Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Trendovi
Autori: redakcija
Teme: Addiko Bank

Napomena:
Površina: 236

Naslov: Finansiranje gde se odluka o kupovini donosi

Strana: 34



ALEKSANDRA BURSAĆ, DIREKTORKA SEKTORA ZA POSLOVANJE SA STANOVNIŠTVOM I DIGITALNO BANKARSTVO ADDIKO BANKE

Finansiranje gde se odluka o kupovini donosi

Kako se menjaju očekivanja potrošača, zašto prodajno mesto postaje važna tačka susreta banke i klijenta i kako tehnologija omogućava novo iskustvo finansiranja, razgovarali smo sa Aleksandrom Bursać, direktorkom Sektora za poslovanje sa stanovništvom i digitalno bankarstvo Addiko banke.

Addiko banka je danas prepoznata kao lider u finansiranju kupovine na prodajnom mestu. Šta je bilo polazište za razvoj ovog modela?

Posmatrali smo ceo proces iz ugla klijenta. Ljudi ne razmišljaju o kreditu kao cilju – oni žele da kupe proizvod koji im je potreban. Finansiranje je samo način da tu odluku realizuju. Upravo zato prepoznali smo da je prodajno mesto prirodan trenutak da banka ponudi rešenje. Umesto da klijent nakon izbora proizvoda pravi dodatni korak i odlazi u banku, omogućili smo da finansiranje bude dostupno tamo gde se odluka o kupovini već donosi. Tehnologija nam je omogućila da danas klijenti manje vremena provedu u administraciji, pa se Addiko potrošački krediti na prodajnom mestu mogu realizovati kroz potpuno digitalan proces, bez dostavljanja dokumentacije, samo uz ličnu kartu.

Šta rezultati govore o razvoju ovog segmenta?

Tržište potvrđuje da smo prepoznali promenu u načinu na koji klijenti žele da dolaze do finansiranja. U segmentu finansiranja kroz partnersku mrežu ostvarujemo više od 55% tržišnog učešća. Tokom 2026. godine nastavili smo da unapređujemo ponudu za klijente. Omogućili smo kupovinu na do 36 mesečnih rata, povećali maksimalan iznos potrošačkog kredita na 360.000 RSD i dodatno proširili mrežu partnera, koja obuhvata više od 800 prodajnih mesta, uključujući vodeće trgovinske lance kao što su Tehnomanija, Tehnomedia, Gigatron i Metalac, a ove godine i kompaniju A1.



Da li će banka budućnosti biti ona kojoj klijent dolazi ili ona koja je prisutna tamo gde klijent donosi odluke?

Klijenti žele da bankarske usluge prate njihov način života, a ne obrnuto. Zato će konkurentsku prednost imati banke koje razumeju kontekst u kojem nastaju potrebe klijenata i umeju da ponude jednostavno rešenje u pravom trenutku. Naš fokus ostaje na daljem razvoju digitalnih rešenja, širenju partnerske mreže i unapređenju iskustva klijenata – sa jasnom idejom da banka bude tamo gde klijentu zaista treba.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika bez naslova
Autori: redakcija
Teme: AikBank

Napomena:
Površina: 122

Naslov: Među 10 banaka u svetu sa najvećim rastom kapitala u 2025.

Strana: 6



AIK BANK

Među 10 banaka u svetu sa najvećim rastom kapitala u 2025.

AikBank se našla među 10 banaka u svetu sa najvećim rastom kapitala u 2025. godini, prema rangiranju uglednog časopisa The Banker, koji posluje u okviru britanske grupacije Financial Times. Povećanje kapitala od čak 67,8%, na 894 miliona evra, svrstalo je AikBank i na treće mesto među finansijskim institucijama u Centralnoj i Istočnoj Evropi u ovoj kategoriji.

„Ovo prestižno globalno priznanje časopisa The Banker potvrđuje ispravnost naše strateške vizije i predstavlja priznanje za ogroman trud celokupnog našeg tima. Tokom 2025. godine uspešno smo završili složen proces integracije, proširili poslovnu mrežu i u potpunosti unapredili naša finansijska rešenja. Značajno ojačana kapitalna osnova predstavlja čvrst temelj koji nam omogućava da kontinuirano inoviramo, ulažemo u digitalnu transformaciju i ispunjavamo obećanje da ćemo našim klijentima pružati vrhunsko korisničko iskustvo", izjavio je Petar Jovanović, predsednik Izvršnog odbora AikBank.

Ovo je prvi put da se AikBank našla na prestižnoj listi „Top 1000 World Banks" časopisa The Banker, dok podaci koji se navode u ovom izdanju, dodatno potvrđuju vodeću poziciju AikBank na domaćem tržištu i njen status četvrte najveće banke u Srbiji.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Menadžment
Autori: Jovana Smolić
Teme: AikBank
Naslov: Rukovodeća pozicija - najbrža prečica do izgaranja

Napomena:
Površina: 1517

Strana: 56,57,58



Rukovodeća pozicija - najbrža prečica do izgaranja

Čak 46 odsto menadžera na globalnom nivou prijavljuje konstantan svakodnevni stres. I dok globalna statistika svedoči o emotivnom slomu lidera, domaći privrednici priznaju da balansiraju između procedura, empatije i veštačke inteligencije

Piše: JOVANA SMOLIĆ

EKSTREMNI USLOVI RADA, DIGITALNA ZAGUŠENOST I pritisak na relaciji „top menadžment–operativci" pretvorili su rukovodeće pozicije u najranjiviju korporativnu kariku. Globalna statistika svedoči o emotivnom krasu na vrhu, dok i domaći privrednici priznaju da se ključna bitka vodi između procedure, empatije i veštačke inteligencije.

Da li je pozicija menadžera u modernom biznisu postala najbrža prečica do hronične usamljenosti i potpunog izgaranja? Ako je verovati najnovijim brojkama koje donosi Gallup State of the Global Workplace izveštaj, svedoci smo istorijskog pada motivacije lidera. Globalna angažovanost menadžera strmoglavila se sa 31 odsto na svega 22 odsto, brišući takozvani „premium angažovanosti" koji su rukovodioci tradicionalno imali u odnosu na izvršne radnike.

Danas menadžeri masovno dele apatiju svojih timova, ali uz drastično teži emotivni teret. Čak 46 odsto menadžera na globalnom nivou prijavljuje konstantan svakodnevni stres, 33 odsto hroničan bes, dok 31 odsto pati od duboke usamljenosti na radnom mestu.

Glavni tehnološki okidač za ovaj slom detaljno je mapiran u analizi Microsoft Work Trend Index, koja kombinuje ankete sa telemetrijskim podacima miliona korisnika. Prosečan lider danas je žrtva „beskonačnog radnog dana" u kom svakodnevno mora da obradi 117 mejlova i 153 poruke na platformama poput Teams-a. Usled stalnih digitalnih obaveštenja koja stižu na svaka dva minuta, 52 odsti lidera svoj radni dan opisuje kao „potpuni haos i fragmentaciju", dok 80 odsto njih priznaje da nema dovoljno energije da kvalitetno završi primarni posao.

Domaći presek: Tema koja prevazilazi i HR i zdravlje

Ovi globalni potresi direktno se preslikavaju na domaći i regionalni biznis. Kako je na samom početku panela „Menadžerski stres, mentalno zdravlje zaposlenih i uloga poslodavca u preventivi", održanom u okviru konferencije „Rizici novog doba i održivost – Hod po tankom ledu", istakla Olivera Zdravković, biznis konsultantkinja, HR direktorka i moderatorka panela, pitanje mentalnog zdravlja i stresa na radnom mestu više nije HR tema niti samo pitanje zdravlja, već strateška tema svih organizacija.

Po mišljenju Jelene Galić, članice UO AIK Bank, u velikim sistemima, prva linija odbrane od stresa trebalo bi da budu pravila. Ona je istakla da dobro opisane i postavljene procedure imaju zadatak da minimiziraju paniku i rizik u kriznim trenucima.

Ipak, prema njenim rečima, ishod uvek zavisi od psihološkog profila čoveka na radnom mestu, da li je reaktivan ili proaktivan. Galićeva objašnjava da su u sistemima koje je vodila, psihološka testiranja bila praksa: „Jer neko može biti izuzetno kompetentan i stručan, ali pod uticajem stresa i panike njegove sposobnosti drastično padaju." Iz tog razloga, navodi da je ključ u kreiranju balansiranih timova.

> **„Prosečan lider danas je žrtva „beskonačnog radnog dana" u kom svakodnevno mora da obradi 117 mejlova i 153 poruke na platformama poput Teams-a"**

Brza odluka bolja od dugog vaganja

Potpuno drugačiji ritam biznisa opisao je Miloš Milisavljević, CEO kompanije Strawberry Energy. On je uporedio male firme sa malim brodom koji i najmanji talas globalne krize može da prevali, za razliku od velikog korporativnog tankera, a s druge strane, istakao je da je prednost malih što procedure menjaju u hodu. Milisavljević iznosi i zanimljiv stav koji je nazvao kontra-intuitivnom reakcijom, ali uz objašnjenje da je to zaključak iz njegovog petnaestogodišnjeg preduzetničkog iskustva – da je najveći izvor stresa predugo vaganje: „Možda je najveća greška ne reagovati brzo... Bolja je i loša odluka brzo, nego nikakva odluka dugo. Mi kao mala firma brže naučimo i brže ispravljamo to što može brzo da se razreši."

Pritisak sužava kognitivne kapacitete lidera

Možda najalarmantniju ocenu o ceni stresa iznosi Sanja Jevđenijević, direktor u kompaniji HR Xcel. Ona tvrdi da domaće kompanije i dalje delimično ili nedovoljno prepoznaju duboku vezu između mentalnog zdravlja lidera i profitabilnosti.

„Konstantni pritisak sužava kognitivne kapacitete lidera. Fokusiraju se na ono što je hitno, a ne na ono što je važno, na kratkoročno umesto na dugoročno“, upozorava Jevđenijević. Ona iznosi podatak da 60 do 80 odsto grešaka koje se dešavaju u kompanijama dolazi upravo od menadžera i njihovih psiholoških komponenti usled stresa.

Jevđenijević pravi i oštru kritiku poslovne prakse:

„Da imate mašinu u pogonu koja radi sa 60 odato kapaciteta, otišli biste da je popravite odmah jer vam treba efikasnost. Sa menadžerima se to ne radi baš tako.“



Ognjen Zorčić, Triglav osiguranje

Trendovi i prelamanje kroz generacije

Da statistika raste i da menadžeri stres osećaju intuitivno, potvrđuje i Ognjen Zorčić, direktor Sektora za zdravstveno osiguranje u Triglav osiguranju. On ističe da se u poslednjih pet godina desio potpuni zaokret na tržištu dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja u Srbiji, koje je postalo alat za upravljanje ljudskim kapitalom. Dok su se ranije, pre pandemije kovida, polise otvarale za usko pokriće psihijatrije u ekstremnim životnim krizama (smrt u porodici, teška oboljenja), danas poslodavci u Srbiji masovno traže i ugovaraju pokrića za psihoterapiju i psihološko savetovanje.

