete biti...

5. jun 2025. sa početkom u 9.30h, hotel Hyatt Regency, Beograd

25/05/2025

13

Porast temperature izazvan klimatskim promenama poremetiće proizvodnju i isporuku robe, ugroziće trgovinu i ograničiće mogućnosti da zemlje jedna drugoj pomognu jer će štete biti globalne: sadašnja temperatura zemlje viša je za 1,7 stepeni Celzijusa u odnosu na period pre industrijske revolucije, a ako dostigne razliku od 3 stepena Celzijusa - finansijska šteta može biti, kako se prognozira, i dvostruko veća od dosadašnjih procena od 17% svetskog BDP-a.

Gubici usled sajber kriminala koštaju svetsku privredu oko 10,5 hiljada milijardi dolara godišnje, a rast se meri desetinama procenata u poslednjih nekoliko godina.

Istovremeno, povećava se pritisak i na zaposlene i na poslodavce, pa je primetan porast nezadovoljstva i usamljenosti što je veliki rizik po produktivnost.

Kako upravljati ovim rizicima, snaći se u "šumi" propisa, sačuvati tržišta, finansijsku podršku, investitore saznate na šestoj regionalnoj konferenciji " Rizici novog doba i održivost: let u nepoznato " koja će biti održana 5. juna u hotelu Hyatt u Beogradu, u organizaciji platforme BeRiskProtected .

Učesnici će ponuditi odgovore na sledeća pitanja:

Kakav je uticaj klimatskih promena na poslovanje, i koje inovacije se mogu primeniti kao preventive

Primena ESG principa poslovanja u praksi: kako napisati kvalitetan nefinansijski izveštaj, kako pribaviti adekvatne sertifikate, čemu služe ESG rejtinzi, koji su novi zahtevi finansijskih institucija da bi se obezbedilo kreditiranje i [osiguravajuće](#) pokriće

Kako obezbediti podršku u komunikaciji sa institucijama prilikom realizacije ESG aktivnosti, i kako u civilnom sektoru pronaći nove ideje i lokalne partnere

Kako se zaštititi od tužbi potrošača, kolika je odgovornost menadžera u poslovanju i prevenciji rizika i kako obezbediti kvalitetnu naplatu potraživanja

Koliko je Srbija aktuelna meta kad je reč o sajber rizicima i rizicima usled upotrebe veštačke inteligencije (AI), kolike su mogućnosti AI u prevenciji tih rizika, i šta je najnovije u globalnoj i lokalnoj regulativi

Koji su zahtevi novih generacija kad je reč o benefitima na radnom mestu, zašto se usamljenost na poslu sve češće detektuje kao pojava u kompanijama - kako je sprečiti i kako utiče na produktivnost.

Neki od učesnika: Marsh McLennan Srbija, IKEA, Delta Holding, DDOR [Osiguranje](#), Marera Properties, ERSTE banka, UNIQA neživotno [osiguranje](#), švajcarska organizacija HELVETAS u Srbiji, Wiener Städtische [osiguranje](#), DODIĆ Law firm, A1 Srbija, Kaspersky, Glog.AI, Milić Legal "office&hub", TIAC Group, [Generali osiguranje](#), stručnjaci iz oblasti psihologije i HR-a - Regionalna asocijacija za stres i traumu, OMR Group i Fortenova, kao i predstavnici Milenijalaca i Generacije Z. Prijatelj konferencije ove

GENERALI OSIGURANJE SRBIJA a.d.o.

1/2

kliping centar Srbije
www.ninamedia.rs





Vreme: 25.05.2025 16:48

XML

Medij: sveonovcu.rs

Link: <https://sveonovcu.rs/sesta-regionalna-konferencija-rizici-novog-doba-i-odrzivost-let-u-nepoznato/>

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje; Wiener Stadtische osiguranje; UNIQA osiguranje; DDOR / DDOR Novi

Naslov: Šesta regionalna konferencija Rizici novog doba i održivost: let u nepoznato

godine je investicioni fond Vista Rica.

Konferencija je namenjena biznis sektoru, javnim preduzećima i institucijama, lokalnim upravama (top menadžmentu/donosiocima odluka u preduzećima i lokalnoj upravi, ESG/CSR menadžerima, risk menadžerima, menadžerima za bezbednost podataka i sajber bezbednost, strategijskim menadžerima, HR menadžerima, menadžerima za korporativne komunikacije, vlasnicima preduzeća...).





Vreme: 25.05.2025 16:53

XML

Medij: sveoosiguranju.rs

Link: [https://sveoosiguranju.rs/sesta-regionalna-konferencija-rizici-novog-doba-i-odrzivost-let-u-nepoznato-](https://sveoosiguranju.rs/sesta-regionalna-konferencija-rizici-novog-doba-i-odrzivost-let-u-nepoznato)

Autori: Redakcija

Teme: UNIQA osiguranje; Wiener Stadtische osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Generali

Naslov: Šesta regionalna konferencija Rizici novog doba i održivost: let u nepoznato, 5. juna u Hajatu

4170



Kako upravljati rizicima novog doba, kako se snaći u "šumi" propisa, sačuvati tržišta, finansijsku podršku, investitore saznate na šestoj regionalnoj konferenciji "Rizici novog doba i održivost: let u nepoznato" koja će biti održana 5. juna u hotelu Hyatt u Beogradu, u organizaciji platforme BeRiskProtected. Porast temperature izazvan klimatskim promenama poremetiće proizvodnju i isporuku robe, ugroziće [...]

maj 25, 2025

4:53 pm

Kako upravljati rizicima novog doba, kako se snaći u "šumi" propisa, sačuvati tržišta, finansijsku podršku, investitore saznate na šestoj regionalnoj konferenciji "Rizici novog doba i održivost: let u nepoznato" koja će biti održana 5. juna u hotelu Hyatt u Beogradu, u organizaciji platforme BeRiskProtected.

Porast temperature izazvan klimatskim promenama poremetiće proizvodnju i isporuku robe, ugroziće trgovinu i ograničiće mogućnosti da zemlje jedna drugoj pomognu jer će štete biti globalne: sadašnja temperatura zemlje viša je za 1,7 stepeni Celzijusa u odnosu na period pre industrijske revolucije, a ako dostigne razliku od 3 stepena Celzijusa - finansijska šteta može biti, kako se prognozira, i dvostruko veća od dosadašnjih procena od 17% svetskog BDP-a.

Gubici usled sajber kriminala koštaju svetsku privredu oko 10,5 hiljada milijardi dolara godišnje, a rast se meri desetinama procenata u poslednjih nekoliko godina.

Istovremeno, povećava se pritisak i na zaposlene i na poslodavce, pa je primetan porast nezadovoljstva i usamljenosti što je veliki rizik po produktivnost.

Učesnici ove konferencije će ponuditi odgovore na sledeća pitanja:

Kakav je uticaj klimatskih promena na poslovanje, i koje inovacije se mogu primeniti kao preventive

Primena ESG principa poslovanja u praksi: kako napisati kvalitetan nefinansijski izveštaj, kako pribaviti adekvatne sertifikate, čemu služe ESG rejtinzi, koji su novi zahtevi finansijskih institucija da bi se obezbedilo kreditiranje i [osiguravajuće](#) pokriće

Kako obezbediti podršku u komunikaciji sa institucijama prilikom realizacije ESG aktivnosti, i kako u civilnom sektoru pronaći nove ideje i lokalne partnere

Kako se zaštititi od tužbi potrošača, kolika je odgovornost menadžera u poslovanju i prevenciji rizika i kako obezbediti kvalitetnu naplatu potraživanja

Koliko je Srbija aktuelna meta kad je reč o sajber rizicima i rizicima usled upotrebe veštačke inteligencije (AI), kolike su mogućnosti AI u prevenciji tih rizika, i šta je najnovije u globalnoj i lokalnoj regulativi

Koji su zahtevi novih generacija kad je reč o benefitima na radnom mestu, zašto se usamljenost na poslu sve češće detektuje kao pojava u kompanijama - kako je sprečiti i kako utiče na produktivnost.

Neki od učesnika: Marsh McLennan Srbija, IKEA, Delta Holding, DDOR [Osiguranje](#), Marera Properties, ERSTE banka, UNIQA neživotno [osiguranje](#), švajcarska organizacija HELVETAS u Srbiji, Wiener





Vreme: 25.05.2025 16:53

XML

Medij: sveoosiguranju.rs

Link: <https://sveoosiguranju.rs/sesta-regionalna-konferencija-rizici-novog-doba-i-odrzivost-let-u-nepoznato->

Autori: Redakcija

Teme: UNIQA osiguranje; Wiener Stadtische osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Generali

Naslov: Šesta regionalna konferencija Rizici novog doba i održivost: let u nepoznato, 5. juna u Hajatu

Städtische [osiguranje](#), DODIĆ Law firm, A1 Srbija, Kaspersky, Glog.AI, Milić Legal "office&hub", TIAC Group, [Generali osiguranje](#), stručnjaci iz oblasti psihologije i HR-a - Regionalna asocijacija za stres i traumu, OMR Group i Fortenova, kao i predstavnici Milenijalaca i Generacije Z. Prijatelj konferencije je investicioni fond Vista Rica.

Konferencija je namenjena biznis sektoru, javnim preduzećima i institucijama, lokalnim upravama (top menadžmentu/donosiocima odluka u preduzećima i lokalnoj upravi, ESG/CSR menadžerima, risk menadžerima, menadžerima za bezbednost podataka i sajber bezbednost, strategijskim menadžerima, HR menadžerima, menadžerima za korporativne komunikacije, vlasnicima preduzeća...).

PROGRAM

Platformu "Be Risk Protected" pokrenuli su portali Sve o [osiguranju](#) i Sve o novcu , sa namerom da kroz razne aktivnosti skrenu pažnju javnosti na rizike novog doba, i da informišu što širu publiku o veličini tih rizika, o raspoloživoj preventivi, i o mogućnostima nadoknade štete ukoliko se dogodi.

Kao "rizici novog doba" obrađuju se oni rizici koje, prema globalnim istraživanjima, privrednici u svetu prepoznaju kao "rizike budućnosti" - one za koje se procenjuje da mogu doneti najveće štete poslovanju u narednoj deceniji.

FOTO: Goran Zlatković





Datum: 27.05.2025

Medij: Politika

Rubrika Ekonomija

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje; Dobrovoljni penzijski fond Generali; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav

Naslov: DOBROVOLJNI PENZIJSKI FONDOVI

Napomena:

Površina: 106



Strana: 10

ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ			
Вредност инвестиционе јединице на дан 23. 5. 2025.			
82500078-17			
 GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijiskifond.rs		3.763,29 RSD
 GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijiskifond.rs	16,91 EUR	1.982,17 RSD
 ДУНАВ	ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНД 011/3036-360 www.dunavpenzije.com		3.420,72 RSD
■■■ DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.844,07 RSD
■■■ DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		3.186,43 RSD
 Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.417,50 RSD
 Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen EURO FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	10,69 EUR	1.253,05 RSD





Vreme: 27.05.2025 20:41

XML

Medij: bonitet.com

Link: <https://bonitet.com/majski-brojevi-nasih-magazina-zasto-raste-trziste-neobanaka-i-challenger-banaka/>

Autori: Redakcija

Teme: Triglav osiguranje; Generali osiguranje

Naslov: Majski brojevi naših magazina: Zašto raste tržište neobanaka i challenger banaka?

1963

Majski brojevi naših magazina: Zašto raste tržište neobanaka i challenger banaka?

Vesti

27/05/2025

Redakcija

Redakcija

1 min. read

Majski brojevi "Sveta bankarstva i investicija" i „Sveta [osiguranja](#)", su na putu ka pretplatnicima.

PRETPLATA NA MAGAZIN

Iz novog broja „Sveta bankarstva i investicija" izdvajamo:

INTERVJU Bojan Vračević, predsednik Izvršnog odbora OTP Leasing

ANALIZA Inflacija i kriza evrozone pritiskaju profite

Autor: NENAD GUJANIČIĆ, glavni broker brokerske kuće „Momentum"

TEMA BROJA Znete li razliku: Rastuće tržište neobanaka i challenger banaka

AKTUELNO Kako se finansijske institucije mogu pripremiti na CBAM izazov

Autor: JELENA PEROVIĆ, ESG konsultantkinja, Deloitte

TRENDOVI Odgovorno investiranje: sinergija bankarstva i kreativne ekonomije

Autor: DR HRISTINA MIKIĆ, vanredni profesor finansija i kreativne ekonomije, Univerzitet Metropolitan u Beogradu

U FOKUSU Workforce Hub – Nova platforma na kojoj možete kreirati svoje AI agente – Things Solver

EKONOMIJA Kad kapital promeni smer

Sagovornici: Minja Bolesnikov, Ivan Đoković

Newsletter

Upišite Vašu e-mail adresu

Prijavite se

U FOKUSU Poljoprivredni krediti – Banke hrane obrt, ali ne i razvoj

Sagovornici: Aleksandar Jakovljević, ProCredit banka, Milan Prostran, agroekonomista

Majski brojevi naših magazina: Zašto raste tržište neobanaka i challenger banaka?

Iz novog broja „Sveta [osiguranja](#)" izdvajamo:

INTERVJU Dragan Filipović, predsednik IO [Generali Osiguranje Srbija](#)

TEMA BROJA [Osiguranje](#) automobila: Promene iz korena

AKTUELNO Kako da uz Ozempik ne smrša i vaš profit





Vreme: 27.05.2025 20:41

XML

Medij: bonitet.com

Link: <https://bonitet.com/majski-brojevi-nasih-magazina-zasto-raste-trziste-neobanaka-i-challenger-banaka/>

Autori: Redakcija

Teme: Triglav osiguranje; Generali osiguranje

Naslov: Majski brojevi naših magazina: Zašto raste tržište neobanaka i challenger banaka?

TRŽIŠTE Više od 45 godina iskustva – pouzdan partner u reosiguranju: Dunav Re

DOGAĐANJA Konferencija SORS 2025

KOLUMNA [Osiguranikova](#) mašta može svašta

Piše: DARKO BOŽIĆ, direktor Službe za sprečavanje otkrivanje i istraživanje prevara, Triglav

PRAKSA Nove potrebe „rađaju“ nove polise

Piše: Prof. dr VLADIMIR NJEGOMIR





Vreme: 27.05.2025 13:31

XML

Medij: bizlife.rs

Link: <https://bizlife.rs/sedma-konferencija-hr-experience-2025-fokus-na-motivaciju-angažovanost-i->

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje

Naslov: Sedma konferencija HR Experience 2025: Fokus na motivaciju, angažovanost i mentalno zdravlje zaposlenih

8241



Sedma konferencija HR Experience, u organizaciji Infostuda, održana je 26. maja u Sava Centru u Beogradu. Ovo su najbolji momenti.

0

Sedma konferencija HR Experience, u organizaciji Infostuda, održana je 26. maja u Sava Centru u Beogradu. Uz predavanja vodećih stranih stručnjaka, prisutni su pratili i CEO panel koji je omogućio da čuju šta o ovim temama misle lideri velikih kompanija na našem tržištu. Tradicionalno, važan deo konferencije je bila razmena iskustava, posebno kroz predstavljanje pobedničkih HR praksi pristiglih na konkurs "Uspešne HR priče".

Konferenciju je otvorila direktorka Infostuda, Sonja Četković koja je podsetila da već sedam godina na HR Experience dolaze svetski govornici koji svojim iskustvima i praksama obogaćuju znanja i naše naše HR zajednice.

- Promena je bilo oduvek, ali sada je najvažnija promena zapravo brzina kojom se one dešavaju. Tehnologija transformiše radna mesta, tu je veštačka inteligencija, ekonomska neizvesnost, ekološke i demografske promene, sveprisutne migracije, geopolitički sukobi i napetosti, promena vrednosti i društvena kriza u našoj zemlji... U situaciji velikih i brzih promena govoriti o zadovoljstvu zaposlenih i njihovoj motivaciji nije luksuz, već su to ključne teme za poslovanje, rekla je Sonja Četković.

Henderson: Od otkaza putem Zoom-a do stotine hiljada pratilaca

Prvi predavač bila je Li Elena Henderson (Leigh Elena Henderson), koja ima 20 godina iskustva na upravljačkim pozicijama u korporativnoj Americi, uključujući rad u pet Fortune 100 kompanija. Veliku popularnost na društvenim mrežama, gde ima stotine hiljada pratilaca, stekla je kao osnivačica i direktorka organizacije HRManifesto.

Li Elena Henderson, koja za sebe kaže da je preživela toksična radna mesta i otkaz putem aplikacije Zoom, ističe:

"Kada sam shvatila da moram da se borim da bih se na poslu osećala kao ljudsko biće, shvatila sam i da nije problem u meni nego u sistemu", rekla je ona.

Ona savetuje HR stručnjake kako da izgrade poverenje, povećaju angažovanje i motivaciju zaposlenih, ali i kako da ljude bolje povežu sa liderima, vrednostima organizacije i omoguće im da pronađu smisao u svom poslu.

"Zaposleni se suočavaju sa izgaranjem zbog obima posla, nedostatka balansa privatnog i poslovnog života i nejasnih prioriteta. Karijere im stagniraju, kultura organizacija se urušava, a kompanije se ophode prema njima sa stavom da treba da budu srećni što uopšte imaju posao, rekla je Li Elena Henderson. Ona snažno ističe da prvi prioritet za organizacije moraju da budu ljudi, te kaže da prvi fokus na koji stručnjaci za HR treba da obrate pažnju je promocija i negovanje otvorene komunikacije i poverenja, jer u prazninama koje nastaju u nedostatku informacija "buja strah".

Martin Laškolinig: Budizam na radnom mestu



**Naslov: Sedma konferencija HR Experience 2025: Fokus na motivaciju, angažovanost i mentalno zdravlje zaposlenih**

Drugi predavač na konferenciji došao je iz Austrije - Martin Laškolnig (Martin Laschkolnig) osnivač i direktor Instituta za razvoj potencijala iz Linca.

Tema Martinovog predavanja bila je "Liderstvo u burnim vremenima: Kako povećati angažovanje zaposlenih, a da ne poludite".

S obzirom da je, pored biznisa, studirao i budističku filozofiju, on je u skladu sa svojim interesovanjima najviše pažnje posvetio samoregulaciji i samoproceni menadžera, jer da bismo vodili druge prvo moramo umeti da vodimo sebe. Kao važne ose koje određuju našu samoprocenu, on izdvaja to koliko sebe smatramo vrednim i koliko smo zapravo kompetentni.

Laškolnig je naglasio važnost naše reakcije na događaje, i, citirajući čuvenog Stivena Kovija (Stephen Covey) pozvao da te reakcije biramo, jer u tom izboru je naša sloboda i naša moć.

Rezultat ne proističe iz samog događaja, već iz kombinacije događaja i našeg odgovora na njega, podsetio je Laškolnig.

Treći predavač je bio Dalibor Šumiga, osnivač i direktor biznis dizajn agencije Promosapiens. Dalibor Šumiga je govorio o uticaju koji kao što su novac, pol i okolina imaju na motivaciju i produktivnost, kao i o uticaju algoritma društvenih mreža na njihove korisnike. S obzirom na temu angažovanosti i motivacije zaposlenih, Dalibor Šumiga je svoje predavanje nazvao "Ko to tamo zeva".

CEO Panel: Šta lideri kompanija očekuju od HR-a

U okviru konferencije HR Experience održan je CEO panel na kojem je programska direktorka ovogodišnje konferencije, Natalija Pešić, rukovodilac za ljudske resurse i razvoj u A1 Srbija, razgovarala sa liderima tri velike kompanije na našem tržištu - Milanom Gospićem iz Microsofta, Draganom Filipovićem iz [Generalni osiguranja Srbija](#) i Dragomir Kostićem iz Atlantic Brands.

"Lideri su ključ za kreiranje poslovne kulture, stoga je važno da razumemo način na koji oni vode biznis ali takođe kako oni vide HR i šta očekuju od nas, rekla je Natalija Pešić.

Da je top menadžment prevashodno odgovoran za kulturu organizacije naglasio je i Dragan Filipović iz [Generalni osiguranja](#).

HR treba da opipa puls kompanije, ali, bez obzira da li smo zadovoljni ili ne motivacijom i angažovanišću zaposlenih, ključna odgovornost je na vrhu kompanije, a ne na HR-u. Ako HR posmatramo kao krvotok, a kompaniju kao ljudsko telo, onda je krvna slika ili alarm koji treba da nas upozori, ili potvrda da dobro tretiramo svoj organizam, rekao je Dragan Filipović.

O važnosti komunikacije sa zaposlenima u kompaniji, kako bi razumeli poteze rukovodstva i kako bi se povećali osećaj pripadanja, motivacija i angažovanost u organizaciji, govorio je Dragomir Kostić iz Atlantis Brands-a. Ova kompanija već deset godina istražuje zadovoljstvo zaposlenih, i pitanja koja postavljaju u ovoj anketi su se povećala sa sedam na preko četrdeset, ali se povećala i rata responsivnosti zaposlenih-. sada je 93 odsto, dok je angažovanje zaposlenih oko 85 odsto.

Kostić ističe da u Srbiji [generalno](#) nije dovoljno zaživela kultura kontinuirane povratne informacije. Kao primer važnosti komunikacije, naveo je projekat poboljšanja zaštitne opreme zaposlenih u magacinima, kada je kompanija kupila između ostalog i italijanske čizme sa posebnom zaštitom za prednji deo stopala. Iako su bili upoznati sa zaštitom na radu, tek nakon što im je posebno ukazano na razloge, opasnosti i koristi od novih čizama, kao i važnost zaštitne opreme, oni su prihvatili promenu koja je od početka bila očigledno u njihovu korist. Milan Gospić iz Microsofta naglasio je da se poslednjih deset do petnaest godina promenila i uloga HR-a u kompanijama.

"Sada ne samo da često ima i drugačije ime, već je HR sve više zaista biznis partner, a mnoge funkcije HR-a su sada timske funkcije, a u timovima je jedan od članova HR. Naravno, za HR funkcije koje su prenete lajn menadžeru, potrebna je podrška HR-a u razvijanju znanja i veština, rekao je on. Naglasio je da nije toliko važno za lidera da li funkcioniše u hijerarhijskoj ili flat strukturi, već je važno kako ispoljava svoje liderske veštine. Zaposleni ne traže savršenog već autentičnog lidera", zaključio je on.

S obzirom da je IT industrija nosilac velikih tehnoloških promena, Milan Gospić je rekao:

"Idemo u pravcu u kojem će pametni sistemi postati novi zaposleni. Zanimljivo je videti koja je uloga HR-a u tom segmentu. Ta promena dolazi, ako ne danas, već sutra i doći će svuda. Sistemi će raditi sami i raportiraće ljudima. Treba kreirati odnose između ljudi i sistema, razmišljati kako će oni funkcionisati. HR kao biznis partner biće arhitekta tih odnosa.

Pobedničke HR priče i nagrada publike kompaniji Wagen International

I ovog puta na konferenciji HR Experience posebnu pažnju je izazvao takmičarski deo projekta "Uspešne HR priče", koji je pokrenuo Infostud sa ciljem dapromoviše i nagradi pozitivne HR prakseu kompanijama koje posluju u Srbiji i regionu.





Vreme: 27.05.2025 13:31

XML

Medij: bizlife.rs

Link: <https://bizlife.rs/sedma-konferencija-hr-experience-2025-fokus-na-motivaciju-angažovanost-i->

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje

Naslov: Sedma konferencija HR Experience 2025: Fokus na motivaciju, angažovanost i mentalno zdravlje zaposlenih

Pet pobjedničkih priča se nadmetalo za specijalnu nagradu publike, koja je glasanjem na samoj konferenciji izabrala "New Wint" kompanije Wagen International, koju su predstavili Ivana Canić i Milojko Lazarević.

Ostale pobjedničke priče koje je žiri izabrao između 33 pristiglih su "Human@Center Experimentation Journey", kompanije A1, "Human Centric Inside Out", kompanije Nelt Group, "Kanu transformacija: Sinhronizovano veslanje ka izvrsnosti" i "Well-being IMPACT" kompanije Schneider Electric.

Saznajte sve o dešavanjima u biznisu, budite u toku sa lifestyle temama. PRIJAVITE SE NA NAŠ NEWSLETTER.

Izvor: BIZLife





Vreme: 27.05.2025 12:33

XML

Medij: biznis.rs

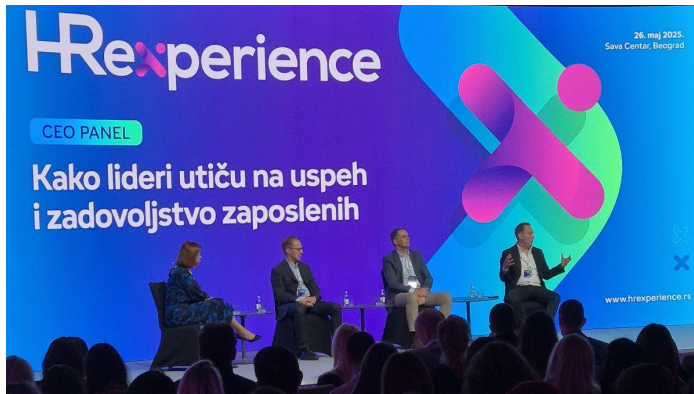
Link: <https://biznis.rs/vesti/srbija/hr-kao-biznis-partner-zadovoljstvo-zaposlenih-je-zajednicki-zadatak->

Autori: Marko Andrejić

Teme: Generali osiguranje

Naslov: HR kao biznis partner: Zadovoljstvo zaposlenih je zajednički zadatak menadžmenta i ljudskih resursa

5463



Kultura angažovanosti i zadovoljstvo zaposlenih više nisu samo zadatak HR sektora, već strateška obaveza čitavog menadžmenta, zaključeno je na CEO panelu u okviru sedme konferencije HR Experience 2025 koju je Infostud organizovao u ponedjeljak u beogradskom Sava Centru. Programska direktorka ovogodišnjeg događaja Natalija Pešić, rukovodilac za ljudske resurse i razvoj...

Pretražite

HR experience 2025: Kako lideri utiču na uspeh tima i radnu atmosferu

0

HRexperience 2025, CEO panel / Foto: Biznis.rs

Kultura angažovanosti i zadovoljstvo zaposlenih više nisu samo zadatak HR sektora, već strateška obaveza čitavog menadžmenta, zaključeno je na CEO panelu u okviru sedme...

Kultura angažovanosti i zadovoljstvo zaposlenih više nisu samo zadatak HR sektora, već strateška obaveza čitavog menadžmenta, zaključeno je na CEO panelu u okviru sedme konferencije HR Experience 2025 koju je Infostud organizovao u ponedjeljak u beogradskom Sava Centru.

Programska direktorka ovogodišnjeg događaja Natalija Pešić, rukovodilac za ljudske resurse i razvoj u A1 Srbija, razgovarala je sa liderima tri velike kompanije na našem tržištu - Milanom Gospićem iz Microsofta, Draganom Filipovićem iz [Generali osiguranja Srbija](#) i Dragomir Kostićem iz Atlantic Brands.

"Lideri su ključ za kreiranje poslovne kulture, stoga je važno da razumemo način na koji oni vode biznis, ali takođe i kako oni vide HR i šta očekuju od nas", istakla je Pešić.

Sagovornici su se saglasili u stavu da uspeh kompanije u sve kompleksnijem poslovnom okruženju zavisi od toga koliko su lideri spremni da slušaju, razumeju i prilagode se potrebama svojih zaposlenih.

Iako se većina korporacija i dalje oslanja na HR timove kada je u pitanju razvoj radne kulture, diskusija je ukazala na to da HR treba da bude "krvotok" organizacije, odnosno veza između strateških ciljeva i svakodnevnih izazova na svim hijerarhijskim nivoima.

"Zadovoljstvo zaposlenih nije zadatak jedne funkcije, to je timski posao. HR je važan član tog tima, ali menadžeri, posebno takozvani srednji menadžment, moraju biti nosioci pozitivne radne klime", istaknuto je.

Učesnici su podelili konkretna iskustva - od uvođenja alata za merenje angažovanosti, preko aktivnog slušanja i komunikacije, do procesa transformacije koji zahtevaju jasan pravac i poverenje zaposlenih. Posebno je naglašena važnost doslednog sprovođenja akcionih planova koji proističu iz povratnih informacija zaposlenih, kao i uloga menadžera u kriznim situacijama.

HRexperience 2025, CEO panel / Foto: Biznis.rs

"U našoj kompaniji su danas 80 odsto novozaposlenih Milenijalci i Generacija Z, što nije bio slučaj ni približno pre desetak godina. To dramatično menja priču, dok sa druge strane oni nisu dominantni u strukturi zaposlenih. Zato mi svake dve godine preispitujemo odnos prema zaposlenima", napomenuo je Dragomir Kostić, [generalni](#) direktor Atlantic Brandsa.





Vreme: 27.05.2025 12:33

XML

Medij: biznis.rs

Link: <https://biznis.rs/vesti/srbija/hr-kao-biznis-partner-zadovoljstvo-zaposlenih-je-zajednicki-zadatak->

Autori: Marko Andrejić

Teme: Generali osiguranje

Naslov: HR kao biznis partner: Zadovoljstvo zaposlenih je zajednički zadatak menadžmenta i ljudskih resursa

On je govorio i o važnosti komunikacije sa zaposlenima u kompaniji, kako bi razumeli poteze rukovodstva i kako bi se povećali osećaj pripadanja, motivacija i angažovanost u organizaciji. Ova kompanija već deset godina istražuje zadovoljstvo zaposlenih i pitanja koja postavljaju u ovoj anketi su se povećala sa sedam na preko četrdeset, ali se povećala i rata responzivnosti zaposlenih - sada je 93 odsto, dok je angažovanje zaposlenih oko 85 odsto.

"U Srbiji **generalno** nije dovoljno zaživela kultura kontinuirane povratne informacije. Na primer, mi smo imali projekat poboljšanja zaštitne opreme zaposlenih u magacinima, kada je kompanija kupila italijanske čizme sa posebnom zaštitom. Iako su bili upoznati sa zaštitom na radu, tek nakon što im je posebno ukazano na razloge, opasnosti i koristi od novih čizama, kao i na važnost zaštitne opreme, oni su prihvatili promenu koja je od početka bila očigledno u njihovu korist", istakao je Kostić.

HR je "krvotok", ali ključna odgovornost je na vrhu kompanije

Da je top menadžment prevashodno odgovoran za kulturu organizacije naglasio je i Dragan Filipović, direktor **Generali osiguranja Srbija**.

"HR treba da opipa puls kompanije, ali, bez obzira na to da li smo zadovoljni ili ne motivacijom i angažovanosti zaposlenih, ključna odgovornost je na vrhu kompanije, a ne na HR-u. Ako HR posmatramo kao krvotok, a kompaniju kao ljudsko telo, onda je krvna slika ili alarm koji treba da nas upozori ili potvrdi da dobro tretiramo svoj organizam", rekao je Filipović.

Milan Gospić iz Microsofta naglasio je da se tokom poslednjih deset do petnaest godina promenila i uloga HR-a u kompanijama.

"Sada ne samo da često ima i drugačije ime, već je HR sve više zaista biznis partner, a mnoge funkcije HR-a su sada timske funkcije, a u timovima je jedan od članova iz ljudskih resursa. Naravno, za HR funkcije koje su prenete lažn menadžeru potrebna je podrška HR-a u razvijanju znanja i veština", rekao je on.

Naglasio je da nije toliko važno za lidera da li funkcioniše u hijerarhijskoj ili flat strukturi, već je važno kako ispoljava svoje liderske veštine jer zaposleni ne traže savršenog već autentičnog lidera, zaključio je Gospić.

"Idemo u pravcu u kojem će pametni sistemi postati novi zaposleni. Zanimljivo je videti koja je uloga HR-a u tom segmentu. Ta promena dolazi - ako ne danas, već sutra i doći će svuda. Sistemi će raditi sami i raportirati ljudima. Treba kreirati odnose između ljudi i sistema, razmišljati kako će oni funkcionisati. HR kao biznis partner biće arhitekta tih odnosa", istakao je prvi čovek Microsofta.

Pročitajte još:





Vreme: 27.05.2025 13:51

XML

Medij: biznis.rs

Link: <https://biznis.rs/vesti/srbija/fokus-na-motivaciju-angažovanost-i-mentalno-zdravlje-zaposlenih/>

Autori: Redakcija Biznis.rs

Teme: Generali osiguranje

Naslov: Fokus na motivaciju, angažovanost i mentalno zdravlje zaposlenih

5273



Sedma konferencija HR Experience u organizaciji Infostuda održana je 26. maja u Sava Centru u Beogradu. Uz predavanja vodećih stranih stručnjaka, prisutni su pratili i CEO panel koji je omogućio da čuju šta o ovim temama misle lideri velikih kompanija na našem tržištu. Tradicionalno, važan deo konferencije je bila razmena iskustava, posebno...

Sedma konferencija HR Experience 2025

0

HR Experience 2025 / Foto: Dukarica

Sedma konferencija HR Experience u organizaciji Infostuda održana je 26. maja u Sava Centru u Beogradu. Uz predavanja vodećih stranih stručnjaka, prisutni su pratili i CEO...

Sedma konferencija HR Experience u organizaciji Infostuda održana je 26. maja u Sava Centru u Beogradu. Uz predavanja vodećih stranih stručnjaka, prisutni su pratili i CEO panel koji je omogućio da čuju šta o ovim temama misle lideri velikih kompanija na našem tržištu.

Tradicionalno, važan deo konferencije je bila razmena iskustava, posebno kroz predstavljanje pobjedničkih HR praksi pristiglih na konkurs "Uspešne HR priče".

Konferenciju je otvorila direktorka Infostuda Sonja Četković koja je podsetila da već sedam godina na HR Experience dolaze svetski govornici koji svojim iskustvima i praksama obogaćuju znanja i naše HR zajednice.

"Promena je bilo oduvek, ali sada je najvažnija promena zapravo brzina kojom se one dešavaju. Tehnologija transformiše radna mesta, tu je veštačka inteligencija, ekonomska neizvesnost, ekološke i demografske promene, sveprisutne migracije, geopolitički sukobi i napetosti, promena vrednosti i društvena kriza u našoj zemlji... U situaciji velikih i brzih promena govoriti o zadovoljstvu zaposlenih i njihovoj motivaciji nije luksuz, već su to ključne teme za poslovanje", rekla je Četković.

Henderson: Od otkaza putem Zoom-a do stotine hiljada pratilaca

Prvi predavač bila je Li Elena Henderson (Leigh Elena Henderson), koja ima 20 godina iskustva na upravljačkim pozicijama u korporativnoj Americi, uključujući rad u pet Fortune 100 kompanija. Veliku popularnost na društvenim mrežama, gde ima stotine hiljada pratilaca, stekla je kao osnivačica i direktorka organizacije HRManifesto.

Li Elena Henderson, koja za sebe kaže da je preživela toksična radna mesta i otkaz putem aplikacije Zoom, ističe da je u trenutku kada je shvatila da mora da se bori da bi se na poslu osećala kao ljudsko biće, shvatila i da nije problem u njoj nego u sistemu.

HR Experience 2025 / Foto: Dukarica

Ona savetuje HR stručnjake kako da izgrade poverenje, povećaju angažovanje i motivaciju zaposlenih, ali i kako da ljude bolje povežu sa liderima, vrednostima organizacije i omoguće im da pronađu smisao u svom poslu.

"Zaposleni se suočavaju sa izgaranjem zbog obima posla, nedostatka balansa privatnog i poslovnog





Vreme: 27.05.2025 13:51

XML

Medij: biznis.rs

Link: <https://biznis.rs/vesti/srbija/fokus-na-motivaciju-angazovanost-i-mentalno-zdravlje-zaposlenih/>

Autori: Redakcija Biznis.rs

Teme: Generali osiguranje

Naslov: Fokus na motivaciju, angažovanost i mentalno zdravlje zaposlenih

života i nejasnih prioriteta. Karijere im stagniraju, kultura organizacija se urušava, a kompanije se ophode prema njima sa stavom da treba da budu srećni što uopšte imaju posao", rekla je Li Elena Henderson i istakla da prvi prioritet za organizacije moraju da budu ljudi.

Kaže da je prvi fokus za HR stručnjake promocija i negovanje otvorene komunikacije i poverenja, jer u prazninama koje nastaju u nedostatku informacija "buja strah".

Martin Laškolnig: Budizam na radnom mestu

Drugi predavač na konferenciji došao je iz Austrije. Martin Laškolnig (Martin Laschkolnig), osnivač i direktor Instituta za razvoj potencijala iz Linca, govorio je o liderstvu u burnim vremenima: "Kako povećati angažovanje zaposlenih, a da ne poludite".

S obzirom na to da je, pored biznisa, studirao i budističku filozofiju, on je u skladu sa svojim interesovanjima najviše pažnje posvetio samoregulaciji i samoproceni menadžera, jer da bismo vodili druge prvo moramo umeti da vodimo sebe. Kao važne ose koje određuju našu samoprocenu, on izdvaja to koliko sebe smatramo vrednim i koliko smo zapravo kompetentni.

Laškolnig je naglasio važnost naše reakcije na događaje i, citirajući čuvenog Stivena Kovija (Stephen Covey) pozvao da te reakcije biramo, jer u tom izboru je naša sloboda i naša moć.

Rezultat ne proističe iz samog događaja, već iz kombinacije događaja i našeg odgovora na njega, podsetio je Laškolnig.

HR Experience 2025 / Foto: Dukarica

Treći predavač bio je Dalibor Šumiga, osnivač i direktor biznis dizajn agencije Promosapiens. On je govorio o uticaju koji faktori kao što su novac, pol i okolina imaju na motivaciju i produktivnost, kao i o uticaju algoritma društvenih mreža na njihove korisnike.

S obzirom na temu angažovanosti i motivacije zaposlenih, Dalibor Šumiga je svoje predavanje nazvao "Ko to tamo zeva".

CEO Panel: Šta lideri kompanija očekuju od HR-a

U okviru konferencije HR Experience održan je CEO panel na kojem je programska direktorka ovogodišnje konferencije, Natalija Pešić, rukovodilac za ljudske resurse i razvoj u A1 Srbija, razgovarala sa liderima tri velike kompanije na našem tržištu - Milanom Gospićem iz Microsofta, direktorom [Generali osiguranja Srbija](#) Draganom Filipovićem i [generalnim](#) direktorom Atlantic Brands Dragomir Kostićem.

"Lideri su ključ za kreiranje poslovne kulture, stoga je važno da razumemo način na koji oni vode biznis ali takođe kako oni vide HR i šta očekuju od nas", rekla je Natalija Pešić.

Detaljnije o diskusiji i zaključcima CEO Panela pisali smo u posebnom tekstu .