Ipak, Zorčić navodi da su, i pored porasta potražnje, mlađe generacije te kojesu najspremije da potraže pomoć stručnjaka. „Naše korporativne kulture još nisu na tom nivou da promovišu slobodu da se traži pomoć kada je neophodna, te se ta pokrića slabije koriste“, kaže Zorčić.

Pogled kroz brojke: Finansijska cena ignorisanja burnout-a

Dok domaće firme često beže od ulaganja u mentalno zdravlje pod izgovorom štednje, globalna statistika pokazuje da je ignorisanje stresa najskuplji mogući izbor za biznis:

10 biliona dolara godišnje - prema zvaničnoj proceni Gallupa, niska angažovanost i svakodnevni stres zaposlenih i njihovih lidera koštaju svetsku ekonomiju 10 biliona dolara, što predstavlja oko devet odsto globalnog BDP-a.

12 milijardi izgubljenih radnih dana - Ognjen Zorčić iz Triglav osiguranja izneo je podatke Svetske zdravstvene organizacije (SZO) prema kojima anksioznost i depresija na radnom mestu odnesu 12 milijardi radnih dana godišnje kroz apsentizam (bolovanja i odsustva).

Bilionski minus u produktivnosti - Zorčić je upozorio da ovaj masovni izostanak sa posla i pad produktivnosti nanose globalnoj ekonomiji direktnu štetu od bilion dolara svake godine, prema pomenutim podacima SZO.

Pad inovativnosti za 40 odsto - istraživanja agencije Gallup pokazuju da menadžeri diktiraju 70 odsto angažovanosti u timovima, dok podaci PwC-a navode da hronična preopterećenost lidera dovodi do pada inovativnosti od 40 odsto. Izgaranje menadžera stvara domino efekat koji trajno ugrožava konkurentnost kompanija.

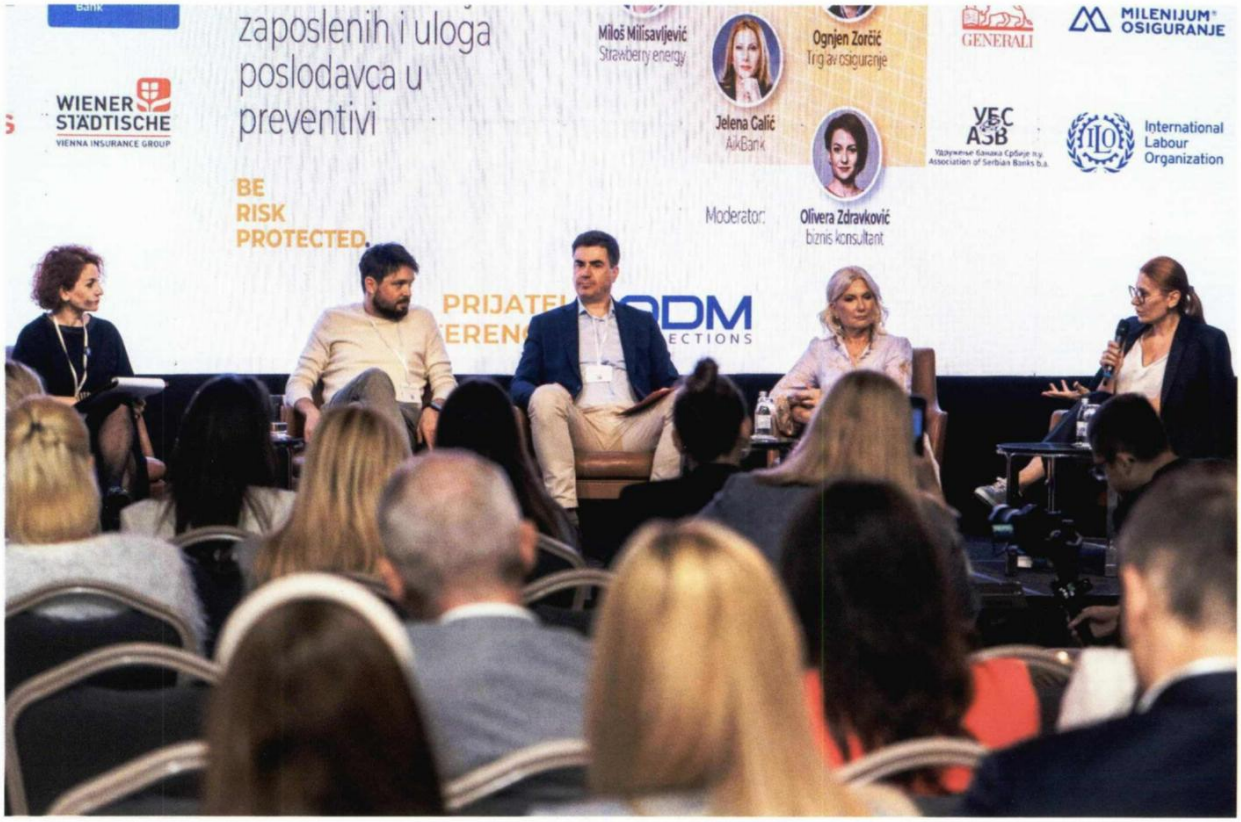
> **„Globalna angažovanost menadžera strmoglavila se sa 31 odsto na svega 22 odsto, brišući takozvani „premium angažovanosti“ koji su rukovodioci tradicionalno imali u odnosu na izvršne radnike“**

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Menadžment
Autori: Jovana Smolić
Teme: AikBank

Napomena:
Površina: 1517

Naslov: Rukovodeća pozicija - najbrža prečica do izgaranja

Strana: 56,57,58



Miloš Milisavljević istovremeno ističe da su mladi zaposleni i inače svesniji, vokalniji i znatno manje tolerantni na stres – lakše će dati otkaz i promeniti firmu ako im okruženje ne odgovara, za razliku od starijih generacija koje su navikle da trpe. Kako bi se prevazišla stigma kod starijih, osiguravači uvode diskretne kanale poput telemedicine i video-poziva sa stručnjacima.

Menadžeri kao koučevi i psiholozi, ali uz obuke

Ognjen Zorčić obratio je pažnju na to da su i menadžeri zapravo – zaposleni i ukazao na potrebu da se i oni edukuju.

„Stalno govorimo kako menadžeri treba da budu koučevi, ali i oni su zaposleni, a to se zaboravlja. Potrebno je da edukacija ide od vrha, da i oni prolaze treninge, jer danas da bi bio menadžer, moraš biti i dobar psiholog“, rekao je on.

Sanja Jevđenijević ukazuje na paradoks: dok čak 99,9 odsto firmi ima primarni fokus na agresivno smanjenje troškova (cost cutting), budžeti za razvoj ljudi prvi stradaju na giljotini štednje, što direktno ruši deklarativne strategije o održivosti.

A Ognjen Zorčić ovaj problem definiše kroz večiti sukob interesa između menadžera koji u kratkom roku seče troškove da ispuni normu i vlasnika koji želi dugoročni profit, ali i zaključuje da kratkoročno rezanje troškova na ljudima, na duže staze poslodavca uvek košta neuporedivo više.

Jelena Galić ocenjuje da su dva ključna lična alata za prevenciju stresa mentorstvo i refleksija.

„Mentorstvo nam donosi dragocen razgovor sa drugima, dok nam lična refleksija i rekapitulacija onoga što smo prošli pomažu da jasnije sagledamo put pred nama i svesno zaobidemo prepreke pre nego što do njih dođe“, navod ona iz ličnog iskustva.

> **„60 do 80 odsto grešaka koje se dešavaju u kompanijama dolazi upravo od menadžera i njihovih psiholoških komponenti usled stresa“**

Jadanje algoritmima ili spas u ljudskoj bliskosti?

Jedno od ključnih pitanja jeste gde će onda na kraju ti preopterećeni ljudi potražiti spas. Miloš Milisavljević predvida da će platforme poput ChatGPT-ja i Claude-a postati masovni alati gde će se ljudi, zbog privatnosti i finansijskih razloga, lakše izjadati i pitati za savete. „Moj ChatGPT je mnogo ljubazniji od mnogih ljudi koje znam“, navodi Milisavljević u polušali, dok Sanja Jevđenijević pita „a šta je sa ljudskom intimnošću?“ i upozorava da mašina ne može da ponudi empatiju, etiku i moral, što su ključne komponente poverenja koje čovek dobija u razgovoru. „Bez razumevanja uloge lidera i menadžera u tom procesu, koji treba da bude u ulozi kouča, mentora i svakodnevnog psihologa, neće nam pomoći nijedan klinički psiholog“, jasna je Jevđenijević.

Vreme: 10.08.2026 08:30
Medij: nasportal.info
Link: https://nasportal.info/ekonomija/slavisa-kokeza-i-stefan-babovic-svi-partneri-na-projektu-u-bloku-26/
Autori: Redakcija
Teme: AikBank