Pročitajte još:





Datum: 29.05.2025
Medij: Nedeljnik
Rubrika: Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Generali osiguranje

Napomena:
Površina: 525



Naslov: Noć knjige

Strana: 54

NOĆ knjige

PRIČA KOJA TRAJE + 6 – 8. jun

POPUST DO

40%

BUDNI UZ KNJIGU
NOĆ KNJIGE

POKLON UZ SVAKU KUPOVINU
U KNJIŽARAMA DO ISTEKA ZALIHA

Laguna DELFI **mola laguna** **BUKMARKER** **STARWAY** **DICE ARENA** **BANCA INTESA** **SARANTIS** **bioten** **Wash & Go** **STR8** **Fino** **Henkel** **COLOUR CATCHER**

bambi **NESCAFÉ** **soMiKSOV** **DeOdon** **Dobra aviona kafa** **aleva** **Haier** **EVELINE** **TEATAR BYK** **mts** **dvorana** **Buči** **Nedeljnik** **VREME** **ura** **nova.rs** **nova** **Radar**

TOP **Novi** **JAGODNIK** **RAKOVAN** **KOMPUTERA** **KORAK21 MEDIA** **BIZLife** **freddy** **Telegraf.rs** **DOMINO** **carboogurt** **PEREKMANUSKOP** **Headline**

Akcija važi u svim Delfi knjižarama, Laguninim klubovima čitalaca u Srbiji, Crnoj Gori i Bosni i Hercegovini, kao i na sajtovima laguna.rs i delfi.rs. Kompletne informacije o manifestaciji, kao i spisak izdavača koji obezbeđuju popust, potražite na sajtovima laguna.rs i delfi.rs. Navedeni popusti ne mogu se kombinovati sa drugim akcijama i popustima. Spisak naslova na akciji potražite na kasi.





Vreme: 29.05.2025 13:00

Medij: fonet.rs

Link: <http://www.fonet.rs/ostalo/promo/36667118/najbolji-poslovni-partner.html>

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje

Naslov: NAJBOLJI POSLOVNI PARTNER

1457

Srpska asocijacija menadžera saopštila je danas da je dobitnik nagrade 'Najbolji poslovni partner' koju dodeljuje organizacija Dostignuća mladih za izuzetan doprinos razvoju preduzetničkog obrazovanja u Srbiji.

U svetu gde je sve obmana - pričati istinu je revolucionarni čin.

Džordž Orvel

KONTAKTIRAJTE NAS

13:00 29. 05. 2025.

BEOGRAD - Srpska asocijacija menadžera saopštila je danas da je dobitnik nagrade "Najbolji poslovni partner" koju dodeljuje organizacija Dostignuća mladih za izuzetan doprinos razvoju preduzetničkog obrazovanja u Srbiji.

Nagrada je dodeljena za program "Menadžer SAM na dan" u okviru koga su učenici srednjih škola na teritoriji Srbije imali jedinstvenu priliku da, uz profesionalne menadžere, razviju ključne veštine u oblastima menadžmenta, preduzetništva i kritičkog razmišljanja.

U saopštenju se navodi da su predstavnici SAM za nastavnike i srednjoškolce održali predavanja na temevezane za razvoj organizacionih veština, timski rad, marketing, osnove finansija, a potom su se uključili u rad žirija u okviru takmičenja "Učeničke kompanije".

U program "Menadžer SAM na dan" uključile su se neke od najuspešnijih kompanija u Srbiji: Atlantic Brands, Schneider Electric Razvojni centar Novi Sad, A1 Srbija, [Generali osiguranje Srbija](#), NLB Komercijalna banka, Modna kuća "Luna", Infostud/Inspira grupa, Nestlé, Telegroup, Carnex, Vega IT, Shoppster, Smurfit Westrock Avala Ada, Milšped i Loft 19. (kraj) vbr/vt/bdr

Share:





Vreme: 29.05.2025 13:04

Medij: Fonet

Link: <http://www.fonet.rs>

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje

Naslov: NAJBOLJI POSLOVNI PARTNER

1186

NAJBOLJI POSLOVNI PARTNER

Mesto: BEOGRAD

Datum: 29.05.2025

Izvor: FoNet

Srpska asocijacija menadžera saopštila je danas da je dobitnik nagrade "Najbolji poslovni partner" koju dodeljuje organizacija Dostignuća mladih za izuzetan doprinos razvoju preduzetničkog obrazovanja u Srbiji.

Nagrada je dodeljena za program "Menadžer SAM na dan" u okviru koga su učenici srednjih škola na teritoriji Srbije imali jedinstvenu priliku da, uz profesionalne menadžere, razviju ključne veštine u oblastima menadžmenta, preduzetništva i kritičkog razmišljanja.

U saopštenju se navodi da su predstavnici SAM za nastavnike i srednjoškolce održali predavanja na teme vezane za razvoj organizacionih veština, timski rad, marketing, osnove finansija, a potom su se uključili u rad žirija u okviru takmičenja "Učeničke kompanije".

U program "Menadžer SAM na dan" uključile su se neke od najuspešnijih kompanija u Srbiji: Atlantic Brands, Schneider Electric Razvojni centar Novi Sad, A1 Srbija, [Generali osiguranje Srbija](#), NLB Komercijalna banka, Modna kuća "Luna", Infostud/Inspira grupa, Nestlé, Telegroup, Carnex, Vega IT, Shoppster, Smurfit Westrock Avala Ada, Milšped i Loft 19. (kraj) vbr/ivt





Datum: 30.05.2025

Medij: Politika

Rubrika: Ekonomija

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje; Dobrovoljni penzijski fond Generali; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav

Naslov: DOBROVOLJNI PENZIJSKI FONDOVI

Napomena:

Površina: 102



Strana: 10

ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНДОВИ			
Вредност инвестиционе јединице на дан 28. 5. 2025.			
82500078-20			
 GENERALI	Generali Basic Tel. 011/222-05-05 www.penzijiskifond.rs		3.770,09 RSD
 GENERALI	Generali Index Tel. 011/222-05-05 www.penzijiskifond.rs	16,96 EUR	1.988,95 RSD
 ДУНАВ	ДОБРОВОЉНИ ПЕНЗИЈСКИ ФОНД 011/3036-360 www.dunavpenzije.com		3.438,40 RSD
■■■ DDOR GARANT EKVILIBRIO Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		2.845,68 RSD
■■■ DDOR GARANT ŠTEDNJA Member of Prva Group	Телефон 011/3036-142 www.garant-penzije.eu		3.188,72 RSD
 Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs		3.428,33 RSD
 Raiffeisen FUTURE	Raiffeisen EURO FUTURE 011/220 71 80 www.raiffeisenfuture.rs	10,73 EUR	1.257,53 RSD



**Naslov: Penzionerske kartice u Pančevu: Od samoposluge do pozorišta**

13781



Kada stižu penzije, znaju svi. Jedan razlog je što tada stiže pomoć "gladnima" i od "baka" i "deka", ali i od "mama" i "tata". I dok ovo izaziva radost kod dece i unuka, malo više ili manje mlađi će se nervirati zbog prepunih autobusa i redova na kasama supermarketa. Ali...

Kada stižu penzije, znaju svi. Jedan razlog je što tada stiže pomoć "gladnima" i od "baka" i "deka", ali i od "mama" i "tata". I dok ovo izaziva radost kod dece i unuka, malo više ili manje mlađi će se nervirati zbog prepunih autobusa i redova na kasama supermarketa. Ali nije fer ljutiti se na penzionere koji imaju prosečnu penziju od oko 51.000 dinara jer razmislite kako biste vi željno čekali narednu isplatu da živite od tog novca. Pored toga, gužve nisu samo zbog opsedanja banaka, nego i zbog popusta koji uz penzionerske kartice važe uglavnom samo tog dana kada je isplata ili možda još sutradan. Od oko pedesetak firmi koje u Pančevu imaju sedište ili ispostavu sa popustima uz penzionerske kartice najviše je supermarketa. Popusti su od 10 do 15 odsto. Pored toga što se ne mogu zbrajati, pa treba da povedete računa da nećete dobiti dodatni popust na robu koja je već na akciji, budite matematičar pa, na primer, u prodavnicama "Idea" izračunajte da li biste možda bolje prošli uz "Super karticu" jer se popusti sa obe kartice takođe ne sabiraju. Što se tiče Pančeva, sveže meso na popustu možete dobiti samo u jednoj mesari. "Dis" neće umanjiti cenu ni za sveže voće i povrće, a ni kod koga se ne umanjuju cene ni za duvanske proizvode, dopune za mobilne telefone, novine... Razlog je što za ovu robu jednostavno ne može da postoji popust. Ali zato su u "Disu" cene za penzionere niže tokom četiri dana, u "Univereksportu" akcija traje samo dva dana, dok je "Aman" rekorder sa šest dana popusta. "Maksi" i "Tempo" spadaju u one s većim popustom, ali obratite pažnju na to da kod njih nisu izuzeti proizvodi na koje ne možete dobiti popust, nego su izuzeti ili, u prevodu, označeni proizvodi na koje možete dobiti popust. Jedina mesara koja po spisku PIO fonda penzionerima daje umanjeње cene jeste "Matijević", a gotov obrok vas može manje koštati tokom celog meseca uz "Foody". Supermarketi: - "Merkator" i "Idea": Od 7. maja u svim prodavnicama "Merkator" i "Idea organik" važi novi popust od 12% na određene proizvode. A u svim prodavnicama "Idea" i "Idea organik" važi popust od 15% u trajanju od dva do tri dana kada se isplaćuju penzije oko 10. u mesecu i oko 23. u mesecu. Popust važi za jednu kupovinu, ne važi za svu robu na popustu i ne dodaje se na sniženja uz "Super karticu", ne primenjuje se ni na akciznu robu, kao ni na artikle s konačnom cenom, a ne važi ni za sveže meso, duvanske proizvode, dnevne novine i časopise, tehniku i male kućne aparate. - "Univereksport" 10. i 25. u mesecu daje popust od 15% na svu robu osim na artikle na akciji i s konačnom cenom, kao i na sveže meso i na sve proizvode na koje ne može da se primeni popust, kao što su duvan, elektronske dopune, novine... - "Dis" svakog 10, 11, 25. i 26. u mesecu daje popust od 10% na svu robu osim na sveže meso, svežu ribu, sveže voće i povrće, ulje, šećer, brašno, hleb tip-500 od 500 grama, cigarete, novine, dopune za mobilne telefone i artikle koji su već na sniženju. - "Aman" ima 9, 10, 11, 23, 24. i 25. u mesecu popust od 10% na sve artikle koji nisu obeleženi. - "Maksi" i "Tempo" daju popust od 15%, ali samo na određene artikle, dva dana u toku nedelje isplate penzija i po jedan dan u trećoj i četvrtoj nedelji meseca. - Mesara "Matijević" daje popust od 2% na sveže meso i 5% na prerađevine i drugu robu. - "Foody" ima popust od 10% na kuvani obrok iz dnevnog jelovnika. Apoteke i zdravstvene ustanove: Pored velikih lanaca supermarketa, penzionerske kartice u najvećem broju slučajeva doneće popust u



**Naslov: Penzionerske kartice u Pančevu: Od samoposluge do pozorišta**

apotekama. Ali ovde je slika šarolika. Oni "najveći" daju niže cene samo za svoje proizvode i marke. Penzionerske kartice doneće popust i za slušne aparate "Prizme", kod firmi "Neuroth" i "Audiovox", a što se tiče naočara, tu su Optika "Zoki" i "Sani optik". Jedina stomatološka ordinacija koja ima poseban popust za penzionere je ordinacija "Jovičić", dok se laboratorijske analize mogu uraditi po nižoj ceni u laboratoriji "Biomedika". - Apoteke "Dr. Max" daju 20% popusta na sve proizvode marke "Dr. Max" i na preparate svoje galenske laboratorije. - Apoteke "Benu" daju 15% popusta na proizvode iz sopstvenog asortimana, uključujući i proizvode iz svoje galenske laboratorije, kao i na robnu marku "Livsane" uz uslov da artikli već nisu na akciji. - Apoteka "Lazarov" ima popust od 10% na lekove koji nisu na popustu, zatim na naočare i preparate za oči, obuću, uloške za inkontinenciju i "Mg 300 direkt", a 20% na probiotik "Dubiotik" i "Aehaktiv" za zglobove, kao i 50% na probiotik "Esenbak". - APP "Miralek" primenjuje popust od 10% na ceo asortiman izuzev programa za inkontinenciju i robe koja je već na akciji. - Apoteka "Lek za vek" daje 10% popusta na sve artikle koji već nisu na popustu od 7. do 13. u mesecu i 25. u mesecu. - "Vegafarma" daje popust od 5% na ceo asortiman osim na one proizvode koji su na popustu. - "Lilly Drogerie" svakog 12. u mesecu daju popust od 10% osim na lekove, dečje pelene, poklon-kartice i poklon-čestitke, kao i na robu koja je već na popustu. - Apoteka "Galen Pharm" daje popust od 30% na vitamine i minerale "Adrien Gagnon" i 20% na asortiman "Elixa". - "Phoenix Pharma" daje mogućnost korisnicima penzionerske kartice da steknu zlatnu lojaliti karticu "Betty" uz koju se ostvaruje popust od pet do pedeset odsto na osnovu trenutne ponude iz kataloga. - Optika "Zoki" daje 10% popusta za ramove za naočare. - "Prizma" ima popust od 10% na celokupan asortiman, izuzev potrošnog materijala, rezervnih delova i na stetoskope "Litman". - "Neuroth" omogućava popuste od 10% na slušne aparate i otplatu do 48 rata, kao i na pribor za održavanje aparata i opremu koja ide uz slušni aparat, zatim i besplatno testiranje sluha i probe slušnih aparata do 14 dana. - "Sani optik" daje 10% popusta za kupovinu na rate i 15% za gotovinsko plaćanje na dioptrijske okvire, dioptrijska stakla, naočare za sunce, kontaktna sočiva, tračice za naočare, baterije za slušne aparate, tečnost za održavanje naočara, slušne aparate, kao i besplatnu proveru sluha i vida i probu slušnih aparata. - "Audiovox" daje popust od 5% na slušne aparate. - Stomatološka ordinacija "Jovičić" daje 20% popusta za vađenje zuba i skidanje kamenca, 10% za plombe i lečenje i 5% za proteze, krunice i implantate. - Laboratorija "Biomedika" u Karađorđevoj daje popust od 20% za laboratorijske analize osim onih koje su ograničene maksimalnim popustom od 10% u toku cele godine. - Laboratorija "Biomedika-Pan" u Ulici Miloša Obrenovića primenjuje popust od 20% na laboratorijske analize. Tehnika, pokućstvo: A ako vam otkaže šporet ili veš-mašina, popust uz penzionersku karticu možete dobiti u "Tehnomaniji" ili u prodavnici "Dr Techno", osim na robu koja je već na akciji. Ali i ovde postoji gvint. Možda ćete veći popust ostvariti ako šporet naručite preko interneta. Ako se ne snalazite s kompjuterom, potražite pomoć - isplatiće se, jer razlike mogu biti i po nekoliko hiljada dinara. - "Tehnomanija" omogućava 20% popusta, osim na robu koja je već na popustu i na artikle na kojima piše "konačna cena". - "Dr Techno" primenjuje popust od 15%, osim na robu na akciji i na artikle obeležene sa "šok cena". - "Metalac" od 10. do 15. u mesecu ima popust od 10% na ceo asortiman posuđa "metalac", osim na artikle koji su već na popustu. - "Galerija podova" daje popust od 10% na tepihe, tapisone i dopunski asortiman. - "Bravus" omogućava 10% popusta na norveške radijatore "beha" i sušaće radijatore "bravus" i 5% popusta na elektrokotlove "tekniks" i prečišćivače vazduha "aj-kju er". Putovanja i saobraćaj: Ako biste jeftinije da putujete, možete da koristite ili voz ili avion. Doduše, za ovaj poslednji vid prevoza popusti važe samo za letove "Er Srbije". Ako koristite automobil, ponesite penzionersku karticu na pumpu NIS-a. U slučaju da neki penzioner pak uzmogne da ode i na neko putovanje, dobro će mu doći popust kod "Sabra Company", naravno ako ne nađe aranžman po još nižoj ceni kod nekog drugog koji se primenjuje za sve klijente. Jer, kao i uvek, važi zlatno pravilo - uporedite sve cene. - "Srbijavoz" daje popust od 30% na kupovinu pojedinačnih karata na blagajnama i kartomatima i još 5% na kupovinu putem interneta. U vozovima "Soko" je obavezna kupovina rezervacije od 120 dinara, a karta važi uz penzionersku karticu i lični identifikacioni dokument. - "Er Srbija" primenjuje 15% popusta na kupovinu karata na letovima "Er Srbije" prilikom kupovine u poslovnici "Er Srbije" u tržnom centru "Galerija" ili preko Kontakt centra "Er Srbije". Aerodromske takse i ostale pripadajuće takse ne podležu popustu, kao ni promotivne tarife. U slučaju kupovine preko Kontakt centra neophodno je da se na imejl pošalje skenirana penzionerska kartica i lična karta ili drugi važeći lični dokument. - NIS prilikom kupovine goriva na benzinskim pumpama "NIS-Petrol" i "Gasprom" daje 3% popusta na proizvode iz prodavnice i restorana, kao i popust od tri dinara po litru za "G-Drive Dizel" i "G-Drive 100", od dva dinara za "evrodizel", "evro premijum BMB 95", "opti dizel" i "opti benzin 95", kao i popust od jednog dinara za "opti" auto-gas i CNG metan. - "Putevi Srbije" omogućavaju 3% popusta na putarine putem uređaja za ENP putem veb-servisa za naplatu putarine. - "Sabra Company", pored otplate na šest ili dvanaest rata, omogućava i popust od 10% u toku letnje sezone na apartmanski smeštaj i 3% na hotelski smeštaj u Grčkoj, dok za Tursku i





Vreme: 30.05.2025 10:04

XML

Medij: pancevac-online.rs

Link: <https://pancevac-online.rs/410529/penzionerske-kartice-u-pancevu-od-samoposluge-do-pozorista/>

Autori: cubes d.o.o

Teme: Generali osiguranje; Wiener Stadtische osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav

Naslov: Penzionerske kartice u Pančevu: Od samoposluge do pozorišta

Italiju važi 5% popusta na hotelski smeštaj. Za kratke ture autobusom po evropskim gradovima i kružne ture, pored otplate na šest rata, omogućen je i popust od 10%, a za boravak u banjama i na planinama se daje otplate na šest rata. - "Di Mako" daje 10% popusta na tehnički pregled, na ugovore o kupoprodaji i izdavanje nalepnice. Odeća: Što se tiče odeće, vesti nisu tako dobre. Popuste daju samo prodavnice sportske odeće i obuće, u koje većina penzionera nikada i ne svraća jer skoro da nema artikla koji tamo ne košta po nekoliko hiljada dinara, tako da ni popust tu ne pomaže. - "N Sport" ima popust od 20% na obuću, tekstil i rekvizite sa oznakom "New Collection", 10% na obuću, tekstil i rekvizite iz prethodnih kolekcija koji nisu na popustu i 10% dodatnog popusta na artikle sa stopom popusta do 50% (10% se sabira sa aktuelnim popustom). Popust se ne odnosi na "autlet" prodavnice. - "Planeta sport" takođe daje 20% popusta na novu kolekciju i 10% popusta na asortiman obeležen oznakom "sniženo", osim u "autlet" prodavnicama. - "Đak" daje 20% popusta na odeću i obuću, osim na aksesoar, "premijum" i "top" modele. - "Opposite Fashion" omogućava 5% popusta na obuću koja je već snižena do 50% i 20% popusta na novu kolekciju obuće, 5% popusta na torbe koje su već snižene, kao i do 50% popusta na novu kolekciju torbi. **Osiguranje**, banke i sl: A za **osiguranje** imovine ili za putno osiguranje obavezno ponesite penzionersku karticu. Uslovi su skoro isti kod svih **osiguravajućih** kuća, dok jedini "Dunav" daje popust i na "kasko" **osiguranje**. - "Poštanska štedionica" omogućava u toku šest meseci za nove korisnike koji imaju penzionersku karticu besplatno vođenje tekućeg računa, kao i besplatne SMS poruke o novom stanju na računu, a zatim i 32% popusta za naknadu za vođenje tekućeg računa za korisnike koji promene način prijema izvoda tekućeg računa s prijema na kućnu adresu na prijem putem imejla ili na preuzimanje u banci, kao i smanjenje kamatne stope sa 15,95% na 13,95% za dinarski gotovinski kredit za refinansiranje sa **osiguranjem**, u promo periodu (rok otplate do 71 meseca). - "Tenfore" primenjuje popust od 10% na platne usluge prenosa novčanih sredstava. - "DDOR Novi Sad" daje popust od 20% na polisu **osiguranja** "Moja kućica" (imovina), 25% na polisu "Pomoć u kući i kućna nega", kao i jedan dan besplatnog **osiguranja** u okviru polise putnog zdravstvenog **osiguranja** (za putovanja od sedam do trideset dana). Popusti važe do 1. oktobra. - "Viner štedište **osiguranje**" primenjuje popust od 15% na **osiguranje** kuće ili stana i 10% na putno zdravstveno **osiguranje**. - "Đenerali **osiguranje**" takođe daje popust 15% na **osiguranje** kuće ili stana i 10% za putno zdravstveno **osiguranje**. - "Dunav **osiguranje**" daje 10% popusta na putno zdravstveno **osiguranje**, **osiguranje** pomoći na putu, kombinovano **osiguranje** kuće ili stana, **osiguranje** nenastanjenih objekata (vikendice, kuće, stanovi), kao i na **osiguranje** "Auto-kasko" i **osiguranje** "Kasko sudar". Kultura i drugo: I na kraju - kultura. Dobićete popust u knjižarama "Delfi" ako čitate, a ako spadate u one penzionere koji bi da idu i u pozorište ili na koncert, jeftiniju kartu će vam omogućiti naš Kulturni centar. Ipak, uslov je da na kartici imate bar pet bodova. A kada nešto lepo pročitate i kada se umetnički uzdignete, možda ćete poželeti da dušu i oči odmorite uz cveće u bašti i na terasi - naše "Zelenilo" penzionerima daje popust na sadni materijal ukoliko, takođe, na kartici postoji pet bodova. - "Delfi knjižare" omogućavaju 15% popusta na knjige u izdanju "Lagune". - "Službeni glasnik" daje 20% popusta na sve publikacije koje je objavio "Službeni glasnik". - Kulturni centar Pančevo za korisnike penzionerske kartice koji imaju pet bodova omogućava 30% popusta za ulaznice za predstave na večernjoj sceni, kao i za ulaznice za muzičke koncerte i koncerte u okviru festivala. - JKP "Zelenilo" za korisnike penzionerske kartice koji su skupili pet bodova daje 5% popusta na sadni materijal - Agencija za čišćenja zgrada "Fensi 013" daje 10% popusta na kompletnu ponudu. (Pančevac / N. S.) Uz popuste sa Penzionerske kartice najviše se kupuje hrana, lekovi, gorivo