Naslov: Slaviša Kokeza i Stefan Babović: Svi partneri na projektu u Bloku 26

6538

Nedavna prodaja iz stečaja Genesis capitala otkrila je još jednog, dosad javnosti nepoznatog, partnera građevinske firme Napred u višedecenijskoj nameri da sagradi kompleks u novobeogradskom Bloku 26. Ispostavilo se da je jedina imovina ove firme - Ugovor o zajedničkoj izgradnji na toj lokaciji. Pogled na vlasničku strukturu firme koja je "kumovala" stečaju Genesisa, u ovu […] Nedavna prodaja iz stečaja Genesis capitala otkrila je još jednog, dosad javnosti nepoznatog, partnera građevinske firme Napred u višedecenijskoj nameri da sagradi kompleks u novobeogradskom Bloku 26. Ispostavilo se da je jedina imovina ove firme - Ugovor o zajedničkoj izgradnji na toj lokaciji. Pogled na vlasničku strukturu firme koja je "kumovala" stečaju Genesisa, u ovu priču uvlači još neka poznata imena - Slavišu Kokezu i Stefana Babovića, piše Forbs Srbija. Pitanje je časa kada će upisom u registar APR-a novi vlasnik Gensis capitala, pa i ugovora i zvanično postati DK Acqisition co. Firma, koja je uz "majku" osnovana poslednjih dana decembra 2025. godine, a već je uspela da za ovu akviziciju obezbedi 24,5 miliona evra vredan kredit AikBanke. Ona je na licitaciji kupila stečajnog dužnika za 1,1 milijardu dinara. Sve ovo se dešava u momentu kada Napred zaokružuje vlasništvo nad Energoprojektom, partnerom na novobeogradskoj lokaciji. I kada Ustavni sud vraća Komisiji za hartije od vrednosti skoro deset godina staro odobrenje kojim je Napredu dozvoljena ponuda za preuzimanje Energoprojekta. Ove dve firme su parcele u Bloku 26 dobile krajem prošlog veka kao kompenzaciju za radove na Beogradskoj areni. Verovatno će tek narednih meseci biti jasno da li se zapravo ubrzano niže mozaik budućeg kompleksa od blizu 400.000 kvadrata ili su temelji dalji nego što se činilo koji mesec ranije. Kokeza u hrvatskoj firmi Firma Genesis capital je osnovana u maju 2004. Većinski vlasnik je Bezistan centar i to 80 odsto. Jedini vlasnik Bezistan centra je britanska firma Hemagro. Preostalih 20 odsto Genesis capitala je vlasništvo Gruppo MB. Vlasnik ove firme je MPC Holdings. Iz javno dostupnih podataka može se videti nekoliko informacija koje celu priču oko Genesisa na određeni način povezuju sa verovatno najpoznatijim crnogorskim biznismenom Duškom Kneževićem. Kako upućeni objašnjavaju za Forbes Srbija, Genesis capital je trebalo da obezbedi sredstva za gradnju novobeogradskog kompleksa. Pre svega na delu koji je dodeljen Napredu. Genesis se u to ime 2005. godine zadužio kod Hypo Aple Adria banke i to ukupno oko 9,75 miliona švajcarskih franaka. Sredstva nisu uložena u projekat, niti su rate vraćane banci. Naslednik Hypo Alpe Adria banke, Heta asset resolutions u decembru 2013. raskinula je ugovor. Nenaplativo potraživanje je prodala februara 2017. godine hrvatskoj firmi Baytown NPL. Isti izvor tvrdi da je ideja o otkupu potraživanja stigla od Dobroslava Bojovića, kako bi eliminisao "kontaminiranog" partnera. Od kog sredstva nisu ni stigla. Pročitajte još KRIK: Kokeza na "skaju" angažovao kriminalce da napadnu Nemanju Vidića Baytown NPL je, vidi se iz hrvatskog registra, osnovan pred sam kraj 2016. godine. Od 2017. godine, pa sve do novembra 2021. godine jedini vlasnik ove kompanije bio je Slaviša Kokeza. Najpoznatiji kao nekadašnji predsednik Fudbalskog saveza Srbije. U njegovim rukama je bio Baytown NPL u momentu kada je pokrenuo stečaj nad Genesis capitalom. To je učinjeno u maju 2018. Neizmirene obaveze Genesisa tada su iznosile oko 23 miliona evra. Glavnica duga je bila oko osam miliona evra, a više od 14 miliona evra je iznosila zatezna kamata. To je period u kome je Napred, uz povezane firme, postao većinski vlasnik Energoprojekta. Ali i kada se privodi kraju plan detaljne regulacije koji na ovim parcelama dozvoljava gradnju oko 380.000 kvadrata. Preuzima Babović Kokeza je bio jedini vlasnik Baytown NPL sve do novembra 2021. godine. Bageri tokom ovih godina, ipak, nisu počeli da rade. A ni poverioci nisu još rešili sudbinu Genesis capitala. Od novembra 2021. godine, pa sve do pred kraj juna ove, jedini vlasnik hrvatske firme je bio Stefan Babović. Bivši fudbaler, sin Milije Babovića i vlasnik nekoliko firmi, pa indirektno i suvlasnik zrenjaninskog Dijamanta. Dok je on vlasnik glavnog poverioca Genesis capitala, procenjena je vrednost jedine imovine ovog stečajnog dužnika. Polovinom decembra prošle godine Privrednom sudu u Beogradu dostavljeno je veštačenje. Merit Finance doo procenio je vrednost imovine i stečajnog dužnika kao pravnog lica. Agencija za licenciranje stečajnih upravnika oglasila je prodaju pola godine kasnije. Procenjena vrednost Genesis capitala kao pravnog lica je 2,2 milijarde dinara, a početna cena polovina tog iznosa. Novi partner Javno nadmetanje održano je 3. avgusta. Po početnoj ceni, za 1,1 milijardu dinara, Genesis capital kupila je jedna, moglo bi se reći mlada, firma. Reč je o DK Acqisition co. Ova firma je registrovana 24. decembra 2025. godine. Delatnost joj je razrada građevinskih projekata. Majka firma je DK HoldCo. Osnovana je svega pet dana ranije. Jedini vlasnik je Dušan Kaličanin. Zanimljivo je da je DK Acqisition co nekoliko dana pre kupovine stečajnog dužnika od AikBanke dobio kredit. Iz registra zaloga se vidi da je kredit odobren 23. jula i to na 24,5 miliona evra. Namena mu je akviziciono finansiranje i odobren je na 12 meseci. DK Acqisition co je za njega garantovao zalogom. I to na 100 odsto ukupnog potraživanja DK Acqisition co od stečajnog dužnika Genesis capitala. Navodi se dalje da je potraživanje utvrđeno Rešenjem Privrednog suda u Beogradu od 28. jula ove godine. Vrednost potraživanja je 2,88 milijardi dinara. I aneks Ugovora o zalozi nosi isti datum - 28. jul 2026. godine. Javno nadmetanje za prodaju stečajnog dužnika bilo je zakazano za 3. avgust. Podaci u kupcu Genesis capitala, na sajtu ALSU vidljivi su od petka. Prema poslednjem dostupnom kvartalnom izveštaju

stečajnog upravnika, u trećem isplatnom redu su potraživanja vredna 2,95 milijardi dinara. A što se tiče hrvatske firme, Baytowwn NPL, ona je sada u vlasništvu hrvatskog građanina Ante Huljeva. Postoji i objašnjenje zašto je dugove kupila hrvatska firma. Da bi se javili na tender austrijske Heta asset resolutions, iz Srbije bi to morala da bude finansijska institucija. Sa prostora EU dovoljno je bilo preduzeće. Pročitajte još Obrt u vezi s prodajom Energoprojekta: Sud proglasio nezakonitim preuzimanje akcija nekadašnjeg giganta 29. jul 2026. Radar: Skaj prepiske Slaviše Kokeze istražuju u inostranstvu, u Srbiji bez zvanične istrage 10. jul 2026.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Alta banka

Napomena:
Površina: 561

Naslov: ALTA BANKA

Strana: 5



Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Alta banka

Napomena:
Površina: 562

Naslov: ALTA BANKA

Strana: 5



Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Ukratko
Autori: redakcija
Teme: Banca Intesa; Intesa Sanpaolo

Napomena:
Površina: 133

Naslov: Razvoj naprednih i savetodavnih usluga u Evropi i Egiptu

Strana: 12



INTESA SANPAOLO

Razvoj naprednih i savetodavnih usluga u Evropi i Egiptu

Intesa Sanpaolo, međunarodna bankarska grupacija u okviru koje posluje Banca Intesa, ulazi u novu fazu internacionalnog razvoja u oblasti upravljanja imovinom i njene zaštite pokretanjem prepoznatljivog savetodavnog modela u svojim bankama na tržištima u Centralnoj i Istočnoj Evropi i Egiptu. Ovaj model inspirisan je najboljim praksama kompanije Fideuram, koja je uspostavila savremeni model finansijskog savetovanja u Italiji i koja je duže od 50 godina reper u oblasti upravljanja imovinom i privatnog bankarstva.

Kao što je najavljeno kroz kampanju za repozicioniranje brenda „Računajte na pravi savet", novi pristup zasnovan je na personalizovanom savetovanju, dugoročnim odnosima sa klijentima i većoj operativnoj fleksibilnosti, što predstavlja još jedan korak u sprovođenju Biznis plana za period 2026–2029, koji je predstavio generalni i izvršni direktor Intesa Sanpaolo Karlo Mesina (Carlo Messina).

Novi model je pokrenut kroz inicijalnu mrežu finansijskih savetnika koja već posluje u Slovačkoj i Mađarskoj, a postepeno će biti proširen i na druge zemlje: Hrvatsku, Srbiju, Sloveniju, Rumuniju, Albaniju, Bosnu i Hercegovinu, Moldaviju, Ukrajinu, Češku Republiku i Egipat. Cilj je da se do kraja Biznis plana oformi mreža od približno 1.200 finansijskih savetnika i 2.500 menadžera za odnose sa klijentima, koji će pružati usluge za oko milion affluent klijenata.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika bez naslova
Autori: redakcija
Teme: Banca Intesa; Intesa Sanpaolo

Napomena:
Površina: 292

Naslov: Priznanje Euromoney za najbolju banku na tržištu Srbije u 2026.

Strana: 6

BANCA INTESA

Priznanje Euromoney za najbolju banku na tržištu Srbije u 2026.

Banca Intesa, deo Intesa Sanpaolo grupe, osvojila je nagradu internacionalnog finansijskog magazina Euromoney za najbolju banku na tržištu Srbije za 2026. godinu, svoju devetu do sada.



Prema navodima časopisa, nagrade za najbolje banke dodeljene su institucijama koje su tokom 2025. godine ostvarile snažan uticaj na industriju, uz izuzetne finansijske rezultate i kvalitet poslovanja u ključnim segmentima bankarstva. U procesu ocenjivanja posebno su vrednovani realizacija strategije, ulaganja u proizvode, distributivne kanale, korisničko iskustvo i digitalizaciju, kao i inicijative koje doprinose jačanju dugoročnih odnosa sa klijentima, finansijskoj inkluziji i razvoju zaposlenih.

„Priznanje magazina Euromoney za najbolju banku u Srbiji potvrđuje našu dugogodišnju lidersku poziciju na tržištu, održiv rast i sposobnosti da klijentima pružimo sveobuhvatnu podršku kojom transakciono bankarstvo, finansiranje, upravljanje imovinom, finansijsko planiranje i osiguranje povezujemo u celovito i dosledno korisničko iskustvo. Iza takvog pristupa stoje finansijska snaga, tehnološka transformacija, inovativnost i stručnost ljudi usmerenih ka istom cilju: da građanima, privredi i zajednici pružimo relevantnu podršku i trajnu vrednost", izjavio je Darko Popović, predsednik Izvršnog odbora Banca Intesa.