Datum: 31.05.2025

Medij: Progressive

Rubrika: Analiza

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav osiguranje; Wiener Stadtische

Napomena:

Površina: 1772

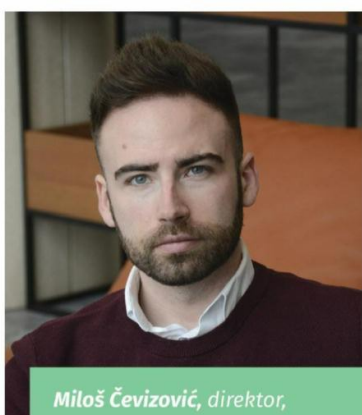


Naslov: Zašto je Employer Branding ključan za poslodavce u Srbiji 2025. godine?

Strana: 20,21,22,23

Employer Branding

Zašto je Employer Branding ključan za poslodavce u Srbiji 2025. godine?



Miloš Čevizović, direktor,
The Employer Branding Agency

U poslednjih nekoliko godina, tržište rada u Srbiji se suštinski promenilo. Sve više kompanija oseća manjak kvalitetnih kadrova, dok kandidati - naročito oni mladi i visokoobrazovani - sve češće biraju gde žele da rade ne samo na osnovu plate, već i vrednosti koje kompanija živi, načina na koji komunicira i odnosa koji gradi prema zaposlenima. Employer Branding, nekada 'nice to have', postaje jedan od ključnih stubova poslovanja svakog ozbiljnog poslodavca u Srbiji.

U ovom tekstu pokušaću da iz ugla agencije koja se svakodnevno bavi Employer Brandingom na domaćem tržištu podelim najvažnije uvide i preporuke za kompanije koje žele da se pozicioniraju kao poželjan poslodavac.

Šta se menja na tržištu rada u Srbiji?

Srbija više nije 'zemlja jeftine radne snage' u očima sopstvenih građana. Tehnološki sektor, outsourcing industrija, ali i rast plata u maloprodaji, logistici i proizvodnji - doveli su do toga da se radnici sve češće pitaju: "Zašto bih radio baš ovde?". A odgovor na to pitanje sve češće zavisi od percepcije koju kompanija ima kao poslodavac. Gledate oglase, instagram profile, pratite LinkedIn, TikTok videe, i na osnovu onoga što vidite i osećate odlučujete kome da date šansu. U tom procesu, brend poslodavca postaje vaš glavni adut.

Trendovi u Employer Brandingu na srpskom tržištu

■ Autentična komunikacija

Kandidati više ne veruju šablonskim tekstovima tipa "Mi smo dinamična kompanija sa pozitivnom radnom atmosferom". Žele da vide prave ljude, njihove priče, radna mesta, interno okruženje. Domaće kompanije koje su to shvatile danas uživaju reputaciju koja privlači najbolje talente.

■ Zaposleni kao najmoćniji kanal komunikacije

Kada zaposleni iskreno preporučuju kompaniju, to ima neuporedivo veću težinu nego bilo koji spoljni oglas. Zato je važno graditi interne ambasadore, podsticati ih da dele iskustva, i prepoznati ih kao deo Employer Branding strategije.

■ Fokus na dobrobit zaposlenih, ali stvarno

Standardni benefiti i gym članstvo više nisu diferencijator. Ljudi žele podršku mentalnom zdravlju, fleksibilno radno vreme, empatiju kad im je teško i razvoj kada im je stalo. U Srbiji, kompanije koje uvedu 'dane bez sastanka', realnu fleksibilnost (ne samo na papiru) i programe ličnog razvoja, imaju konkretnu prednost u zadržavanju zaposlenih.

■ Brend poslodavca kao zajednički zadatak HR-a, marketinga i top menadžmenta

Employer Branding više nije zadatak jednog HR menadžera. Potrebna je sinergija između tima koji zna da piše i komunicira, HR-a koji poznaje ljude i procese, i lidera koji razume koliko je reputacija važna za privlačenje i zadržavanje kadra.

Istraživanje - osnova svake dobre EB strategije

Kompanije koje ne slušaju sopstvene zaposlene prave kampanje za idealne kandidate koji zapravo ne postoje. Zato uvek polazimo od podataka. Mi u The Employer Branding Agency pored individualnih internih i eksternih EB istraživanja koje radimo za naše klijente, sprovodimo svake godine i istraživanje 'Top 100 Employer Branding Srbija' - nacionalno istraživanje o percepciji poslodavaca na domaćem tržištu. Anketiramo hiljade kandidata i zaposlenih iz različitih sektora i gradova, i otkrivamo koji su to poslodavci u Srbiji zaista prepoznati kao poželjni - i zašto. Ono što ovo istraživanje izdvaja jeste to što pruža ne samo rangiranje, već i dubinsko razumevanje šta danas zaista privlači ljude - kroz EVP (Employer Value Proposition) attribute, stil vođenja, prilike za razvoj i reputaciju u





Datum: 31.05.2025

Medij: Progressive

Rubrika Analiza

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav osiguranje; Wiener Stadtische

Napomena:

Površina: 1772



Naslov: Zašto je Employer Branding ključan za poslodavce u Srbiji 2025. godine?

Strana: 20,21,22,23



The Employer Branding Agency

lokalnoj zajednici. Kompanije koje aktivno prate rezultate istraživanja i revidiraju svoju EB strategiju na osnovu stvarnih uvida beleže veći broj prijava, bolji kvalitet kandidata i manju stopu odustajanja u toku procesa zapošljavanja.

Kako graditi Employer Branding u Srbiji u 2025?

■ Počnite iznutra

Nijedna kampanja ne može da sakrije lošu atmosferu. Napravite interni 'Employer Branding audit' - šta vaši zaposleni stvarno misle o vama? Kako se osećaju? Gde ste jaki, a na čemu treba da radite?

■ Definišite EVP

To je vaša suštinska ponuda zaposlenima - ne samo plata i bonusi, već i kultura, način vođenja, fleksibilnost, razvoj, ljudi. U Srbiji, kompanije koje jasno komuniciraju svoj EVP (na sajtu, u oglasima, u onboardingu) beleže čak 2 puta više prijava za iste pozicije.

Želite da saznate detaljno kako vas tržište vidi ili vam treba pomoć oko EB strategije?

Kontaktirajte nas preko sajta
www.employer-branding.rs ➡
ili direktno na
partners@employer-branding.rs



■ Aktivirajte svoje ljude

Pokrenite program od zaposlenih koji žele da budu EB ambasadori. Obučite zaposlene kako da dele svoja iskustva, a da se ne oseća izveštačenost. Neka sami predlažu teme. To podiže ponos, motivaciju i organsku vidljivost.

■ Radite kontinuirano, ne kampanjski

Employer Branding nije kampanja od tri meseca, već ozbiljan dugoročan proces. Merite efekte - broj prijava, kvalitet kandidata, fluktuaciju, aktuelno zadovoljstvo postojećih zaposlenih

i na osnovu toga prilagođavajte strategiju.

Employer Branding u Srbiji više nije priča za 'IT firme i velike korporacije'. Danas ga jednako grade proizvodne kompanije, domaći trgovinski lanci, startapovi i ostala preduzeća. Razlika između prosečnog i odličnog poslodavca jeste u tome kako je percipiran - spolja i iznutra.

U vremenu kada svi jure isti talenat, vaš imidž kao poslodavca je ono što odlučuje da li će kandidati ići ka vama ili vas zaobići. A to nije luksuz - to je preduslov rasta. ➡





Datum: 31.05.2025

Medij: Progressive

Rubrika: Analiza

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav osiguranje; Wiener Stadtische

Naslov: Zašto je Employer Branding ključan za poslodavce u Srbiji 2025. godine?

Napomena:

Površina: 1772



Strana: 20,21,22,23

Employer Branding



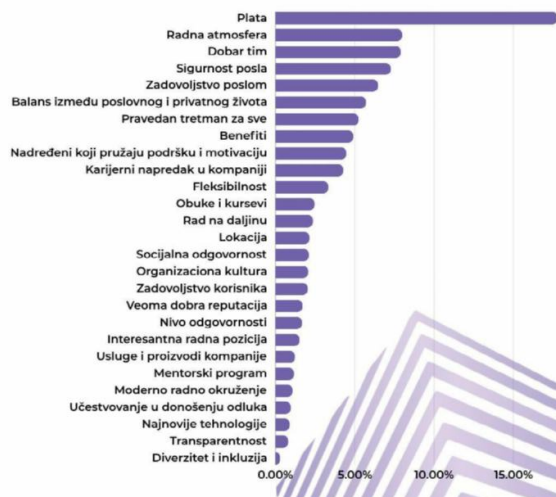
The Employer Branding Agency je četvrtu godinu zaredom sproveo nezavisno sveobuhvatno istraživanje najboljih brendova poslodavaca na teritoriji cele Srbije.

Cilj istraživanja je da se prepoznaju najbolji brendovi poslodavaca iz svih segmenata privrede kako bi im se odalo priznanje, istakao njihov značaj i kako bi se podstakli drugi poslodavci da ulažu i unapređuju svoje EB prakse.

Takođe, drugi značajan cilj je da se dođe do najsvežijih informacija sa tržišta rada Srbije kako bi poslodavci mogli da prilagode svoje aktivnosti u skladu sa aktuelnim tržišnim uslovima.

Istraživanje se vršilo od 01.08. do 24.10.2024. Ovom prilikom uzorak je obuhvatio gotovo 5.000 ispitanika, radno sposobno stanovništvo starosti od 18 do 65 godina, na teritoriji cele Republike Srbije.

Osobine poželjnog poslodavca



Upravo rezultati ovog istraživanja prenose najaktuelnije stanje na tržištu rada kao i mišljenje javnosti Srbije o najpoželjnijim poslodavcima, odnosno reputaciju koju su poslodavci stekli kod opšte populacije. Mišljenje javnosti predstavlja zbir utisaka o internom i eksternom brendu poslodavca (opšta reputacija, želja da budu deo njihovog tima, utisak koji su ranije stekli o poslovanju kompanije i njenom odnosu prema zaposlenima) koje je javnost mogla da stekne na osnovu opšte informisanosti.

Istraživanje se sastoji od dva dela, prvi su reputacije poslodavaca, a drugi se odnosi na trendove i trenutno stanje na tržištu rada Srbije što uključuje:





Datum: 31.05.2025

Medij: Progressive

Rubrika: Analiza

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje; DDOR / DDOR Novi Sad; Dunav osiguranje; Wiener Stadtische

Napomena:

Površina: 1772



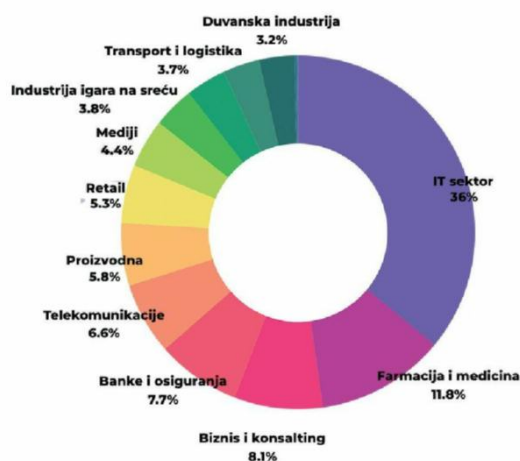
Naslov: Zašto je Employer Branding ključan za poslodavce u Srbiji 2025. godine?

Strana: 20,21,22,23



The Employer Branding Agency

Najpoželjniji sektor za rad



Među ispitanicima najveći broj je onih koji se bave administrativnim/operativnim poslom (40,8%), zatim onih koji su na svom prvom zaposlenju ili praksi (18,8%), asistenata je 17,6%, specijalista 13,1, a menadžera 7,5%.

- predloge kandidata za poboljšanje trenutnog poslodavca,
- razloge zašto su zadovoljni na trenutnom poslu i zašto ne žele da ga promene,
- benefite koje im trenutno obezbeđuje poslodavac,
- informacije o najpoželjnijem sektoru za rad,
- izvore informisanja o poslodavcima koje kandidati koriste trenutno,
- kriterijume na osnovu kojih biraju buduće poslodavce i smatraju ih poželjnim,
- benefite i pogodnosti koje poslodavac treba da ponudi da bi ih zadržao,
- benefite koje imaju a da nemaju drugi poslodavci,
- minimalnu platu za koju bi radili,
- i još dosta uvida u trenutno stanje na tržištu rada...

Ispitivanje se sprovodilo u onlajn formatu. U zatvorenom tipu pitanja su bili ponuđeni svi najveći poslodavci iz te industrije sa opcijom dodavanja ličnog izbora, time je obuhvaćena cela privreda, odnosno svi vodeći poslodavci u Srbiji - stoga finalna rang lista predstavlja Top 100 od skoro 450.000 poslodavaca u Srbiji. U svim pitanjima je bila uključena opcija 'shuffle', kako bi se izbegao nasumičan izbor. Drugi segment istraživanja sadrži set otvorenih pitanja gde su ispitanici mogli da iznesu svoje mišljenje i stavove o prethodnonavedenim temama. 🗨





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

Rubrika: Vesti

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 3489



Naslov: Dragan Filipović **Dirigujem vrhunskim orkestrom**

Strana:





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

Rubrika Vesti

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 3489



Naslov: Dragan Filipović **Dirigujem vrhunskim orkestrom**

Strana:





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

Rubrika Vesti

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 3489



Naslov: Dragan Filipović **Dirigujem vrhunskim orkestrom**

Strana:



I N T E R V J U

Dragan Filipović,

PREDSEDNIK IO GENERALI OSIGURANJA

Dirigujem vrhunskim orkestrom

Svoju ulogu lidera u kompaniji vidim kao ulogu dirigenta, koji predvodi grupu odličnih umetnika – individualaca. Cilj dirigenta je da im pomogne da odsviraju vrhunsku melodiju. A preduslov za to je da mu muzičari veruju. Tako nastaje melodija od koje publici zastaje dah. Ili posao koji obara sve rekorde. CEO Generali Grupe nedavno je izjavio da Grupa nikada nije bila jača nego danas, a ja bih dodao da će biti još jača kada realizujemo aktuelni strateški plan

🗣 Razgovarala: VESNA LAPČIĆ





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

Rubrika: Vesti

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 3489



Naslov: Dragan Filipović Diriguje vrhunskim orkestrom

Strana:

INTERVJU

DRAGAN FILIPOVIĆ, PREDSEDNIK IO GENERALI OSIGURANJA

“

GENERALI OSIGURANJE JE USVOJILO NOVU TROGODIŠNJU strategiju poslovanja – Lifetime Partner 27: Driving Excellence.

To je ujedno bio povod da Dragana Filipovića, predsednika IO Generali Osiguranje Srbija pitamo koji su ciljevi postavljeni, kakav će Generali biti na kraju 2027, te šta sve planiraju da urade tokom tog perioda.

„Naša strategija je usmerena na izvrsnost u svemu što radimo, sa jasnom vizijom da budemo Lifetime Partner našim klijentima. To znači da ne nudimo samo proizvode, već dugoročno partnerstvo koje donosi vrednost – ekonomsku, finansijsku i društvenu.

Oslanjamo se na snagu naše osnovne delatnosti – osiguranje i upravljanje imovinom – i širimo je kroz snažnu distributivnu mrežu i najnaprednije tehnologije. Ali ono što nas zaista izdvaja je naš ljudski dodir – stručni i posvećeni ljudi, koji uz podršku veštačke inteligencije i podataka, pružaju vrhunsko korisničko iskustvo“, kaže Dragan Filipović na početku razgovora.

Šta su konkretni prioriteti i temelji strategije i kako će Generali izgledati te 2027?

Ključna reč nove trogodišnje strategije Generali Grupe je izvrsnost. Naš prioritet je unapređenje izvrsnosti u tri aspekta: prvi je odnos sa klijentima, kroz relevantna, digitalno podržana rešenja koja će unaprediti korisničko iskustvo; zatim inovacije i tehničke performanse kompanije uz konkurentni rast i na kraju operativni model koji će nam uz ekspertizu koju imamo doneti efikasniju organizaciju i veću produktivnost.

Da bismo ostvarili ovakav plan postavili smo tri strateška temelja. U osnovi svega je snaga ljudi, kontinuirani razvoj njihovih veština, podržavanje znanja, ali i različitosti. Rast će biti vođen razvojem veštačke inteligencije i korišćenja podataka, koji nam daju sasvim nova oruđa u svakoj industriji, pa i u oblasti osiguranja. A sve što radimo biće zasnovano na održivosti, jer želimo da minimalizujemo uticaj na životnu sredinu i da jačamo otpornost različitih zajednica.

Verujemo da dugoročni uspeh dolazi onda kada istovremeno donosite vrednost – za klijente, za društvo i za planetu.

U planu je i investiranje tri milijarde evra u spajanja i akvizicije. Ništa od ovoga ne bi bilo moguće da u prethodnim godinama nismo ispunili i premašili strateški plan za period do 2024. godine i postali vodeća globalna kompanija u oblasti osiguranja i upravljanja imovinom.

CEO Generali Grupe nedavno je izjavio da Grupa nikada nije bila jača nego danas, a ja bih dodao da će biti još jača kada realizujemo aktuelni strateški plan. To je odgovor na pitanje kako će izgledati Generali Srbija u 2027. godini.

Šta vi detektujete kao potencijalno najveće izazove u tom trogodišnjem periodu, globalno i u Srbiji?

Najveći globalni izazov ne samo za industriju osiguranja, već i za celokupnu ekonomiju biće geopolitičke tenzije i potresi, koji se ne smiruju već nekoliko godina. Zapravo pojavljuju se novi rizici. Oni direktno utiču na opreznost i određenu vrstu zatvorenosti kod klijenata, koji tada radije biraju da čuvaju novac kod sebe, zbog neizvesnosti koja ih okružuje, nego da ga troše i investiraju.

Izazov za osiguravajuće kuće su i sve prirodne katastrofe, posebno poplave, zemljotresi i superćelijske oluje, koje su češće i razornije nego ranije, verovatno i zbog čovekovog uticaja na životnu sredinu. U takvoj situaciji biće važno napraviti dobar balans između cene i osiguravajućeg pokrića i rizika koji klijent preuzima.

Naša industrija mora da insistira na tome da upravo osiguranje jača otpornost čitave zajednice u turbulentnim vremenima. Kada su sve jači klimatski, politički i ekonomski rizici osiguranje nije trošak, već najbolji način da zaštitimo poslovni interes, porodicu i sopstveni život.

“**Ključ našeg uspeha su ljudi. Digitalizacija nam daje ogroman prostor za rad, veštačka inteligencija otvara perspektive o kojima smo mogli samo da sanjamo, ali čovek je onaj koji pravi razliku. Pobeđiće onaj ko razume potrebu klijenta, ko iskoristi tehnologiju na pravi način**”

Osiguravajuća industrija u Srbiji takođe trpi uticaj učestalih prirodnih katastrofa, ali i odsustva svesti o potrebi osiguranja kod velike većine građana naše zemlje. Nažalost Srbija zaostaje za drugim nacionalnim tržištima po ukupnoj premiji osiguranja po glavi stanovnika, posebno u segmentu životnih osiguranja.

Izazov može da predstavlja i inflacija veća od projektovane, ali se nadam da se to neće desiti i da ćemo u narednom periodu imati inflaciju u planiranim okvirima.

Kako je Generali Srbija poslovalo u prošloj godini, da li su postignuti svi zacrtani ciljevi? U čemu ste bili izuzetni, a gde je moglo bolje, iz vašeg ugla?

U 2024. Generali Osiguranje Srbija ostvarilo je najbolje rezultate u prethodne tri godine. Lideri smo na tržištu životnog i zdravstvenog osiguranja, a drugi u neživotnom osiguranju. U zdravstvenom osiguranju, gde smo dugogodišnji lideri, dostigli smo čak 35 odsto tržišnog učešća, istovremeno inovirajući svoju ponudu – u prošloj godini plasirali smo novu Advance-Care platformu. Rasli smo u osiguranju od autoodgovornosti i osiguranju domaćinstva. Zadovoljni smo načinom na koji smo upravljali imovinom i generisali profit.

Stav kompanije, a i moj lično je da koliko god dobro radiš, uvek nešto može bolje. Očekivali smo bolje rezultate u imovinskom i životnom osiguranju i na tome ćemo raditi u narednom strateškom ciklusu. Prilagodavamo se tržištu, jer u Srbiji tradicionalno dominiraju neživotna osiguranja, za razliku od razvijenih zemalja Zapadne Evrope gde su životna osiguranja odavno preuzela primat.

Od početka godine se vodi polemika o uticaju društveno-političkih okolnosti na biznis. Na izmaku smo petog meseca ove godine. Kakvo je poslovanje Generali Srbija u prvim mesecima?

U prva četiri meseca ove godine imamo odlične poslovne rezultate i nastavili smo trend rasta. Naravno da i mi, kao i celokupna ekonomija, osećamo posledice političke nestabilnosti u kojoj živimo već više od šest meseci. Takvo stanje otežava poslovanje, ali mi se zaista trudimo da u svakodnevnom razgovoru sa klijentima nademo rešenja koja će im biti od koristi i





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

Rubrika: Vesti

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 3489

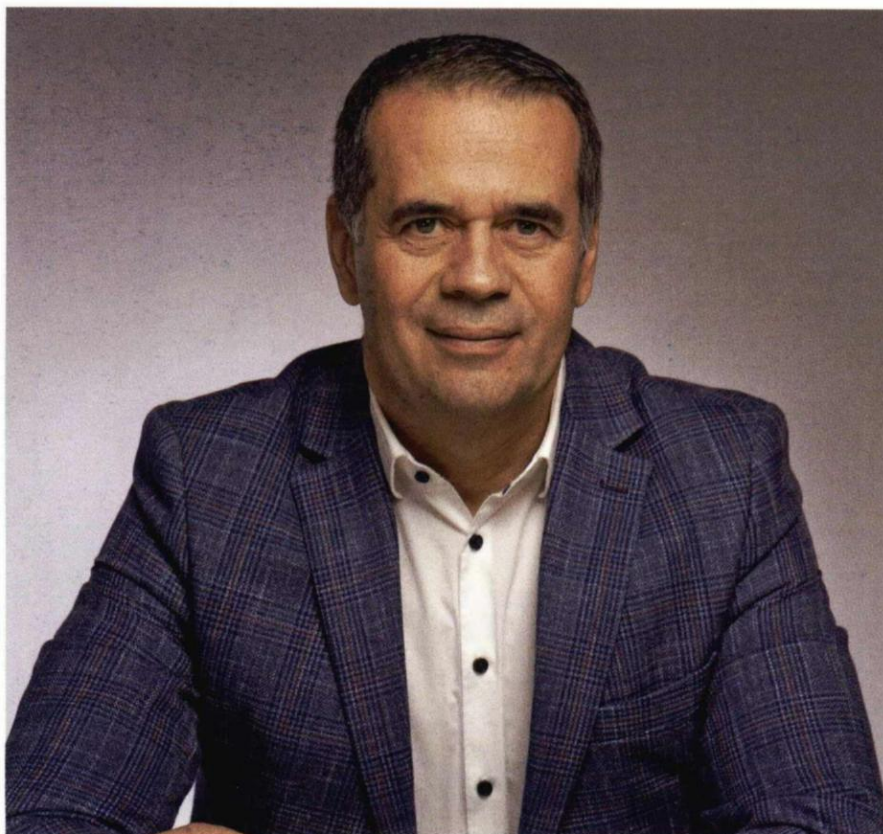


Naslov: Dragan Filipović Dirigujem vrhunskim orkestrom

Strana:

DRAGAN FILIPOVIĆ, PREDSEDNIK IO GENERALI OSIGURANJA

INTERVJU



obezbediti im mirne snove. Što je na kraju dana i najvažnije. Za sada u tome uspeavamo – sve zasluge idu timu na čijem se čelu nalazim.

Postoji li nešto što biste označili kao posebno problematično na tržištu u Srbiji?

Najveći problem u našoj industriji već godinama je Zakon o obaveznom osiguranju motornih vozila, koji nije usklađen sa evropskom regulativom i onemogućava da krajnji korisnici polisa dobiju povoljniju cenu osiguranja. Tržiše autoodgovornosti nije dovoljno liberalno i u toj oblasti značajno zaostajemo za razvijenijim zemljama regiona i Evrope.

Tradicionalan problem je i status životnih osiguranja. U mnogim evropskim zemljama uvedeni su poreski podsticaji za osiguranja. Svest građana je na daleko višem nivou, što kao rezultat daje da čak 70 odsto tržišta u Evropi čine životna osiguranja, a neživotna 30. Kod nas je taj odnos obrnut. U Evropi osigurano je oko 80 odsto poljoprivrednog zemljišta, a kod nas svega 20 odsto. Nedovoljno razumevanje

šta uopšte znači osiguranje i koliko je značajno i za pojedinca i za nacionalnu ekonomiju veliki je problem industrije osiguranja, ali i prilika za neki budući rast.

Kada govorimo o osiguranju – kako vidite perspektivu osiguranja od odgovornosti, kako opšte tako i menadžerske jer se u poslednje vreme neretko govori o odgovornosti ne samo pojedinaca nego i kompanija?

Osiguranje od odgovornosti je oblast koja ima veliki i stabilan rast, očigledno sa dobrim razlogom. Sve češća je situacija da se na odgovornost pozivaju najrazličitije grupe građana, mogu to biti menadžeri, ali i poslodavci u odnosu prema zaposlenom, profesije poput lekara, advokata i drugih, ali i svaki građanin koji nehotice može naneti štetu drugoj osobi.

Procena je da se na globalnom nivou tržišne osiguranja od odgovornosti približilo granici od 300 milijardi američkih dolara. Sa procenjenim rastom od 5,5 do 6,5 odsto moglo bi ubrzo da dostigne i celih 500 milijardi za manje od jedne decenije.

Postoje li još neke oblasti u kojima vidite perspektivu većeg razvoja osiguranja?

Postoji izreka koja kaže da medalja ima dve strane. Tako i u osiguranju, sa jedne strane vidimo slabost u činjenici da mi kao narod nekako živimo od danas do sutra. Nismo skloni da planiramo dugoročno, da ulažemo sa oprezom i da razmišljamo unapred. To ne pogoduje industriji osiguranja. Sa druge strane upravo ova nerazvijena svest krije u sebi veliki potencijal, ako uspemo da probudimo razumevanje i interesovanje građana. Zato postoji veliki prostor za rast u sajber osiguranju, osiguranju poljoprivrede, domaćinstava, imovine pojedinaca, malih i srednjih preduzeća, kao i životnim osiguranjima i dobrovoljnim penzijskim fondovima.

Krajem prošle godine je saopšteno da odobravate 10 odsto popusta za osiguranje domaćinstva koja imaju potvrdu o energetske efikasnosti. Da li mislite da će osiguravači sve više uzimati u obzir elemente koji pozitivno utiču na smanjenje klimatskih promena?

Zelena agenda nije budućnost, već odavno sadašnjost našeg poslovanja i to važi i za Generali Osiguranje Srbija. Strategija održivog poslovanja cele Generali Grupe je da svoju odgovornost pokazuje u četiri uloge: kao poslodavac, osiguravač, investitor i građanin. Dakle, cilj nije da se samo mi ponašamo odgovorno prema društvu i prirodi, na primer smanjenjem karbonskog otiska, već i da svoje partnere i klijente savetujemo i motivišemo da se ponašaju na isti način. Tako se širi misija smanjenja štetnog uticaja na životnu sredinu.

Siguran sam da će uticaj zelene agende biti sve veći u finansijskom sektoru i da će sve veći broj proizvođača i benefita biti formiran tako da favorizuje odgovornost prema okolini, a da obeshrabruje neodgovoran odnos prema prirodnim resursima.

Generali Srbija uvodi sve više onlajn servisa. Da li su ti servisi i dalje više unapređenje korisničkog iskustva postojećih klijenata ili dolazi vreme kada oni mogu imati uticaj i na sam rast prodaje?





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

Rubrika: Vesti

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 3489



Naslov: Dragan Filipović Dirigujem vrhunskim orkestrom

Strana:

INTERVJU

DRAGAN FILIPOVIĆ, PREDSEDNIK IO GENERALI OSIGURANJA

Mi gradimo osiguranje koje u potpunosti odgovara na potrebe klijenata. Potrebe se odnose na proizvode koje im nudimo, ali i na način kako međusobno saradujemo. U tom smislu nema nikakve dileme da je budućnost u onlajn uslugama, koje su brže, udobnije i jeftinije za naše korisnike.

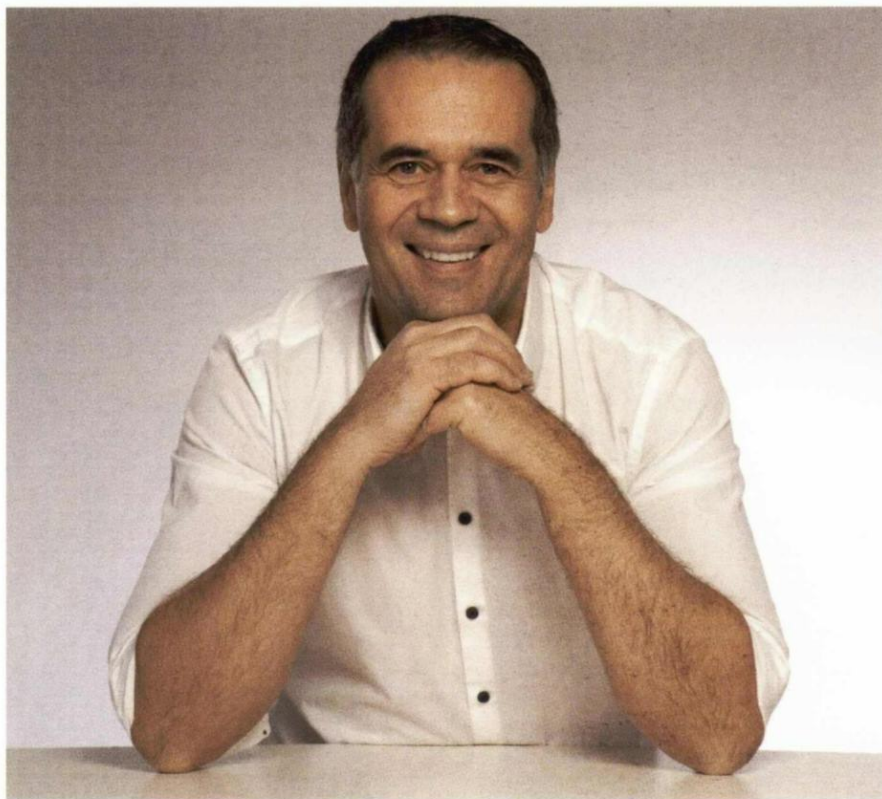
Sa druge strane digitalizacija otvara neslućen prostor i za nas kao osiguravače. Nekada nam omogućava uštede, ali, što je mnogo važnije, daje nam mogućnost da stvaramo nove proizvode i da na potpuno drugi način komuniciramo sa klijentima. Generali Osiguranje napravilo je ogromne korake u ovom pravcu, osiguranje u poljoprivredi je u potpunosti automatizovano, zdravstveno osiguranje se realizuje preko specijalne platforme. To su temelji koji nam daju pravo da sa velikim optimizmom gledamo na rast i poslovanje u budućnosti.

Jedan od elemenata Vaše strategije jeste „Ljudi kao pokretač“. S jedne strane su digitalizacija i automatizacija koje su takođe jedan od najvažnijih elemenata Generali strategije, s druge strane su ljudi. Ko su pokretači današnjeg poslovanja: ljudi ili roboti?

Kako to gledate u vašoj kompaniji?

Ključ našeg uspeha su ljudi. Digitalizacija nam daje ogroman prostor za rad, veštačka inteligencija otvara perspektive o kojima smo mogli samo da sanjamo, ali čovek je onaj koji pravi razliku. Pobiće onaj ko razume potrebu klijenta, ko iskoristi tehnologiju na pravi način.

Zato su ljudi najveća vrednost naše kompanije. Svi mi zajedno smo gradili kompaniju, a nove generacije koje dolaze će imati odličnu bazu na kojoj će graditi buduće uspehe. Ljudi su pokretači svega, naši zaposleni su ogledalo naše kompanije i od nas zavisi percepcija koju će klijenti i javnost imati o nama. Zato je važno da u svakom trenutku pokazujemo ponašanja koja nas krasi, a ona su da budemo odgovorni, inovativni, da pokažemo empatiju i razumevanje sagovornika i da težimo jednostavnim rešenjima bez komplikacija, kako u razgovoru tako i u našim procesima. Uz naše vrednosti za koje se zalažemo, da budemo otvoreni, da vrednujemo naše ljude, da ispunjavamo obećanja i da pomažemo nesebično društvenoj zajednici u kojoj živimo, mislim da nema robota



koji to može bolje da uradi od nas samih.

Kao lider kompanije, uz naravno naše klijente, najradije se posvećujem radu sa zaposlenima. Pokretač uspeha je tim, skup pojedinaca koji misle slobodno i nemaju strah da svoje mišljenje izgovore. Tako se rađaju kreativne ideje. Ali kada donesemo odluku, onda tim mora da diše kao jedan i da svi veslaju u istom ritmu i ka istom cilju. To je ono što nas vuče napred i to je suština moje menadžerske filozofije.

Upotreba robota kod nas će uvek biti isključivo pomoć u radu i olakšavanje u obavljanju određenih poslova, a nikako zamena za naše zaposlene.

Osim toga, naša industrija se razvijala na bazi poverenja i ljudskog pristupa i kao takva će uvek ostati za određenu grupu klijenata. Mlade generacije preferiraju brzinu i jednostavnost i mi smo spremni i za njih uz maksimalnu upotrebu digitalnih rešenja i robotizacije.

Osiguravači jedan deo svoje zarade ostvaruju i kroz ulaganje, u Srbiji pre svega, u državne obveznice. Srpsko finansijsko tržište je i dalje prilično

plitko – ne nudi mnogo opcija za institucionalne investitore. Koliko Vam to na neki način „vezuje ruke“?

Čini mi se da su, barem na rečima, svi u Srbiji svesni da našoj ekonomiji nedostaju nove mogućnosti za investiranje. Ubedljiva većina štednje je u bankama, berza je nerazvijena što potvrđuju i njeni čelnici, dakle prostora za investiranje je veoma malo. A bez novih mogućnosti za ulaganje nemoguć je brži rast Srbije, koji bi omogućio da kao zemlja smanjimo zaostatak za razvijenijim državama i postanemo ekonomski ravnopravan član evropskog i globalnog društva.

Fokus osiguravajućih kompanija jeste na ulaganju u državne obveznice, prvenstveno zbog regulatornih ograničenja, ali i zato što nose manji nivo rizika u odnosu na druge vrste imovine. Svaka investicija mora da se odmeri u odnosu na rizik koji se preuzima i obaveze koje kompanija ima prema svojim klijentima. U tom smislu, veće mogućnosti za investiranje bi omogućile veći nivo diversifikacije ulaganja i kvalitetnije upravljanje rizikom celog portfolija. Do toga može doći sa daljim razvojem finansijskog tržišta u ze-





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

Rubrika: Vesti

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 3489



Naslov: Dragan Filipović **Dirigujem vrhunskim orkestrom**

Strana:

DRAGAN FILIPOVIĆ, PREDSEDNIK IO GENERALI OSIGURANJA

INTERVJU

mlji i većom ponudom instrumenata, ali i izmenom regulatornog okvira tako da se omogućući veći nivo ulaganja u inostranstvu.

Da li su Generali Srbija interesantna ulaganja u alternativne investicione fondove, što je sada omogućeno u određenom procentu?

Kao veliki institucionalni investitor, aktivno pratimo tržište i analiziramo svaku mogućnost za investiranje i dalju diversifikaciju sredstava. Postoje značajna regulatorna ograničenja koja se primenjuju na investicije osiguranja u fondove, a dodatni izazov predstavlja što je to relativno nov segment tržišta na kom posluje svega nekoliko fondova. Ipak, nastavicemo da pratimo razvoj i poslovanje fondova, kao i da prilagođavamo naš investicioni portfolio.

Generali Srbija je prešao i u novi prostor – da li je to i na neki način najava za inovacije u bliskoj budućnosti? Šta klijenti mogu da očekuju u narednom prirodu?

Najlepša vest u vezi sa našim novim poslovnim prostorom su veoma pozitivni utisci zaposlenih. Želimo da radno me-

sto, ne samo kao fizički prostor već kao celokupno okruženje, bude podsticajno za kreativan i kvalitetan rad. I čini mi se da smo to dobili. Nalazimo se u zgradi koja je prva u Srbiji dobila BREEAM sertifikat, što će zajedno sa standardima za sistem menadžmenta životnom sredinom i standardom za menadžment energijom, koje mi imamo, omogućiti da unapredimo poslovanje u ovim oblastima kako iz ugla merenja i kontrole, tako i novih aktivnosti u delu zaštite životne sredine.

Poslovni prostor u kojem se sada nalazimo u potpunosti ispunjava zahteve Generali grupe i ima mnogo dodatnih sadržaja za naše ljude, restorane, kafeterije, fitness centar, zelene površine (bašta), itd.