Pored Banca Intesa, nagrađene su i druge članice Divizije međunarodnih banaka Intesa Sanpaolo grupe. ALEXBANK prepoznata je kao najbolja banka za poslovanje sa stanovništvom u Egiptu, Privredna Banka Zagreb (PBZ) proglašena je najboljom bankom za poslovanje sa stanovništvom i najboljom ESG bankom u Hrvatskoj, dok se CIB banka izdvojila kao najbolja banka za stambeno kreditiranje u Mađarskoj. Među ovogodišnjim dobitnicima je i IMI Divizija za poslovanje sa privredom i investiciono bankarstvo Intesa Sanpaolo, koja je dobila priznanje za najbolju investicionu banku u Italiji.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika bez naslova
Autori: Daniela Ilić
Teme: Banca Intesa; UniCredit Bank; Bankarstvo/banka/bankarski sektor
Napomena:
Površina: 1586
Naslov: Šta ako klijenti dožive stotu Prilagođavanje bankarske ponude rastu životnog veka
Strana: 28,29,30



Šta ako klijenti dožive stotu: Prilagođavanje bankarske ponude rastu životnog veka

Na šta prvo pomislite kada čujete sledeće reči: longevity, veštačka inteligencija, srebrna ekonomija, robotika, kvantne tehnologije? Na banku sigurno ne. A trebalo bi

Piše: DANIELA ILIĆ

„VEĆINA BANAKA U EVROZONI U SVOJIM godišnjim izveštajima uopšte ne prepoznaje starenje stanovništva kao stratešku temu", ukazala je u maju 2025. Evropska centralna banka u svom izveštaju o stabilnosti finansijskog sistema *(Financial Stability Review)*. Godinu dana kasnije, u maju 2026, dugovečnosti (longevity) se u novom izveštaju o stabilnosti finansijskog sistema ne posvećuje detaljna pažnja. Međutim, banke – uključujući i one u Srbiji – počinju sve glasnije da razgovaraju upravo o dugovečnosti, uvodeći je u svoje strategije i planove. Banka Amerike, čak, računa da će klijenti sve češće živeti i do sto godina, te upozorava da finansijsko planiranje mora da se prilagodi takvoj novoj realnosti.

Već poznati naziv „Srebrna ekonomija" (Silver Economy) predstavlja segment ekonomije koji obuhvata sve ekonomske aktivnosti relevantne za potrebe i mogućnosti starijih građana. Njen cilj je, kako pojašnjava Evropska komisija – unapređenje kvaliteta života, društvene uključenosti i učešća starije populacije u ekonomskim aktivnostima, kao i podsticanje stvaranja novih radnih mesta, ekonomskog rasta i investicija.

„Srebrna ekonomija ima veliki potencijal za podsticanje inovacija u oblasti pružanja kvalitetnih zdravstvenih, socijalnih i digitalnih usluga. Ona otvara nova tržišta za inkluzivne i pristupačne proizvode i usluge u različitim sektorima, kao što su: zdravstvo, prehrambena industrija, transport, turizam, obrazovanje, sa ciljem podrške zdravom i dugom životu (healthy longevity)", navodi Evropska komisija.

Prema objavljenim podacima EK, veličina evropske srebrne ekonomije značajno je rasla – približno 5% godišnje u periodu od 2015. do 2025. godine, dostigavši procenjenu vrednost od oko 5,7 biliona evra (€5.7 trillion).

ECB: Starenje stanovništva – rizici i šanse

Kako starenje stanovništva utiče na finansijsku stabilnost u evrozoni analizirala je Evropska centralna banka, konstatujući da, kako rast stanovništva usporava, a očekivani životni vek se produžava, udeo starijeg stanovništva u Evropi kontinuirano raste.

Starenje stanovništva moglo bi da, smatra ECB, predstavlja niz rizika po finansijsku stabilnost.

„Očekuje se da će dovesti do smanjenja ponude radne snage i produktivnosti rada, što može negativno da utiče na profitabilnost preduzeća i usporiti privredni rast. Istovremeno, države se suočavaju sa rastućim izdacima za penzije, zdravstvenu zaštitu i druge troškove povezane sa starenjem stanovništva, dok manji broj radno sposobnih građana i sporiji ekonomski rast mogu da dovedu do smanjenja poreskih prihoda", ukazala je 2025. Evropska centralna banka u delu izveštaja pod nazivom „Očuvanje finansijske stabilnosti u uslovima starenja stanovništva" *(Navigating financial stability in an ageing world)*.

Slabljenje finansijske pozicije preduzeća, zajedno sa rastućom zabrinutošću u pogledu održivosti javnog duga, može dodatno da ugrozi finansijsku stabilnost, dodaje se.

„Finansijska tržišta i finansijske institucije takođe su neposredno pogođeni starenjem stanovništva. Promene u potrebama domaćinstava za finansijskim uslugama mogu predstavljati izazov za tradicionalne poslovne modele banaka, društava za životno osiguranje i penzijskih fondova", ukazuje ECB.

Pored toga, kako se ističe, stariji građani uglavnom pokazuju veću sklonost ka izbegavanju rizika prilikom investiranja.

„Ukoliko se njihova smanjena tražnja za rizičnijom imovinom ne nadoknadi većim ulaganjima mlađih generacija – bilo kroz direktna ulaganja ili kroz veća ulaganja putem investicionih fondova, osiguravajućih društava i penzijskih fondova – to može da dovede do nižih vrednovanja akcija i nepovoljnijih uslova tržišnog finansiranja za kompanije. Takve promene u finansijskom sektoru mogu se potom preneti na realnu ekonomiju, ograničavajući dostupnost kapitala za investicije koje su neophodne kao odgovor na demografske promene", objašnjava ECB.

Sveobuhvatne javne politike od ključ-

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika bez naslova
Autori: Daniela Ilić
Teme: Banca Intesa; UniCredit Bank; Bankarstvo/banka/bankarski sektor
Napomena:
Površina: 1586
Naslov: Šta ako klijenti dožive stotu Prilagođavanje bankarske ponude rastu životnog veka
Strana: 28,29,30



„Srebrna ekonomija" (Silver Economy) predstavlja segment ekonomije koji obuhvata sve ekonomske aktivnosti važne za potrebe i mogućnosti starijih građana

nog su značaja za rešavanje izazova koje donosi starenje stanovništva, ali i za iskorišćavanje prilika koje ono otvara.

Prilike za bankarski sektor

U analizi ECB navodi da se očekuje da će starenje stanovništva uticati na bankarski sektor kroz smanjenje tražnje za kreditima i dodatni pritisak na neto kamatne marže.

„Kako ljudi stare, menja se i njihovo finansijsko ponašanje: mlađe generacije se uglavnom zadužuju kako bi stekle nekretnine i finansijsku imovinu. Ta imovina raste sve do odlaska u penziju, nakon čega se postepeno troši, dok se nivo zaduženosti smanjuje. Budući da starije osobe manje pozajmljuju novac i više su usmerene na očuvanje postojeće imovine, očekuje se pad tražnje za stambenim kreditima, što može dodatno smanjiti neto kamatne marže banaka. Istovremeno, višak likvidnosti koji nastaje usled starenja stanovništva doprinosi padu prirodne kamatne stope i izravnavanju krive prinosa, što otežava tradicionalni model poslovanja banaka zasnovan na transformaciji ročnosti izvora i plasmana", navodi se u analizi.

Istovremeno, otvaraju se nove poslovne prilike kroz rast prihoda od naknada, pre svega zahvaljujući upravljanju imovinom, savetovanju u oblasti spajanja i akvizicija (M&A), kao i razvoju novih kreditnih proizvoda.

„Kako radna snaga u kompanijama stari, raste potreba za planiranjem sukcesije i savetovanjem prilikom prenosa vlasništva ili prodaje preduzeća, što predstavlja značajnu priliku za banke", pojašnjava ECB.

Takode, očekuje se rast tržišta upravljanja imovinom i privatnog bankarstva, jer će sve više građana tražiti profesionalnu podršku u planiranju penzije i upravljanju potrošnjom akumulirane imovine tokom penzionog perioda (decumulation).

„Starijim klijentima biće potrebni specijalizovani finansijski proizvodi, poput obrnute hipoteke (reverse mortgage) i doživotnih renti (annuities), pri čemu oni i dalje u velikoj meri preferiraju lični kontakt sa bankom umesto isključivo digitalnih kanala. Ova sklonost posebno je izražena u zemljama sa starijim stanovništvom, gde je korišćenje elektronskog bankarstva manje rasprostranjeno, a broj kartičnih transakcija niži. Zbog toga banke u tim zemljama imaju veće fiksne troškove održavanja široke mreže poslovnica", ukazuje ECB.

Nove prilike i rizici

Medutim, nove poslovne prilike donose i nove rizike kojima banke moraju da upravljaju.

„Medu njima se izdvajaju koncentracija izloženosti pojedinim sektorima, rizik dugovečnosti (longevity risk) i povećana sklonost preuzimanju rizika u potrazi za većim prinosima (search for yield). Kreditni portfelji banaka mogli bi da postanu znatno više koncentrisani u sektorima zdravstvene zaštite i usluga namenjenih starijem stanovništvu. Istovremeno, proizvodi poput obrnute hipoteke uvode rizik dugovečnosti – mogućnost da korisnici žive duže nego što je očekivano, zbog čega banka duže ostaje izložena finansiranju tih plasmana", navodi se u analizi.

Dodatni izazov, kako se ističe, predstavlja pritisak na profitabilnost izazvan smanjenjem kamatnih marži, koji može podstaći banke da preuzimaju veći rizik kako bi ostvarile više prinose.

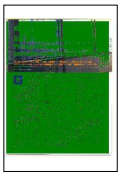
„Uprkos ovim promenama – a moguće i zbog relativno kratkog horizonta poslovnog planiranja – većina banaka u evrozoni u svojim godišnjim izveštajima uopšte ne prepoznaje starenje stanovništva kao stratešku temu. To je u suprotnosti sa sektorima kao što su zdravstvo, nekretnine i osiguranje, gde se demografske promene već smatraju važnim poslovnim faktorom", upozorila je Evropska centralna banka.

BIS: Dostojanstveno starenje

Banka za medunarodna poravnanja BIS u radu „Dostojanstveno starenje: usmeravanje bankarskog sektora kroz demografske promene" (Aging Gracefully: Steering the Banking Sector through Demographic Shifts, jun 2024) pokazuje dvostruku vezu izmedu starenja stanovništva i stabilnosti bankarskog sistema.

Sa jedne strane, starenje stanovništva može poboljšati stabilnost banaka

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika bez naslova
Autori: Daniela Ilić
Teme: Banca Intesa; UniCredit Bank; Bankarstvo/banka/bankarski sektor
Napomena:
Površina: 1586
Naslov: Šta ako klijenti dožive stotu Prilagođavanje bankarske ponude rastu životnog veka
Strana: 28,29,30



jer dovodi do smanjenja tražnje za kreditima, manjeg kreditnog rizika, smanjenja potrebe banaka za rizičnim kreditiranjem.

Sa druge strane, ista demografska promena može podstaći banke da traže više prinose kroz nove, manje poznate i potencijalno rizičnije aktivnosti, čime se povećavaju repni rizici (tail risks – rizik od retkog, malo verovatnog događaja koji može da ima velike negativne posledice, prim. nov), ističe se u analizi.