Kancelarije smo opremili i dizajnirali tako da podstiču saradnju i otvorenost i čak 33% od zakupljenog kancelarijskog prostora je predviđen za saradnju i druženje. Na svakom spratu imamo moderne kuhinje, zone za druženje sa različitim sadržajima, kao što su pikado, stoni tenis, stoni fudbal i play station. Zaposleni se okupljaju kako zbog takmičenja, druženja tako i zbog kulinarskih izazova koje redovno organizuju. Prostor je prilagođen uslovima savremenog hibridnog

rada sa postojanjem tih zona u kojima ljudi mogu da se izdvoje.

Moje i kancelarije članova Izvršnog odbora su na raspolaganju zaposlenima za lično korišćenje i sastanke.

Inovacije se za nas podrazumevaju. Kao što smo i do sada često prvi donosili novosti na tržište, tako želimo da nastavimo i ubuduće. Planiramo dodatne inovacije u oblasti zdravstvenog osiguranja kroz AdvanceCare platformu, Sales Force, Risking, inovacije u osiguranju poljoprivrede, komunikaciju sa klijentima kroz digitalna rešenja koja će koristiti prednosti veštačke inteligencije i ubrzati procese kako prilikom ugovaranja osiguranja, tako i prilikom prijave odštetnih zahteva i naknada. Imamo mnogo ideja i projekata koji su u toku ili koje planiramo.

Aktivni ste lično u različitim organizacijama i kao predavač, prepoznati ste kao jedan od najboljih menadžera u zemlji što dokazuju i brojne nagrade prethodnih godina. Šta je danas, u eri razvoja tehnologija koje imaju i pozitivan i negativan uticaj na zaposlene, velikih društvenih turbulencija, najvažnije da bi jedan menadžer uspešno vodio kompaniju?

Ponosan sam na sve nagrade koje smo dobili prethodnih godina, kompanija i ja lično. Raduje me, jer one potvrđuju da se zalaganje, pravičnost i iskrenost prepoznaju, a i nagrađuju. Saradnicima često kažem da je ogromna razlika između lidera i menadžera i da u glavi sebi razjasne šta žele da budu. Lider poziva „za mnom“, a menadžer kaže „napred“. Deluje isto, ali nije. Ako lider kaže „za mnom“, a kada se okrene shvati da je ostao sam i niko ne želi da ga prati, onda sam treba i da odstupi sa pozicije. Ako vidi da ga ljudi prate to znači da je kredibilnošću, ljudskošću, pravičnošću zaslužio da mu ljudi veruju i da zajedno sa njim krenu u svaku bitku. Kada to postigneš, onda si uspeo.

Svoju ulogu lidera u kompaniji vidim kao ulogu dirigenta, koji predvodi grupu odličnih umetnika – individualaca. Cilj dirigenta je da im pomogne da odsviraju vrhunsku melodiju. A preduslov za to je da mu muzičari veruju.

Tako nastaje melodija od koje publika zastaje dah. Ili posao koji obara sve rekorde.



The Human Safety Net

Aktivni ste u zajednici i kroz program The Human Safety Net – kakvi su rezultati tog programa u Srbiji?

The Human Safety Net je globalna inicijativa Generali Grupe koja se realizuje u 26 zemalja sveta sa ciljem da oslobodi potencijal porodica sa decom i izbeglica.

Odlučili smo se da strateški fokus u društvenoj odgovornosti usmerimo na program za jačanje porodica. I to radimo već sedam godina. Misija THSN u Srbiji je da oslobodi potencijal porodica sa decom uzrasta do šest godina pomažući im da unaprede roditeljske veštine kroz program „Podrška, ne perfekcija“ koji sprovodimo u saradnji sa Fondacijom Novak Đoković. Do sada smo program sproveli u 24 grada i uticali na preko 12.800 dece i roditelja. Otvorili smo i 15 centara za roditelje i sproveli mnoge druge aktivnosti za prikupljanje sredstava i širenje inicijative kroz angažovanje našeg menadžmenta, volontera, ambasadora, agenata i kompanija sa kojima sarađujemo. Pored zadovoljstva roditelja koji su pohađali radionice i istraživanja koje je pokazalo da program pozitivno utiče na promenu ponašanja roditelja, ponosni smo i na nagrade koje smo dobili od različitih institucija i medija.

Ove godine započeli smo saradnju i sa Centrom za interaktivnu pedagogiju podržavajući njihov program „Snažni od početka“. Ova saradnja će nam omogućiti da podržimo još oko 1.200 roditelja godišnje, u deset novih gradova.

Zahvalan sam svim kolegicama i kolegama, parterima, klijentima i roditeljima koji veruju u našu inicijativu, jer snaga zajednice menja sve.





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

Rubrika: Praksa

Autori: Prof. dr Vladimir Njegomir

Teme: Generali osiguranje

Naslov: Nove potrebe „rađaju“ nove polise

Napomena:

Površina: 2115



Strana:



PREGLED RAZVOJA NOVIH USLUGA OSIGURANJA

Nove potrebe „rađaju“ nove polise

U poslednjih nekoliko godina, inovacije proizvoda i povećana dostupnost podataka, kao i novi rizici, značajno su proširili spektar rešenja u komercijalnom osiguranju i proširila pokrića tradicionalnih polisa



SA RAZVOJEM RIZIKA, NASTAJU I NOVE vrste usluga osiguravajućeg pokrića. Sve nove vrste osiguranja, koje su nastale i razvijaju se, baziraju se ili

na popunjavanju praznina tradicionalnog osiguranja ili na zadovoljenje novih, identifikovanih potreba ili novih rizika. Nove vrste usluga osiguranja uključuju takaful i retakaful, mikroosiguranje, osiguranje prihoda poljoprivrednih proizvođača, parametarska ili indeksna osiguranja, osiguranja bazirana na obimu korišćenja, a potpomognuta primenom telematike i velikih podataka, „zeleno“ osiguranje ili ESG principima usaglašeno osiguranje, osiguranje sajber napada, osiguranje po zahtevu, ugrađeno osiguranje, osiguranja za nove vrste imovine i tehnologije, inovirano zdravstveno osiguranje i nastanak novog modela osiguranja – tehnosiguranja, digitalnih startapa i tehnoloških firmi, koji donose nove modele usluga, kao što su: automatizovana obrada zahteva pomoću veštačke inteligencije, digitalne platforme za upravljanje polisama, mobilne aplikacije koje nude instant pristup pokriću i informacijama.

Takaful i retakaful

Takaful i retakaful, kao Islamskim zakonima prilagođene alternative komercijalnom osiguranju i reosiguranju, razvijaju se kao deo šireg trenda razvoja islamske finansijske industrije. Usled neprilagodivosti tradicionalnih finansija i osiguranja islamskim, odnosno Šeriatskim zakonima koji zabranjuju kamatu i profit, razvijaju se islamske finansije od sredine sedamdesetih godina, a islamska varijacija tradicionalnog osiguranja i reosiguranja –



✎ Piše: Prof. dr VLADIMIR NJEGOMIR

Takaful i Retakaful, razvija se od kraja sedamdesetih godina, odnosno 1979. godine kada nastaje i prva Takaful kompanija. Smatra se da se koreni Takafula nalaze još u šestom veku u praksama plemena sa Arabijskog poluostrva uključujući praksu trgovaca iz Meke da formiraju fondove pod nazivom *hily* kako bi pomagali žrtvama prirodnih katastrofa na njihovim dugačkim trgovinskim putovanjima kao i polaganja jemstva, tzv. *daman khatr al-tariq* kako bi trgovci koji bi tokom putovanja pretrpeli gubitak uzrokovan napadima bandita, pirata ili prirodnim nesrećama mogli kompenzovati trgovci čija su putovanja bila sa srećnijim ishodom.

Iako je potreba za takafulom, varijantom tradicionalnog osiguranja i retakafulom, varijantom tradicionalnog reosiguranja, postojala i ranije, zahvaljujući snažnom ekonomskom razvoju zabeleženom pre svega u zemljama Srednjeg Istoka, koji je podstaknut visokim cenama

energenata i velikim energetske i infrastrukturnim projektima, dolazi do značajnijeg razvoja ove alternative tradicionalnom osiguranju. Navedena kretanja uticala su na povećanje bogatstva kako društava u celini tako i pojedinaca, što je dovelo i do razvijanja svesti o potrebi za osiguravajućom zaštitom, a time i do ubrzanijeg razvoja Takafula i Retakafula, kako u pogledu osnivanja lokalnih, koje inače dominiraju na tržištu, tako i veće zainteresovanosti globalnih osiguravajućih i reosiguravajućih kompanija. Osim ekonomskog razvoja, za globalne kompanije tržište zemalja Srednjeg Istoka je interesantno i zbog odsustva izloženosti većim katastrofalnim događajima čime je omogućena primena efekta diverzifikacije. Sam naziv Takaful je arapska reč koja ima sledeće značenje: „medusobno garantovati“ ili zajednička garancija. Reč Takaful izvedena je iz arapske reči *Kafala*, što znači garancija, pomoć, brinuti o tuđim potrebama. Kod Takafula nema profita, nema neizvesnosti, a jedini način organizovanja jeste osiguranje na osnovu uzajamnosti koje je slično po suštini funkcionisanja društvima za uzajamno osiguranje.

Mikroosiguranje

Mikroosiguranje je nastalo u novije vreme, ali je koncept poznat od ranije. Sam pojam mikroosiguranja relativno je novijeg datuma i vezuje se za stariji pojam – mikrofinansije. Termin se prvi put počinje pominjati u literaturi početkom devedesetih godina, a sredinom devedesetih počinje ga koristiti Međunarodna organizacija rada i UNCTAD-a. Međutim, koncept prodaje proizvoda osiguranja sa malim premijama je poznat od ranije. U Velikoj Britaniji na primer, u okviru „in-





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

Rubrika Praksa

Autori: Prof. dr Vladimir Njegomir

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 2115



Naslov: Nove potrebe „rađaju“ nove polise

Strana:

dustrijskog osiguranja života“ kompanije Prudential Life i Assurance Society tokom kasnog devetnaestog veka prodavale su polise osiguranja života na male iznose, a nedeljne premije su skupljane od vrata do vrata. U Švedskoj, osiguravajuća kompanija Folksam General Mutual (osnovao ju je kooperativni pokret), obezbeđivala je osiguranje od požara radnika sa niskim primanjima i prodavnica kooperative. U SAD je 1936. pokret kreditnih unija osnovao CUNA Mutual osiguravajuće društvo u cilju obezbeđenja grupnog životnog osiguranja za članove unija kojima su odobreni krediti. Konačno, u zemljama u razvoju poznat je slučaj kompanije La Positiva iz Perua, koja je već tokom 1988. godine nudila prve polise mikroosiguranja. Međunarodna asocijacija supervizora osiguranja (IAIS) mikroosiguranje određuje kao osiguranje kojem pristup ima populacija sa niskim prinosima, koju obezbeđuju brojne institucije, ali kojim se upravlja prema generalno prihvaćenim osiguravajućim praksama, što ukazuje da se rizicima prihvaćenim u pokriće po osnovu mikroosiguranja upravlja na principima opštevažecim u osiguranju i da se ti rizici finansiraju prikupljenim premijama.

Velik značaj razvoju mikroosiguranja dala je odluka indijskih vlasti da nudenje usluga osiguranja ruralnim i socijalnim sektorima bude obavezno za sve osiguravače i kašnivo ukoliko ne ispunjavaju tu obavezu. Zahvaljujući tome u okviru kvota indijski osiguravači obezbeđuju usluge mikroosiguranja i to životnog za šest miliona ljudi, a neživotnog osiguravajućeg pokrića za više od deset miliona ljudi. Studijom Centra za mikroosiguranje utvrđeno je postojanje i značajnijih regionalnih razlika, imajući u vidu pre svega činjenicu najveće razvijenosti poslova mikroosiguranja u Aziji. Zdravstveno osiguranje je više uobičajeno u Zapadnoj i Centralnoj Africi dok u Severnoj Africi i Srednjem Istoku gotovo da i ne postoji ponuda usluga mikroosiguranja. Centrima poslova mikroosiguranja smatraju se Brazil, Južnoafrička Republika i Indija. Studija naglašava značaj regulacije u Indiji za razvoj poslova mikroosiguranja, kao i značaj nedostataka u kanalima distribucije, odnosno nedovoljnog učešća maloprodajnih posrednika i gotovo potpunog odsustva broke-



ra što ograničava razvoj mikroosiguranja. Uključivanje komercijalnih osiguravača predstavljalo je ključnu prekretnicu u razvoju tržišta mikroosiguranja, kako u pogledu omasovljenja, tako i u pogledu raznovrsnosti proizvoda. Iako su relativno najkasnije uključeni, posle neformalnih osiguravača, nevladinih organizacija, društava uzajamne razmene i drugih oblika organizovanja, komercijalni osiguravači su uveli najveći broj novih proizvoda. Takođe, oni imaju potencijal da distribuiraju mikroosiguranje u velikom obimu što u kombinaciji sa unapređenjima u kvalitetu usluge i prepoznavanju potreba i specifičnih karakteristika tržišta može doprineti značajnijem razvoju mikroosiguranja u budućem periodu. Mikroosiguranje je efikasno i na tržištima gde postoji malo iskustva sa poslovima osiguranja, odnosno sve dok su proizvođa, procedure i polise osiguranja jednostavne, premije niske, administracija efikasna, a distribicioni kanali inovativni.

Osiguranje izgubljenih prihoda u poljoprivredi

Tradicionalno osiguranje obezbeđuje zaštitu od proizvodnih rizika poljoprivredne proizvodnje, ali ne i od cenovnih rizika i generalnog pada prihoda. S obzirom da tradicionalno osiguranje omogućava samo obeštećenje poljoprivrednih proizvođača za štete koje nastanu, što obuhvata naknadu za potrošeno gorivo, đubrivo, seme i druge troškove, dok ne obeštećuje poljoprivredne proizvođače za izgubljene prihode usled ostvare-

nja štetnog događaja. Ova činjenica bila je uzrok nastanka nove vrste osiguranja koja obezbeđuje pokriće prihoda poljoprivrednih proizvođača. U SAD nastaju usluge osiguranja prihoda poljoprivrednih proizvođača koji suštinski predstavljaju kombinaciju tradicionalnog osiguranja za sve rizike i zaštite za cenovni rizik. Za razliku od tradicionalnog osiguranja, proizvodi osiguranja prihoda se za sada javljaju samo u oblasti osiguranja useva. Zahvaljujući značajnim koristima osiguranje prihoda poljoprivrednih proizvođača brzo se razvijalo u SAD. Ova vrsta osiguranja obezbeđuje značajne koristi poljoprivrednim proizvođačima, posebno onima koji se oslanjaju na kratkoročno finansiranje useva, koje se izmiruje iz ostvarenih prihoda poljoprivredne proizvodnje. Osiguranje prihoda poljoprivrednih proizvođača omogućava poljoprivrednim proizvođačima kao i kreditorima poljoprivrednih proizvođača da će procenjeni prihodi na osnovu kojih su odobreni zajmovi u najvećoj meri biti ostvareni.

Prema saznanjima autora samo Generali osiguranje u Srbiji nudi usluge osiguranja od gubitka prihoda poljoprivrednih proizvođača, dok ostala osiguravajuća društva, kao i Generali osiguranje, nude osiguranja gubitka prinosa poljoprivrednih proizvođača u okviru tradicionalnog osiguranja useva i plodova. Generali osiguranje je u saradnji sa Swiss Re, vodećim svetskim reosiguravačem u agrobiznisu, razvilo osiguranje useva od rizika gubitka prihoda. Ovo osiguranje omogućava ugovaranje garantova-

MAJ 2025. 49





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

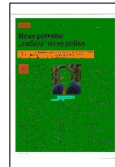
Rubrika: Praksa

Autori: Prof. dr. Vladimir Njegomir

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 2115



Naslov: Nove potrebe „rađaju“ nove polise

Strana:



PREGLED RAZVOJA NOVIH USLUGA OSIGURANJA

nog prihoda (u dinarima po hektaru) od strane Generali osiguranja, koji će sigurno biti ostvaren nakon skidanja useva, u slučaju nastanka nekog od ugovorenih prirodnih rizika ili rizika pada cene. Osiguranje prihoda pokriva razliku između garantovanog osiguranog prihoda i realizovanog ostvarenog prihoda. Osigurani slučaj je umanjeње osiguranog garantovanog prihoda zbog nastanka osiguranih opasnosti. Očekivana cena se ugovara na osnovu berzi u Parizu i Budimpešti i aktuelnih tržišnih kretanja u Srbiji. Ostvarena cena se određuje na osnovu realno ostvarene cene na Produktnoj berzi u Novom Sadu. Šteta se nadoknađuje samo ako su ispunjeni sledeći uslovi: 1) realizovani osigurani prihod je manji od ugovorenog prihoda i 2) desio se najmanje jedan od navedenih osiguranih rizika. Naknada štete se isplaćuje na osnovu razlike između garantovanog osiguranog prihoda i ostvarenog prihoda.

Spektar rešenja je proširen

U poslednjih nekoliko godina, inovacije proizvoda i povećana dostupnost podataka značajno su proširili spektar rešenja u komercijalnom osiguranju. Osiguravači sada nude polise koje pokrivaju širi raspon pretnji, izloženosti i opasnosti, uključujući i one rizike koje je ranije bilo teško osigurati. Jedno od ključnih rešenja koje je u poslednje vreme dobilo na značaju jeste parametarsko (indeksno) osiguranje. Ovo osiguranje omogućava: 1) Transparentnu i brzu isplatu štete – jer je isplata unapred definisana i ne zavisi od stvarne fizičke štete. 2) Pokriće bez fizičkog oštećenja imovine – osiguranje može isplatiti nadoknadu ako se ostvari određeni parametar (npr. količina padavina, jačina vetra ili nivo reke) čak i kada nema vidljivog fizičkog oštećenja. Parametarsko osiguranje se često koristi kada se osiguravaju: teško osigurivi fizički rizici, kao što su ekstremni vremenski događaji ili ista finansijska izloženost, gde kompanija trpi gubitke bez direktne fizičke štete. Ova rešenja donose fleksibilnost, brzinu i predvidljivost, što ih čini sve češćom temom rasprava kada se razmatraju složeni i nekonvencionalni rizici. Pokrivene nepogode u okviru parametarskog osiguranja mogu uključivati: zemljotrese, gde je parametar magnituda, tropske ciklone, gde je parametar brzina vetra ili

poplave, gde je parametar dubina vode. Ključni kriterijumi za korišćenje indeksa kao okidača za parametarsko osiguranje: 1) mora biti slučajni događaj, koji je nepredvidiv i van kontrole osiguranika i 2) mora biti moguće modelovanje, odnosno parametar koji se ugovara između osiguravača i osiguranika mora biti kvantitativno merljiv i podržan istorijskim ili naučnim modelima. Ako unapred definisani prag parametra (npr. Magnituda 7.0 ili brzina vetra od 120 km/h) bude dostignut ili premašen, osiguranik automatski stiče pravo na isplatu – bez obzira na to da li je stvarna fizička šteta utvrđena ili ne. Prednosti za osiguranika uključuju: 1) bržu isplatu naknade iz osiguranja, s obzirom da nije potreban tradicionalan proces procene štete, 2) veću transparentnost s obzirom da su uslovima jasno definisani

Osiguranje na zahtev

Poslednje dve godine donele su uspon novog trenda u osiguranju: osiguranje na zahtev. Iako je u porastu, osiguranje na zahtev i dalje čini manje od jedan odsto globalnog tržišta osiguranja. Ove fleksibilne polise omogućavaju korisnicima da aktiviraju pokriće samo kad im je potrebno – npr. prilikom iznajmljivanja automobila, korišćenja bicikla, putovanja na kratko vreme ili čak osiguravanja uređaja na nekoliko sati ili dana. Suštinski funkcioniše tako što se uključuje jednim klikom kada se kreće na putovanje, iznajmljuje automobil ili koristi skupi uređaj. Osiguravajuće pokriće može trajati nekoliko minuta, dana, odnosno sve dok se ne isključi. Prednosti za osiguranike su fleksibilnost, niži troškovi, s obzirom na to da se osiguranje plaća samo kada se koristi usluga, prilagođenost korisniku, s obzirom da je osiguranje vezano za aktivnost a ne samo za posedovanje i digitalna jednostavnost s obzirom da se osiguranje na zahtev zaključuje brzo i bez papirologije. Ovo osiguranje je primer kako se osiguranje menja sa tehnologijom i promenama u ponašanju osiguranika.

ni i 3) finansijsku sigurnost i predvidivost u slučaju katastrofa koje teško pogađaju poslovanje, ali ne izazivaju nužno direktnu fizičku štetu. Parametarsko osiguranje je posebno korisno u regionima podložnim katastrofalnim vremenskim uslovima i u industrijama koje su visoko zavisne od vremenskih i prirodnih faktora (npr. poljoprivreda, energija, turizam).

Postojanje osiguranja bazirana na indeksima, kao što su na primer vremenski indeksi ili indeksi temperature, veličine prinosa ili količine padavina u određenim geografskim oblastima, može olakšati primenu i unaprediti troškovnu efikasnost osiguranja, posebno osiguranja poljoprivrede. Osim što se obezbeđuje veća pristupačnost osiguravajućeg pokrića, primenom indeksnih osiguranja redukovana je mogućnost nastanka negativne selekcije rizika, s obzirom da naknada iz osiguranja i premija ne zavise od individualnog rizika, kao i mogućnost nastanka moralnog hazarda, s obzirom da pojedinačni osiguranici ne mogu uticati svojim ponašanjem na veličnu odštetnog zahteva niti na povećanje verovatnoće ostvarenja osiguranog slučaja. Time su eliminisane i potrebe za uvođenjem obaveznog učešća osiguranika u šteti, prisutne u tradicionalnom osiguravajućem pokriću. Zbog standardizovanosti, transparentnosti i odsustva potrebe da se procene pojedinačni rizici, niski su administrativni i transakcioni troškovi u slučaju primene indeksa. Zbog niskih administrativnih i transakcionih troškova i praktičnosti implementacije, osiguravajuće pokriće bazirano na indeksima je moguće plasirati na tržištu uz malu ili bez podrške države u vidu subvencija.

Osiguranje zasnovano na korišćenju

Osiguranje zasnovano na korišćenju omogućava da se premija osiguranja individualno uskladi sa navikama u vožnji. Za razliku od tradicionalnog pristupa, gde se procena rizika uglavnom zasniva na faktorima kao što su godine, mesto prebivališta i istorija vožnje, osiguranje zasnovano na korišćenju koristi stvarne podatke o ponašanju osiguranika u saobraćaju. „Plati kako voziš“ (PAYD) i „Plati koliko voziš“ (PHYD) polise, omogućene tehnologijama poput telematike, nude prilagodljive premije na osnovu





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

Rubrika Praksa

Autori: Prof. dr Vladimir Njegomir

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 2115



Naslov: Nove potrebe „rađaju“ nove polise

Strana:

stvarnog ponašanja vozača. Osiguranje zasnovano na korišćenju koristi tehnologiju, najčešće putem telematike ili mobilnih aplikacija, kako bi se pratili: 1. učestalost vožnje (koliko često osiguranik vozi), 2. kilometraža (koliko daleko osiguranik vozi), 3. način vožnje (nagli startovi, kočenja, skretanja), 4. vreme vožnje (vožnja noću ili u špicu), 5. korišćenje telefona tokom vožnje i drugi pokazatelji koji određuju individualan rizik. Osiguranja zasnovana na korišćenju obezbeđuju koristi i za osiguravače i za osiguranike. Za vozače – osiguranike, ova osiguranja omogućavaju ostvarenje snižene premije osiguranja i uštede novca ukoliko voze pažljivo i rede. Osiguravači dobijaju preciznije podatke o riziku, što im omogućava pravičnije određivanje cene premija osiguranja i bolje upravljanje portfeljom.

ESG i sajber polise

Polise osiguranja usaglašene sa ESG principima, ili tzv. „zelene polise osiguranja“, predstavljaju novu težnju osiguranika da razviju usluge osiguravajućeg

pokrića koje bi nudile popuste ili dodatne koristi za korisnike koji ulažu u obnovljive izvore energije kao i dodatne usluge osiguravajućeg pokrića za održive građevine, električna vozila i projekte za smanjenje emisije ugljen dioksida. Suštinski reč je o ugovorima o osiguranju koji podržavaju ili nagrađuju ponašanje osiguranika koje je ekološki održivo, društveno odgovorno i posvećeno odgovornom upravljanju.

Konkretno, nove usluge osiguranja u skladu sa ESG principima uključuju između ostalog sledeće primere: 1) popusti za vozače električnih i hibridnih vozila ili pokriće za punjače za EV vozila i delove koji nisu standardizovani; 2) u slučaju imovinskog osiguranja mogući su popusti za zgrade koje imaju solarno napajanje ili pametne sisteme za energiju i vodi kao i pokrića koja uključuju troškove rekonstrukcije na održiv način nakon štete; 3) u slučaju osiguranja poljoprivrede moguće je parametarsko osiguranje koje štiti

useve od klimatskih promena ili podrška za regenerativnu poljoprivredu i praksu očuvanja tla.

Sajber osiguranje je vrsta osiguranja koja je osmišljena da zaštiti poslovanje od pretnji digitalnog doba, kao što su curenje podataka ili zlonamerni sajber napadi na radne računare i IT sisteme. Svaka firma je odgovorna za svoju sajber bezbednost, ali u slučaju napada, posedovanje osiguravajućeg pokrića može pružiti ključnu podršku koja pomaže da se prebrodi krizna situacija i nastavi kontinuitet poslovanja. Suštinski, sajber osiguranje je specijalizovani oblik osiguranja koji pruža finansijsku zaštitu i tehničku podršku u slučaju sajber napada, bezbednosnih propusta, ili incidenta u vezi sa podacima. Rizici koji su najčešće obuhvaćeni uključuju 1) troškove sajber napada, kao što su otkupni softveri ili hakovanje mreže i servera, 2) gubitak i krađu podataka, posebno podataka klijenata ali i zaposlenih i poslovnih partnera kao i povreda GDPR-a i drugih zakona o privatnosti podataka,





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet osiguranja

Rubrika Praksa

Autori: Prof. dr Vladimir Njegomir

Teme: Generali osiguranje

Napomena:

Površina: 2115



Naslov: Nove potrebe „rađaju“ nove polise

Strana:



PREGLED RAZVOJA NOVIH USLUGA OSIGURANJA



3) troškove odgovornosti prema trećim licima, kao što su tužbe korisnika zbog povrede privatnosti, 4) operativne troškove nakon incidenta i 5) gubitak prihoda. Sajber osiguranje postaje sve važnije s obzirom na to da raste broj sajber napada, zakonodavci širom sveta uvode strožije norme za zaštitu podataka, digitalna transformacija poslovanja nakon pandemije koja je dovela do rada na daljinu kao i rada u cloud okruženju i reputacioni rizik čije ostvarenje može uzorkovati povreda podataka usled sajber napada.

Tehnopolise polise

Dinamičan razvoj informacionih tehnologija i ubrzana digitalizacija stvara nove oblike vrednosti, a sa njima i rizike. Ovi trendovi motivisali su osiguravajuća društva da razviju usluge osiguravajućeg pokrivača namenjen tehnološkom napretku i promenama u ponašanju potrošača. Osiguranja koja pokrivaju električna vozila i baterije mogu uključivati pokriće specifičnih komponenti električnih vozila, kućne punionice i infrastrukturu kao i specijalizovane procene vrednosti i popravke električnih vozila. Osiguranja namenjena dronovima i robotskim uređajima mogu uključivati pokrivača za komercijalnu i privatnu upotrebu dronova, pokrivača za fizičku štetu, gubitak uređaja i odgovornost prema trećim licima kao i pokrivača za industrijsku upotrebu. Osiguranja namenjena digitalnoj imovini i podacima mogu uključivati digitalnu opremu i baze podataka, vredne informacije i

troškove njihovog oporavka kao i sajber osiguranje. Osiguranja namenjena pokriću rizika za virtualna dobra i kriptovalute mogu uključivati osiguranje kriptovalut i digitalne imovine, gubitka zbog hakovanja, pogrešnih transakcija ili problema sa platformom. Osiguranja veštačke inteligencije i automatizovanih sistema mogu pokrивati rizike kompanija koje koriste veštačku inteligenciju, odgovornost u slučaju greške izazvane algoritmom i rizik pri korišćenju robota i autonomnih sistema. Osiguranja namenjena pokriću pametnih uređaja i Interneta stvari mogu uključivati pametne kućne sisteme, kamere i senzore, a mogu uključivati pokrivače usled oštećenja, neovlašćenog pristupa i tehničkih kvarova.

Inovacije u zdravstvenom osiguranju

Zahvaljujući unapređenjima u tehnologiji, uključujući posebno upotrebu velikih podataka, telematike i senzora, veštačke inteligencije, nosivih uređaja i promenjenog ponašanja korisnika, došlo je i do inovacija u zdravstvenom osiguranju. Inovacije u ovoj oblasti ne samo da poboljšavaju dostupnost i kvalitet zdravstvene zaštite, već i omogućavaju osiguravačima da ponude efikasnije, personalizovanije i proaktivnije usluge. Osiguranja povezana sa zdravljem osiguravanih sada uključuju: nosive uređaje koji prate fizičku aktivnost i nude popuste za zdrav način života, tehnološke alate za upravljanje dijabetesom, hipertenzijom i

drugim hroničnim bolestima, i integraciju sa telemedicinskim platformama koje omogućavaju lak pristup lekarima. Ove inovacije omogućavaju individualno prilagođene premije i ugovore o osiguranju, nagrađivanje zdravih navika, prevenciju, rano otkrivanje hroničnih bolesti, paketo osiguranje i partnerstva sa farmaceutskim i fitnes kompanijama. Zdravstveno osiguranje se kreće od reaktivnog ka proaktivnom pristupu, sa ciljem da spreči bolest umesto da je samo leči. Inovacije omogućavaju korisnicima veću kontrolu nad sopstvenim zdravljem, a osiguravačima priliku da smanje troškove i unaprede korisničko iskustvo.

Ugrađeno osiguranje predstavlja inovativan način za kompanije da integrišu relevantnu zaštitu od rizika direktno u proces kupovine svojih korisnika, omogućavajući im da uključe ili dodaju osiguranje prilikom kupovine proizvoda ili usluga. Korisnik ne mora da napušta proces kupovine, da dodatno istražuje ili da traži osiguranje zasebno, personalizovana zaštita po konkurentnoj ceni može mu biti ponuđena neprimetno, tačno tamo i onda kada mu je najpotrebnija. Umesto da se osiguranje kupuje posebno, ugrađeno osiguranje omogućava da se osiguranje automatski ponudi ili isključi kao deo transakcije, što uključuje između ostalog i sledeće primere: uz kupovinu mobilnog telefona online ponudi se i osiguranje od oštećenja ili od krađe, uz rezervaciju avionske karte dobija se putno osiguranje bez dodatnog koraka, uz iznajmljivanje automobila može se istovremeno obezbediti i osiguravajuće pokrivače od štete koje je uključeno u cenu ili uz kupovinu bicikla dolazi i osiguranje od krađe i povreda uključeno u cenu. Ugrađeno osiguranje nudi koristi i za korisnike (osiguranike) i za osiguravače kao i njihove partnere. Koristi za osiguranike uključuju: pribavljanje osiguravajućeg pokrivača bez dodatne dokumentacije i komplikovanih formulara, u trenutku kada je potrebno, često povoljnije nego kada se kupuje zasebno i bez napora. Koristi za osiguravače i njihove partnere uključuju širu distribuciju bez tradicionalne prodaje, pristup novim tržištima i digitalnim korisnicima, veći obim prodaje osiguravajućeg pokrivača u malim transakcijama i bolji uvid kao i mogućnost personalizacije.





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet bankarstva i investicija

Rubrika Intervju

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Napomena:

Površina: 2559



Naslov: Dirigujem vrhunskim orkestrom

Strana:





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet bankarstva i investicija

Rubrika: Intervju

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Napomena:

Površina: 2559



Naslov: Dirigujem vrhunskim orkestrom

Strana:

SO
SVET OSIGURANJA

I N T E R V J U

Dragan Filipović,

PREDSEDNIK IO GENERALI OSIGURANJA

Dirigujem vrhunskim orkestrom

Svoju ulogu lidera u kompaniji vidim kao ulogu dirigenta, koji predvodi grupu odličnih umetnika – individualaca. Cilj dirigenta je da im pomogne da odsviraju vrhunsku melodiju. A preduslov za to je da mu muzičari veruju. Tako nastaje melodija od koje publici zastaje dah. Ili posao koji obara sve rekorde. CEO Generali Grupe nedavno je izjavio da Grupa nikada nije bila jača nego danas, a ja bih dodao da će biti još jača kada realizujemo aktuelni strateški plan

 Razgovarala: VESNA LAPČIĆ

“

GENERALI OSIGURANJE JE USVOJILO NOVU TROGODIŠNJU strategiju poslovanja – Lifetime Partner 27: Driving Excellence. To je ujedno bio povod da

Dragana Filipovića, predsednika IO Generali Osiguranje Srbija pitamo koji su ciljevi postavljeni, kakav će Generali biti na kraju 2027, te šta sve planiraju da urade tokom tog perioda.

„Naša strategija je usmerena na izvrsnost u svemu što radimo, sa jasnom vizijom da budemo Lifetime Partner našim klijentima. To znači da ne nudimo samo proizvode, već dugoročno partnerstvo koje donosi vrednost – ekonomsku, finansijsku i društvenu.

Oslanjamo se na snagu naše osnovne delatnosti – osiguranje i upravljanje imovinom – i širimo je kroz snažnu distributivnu mrežu i najnaprednije tehnologije. Ali ono što nas zaista izdvaja je naš ljudski dodir – stručni i posvećeni ljudi, koji uz podršku veštačke inteligencije i podataka, pružaju vrhunsko korisničko iskustvo“, kaže Dragan Filipović na početku razgovora.

Šta su konkretni prioriteti i temelji strategije i kako će Generali izgledati te 2027?

Ključna reč nove trogodišnje strategije Generali Grupe je izvrsnost. Naš prioritet je unapređenje izvrsnosti u tri aspekta: prvi je odnos sa klijentima, kroz relevantna, digitalno podržana rešenja koja

će unaprediti korisničko iskustvo; zatim inovacije i tehničke performanse kompanije uz konkurentni rast i na kraju operativni model koji će nam uz ekspertizu koju imamo doneti efikasniju organizaciju i veću produktivnost.

Da bismo ostvarili ovakav plan postavili smo tri strateška temelja. U osnovi svega je snaga ljudi, kontinuirani razvoj njihovih veština, podržavanje znanja, ali i različitosti. Rast će biti vođen razvojem veštačke inteligencije i korišćenja podataka, koji nam daju sasvim nova oruđa u svakoj industriji, pa i u oblasti osiguranja. A sve što radimo biće zasnovano na održivosti, jer želimo da minimalizujemo uticaj na životnu sredinu i da jačamo otpornost različitih zajednica.





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet bankarstva i investicija

Rubrika: Intervju

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Napomena:

Površina: 2559



Naslov: Dirigujem vrhunskim orkestrom

Strana:

INTERVJU

DRAGAN FILIPOVIĆ, PREDSEDNIK IO GENERALI OSIGURANJA

Verujemo da dugoročni uspeh dolazi onda kada istovremeno donosite vrednost – za klijente, za društvo i za planetu.

U planu je i investiranje tri milijarde evra u spajanja i akvizicije. Ništa od ovoga ne bi bilo moguće da u prethodnim godinama nismo ispunili i premašili strateški plan za period do 2024. godine i postali vodeća globalna kompanija u oblasti osiguranja i upravljanja imovinom.

CEO Generali Grupe nedavno je izjavio da Grupa nikada nije bila jača nego danas, a ja bih dodao da će biti još jača kada realizujemo aktuelni strateški plan. To je odgovor na pitanje kako će izgledati Generali Srbija u 2027. godini.

Šta vi detektujete kao potencijalno najveće izazove u tom trogodišnjem periodu, globalno i u Srbiji?

Najveći globalni izazov ne samo za industriju osiguranja, već i za celokupnu ekonomiju biće geopolitičke tenzije i potresi, koji se ne smiruju već nekoliko godina. Zapravo pojavljuju se novi rizici. Oni direktno utiču na opreznost i određenu vrstu zatvorenosti kod klijenata, koji tada radije biraju da čuvaju novac kod sebe, zbog neizvesnosti koja ih okružuje, nego da ga troše i investiraju.

Izazov za osiguravajuće kuće su i sve prirodne katastrofe, posebno poplave, zemljotresi i superćelijske oluje, koje su češće i razornije nego ranije, verovatno i zbog čovekovog uticaja na životnu sredinu. U takvoj situaciji biće važno napraviti dobar balans između cene i osiguravajućeg pokrivanja i rizika koji klijent preuzima.

Naša industrija mora da insistira na tome da upravo osiguranje jača otpornost čitave zajednice u turbulentnim vremenima. Kada su sve jači klimatski, politički i ekonomski rizici osiguranje nije trošak, već najbolji način da zaštitimo poslovni interes, porodicu i sopstveni život.

Osiguravajuća industrija u Srbiji takođe trpi uticaj učestalih prirodnih katastrofa, ali i odsustva svesti o potrebi osiguranja kod velike većine građana naše zemlje. Nažalost Srbija zaostaje za drugim nacionalnim tržištima po ukupnoj premiji osiguranja po glavi stanovnika, posebno u segmentu životnih osiguranja.

Izazov može da predstavlja i inflacija veća od projektovane, ali se nadam da se to neće desiti i da ćemo u narednom periodu imati inflaciju u planiranim okvirima.

Kako je Generali Srbija poslovalo u prošloj godini, da li su postignuti svi zacrtani ciljevi? U čemu ste bili izuzetni, a gde je moglo bolje, iz vašeg ugla?

U 2024. Generali Osiguranje Srbija ostvarilo je najbolje rezultate u prethodne tri godine. Lideri smo na tržištu životnog i zdravstvenog osiguranja, a drugi u neživotnom osiguranju. U zdravstvenom osiguranju, gde smo dugogodišnji lideri, dostigli smo čak 35 odsto tržišnog učešća, istovremeno inovirajući svoju ponudu – u prošloj godini plasirali smo novu Advance-Care platformu. Rasli smo u osiguranju od autoodgovornosti i osiguranju domaćinstva. Zadovoljni smo načinom na koji smo upravljali imovinom i generisali profit.

Stav kompanije, a i moj lično je da koliko god dobro radiš, uvek nešto može bolje. Očekivali smo bolje rezultate u imovinskom i životnom osiguranju i na tome ćemo raditi u narednom strateškom ciklusu. Prilagodavamo se tržištu, jer u Srbiji tradicionalno dominiraju neživotna osiguranja, za razliku od razvijenih zemalja Zapadne Evrope gde su životna osiguranja odavno preuzela primat.

Od početka godine se vodi polemika o uticaju društveno-političkih okolnosti na biznis. Na izmaku smo petog meseca ove godine. Kakvo je poslovanje Generali Srbija u prvim mesecima?