Ovo istraživanje obuhvata bankarske sisteme u razvijenim ekonomijama od 2000. godine do 2022.

Sveobuhvatna analiza razvijenih ekonomija tokom prethodne dve decenije pokazuje da je starenje stanovništva u proseku povezano sa većom stabilnošću banaka.

Međutim, prilagođavanja banaka na demografske promene mogu istovremeno da stvore nove, skrivene rizike (tail risks). Na primer, banke mogu povećavati izloženost alternativnim investicijama ili sektorima koje slabije poznaju kako bi nadoknadile pad tradicionalnih prihoda od kreditiranja.

Imajući u vidu brz globalni prelazak ka društvima sa starijim stanovništvom, analiza naglašava ključnu potrebu da kreatori politika budu proaktivni i oprezni.

Šta kaže Banka Amerike: Do stote

„Klijenti bi mogli da žive do stote - Banka Amerike kaže da i finansijski planovi moraju da se promene", ovakvim naslovom londonski Financial News započinje priču o tome da bi broj Amerikanaca koji će doživeti stotu godinu života mogao da se učetvorostruči u narednih 30 godina, zbog čega će banke koje pružaju usluge privatnog bankarstva morati da redefinišu svoj pristup klijentima.

Jedna od ključnih promena koju ističe ova banka je da finansijski planovi moraju pokrivati životni vek do 100 godina i duže, a ne samo period do tradicionalne starosti za penzionisanje...

5%
godišnje od 2015. do 2025. godine rast evropske srebrne ekonomije koja je dostigla procenjenu vrednost od oko 5,7 biliona evra (€5.7 trillion), podaci EK

4,5
godina povećao se očekivani životni vek tokom poslednje dve decenije

Ovo je posebno važno zbog istorijskih primera koji pokazuju da periodi prividne finansijske stabilnosti često mogu prethoditi pojavi novih rizika i finansijskih kriza.

MMF: Za dve decenije životni vek duži za 4,5 godina

I Međunarodni monetarni fond bavio se globalnim posledicama starenja stanovništva.

U Svetskim ekonomskim izgledima (april 2025), između ostalog MMF analizira razvoj srebrne ekonomije, sa posebnim fokusom na stepen zdravog starenja i njegov uticaj na tržište rada, šire ekonomske posledice demografskih promena, kao i ulogu ciljanih javnih politika u ublažavanju negativnih efekata starenja stanovništva.

Analiza pokazuje da, iako starenje stanovništva donosi brojne izazove – poput usporavanja privrednog rasta i povećanja fiskalnih pritisaka – trendovi zdravijeg starenja predstavljaju važnu razvojnu priliku.

„Zdravije starenje doprinosi većem učešću starijih osoba na tržištu rada, produžava njihov radni vek i povećava produktivnost", ističe MMF.

Pojedinci ne samo da žive duže, već generalno i stare u boljem zdravlju, navodi se u izveštaju MMF.

„Globalno, očekivani životni vek se povećao za oko 4,5 godina tokom poslednje dve decenije. Važno je napomenuti da se očekivani zdrav životni vek povećavao sličnim tempom, sa dodatnim godinama uglavnom bez hroničnih bolesti. Nedavne studije su dokumentovale značajna poboljšanja u fizičkim i kognitivnim sposobnostima pojedinaca starijih od 50 godina u nekim razvijenim ekonomijama. Zdravije starenje bi stoga moglo da nastavi da povećava ponudu radne snage produžavanjem radnog veka i povećanjem produktivnosti starijih radnika, nudeći svetlu tačku usred uspona srebrne ekonomije", navodi MMF.

Kako je u Srbiji

I u Srbiji su banke počele da računaju na dugovečnost klijenata.

Banka Intesa predstavila je temu dugovečnosti (longevity) na agendi finansijskog tržišta Srbije ekskluzivnim događajem za klijente i poslovne partnere „Računamo na duge staze", čiji je specijalni gost bio Piter H. Diamandis, vodeći svetski stručnjak u oblastima dugovečnosti, eksponencijalnih tehnologija i inovacija.

Diamandis govorio je o dugovečnosti kao o promeni koja će duboko uticati na način na koji ljudi planiraju zdravlje, karijeru, finansije i životne prioritete. Naglašavajući da se nalazimo na pragu jedne od najvećih promena u istoriji čovečanstva: prelaska sa lečenja bolesti na očuvanje zdravlja, prevenciju i produženje perioda vitalnost, istakao je značaj veštačke inteligencije, biotehnologije, senzora, genomike i personalizovane medicine za rano prepoznavanje rizika i donošenje boljih odluka o zdravlju i budućnosti.

Novo istraživanje koje je naručila UniCredit Grupa pokazuje da veštačka inteligencija, robotika, kvantne tehnologije i interfejsi nove generacije postaju ključna poslovna infrastruktura u svetu sa sve starijim stanovništvom.

Duži životni vek više nije samo pitanje zdravstvene zaštite. On ubrzano postaje jedna od najvažnijih ekonomskih i poslovnih transformacija ovog veka. Prema najnovijem izveštaju UniCredit Horizons Observatory pod nazivom „LongevityTech: Technology Enabling Strategy in the Longevity Economy", organizacije u svim sektorima – od finansija i proizvodnje do maloprodaje, energetike i infrastrukture – moraće da preispitaju način na koji stvaraju vrednost u svetu u kojem ljudi žive, rade i troše duže nego ikada ranije.

Datum: 31.07.2026
Medij: Glas Osiguranika
Rubrika Bez naslova
Autori: Vesna Kadić Stanković
Teme: Banka Poštanska štedionica
Naslov: U septembru i isplata državne pomoći

Napomena:
Površina: 1408

Strana: 3,4,5



ТРИБИНЕ РЕПУБЛИЧКОГ ФОНДА ПИО И САПЕНС-А РЕЗУЛТИРАЛЕ БРОЈНИМ МЕРАМА ПОДРШКЕ

У септембру и исплата државне помоћи

Током претходних месец дана, Фонд ПИО је, у сарадњи са Савезом пензионера Србије, одржао нових осам трибина намењених корисницима пензија, наставивши да ствара место сусрета представника институција и пензионера у различитим крајевима Србије. Трибине су одржане у београдским општинама Земун, Палилула и Раковица, као и у Лозници, Нишу, Вршцу, Панчеву и Новом Пазару. Поред директора РФ ПИО, Реље Огњеновића, и председника САПЕНС-а, проф. др Андреје Савића, трибинама су присуствовали и активно учествовали и челници локалних самоуправа.

Реља Огњеновић, директор Фонда ПИО, на одржаним сусретима велику пажњу је посветио мерама државне помоћи, које је 29. јуна најавио председник Републике Србије, и истакао да су видови помоћи за најстарије осмишљени у великој мери на основу предлога и идеја прикупљених на до сада одржаним трибинама.



У Панчеву: градоначелник Александар Стевановић, Реља Огњеновић, директор Фонда ПИО, Јагода Лазаревић, министарка унутрашње и спољне трговине, и проф. др Андреја Савић, председник САПЕНС-а

Управо на трибинама 29. јуна, у београдским општинама Земун и Палилула, Огњеновић је објаснио појединости једнократне новчане подршке за пензионере у зависности од висине пензија коју примају. Директор Фонда је навео да у прву категорију пензионера који ће добити једнократну помоћ улазе они чије су приналежности до износа минималне пензије, односно до 31.092 динара, и они ће добити 35.000 динара. Пензионери чија пензија износи од 31.093 до 56.848 динара примиће 27.500 динара, док ће сви пензионери који

Datum: 31.07.2026
Medij: Glas Osiguranika
Rubrika Bez naslova
Autori: Vesna Kadić Stanković
Teme: Banka Poštanska štedionica

Napomena:
Površina: 1408

Strana: 3,4,5

Naslov: U septembru i isplata državne pomoći



имају пензију већу од просечне добити 20.000 динара.

– За мере намењене пензионерима држава ће издвојити 377,2 милиона евра, а подршку ће дакле добити свих 1,66 милиона пензионера у Србији. Ово је највећи пакет мера који је држава икад имала за своје грађане. Јако је важно да кажемо да су иницијални предлози за ове мере које сад спроводимо настали на трибинама и зато ми је важно да вас саслушамо, да заједнички правимо планове јер само уједињени, само као један тим можемо да решавамо проблеме грађана – истакао је Огњеновић.

Он је навео да ће држава, такође, обезбедити и 30.000 туристичких ваучера у вредности од по 10.000 динара за одмор у Србији, као и финансијску подршку за борце и за кориснике социјалних давања, нижу цену струје и лекова.



Традиционалан дочек у Раковици

– Никада држава није боље бринула о својим грађанима и мислим да је и овај пакет мера показао да нам је континуирана брига о грађанима, а посебно о пензионерима, најважнија. Треба рећи да су ове мере обезбеђене средствима из прихода државе, што говори о стабилним финансијама и о одговорном пословању Фонда ПИО – нагласио је Реља Огњеновић.

И на наредним сусретима са корисницима пензија владало је велико интересовање за мере подршке државе, а почевши од трибине одржане у Нишу, која је била јубиларна 40. по реду, на неким окупљањима су учествовали и представници Министарства унутрашње и спољне трговине, како би и кроз овај канал комуникације са пензионерима, пружањем важних информација и одговарањем на питања потпомогли борбу против злоупотреба и превара којима најчешће буду изложени управо најстарији. У највећем граду на југу Србије посебна тема била је и најава реконструкције пословне зграде Филијале Фонда ПИО и Републичког фонда за здравствено осигурање.

– После три године нашег великог рада, уз велику сарадњу и подршку градоначелника Павловића, директорке РФЗО проф. др Сање Радојевић Шкодрић, али и наших људи у Фонду ПИО, успели смо да решимо све проблеме, да извршимо легализацију петог спрата, и ја се надам да ћемо у наредних месец до месец и по дана добити грађевинску дозволу и расписати тендер и од тренутка када изаберемо извођача за две године имати потпуно реконструисану зграду Фонда ПИО и РФЗО у Нишу. То ће бити савремена зграда, имаће потпуно прилагођен приступ особама са инвалидитетом, али и пуну подршку медицинском блоку и нашим трудницама. Инвестиција је вредна чак 960 милиона динара и мислим да ће то бити на задовољство и наших корисника и наших осигураника – казао је Реља Огњеновић у Нишу.

Директор Фонда ПИО је тада рекао и да је 6. јула одржан састанак са министарком унутрашње и спољне трговине, Јагодом Лазаревић, те да ће се у наредном периоду посебан фокус ставити на компаније које се баве преварама пензионера.

– Данас је са нама помоћница министра, Ивана Томић Илић, и размотрићемо све могуће начине на које можемо да станемо на пут преварама, али и да едукујемо наше пензионере како бисмо спречили све могуће злоупотребе. Стални фокус је разговор с пензионерима, с њима правимо планове, са њима градимо будућност и дугујемо захвалност свим пензионерима, како Ниша тако и Србије зато што су увек уз своју државу – истакао је Реља Огњеновић.

Реконструкција зграде нишке Филијале

Пре јубиларне трибине намењене пензионерима, одржане 7. јула у Нишу, на конференцији за медије у Градској кући у овом граду, директор РФ ПИО, Реља Огњеновић, и градоначелник Ниша, Драгослав Павловић, најавили су почетак реконструкције пословне зграде Фонда ПИО и Републичког фонда за здравствено осигурање у Нишу, у Прије здиној 1, која је у заједничком власништву ове две институције и у којој послују њихове филијале.

Појашњавајући неке од корака који су учињени у циљу решавања дугогодишњег проблема у вези са реконструкцијом ове пословне зграде, директор Фонда ПИО је казао да је у претходном периоду уписано право власништва, да је легализован пети спрат зграде, као и да је РФЗО финансирао израду пројектне документације. Како је Огњеновић навео, наредни корак је добијање грађевинске дозволе, а потом и покретање поступка јавне набавке у наредних месец до месец и по дана.

– Ово је озбиљан пројекат који спроводи Републички фонд ПИО у сарадњи са Републичким фондом за здравствено осигурање, а инвестиција је вредна око 960 милиона динара. У питању је потпуна реконструкција зграде од 5.023 m^2 бруто површине, односно нешто више од 4.235 m^2 нето површине – изјавио је директор РФ ПИО.

Он је истакао да од почетка реконструкције до завршетка радова неће проћи више од две године, као и да ће зграда бити реконструисана у складу са највишим и најмодернијим стандардима, и у потпуности прилагођена потребама особа са инвалидитетом и свим корисницима и осигураницима.

Градоначелник Ниша, Драгослав Павловић, навео је да се упркос вишегодишњим проблемима – у вези са документацијом, имовинским односима, правом својине, добијањем свих неопходних дозвола, све време активно радило на њиховом решавању, и да се постепено цео процес заокружио. Градоначелник је захвалио Фонду ПИО и РФЗО на издвајању значајних средстава за ове намене, наглашавајући да је град Ниш важан центар југоисточне Србије и да велики број сугрђана у овој пословној згради свакодневно добија услуге из надлежности како Фонда ПИО, тако и Републичког фонда за здравствено осигурање.



Градоначелник Ниша, Драгослав Павловић, и директор РФ ПИО, Реља Огњеновић

Datum: 31.07.2026
Medij: Glas Osiguranika
Rubrika Bez naslova
Autori: Vesna Kadić Stanković
Teme: Banka Poštanska štedionica

Napomena:
Površina: 1408

Strana: 3,4,5

Naslov: U septembru i isplata državne pomoći

На трибини која је 14. јула окупила пензионере из Панчева и околине, директор Фонда је ексклузивно најавио још један вид подршке пензионерима, који су изнедрили управо ови сусрети.

– Захваљујући идејама и предлозима пензионера који су присуствовали трибинама у Вршцу, Кикинди, Сомбору, да путем Пензионерске картице анимирамо више приватних здравствених установа које ће моћи да дају попуст за наше пензионере, ми смо обавили неколико састанака и у наредних месец до месец и по дана очекујемо једну велику конференцију за штампу где ћемо изаћи са озбиљним тимом и озбиљним попустима за наше пензионере. То ће пре свега бити попусти на лабораторијске анализе, али и на многе друге услуге које нуде наше приватне здравствене установе – поручио је Реља Огњеновић закључивши – градимо заједничку будућност, слушамо наше пензионере и морамо да будемо међу људима јер то је најважније.

Око 300 најстаријих житеља Раковице окупило се на трибини организованој 22. јула у овој београдској општини, а директор Фонда је нагласио да је важно да се у непосредној комуникацији са пензионерима чује шта су њихове замерке, шта су њихови предлози, односно, како је навео – да нашим пензионерима дамо главну реч.

– Битно је да нам они кажу како треба да руководимо Фондом, да предложе, јер ипак су они ти који су 40 година рада уложили и плаћали доприносе, како бисмо ми сада могли да им бар део вратимо. Фокус је данас на најави исплате државне помоћи, уз велику подршку Министарства финансија и ресорног Министарства за рад, запошљавање, борачка и социјална питања. Радимо убрзано на измени закона, и ја се надам, као што је и најављено, најкасније до 15. септембра биће исплата ове велике помоћи, највеће помоћи у историји Србије – истакао је Огњеновић и поновио да ће и повећање пензија бити пре краја године.

Последња трибина у јулу била је резервисана за сусрет са корисницима пензија из Новог Пазара и околине.



Трибина у Нишу била је јубиларна – четрдесета по реду


У Новом Пазару присуствовало је више од петсто пензионера

– Данас у Рашкој области настављамо да разговарамо са нашим пензионерима. Данас имају главну реч пензионери Новог Пазара, а присуство више од 500 пензионера у овој сали говори да је њихово интересовање велико. Ми ћемо им се одужити тако што ћемо покушати да решимо што већи број њихових проблема данас, али и да чујемо њихове сугестије и жеље и да у наредном периоду правимо заједничке планове – казао је директор РФ ПИО, Реља Огњеновић, на овој трибини одржаној 28. јула.

Директор Фонда је најстаријим Новопазарцима саопштио и важну новост.

– Данас доносимо добре вести у Нови Пазар – завршили смо израду закона о исплати државне помоћи и, као што је председник Александар Вучић најавио, 14. септембра ће бити комплетна исплата свим пензионерима. До тада ћемо извршити и исплату пензија за све категорије, као што смо и навикли наше пензионере, у дан, у сат, у минут. Могу да кажем да ће месец септембар бити месец пензионера, ако узмемо у обзир да ће се у септембру извршити све исплате, тако да је то добра увертира за 1. октобар, Међународни дан старијих особа – изјавио је Огњеновић и додао да ће након наведених исплата такође у септембру бити исплаћена и помоћ од 6.000 динара.


Много добре енергије на сусрету с пензионерима Вршца

Свим трибинама, као и до сада, присуствовао је и проф. др Андреја Савић, председник САПЕНС-а, кровне пензионерске организације, који је између осталог потврдио да је употребна вредност до сада одржаних трибина испунила своју сврху, имајући у виду да су многе идеје и предлози до којих се на њима дошло примењени у предложеном пакету државних мера помоћи. Савић је нагласио да су пензионери на много начина задужили државу, те да држава сада проналази начин и да им се достојно одужи.

Захваљујући могућности да на трибинама своје недоумице, питања и проблеме пензионери изложе директно представницима институција, многи од њих су већ сада разрешени, а за решавање оних комплекснијих се увелико предузимају потребне мере. Ови сусрети су до сада окупили око 12.000 пензионера, а како је директор РФ ПИО више пута истицао, Фонд ПИО, САПЕНС, представници локалних самоуправа, као и партнери: Банка Поштанска штедионица и компанија „Дунав осигурање", чине један тим – јер само сви заједно, уједињени, можемо да постигнемо најбоље разултате.

Весна Кадић Станковић


HALKBANK
SEPA sistem
Povoljni transferi u evrima u više od 40 zemalja u okviru SEPA sistema.
mKredit
mOverdraft
mKreditna kartica
Aplicirajte
Brzo, sigurno i prilagođeno vašim planovima.
Saznajte više na halkbank.rs
Pažnja! Pozajmljivanje novca košta. Ovaj oglas je informativnog karaktera i kreiran je u promotivne svrhe.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Intervju
Autori: Danijela Nišavić
Teme: Halkbank

Napomena:
Površina: 3726



Naslov: Savremeno bankarstvo sa ljudskim pristupom

Strana:

SB
SVET BANKARSTVA & INVESTICIJA

Süleyman Bulut

PREDSEDNIK IZVRŠNOG ODBORA HALKBANK A. D. BEOGRAD

Savremeno bankarstvo sa ljudskim pristupom

ISSN 2738-1811
9 772738 181009



Naslov: Savremeno bankarstvo sa Ijudskim pristupom




SB
SVET BANKARSTVA & INVESTICIJA
INTERVJU
Süleyman Bulut,
PREDSEDNIK IZVRŠNOG ODBORA HALKBANK A. D. BEOGRAD
Savremeno bankarstvo sa ljudskim pristupom
Naš cilj nije samo rast poslovanja, već i da HALKBANK a.d. Beograd bude prepoznata kao jedna od najmodernijih, najinovativnijih i najpoželjnijih banaka u Srbiji, kako po kvalitetu usluga, tako i po korisničkom iskustvu koje pruža
Razgovarala: DANIJELA NIŠAVIĆ



INTERVJU **SÜLEYMAN BULUT,** PREDSEDNIK IZVRŠNOG ODBORA HALKBANK A. D. BEOGRAD

„NAŠ OSNOVNI PRIORITET OSTAJE ORGANSKI RAST i dalje jačanje pozicije na tržištu. Nastavićemo da unapređujemo portfolio proizvoda i usluga, razvijamo digitalna rešenja i kontinuirano poboljšavamo korisničko iskustvo, kako bismo dodatno učvrstili tržišnu poziciju HALKBANK a.d. Beograd. Verujemo da zapadni Balkan, sa oko 20 miliona stanovnika i ekonomijom koja beleži kontinuirani razvoj predstavlja region sa značajnim potencijalom za rast u narednim godinama" kaže Süleyman Bulut, predsednik Izvršnog odbora HALKBANK a. d. Beograd.

U Srbiji su prisutni od 2015. godine kada je HALKBANK postala većinski vlasnik Čačanske banke. U skladu sa strategijom i osnovnim ciljevima poslovne politike, HALKBANK a. d. Beograd je tokom meseca maja, putem 35. emisije akcija za kvalifikovanog investitora Türkiye Halk Bankası, uspešno sprovela proces povećanja kapitala u iznosu od 30 miliona evra. Kapital banke će na ovaj način dostići vrednost od 286 miliona evra, dok će adekvatnost kapitala biti zadržana na visokom nivou.

Kolika je danas snaga HALKBANK ako se meri tržišnom pozicijom, kreditnim i depozitnim portfolijem, brojem klijenata iz segmenta stanovništva i privrede?

Kao što ste naveli, HALKBANK a.d. Beograd od ulaska na srpsko tržište 2015. godine, kada je preuzela većinsko vlasništvo nad Čačanskom bankom, sprovodi strategiju zasnovanu na održivom rastu. Dokapitalizacije koje smo realizovali prethodnih godina omogućile su nam da podržimo ambiciozne planove razvoja i klijentima pružimo još sigurniju i kvalitetniju finansijsku podršku.