U prva četiri meseca ove godine imamo odlične poslovne rezultate i nastavili smo trend rasta. Naravno da i mi, kao i celokupna ekonomija, osećamo posledice političke nestabilnosti u kojoj živimo već više od šest meseci. Takvo stanje otežava poslovanje, ali mi se zaista trudimo da u svakodnevnom razgovoru sa klijentima nademo rešenja koja će im biti od koristi i obezbediti im mirne snove. Što je na kraju dana i najvažnije. Za sada u tome uspevamo – sve zasluge idu timu na čijem se čelu nalazim.

Postoji li nešto što biste označili kao posebno problematično na tržištu u Srbiji?

Najveći problem u našoj industriji već godinama je Zakon o obaveznom osiguranju motornih vozila, koji nije usklađen sa evropskom regulativom i onemogućava da krajnji korisnici polisa dobiju povoljniju cenu osiguranja. Tržište autoodgovornosti nije dovoljno liberalno i u toj oblasti značajno zaostajemo za razvijenijim zemljama regiona i Evrope.

Tradicionalan problem je i status životnih osiguranja. U mnogim evropskim zemljama uvedeni su poreski podsticaji za osiguranje. Svest građana je na daleko višem nivou, što kao rezultat daje da čak 70 odsto tržišta u Evropi čine životna osiguranja, a neživotna 30. Kod nas je taj odnos obrnut. U Evropi osigurano je oko 80 odsto poljoprivrednog zemljišta, a kod nas svega 20 odsto. Nedovoljno razumevanje šta uopšte znači osiguranje i koliko je značajno i za pojedinca i za nacionalnu ekonomiju veliki je problem industrije osiguranja, ali i prilika za neki budući rast.

Kada govorimo o osiguranju – kako vidite perspektivu osiguranja od odgovornosti, kako opšte tako i menadžerske jer se u poslednje vreme neretko govori o odgovornosti ne samo pojedinaca nego i kompanija?

Osiguranje od odgovornosti je oblast koja ima veliki i stabilan rast, očigledno sa dobrim razlogom. Sve češća je situacija da se na odgovornost pozivaju najrazličitije grupe građana, mogu to biti menadžeri, ali i poslodavci u odnosu prema zaposlenom, profesije poput lekara, advokata i drugih, ali i svaki građanin koji nehotice može naneti štetu drugoj osobi.

Procena je da se na globalnom nivou tržišne osiguranja od odgovornosti približilo granici od 300 milijardi američkih dolara. Sa procenjenim rastom od 5,5 do 6,5 odsto moglo bi ubrzo da dostigne i celih 500 milijardi za manje od jedne decenije.

Postoje li još neke oblasti u kojima vidite perspektivu većeg razvoja osiguranja?

Postoji izreka koja kaže da medalja ima dve strane. Tako i u osiguranju, sa jedne strane vidimo slabost u činjenici da mi kao narod nekako živimo od danas do sutra. Nismo skloni da planiramo dugoročno, da ulažemo sa oprezom i da razmišljamo unapred. To ne pogoduje industriji osiguranja. Sa druge strane upravo ova nerazvijena svest krije u sebi veliki potencijal, ako uspemo da probudimo razumevanje i interesovanje građana. Zato postoji veliki prostor za rast u sajber osiguranju, osiguranju poljoprivrede, domaćinstava, imovine pojedinaca, malih i srednjih preduzeća, kao i životnim osiguranjima i dobrovoljnim penzijskim fondovima.

Krajem prošle godine je saopšteno da odobravate 10 odsto popusta za osiguranje.





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet bankarstva i investicija

Rubrika: Intervju

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Naslov: Dirigujem vrhunskim orkestrom

Napomena:

Površina: 2559



Strana:

DRAGAN FILIPOVIĆ, PREDSEDNIK IO GENERALI OSIGURANJA

INTERVJU



ranje domaćinstva koja imaju potvrdu o energetskej efikasnosti. Da li mislite da će osiguravači sve više uzimati u obzir elemente koji pozitivno utiču na smanjenje klimatskih promena?

Zelena agenda nije budućnost, već odavno sadašnjost našeg poslovanja i to važi i za Generali Osiguranje Srbija. Strategija održivog poslovanja cele Generali Grupe je da svoju odgovornost pokazuje u četiri uloge: kao poslodavac, osiguravač, investitor i građanin. Dakle, cilj nije da se samo mi ponašamo odgovorno prema društvu i prirodi, na primer smanjenjem karbonskog otiska, već i da svoje partnere i klijente savetujemo i motiviramo da se ponašaju na isti način. Tako se širi misija smanjenja štetnog uticaja na životnu sredinu.

Siguran sam da će uticaj zelene agende biti sve veći u finansijskom sektoru i da će sve veći broj proizvoda i benefita biti formiran tako da favorizuje odgovornost prema okolini, a da obeshrabruje neodgovoran odnos prema prirodnim resursima.

Generali Srbija uvodi sve više onlajn servisa. Da li su ti servisi i dalje više unapređenje korisničkog iskustva postojećih klijenata ili dolazi vreme kada oni mogu imati uticaj i na sam rast prodaje?

Mi gradimo osiguranje koje u potpunosti odgovara na potrebe klijenata. Potrebe se odnose na proizvode koje im nudimo, ali i na način kako međusobno saradujemo. U

tom smislu nema nikakve dileme da je budućnost u onlajn uslugama, koje su brže, udobnije i jeftinije za naše korisnike.

Sa druge strane digitalizacija otvara neslučen prostor i za nas kao osiguravače. Nekada nam omogućava uštede, ali, što je mnogo važnije, daje nam mogućnost da stvaramo nove proizvode i da na potpuno drugi način komuniciramo sa klijentima. Generali Osiguranje napravilo je ogromne korake u ovom pravcu, osiguranje u poljoprivredi je u potpunosti automatizovano, zdravstveno osiguranje se realizuje preko specijalne platforme. To su temelji koji nam daju pravo da sa velikim optimizmom gledamo na rast i poslovanje u budućnosti.

Jedan od elemenata Vaše strategije jeste „Ljudi kao pokretač“. S jedne strane su digitalizacija i automatizacija koje su takode jedan od najvažnijih elemenata Generali strategije, s druge strane su ljudi. Ko su pokretači današnjeg poslovanja: ljudi ili roboti? Kako to gledate u vašoj kompaniji?

Ključ našeg uspeha su ljudi. Digitalizacija nam daje ogroman prostor za rad, veštačka inteligencija otvara perspektive o kojima smo mogli samo da sanjamo, ali čovek je onaj koji pravi razliku. Pobeđiće onaj ko razume potrebu klijenta, ko iskoristi tehnologiju na pravi način.

Zato su ljudi najveća vrednost naše kompanije. Svi mi zajedno smo gradili kompaniju, a nove generacije koje dolaze će imati odličnu bazu na kojoj će gradi-

ti buduće uspehe. Ljudi su pokretači svega, naši zaposleni su ogledalo naše kompanije i od nas zavisi percepcija koju će klijenti i javnost imati o nama. Zato je važno da u svakom trenutku pokazujemo ponašanja koja nas krasi, a ona su da budemo odgovorni, inovativni, da pokažemo empatiju i razumevanje sagovornika i da težimo jednostavnim rešenjima bez komplikacija, kako u razgovoru tako i u našim procesima. Uz naše vrednosti za koje se zalažemo, da budemo otvoreni, da vrednujemo naše ljude, da ispunjavamo obećanja i da pomažemo nesebično društvenoj zajednici u kojoj živimo, mislim da nema robota koji to može bolje da uradi od nas samih.

Kao lider kompanije, uz naravno naše klijente, najradije se posvećujem radu sa zaposlenima. Pokretač uspeha je tim, skup pojedinaca koji misle slobodno i nemaju strah da svoje mišljenje izgovore. Tako se radaju kreativne ideje. Ali kada donesemo odluku, onda tim mora da diše kao jedan i da svi veslaju u istom ritmu i ka istom cilju. To je ono što nas vuče napred i to je suština moje menadžerske filozofije.

Upotreba robota kod nas će uvek biti isključivo pomoć u radu i olakšavanje u obavljanju određenih poslova, a nikako zamena za naše zaposlene.

Osim toga, naša industrija se razvija na bazi poverenja i ljudskog pristupa i kao takva će uvek ostati za određenu grupu klijenata. Mlade generacije preferiraju brzinu i jednostavnost i mi smo spremni i za njih uz maksimalnu upotrebu digitalnih rešenja i robotizacije.

Osiguravači jedan deo svoje zarade ostvaruju i kroz ulaganje, u Srbiji pre svega, u državne obveznice. Srpsko finansijsko tržište je i dalje prilično plitko – ne nudi mnogo opcija za institucionalne investitore. Koliko Vam to na neki način „vezuje ruke“?

Čini mi se da su, barem na rečima, svi u Srbiji svesni da našoj ekonomiji nedostaju nove mogućnosti za investiranje. Ubedljiva većina štednje je u bankama, berza je nerazvijena što potvrđuju i njeni čelnici, dakle prostora za investiranje je veoma malo. A bez novih mogućnosti za ulaganje nemoć je brži rast Srbije, koji bi omogućio da kao zemlja smanjimo zaostatak za razvijenijim državama i postanemo ekonomski ravnopravan član evropskog i globalnog društva.





Datum: 31.05.2025

Medij: Svet bankarstva i investicija

Rubrika: Intervju

Autori: Vesna Lapčić

Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Naslov: Dirigujem vrhunskim orkestrom

Napomena:

Površina: 2559



Strana:

INTERVJU

DRAGAN FILIPOVIĆ, PREDSEDNIK IO GENERALI OSIGURANJA

Fokus osiguravajućih kompanija jeste na ulaganju u državne obveznice, prvenstveno zbog regulatornih ograničenja, ali i zato što nose manji nivo rizika u odnosu na druge vrste imovine. Svaka investicija mora da se odmeri u odnosu na rizik koji se preuzima i obaveze koje kompanija ima prema svojim klijentima. U tom smislu, veće mogućnosti za investiranje bi omogućile veći nivo diversifikacije ulaganja i kvalitetnije upravljanje rizikom celog portfolija. Do toga može doći sa daljim razvojem finansijskog tržišta u zemlji i većom ponudom instrumenata, ali i izmenom regulatornog okvira tako da se omoguću veći nivo ulaganja u inostranstvu.

Da li su Generali Srbija interesantna ulaganja u alternativne investicione fondove, što je sada omogućeno u određenom procentu?

Kao veliki institucionalni investitor, aktivno pratimo tržište i analiziramo svaku mogućnost za investiranje i dalju diversifikaciju sredstava. Postoje značajna regulatorna ograničenja koja se primenjuju na investicije osiguranja u fondove, a dodatni izazov predstavlja što je to relativno nov segment tržišta na kom posluje svega nekoliko fondova. Ipak, nastavljemo da pratimo razvoj i poslovanje fondova, kao i da prilagođavamo naš investicioni portfolio.

Generali Srbija je prešao i u novi prostor – da li je to i na neki način njava za inovacije u bliskoj budućnosti? Šta klijenti mogu da očekuju u narednom periodu?

Najlepša vest u vezi sa našim novim poslovnim prostorom su veoma pozitivni utisci zaposlenih. Želimo da radno mesto, ne samo kao fizički prostor već kao celokupno okruženje, bude podsticajno za kreativan i kvalitetan rad. I čini mi se da smo to dobili. Nalazimo se u zgradi koja je prva u Srbiji dobila BREEAM sertifikat, što će zajedno sa standardima za sistem menadžmenta životnom sredinom i standardom za menadžment energijom, koje mi imamo, omogućiti da unapredimo poslovanje u ovim oblastima kako iz ugla merenja i kontrole, tako i novih aktivnosti u delu zaštite životne sredine.

Poslovni prostor u kojem se sada nalazimo u potpunosti ispunjava zahteve Generali grupe i ima mnogo dodatnih sadržaja za naše ljude, restorane, kafeterije, fitness centar, zelene površine (bašta), itd.

Kancelarije smo opremili i dizajnirali tako da podstiču saradnju i otvorenost i čak 33% od zakupljenog kancelarijskog prostora je predviđen za saradnju i druženje. Na svakom spratu imamo moderne kuhinje, zone za druženje sa različitim sadržajima, kao što su pikado, stoni tenis, stoni fudbal

i play station. Zaposleni se okupljaju kako zbog takmičenja, druženja tako i zbog kulinarskih izazova koje redovno organizuju. Prostor je prilagođen uslovima savremenog hibridnog rada sa postojanjem tih zona u kojima ljudi mogu da se izdvoje.

Moje i kancelarije članova Izvršnog odbora su na raspolaganju zaposlenima za lično korišćenje i sastanke.

Inovacije se za nas podrazumevaju. Kao što smo i do sada često prvi donosili novosti na tržište, tako želimo da nastavimo i ubuduće. Planiramo dodatne inovacije u oblasti zdravstvenog osiguranja kroz AdvanceCare platformu, Sales Force, Risking, inovacije u osiguranju poljoprivrede, komunikaciju sa klijentima kroz digitalna rešenja koja će koristiti prednosti veštačke inteligencije i ubrzati procese kako prilikom ugovaranja osiguranja, tako i prilikom prijave odšteta i naknada. Imamo mnogo ideja i projekata koji su u toku ili koje planiramo.

Aktivni ste lično u različitim organizacijama i kao predavač, prepoznati ste kao jedan od najboljih menadžera u zemlji što dokazuju i brojne nagrade prethodnih godina. Šta je danas, u eri razvoja tehnologije koje imaju i pozitivan i negativan uticaj na zaposlene, velikih društvenih turbulencija, najvažnije da bi jedan menadžer uspešno vodio kompaniju?

Ponosan sam na sve nagrade koje smo dobili prethodnih godina, kompanija i ja lično. Raduje me, jer one potvrđuju da se zalaganje, pravičnost i iskrenost prepoznaju, a i nagrađuju. Saradnicima često kažem da je ogromna razlika između lidera i menadžera i da u glavi sebi razjasne šta žele da budu. Lider poziva „za mnom“, a menadžer kaže „napred“. Deluje isto, ali nije. Ako lider kaže „za mnom“, a kada se okrene shvati da je ostao sam i niko ne želi da ga prati, onda sam treba i da odstupi sa pozicije. Ako vidi da ga ljudi prate to znači da je kredibilnošću, ljudskošću, pravičnošću zaslužio da mu ljudi veruju i da zajedno sa njim krenu u svaku bitku. Kada to postigneš, onda si uspeo.

Svoju ulogu lidera u kompaniji vidim kao ulogu dirigenta, koji predvodi grupu odličnih umetnika – individualaca. Cilj dirigenta je da im pomogne da odsviraju vrhunsku melodiju. A preduslov za to je da mu muzičari veruju.

Tako nastaje melodija od koje publika zastaje dah. Ili posao koji obara sve rekorde.



The Human Safety Net

Aktivni ste u zajednici i kroz program The Human Safety Net – kakvi su rezultati tog programa u Srbiji?

The Human Safety Net je globalna inicijativa Generali Grupe koja se realizuje u 26 zemalja sveta sa ciljem da oslobodi potencijal porodica sa decom i izbeglica.

Odlučili smo se da strateški fokus u društvenoj odgovornosti usmerimo na program za jačanje porodica. I to radimo već sedam godina. Misija THSN u Srbiji je da oslobodi potencijal porodica sa decom uzrasta do šest godina pomažući im da unaprede roditeljske veštine kroz program „Podrška, ne perfekcija“ koji sprovodimo u saradnji sa Fondacijom Novak Đoković. Do sada smo program sproveli u 24 grada i uticali na preko 12.800 dece i roditelja. Otvorili smo i 15 centara za roditelje i sproveli mnoge druge aktivnosti za prikupljanje sredstava i širenje inicijative kroz angažovanje našeg menadžmenta, volontera, ambasadora, agenata i kompanija sa kojima sarađujemo. Pored zadovoljstva roditelja koji su pohađali radionice i istraživanja koje je pokazalo da program pozitivno utiče na promenu ponašanja roditelja, ponosni smo i na nagrade koje smo dobili od različitih institucija i medija.

Ove godine započeli smo saradnju i sa Centrom za interaktivnu pedagogiju podržavajući njihov program „Snažni od početka“. Ova saradnja će nam omogućiti da podržimo još oko 1.200 roditelja godišnje, u deset novih gradova.

Zahvalan sam svim kolegicama i kolegama, parterima, klijentima i roditeljima koji veruju u našu inicijativu, jer snaga zajednice menja sve.





Vreme: 31.05.2025 10:26

XML

Medij: blic.rs

Link: <https://www.blic.rs/vesti/hronika/devojka-stradala-u-nesreci-porodica-dobila-novac-od-osiguranja-a->

Autori: Redakcija

Teme: Generali osiguranje; Osiguravajuća društva

Naslov: UZEO OD ODŠTETE PREKO 4,6 MILIONA Devojka stradala u nesreći, porodica dobila novac od osiguranja, a onda je advokat UMESAO PRSTE

2772



Posebno odeljenje za suzbijanje korupcije pri VJT u Nišu odredilo zadržavanje Miroslavu P. iz Čajetine, opština Zlatibor, zbog sumnje da je izvršio krivično delo zloupotreba položaja odgovornog lica.

Kako se sumnja, on je u periodu od jula 2019 do aprila 2023 god, kao vlasnik i odgovorno lice privrednog društva "Centar za odštetu 021" D.O.O Novi Sad zaključio ugovor sa Z. M članom porodice koja je stradala u saobraćajnoj nesreći 2019 godine, po kom ugovoru je zastupao oštećene rođake pokojne u postupku naknade materijalne i nematerijalne štete pred [osiguravajućim](#) društvom "Generali osiguranje", a kada je po tom osnovu isplaćeno 9.671.500,00 dinara on je oštećenima predao samo deo tog novca a za sebe neosnovano zadržao 4.677.000,00 dinara. Podsetimo, jedna od porodica koje je obmanuo 2020. godine, a o čemu je "Blic" ranije pisao, je porodica tragično stradale Milene Milačević. Milena Milačević poginula je 2020. godine u saobraćajnoj nesreći kada je išla sa svojim rođakom ka Pirotu. I dok je ožalošćena porodica pokušavala da uteši dvoje dece koji su ostali za njom, advokati su počeli da ih opsedaju. Predlog za naplatu odštete od [osiguranja](#) bio je glavni cilj svih poziva. Porodica se na kraju, želeći da zaustavi sve, odlučila za jednog advokata, a onda je njihova Milena ponovo stradala. Kako ih je obmanuo Miroslav P. i koliko je novca od odštete uzeo, ispričala je tada rođena sestra poginule Milene, Jovana Milačević. "On je sarađivao sa čovekom iz Agencije "Biro za odštetu". Oni nama prave takve ugovore u kojima piše da kada novac legne od [osiguranja](#), da legne advokatu pa onda u Agenciju. Stoji do kada mora to da se isplati porodici. Tog momenta kada je advokat uzeo novac, on je nestao. Nikada nam se više nije javio. Tužilaštvo je pokrenulo postupak, ali on se nikada na suđenju nije ni pojavio", ispričala je tada Jovana. Tada je istakla da njen slučaj nije usamljen, te da postoji još dosta porodica koje su obmanute od strane istog advokata. "Radi se o cifri oko 30.000 evra. Ja samo moram da kažem, gostovala sam jednom i pričala na istu temu, nakon čega su mi se javili ljudi koji su imali slične priče sa istim advokatom iz te iste agencije", rekla je Jovana svojevremeno. Miroslav P. se sumnjiči da je, u periodu od sredine jula 2019. do 12. aprila 2023. godine, iskorišćavajući svoj položaj, kao zastupnik porodice osobe stradale u saobraćajnoj nezgodi, od jednog [osiguravajućeg](#) društva naplatio 9.671.500 dinara koje, nakon umanjenja posredničke provizije od 30 odsto, nije u celosti isplatio oštećenima već je ugasio svoje privredno društvo i zadržao za sebe oko 4.677.000 dinara, oštetivši ovu porodicu za isti iznos. Osumnjičenom je određeno zadržavanje do 48 časova i on će, uz krivičnu prijavu, biti priveden nadležnom tužilaštvu.