Danas HALKBANK a.d. Beograd vidimo kao banku koja stabilno raste na srpskom tržištu, oslanjajući se na snažnu kapitalnu poziciju, pristup usmeren ka klijentima i posebno izraženu ekspertizu u segmentu malih i srednjih preduzeća i mikroprivrede.

Kada je reč o kreditnom poslovanju, naš prioritet je održiv rast uz snažan fokus upravo na MSP i mikro segment. Sa zadovoljstvom mogu da kažem da smo u tome ostvarili značajan napredak. Naš tržišni udeo u ovom segmentu danas je približno tri puta veći od ukupnog tržišnog udela Banke, što potvrđuje da smo izgradili snažnu poziciju i da strategija koju sprovodimo daje konkretne rezultate.

Na strani depozita, prioritet nam je povećanje obima depozita po viđenju. Zato poseban akcenat stavljamo na privlačenje novih klijenata, razvoj savremenih platnih sistema i unapređenje digitalnog bankarstva, kako bismo klijentima omogućili da svoje svakodnevne finansijske aktivnosti obavljaju upravo preko HALKBANK-e.

Danas kontinuirano povećavamo broj klijenata, kako u segmentu stanovništva tako i privrede, uz stabilan rast kreditnog i depozitnog portfolija. Nastavljamo da jačamo svoju poziciju na srpskom bankarskom tržištu i gradimo temelje za dugoročan i održiv razvoj.

Kako biste ocenili bankarski sektor u Srbiji i konkurenciju u kome ima osim domaćih banaka i banaka čiji su vlasnici grupacije iz Italije, Mađarske, Austrije, Nemačke...?

Bankarski sektor Srbije karakterišu stabilnost, visok nivo konkurencije i efikasan regulatorni okvir koji obezbeđuje Narodna banka Srbije.

Oko 70% bankarskog sistema čine banke koje posluju u okviru međunarodnih bankarskih grupacija. Finansijske institucije iz Italije, Nemačke, Austrije, Mađarske i drugih zemalja imaju značajno prisustvo na tržištu, što doprinosi primeni visokih međunarodnih standarda, unapređenju kvaliteta usluga i zdravoj konkurenciji.

Takvu konkurenciju ne posmatramo kao pretnju, već kao podsticaj za dalji razvoj. Verujemo da upravo kroz digitalno bankarstvo, primenu veštačke inteligencije, kontinuirana ulaganja u tehnologiju i razvoj inovativnih proizvoda možemo dodatno unaprediti svoju konkurentsku poziciju.

Istovremeno, HALKBANK a.d. Beograd svoju prednost vidi u dubokom po-

Prioriteti

Kao predsednik Izvršnog odbora šta ste zacrtali kao prioritete u poslovanju?

Po stupanju na funkciju definisao sam nekoliko jasnih prioriteta koji i danas predstavljaju osnov naše strategije. Pre svega, cilj nam je da očuvamo snažnu kapitalnu poziciju i finansijsku stabilnost Banke, uz efikasno upravljanje rizicima, kako bismo obezbedili održiv i profitabilan rast.

Drugi važan prioritet jeste kontinuirano unapređenje korisničkog iskustva. Želimo da HALKBANK a. d. Beograd bude banka koja je klijentima uvek dostupna, brza i pouzdana, bez obzira na to da li koriste naše usluge u poslovnici ili putem digitalnih kanala. Zato kontinuirano ulažemo u digitalizaciju procesa, razvoj novih proizvoda i pojednostavljenje usluga.

Posebnu pažnju posvećujemo podršci malim i srednjim preduzećima, preduzetnicima i poljoprivredi, koje smatramo jednim od ključnih strateških pravaca razvoja. Istovremeno nastavljamo da razvijamo savremene proizvode i usluge prilagođene potrebama klijenata svih generacija.

Jedan od naših važnih prioriteta jeste i dalje jačanje korporativne kulture. Uspešnu banku ne grade samo kapital i tehnologija – pre svega je grade ljudi. Zato ulažemo u razvoj zaposlenih, podstičemo timski rad i razmenu znanja i stvaramo radno okruženje u kojem svaki zaposleni može da ostvari svoj puni potencijal.

Naš krajnji cilj je da HALKBANK a.d. Beograd bude prepoznata ne samo po uspešnim finansijskim rezultatima, već i kao odgovoran i pouzdan partner koji stvara vrednost za svoje klijente, privredu i društvo u celini. Verujem da se dugoročni uspeh može graditi jedino na poverenju klijenata, zaposlenih, akcionara i zajednice u kojoj poslujemo.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Intervju
Autori: Danijela Nišavić
Teme: Halkbank

Napomena:
Površina: 3726

Naslov: Savremeno bankarstvo sa Ijudskim pristupom

Strana:





znavanju potreba malih i srednjih preduzeća i mikroprivrede, bliskom odnosu sa klijentima i fleksibilnoj organizaciji koja nam omogućava brzo donošenje odluka i prilagođavanje potrebama tržišta.

Na tržištima sa izraženom konkurencijom uspeh ne zavisi od toga koliko pažljivo pratite konkurente, već koliko brzo prepoznajete i odgovarate na promenljive potrebe klijenata. Upravo zahvaljujući snažnoj kapitalnoj osnovi, ulaganjima u tehnologiju i efikasnim procesima odlučivanja verujemo da ćemo nastaviti da stvaramo dugoročnu vrednost za naše klijente i dodatno učvrstimo svoju poziciju na tržištu.

U narednom srednjoročnom periodu šta će biti fokus koji će omogućiti rast banke koja je univerzalna?

Pre svega, značajno smo unapredili našu fizičku distributivnu mrežu kroz investicije u poslovnice. Tokom 2025. godine otvorili smo ukupno šest novih poslovnica u Beogradu i drugim gradovima Srbije, pojedine postojeće poslovnice preselili na atraktivnije lokacije, a veliki broj njih renovirali. Na taj način izgradili smo snažnu mrežu koja omogućava da kvalitetne bankarske usluge budu dostupne klijentima širom Srbije.

Drugi važan stub naše strategije jeste digitalna transformacija. Od 2025. godine intenzivno unapređujemo mobilno bankarstvo, razvijamo nove digitalne kanale i uvodimo rešenja koja klijentima omogućavaju jednostavnije, brže i bezbednije bankarsko iskustvo. Danas, kroz mobilno i elektronsko bankarstvo, poslovnice i razvijenu mrežu bankomata, našim klijentima pružamo dostupnu, efikasnu i konkurentnu uslugu na svim kanalima.

Treći prioritet predstavlja povećanje broja klijenata u segmentima stanovništva i privrede. Nastavljamo da razvijamo inovativne proizvode prilagođene njihovim potrebama. Premium Visa Signature kartica, koju smo lansirali u junu 2026. godine, jedan je od najboljih primera takvog pristupa. U narednom periodu dodatno ćemo širiti ponudu proizvoda i usluga.

Poseban strateški značaj pridajemo i finansijskoj inkluziji. Nastavićemo da razvijamo inovativna rešenja namenjena mladima i ženama preduzetnicama, uključujući i programe finansiranja koji se realizuju uz podršku države i međunarodnih partnera.

Naš cilj nije samo rast poslovanja, već i da HALKBANK a.d. Beograd bude prepoznata kao jedna od najmodernijih, najinovativnijih i najpoželjnijih banaka u Srbiji, kako po kvalitetu usluga, tako i po korisničkom iskustvu koje pruža.

S jedna strane su digitalizacija i veštačka inteligencija, s druge strane je čovek. Sudeći po sloganu banke jasno je ko je neprikosnoven – „Ljudi pre svega". Kako pomiriti težnju za tehnološkim progresom, a da se u tome ne izgubi klijent i njegov osećaj i potrebe?

Digitalizaciju i integraciju veštačke inteligencije u određene poslovne procese posmatramo kao alat koji unapređuje iskustvo naših klijenata. Cilj tehnologije je da bankarske proizvode i usluge učini dostupnijim, skrati vreme obrade zahteva i omogući klijentima da svoje finansijske potrebe rešavaju brzo, bezbedno i u trenutku koji njima najviše odgovara.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Intervju
Autori: Danijela Nišavić
Teme: Halkbank

Napomena:
Površina: 3726

Naslov: Savremeno bankarstvo sa ljudskim pristupom

Strana:



INTERVJU **SÜLEYMAN BULUT,** PREDSEDNIK IZVRŠNOG ODBORA HALKBANK A. D. BEOGRAD

Međutim, postoje životne situacije u kojima klijent ne traži samo bankarsku uslugu, već savet, razumevanje i poverenje. Kupovina prve nekretnine, pokretanje sopstvenog biznisa ili donošenje važnih finansijskih odluka zahtevaju neposredan razgovor sa iskusnim bankarom. Zato verujemo da će ljudski faktor i u budućnosti ostati nezamenljiv deo bankarstva.

Naša filozofija „Ljudi pre svega" ne kosi se sa digitalnom transformacijom. Naprotiv, ona nas podseća da svaku tehnološku inovaciju razvijamo iz ugla klijenta. Ukoliko nova tehnologija ne doprinosi boljem korisničkom iskustvu, onda nije ispunila svoju svrhu.

Digitalizacija nam omogućava da automatizujemo rutinske procese, dok naši zaposleni dobijaju više vremena da razumeju potrebe klijenata, pruže kvalitetno savetovanje i izgrade dugoročne odnose zasnovane na poverenju.

Verujemo da će najuspešnije banke budućnosti biti one koje uspešno spoje savremenu tehnologiju sa ljudskim pristupom. Upravo je to razvojna vizija HALKBANK a.d. Beograd – moderna banka koja koristi najnaprednija digitalna rešenja, ali nikada ne zaboravlja da se iza svakog računa, kredita i transakcije nalazi čovek.

Ova godina je u znaku digitalizacije usluga. Šta je ono što će klijenti banke dobiti kroz digitalne kanale, šta ste definisali kao potrebe klijenata u digitalnoj sferi usluga?

Digitalizaciju ne razvijamo zato što je trend, već zato što je to očekivanje naših klijenata. Današnji korisnici žele da bankarske usluge budu dostupne 24 časa dnevno, sedam dana u nedelji i da svoje finansijske poslove mogu da obavljaju brzo, jednostavno i bezbedno, bez odlaska u poslovnicu. Upravo na tim potrebama zasnivamo našu digitalnu strategiju.

Naš cilj je da klijentima omogućimo da što veći broj bankarskih usluga obavljaju putem mobilnog i elektronskog bankarstva, brzo, jednostavno i potpuno bezbedno. Nastavićemo da razvijamo potpuno digitalne procese za podnošenje zahteva za kredite, upravljanje računima i karticama, kao i domaća i međunarodna plaćanja.



Jedan od najboljih primera takvog pristupa jeste priključenje Banke SEPA sistemu u maju ove godine. Ovim projektom međunarodne transfere učinili smo bržim, jednostavnijim i povoljnijim, imajući u vidu posebno potrebe građana Srbije koji žive i rade u inostranstvu. Na taj način pružili smo dodatnu vrednost postojećim klijentima, ali ostvarili i veoma dobre rezultate u privlačenju novih korisnika. U narednom periodu nastavićemo da širimo bazu klijenata kroz slična inovativna digitalna rešenja.

U saradnji sa VISA lansirana je nova poslovna premijum kartica Visa Signature, namenjena je klijentima iz poslovnog sveta. Kako vidite dalji razvoj kartičarstva, šta su promene koje nas očekuju?

Kartične platne sisteme smatramo jednim od najdinamičnijih segmenata savremenog bankarstva. U Srbiji iz godine u godinu beležimo rast bezgotovinskog plaćanja i sve intenzivniju upotrebu platnih kartica, zbog čega ovu oblast vidimo kao jedan od naših strateških prioriteta.

„Dalji rast trgovinske razmene i investicija između Srbije i Turske otvoriće nove mogućnosti za privredu obe zemlje, a banka će nastaviti da bude jedan od ključnih finansijskih partnera kompanijama koje razvijaju prekograničnu saradnju"

Visa Signature kartica, koju smo razvili u saradnji sa kompanijom VISA, predstavlja jedan od prvih rezultata našeg strateškog pristupa unapređenju platnih rešenja. U narednom periodu nastavićemo da razvijamo nove proizvode i usluge namenjene kako fizičkim, tako i pravnim licima, nudeći inovativna rešenja i kartične proizvode sa dodatnim pogodnostima.

Verujemo da platni sistemi budućnosti neće služiti isključivo za izvršenje transakcija, već će postati sastavni deo sveobuhvatnog digitalnog iskustva koje korisnicima olakšava svakodnevni život. Klijenti danas od kartice očekuju mnogo više od samog sredstva plaćanja – žele brzo, sigurno i jednostavno korisničko iskustvo.

Zbog toga ćemo nastaviti da ulažemo u tehnološku infrastrukturu i svojim klijentima obezbeđujemo najsavremenija platna rešenja u skladu sa svetskim trendovima.

Trenutno raste tražnja za kreditima za obrtna sredstva, dok je u padu interesovanje privrede za dugoročno kreditiranje. Za koji tip kredita korporativni klijenti HALKBANK imaju najviše potrebe?

Danas je najveća potreba naših korporativnih klijenata usmerena ka kratkoročnim izvorima finansiranja, pre svega kreditima za obrtna sredstva.

Poseban segment banke namenjen je i poljoprivrednicima. Kakva je tražnja za jedinstvenu EFSE kreditnu li-

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Intervju
Autori: Danijela Nišavić
Teme: Halkbank

Napomena:
Površina: 3726

Naslov: Savremeno bankarstvo sa Ijudskim pristupom

Strana:



niju namenjene održivoj poljoprivredi?

EFSE kreditni program predstavlja jedan od strateški najznačajnijih proizvoda naše Banke zbog svog doprinosa finansiranju održive poljoprivrede.

Poljoprivreda i dalje ima veoma važnu ulogu u privredi Srbije. Istovremeno, primećujemo da mala i srednja poljoprivredna gazdinstva često imaju izazove kada je u pitanju pristup finansiranju pod odgovarajućim uslovima. Upravo zbog toga nastojimo da im ponudimo finansijska rešenja koja su dostupna, održiva i prilagođena njihovim stvarnim potrebama. Za nas poljoprivreda nije samo važna privredna grana, već i strateški sektor.

Kroz programe koje razvijamo zajedno sa međunarodnim partnerima, poput EFSE-a i SEF-a, nastavljamo da pružamo snažnu podršku razvoju poljoprivrede u Srbiji. Interesovanje za ove programe kontinuirano raste, a u narednom periodu planiramo razvoj novih proizvoda namenjenih poljoprivrednicima i kompanijama koje posluju u ovom sektoru.

Na taj način želimo da damo doprinos održivom razvoju poljoprivredne proizvodnje, ali i ukupnom razvoju srpske privrede.

Trgovinska razmena u 2025. godini između Srbije i Turske iznosila je skoro 3,5 milijarde američkih dolara. Izvoz Srbije u Tursku je bio 1,2 milijarde dolara, dok 2,3 milijarde dolara je uvoz iz Turske. Koliko kompanijama iz obe države znači postojanje HALKBANK u Srbiji i šta je ono što je standard usluga banke za te klijente koji rade sa kompanijama iz Turske i obrnuto?

Trgovinska razmena između Srbije i Turske iz godine u godinu beleži rast, a prisustvo HALKBANK u Srbiji predstavlja značajnu podršku kompanijama koje posluju između dva tržišta.

Naša prednost je što odlično poznajemo poslovno okruženje, regulatorne okvire i potrebe privrede u obe zemlje. Zahvaljujući tome, možemo da pružimo brzu, efikasnu i pouzdanu podršku kompanijama u realizaciji njihovih poslovnih aktivnosti.

Veliku pažnju posvećujemo kvalitetu usluge. Naš cilj nije samo da obezbedimo finansiranje, već da budemo dugoročan partner svojim klijentima. Kroz individualni pristup, brzu obradu zahteva, stručnu podršku u međunarodnom poslovanju i tim koji pruža usluge i na turskom jeziku, značajno olakšavamo komunikaciju i svakodnevno poslovanje kompanija koje posluju između Srbije i Turske.

Turska je među razvijenim zemljama kada je reč o platnim sistemima i digitalnom bankarstvu. Šta je ono što može da se iz iskustva i palete usluga koje imate u Turskoj brzo implementira u Srbiji?

Do prošle godine obavljao sam jednu od rukovodećih funkcija u Türkiye Halk Bankası A.Ş. i imao priliku da iz neposredne blizine pratim visok nivo razvoja platnih sistema i digitalnog bankarstva u Turskoj.

Iskustvo stečeno u okviru Halkbank Grupe omogućava nam da proverena tehnološka rešenja i najbolje prakse, koje su se uspešno pokazale na turskom tržištu, postepeno prilagođavamo i uvodimo u poslovanje HALKBANK a.d. Beograd, u skladu sa regulatornim okvirom Narodne banke Srbije i potrebama lokalnog tržišta.

Posebno veliki potencijal vidimo u daljem razvoju digitalnih kanala, kako za fizička, tako i za pravna lica. Naši planovi obuhvataju dodatno pojednostavljenje otvaranja i upravljanja računima, unapređenje mobilnog i elektronskog bankarstva, brže i automatizovanije procese odobravanja određenih proizvoda, kao i razvoj novih usluga poput instant plaćanja i digitalnih novčanika.

Istovremeno, informaciona bezbednost i zaštita podataka ostaju naš apsolutni prioritet. Svaka nova usluga razvija se u skladu sa najvišim standardima bezbednosti, prolazi regulatorne provere, bezbednosna testiranja i detaljne procene rizika pre nego što postane dostupna klijentima.

Jedna od naših najvećih prednosti jeste činjenica da smo deo jedne od vodećih bankarskih grupacija u svetu. Zahvaljujući tome možemo mnogo brže da prenesemo iskustva sa razvijenijih tržišta, prilagodimo ih potrebama Srbije i našim klijentima ponudimo savremena, bezbedna i jednostavna bankarska rešenja.

Naš cilj je da znanje, iskustvo i tehnološke inovacije koje postoje u okviru Halkbank Grupe prenesemo na srpsko tržište i našim klijentima obezbedimo digitalno bankarstvo i platne sisteme u skladu sa najvišim međunarodnim standardima.

Proširenje mreže poslovnica

U januaru 2025. godine ste došli na čelo HALKBANK. Otvoreno je šest poslovnica od tada do sada u Beogradu, ali i drugim gradovima širom Srbije. Trenutno ima 51 poslovnica, kakvi su dalji planovi za njihovo širenje?

Od prvog dana mog mandata cilj nam je bio da budemo bliži klijentima, ne samo putem digitalnih kanala, već i kroz fizičko prisustvo svuda gde postoji potreba za kvalitetnim bankarskim uslugama. Kao što sam već pomenuo, od početka 2025. godine otvorili smo šest novih poslovnica i proširili našu mrežu na ukupno 51 poslovnicu širom Srbije.

Naše buduće planove razvoja poslovne mreže određivaće pre svega potrebe tržišta i naših klijenata.

Istovremeno, verujemo da budućnost bankarstva nije izbor između poslovnica i digitalnih kanala, već njihova optimalna kombinacija. Dok se sve veći broj svakodnevnih bankarskih transakcija obavlja putem mobilnog i elektronskog bankarstva, poslovnice i dalje imaju ključnu ulogu kada je reč o finansijskom savetovanju, donošenju važnih odluka i izgradnji dugoročnih odnosa sa klijentima.

Zato ćemo nastaviti da ulažemo i u razvoj poslovne mreže i u digitalnu transformaciju. Naš cilj nije samo otvaranje novih poslovnica, već da HALKBANK a.d. Beograd bude jedna od najdostupnijih i najpouzdanijih banaka u Srbiji. Želimo da svaka naša poslovnica bude moderan centar finansijskog savetovanja koji odražava osnovni princip našeg poslovanja – **Ljudi pre svega.**

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Intervju
Autori: Danijela Nišavić
Teme: Halkbank; Bankarstvo/banka/bankarski sektor; Narodna banka Srbije (NBS)

Napomena:
Površina: 2641



Naslov: Savremeno bankarstvo sa Ijudskim pristupom

Strana:







SB
SVET BANKARSTVA & INVESTICIJA

INTERVJU

Süleyman Bulut,

PREDSEDNIK IZVRŠNOG ODBORA HALKBANK A. D. BEOGRAD

Savremeno bankarstvo sa ljudskim pristupom

Naš cilj nije samo rast poslovanja, već i da HALKBANK a.d. Beograd bude prepoznata kao jedna od najmodernijih, najinovativnijih i najpoželjnijih banaka u Srbiji, kako po kvalitetu usluga, tako i po korisničkom iskustvu koje pruža

Razgovarala: DANIJELA NIŠAVIĆ

„NAŠ OSNOVNI PRIORITET OSTAJE ORGANSKI RAST i dalje jačanje pozicije na tržištu. Nastavićemo da unapređujemo portfolio proizvoda i usluga, razvijamo digitalna rešenja i kontinuirano poboljšavamo korisničko iskustvo, kako bismo dodatno učvrstili tržišnu poziciju HALKBANK a.d. Beograd. Verujemo da zapadni Balkan, sa oko 20 miliona stanovnika i ekonomijom koja beleži kontinuirani razvoj predstavlja region sa značajnim potencijalom za rast u narednim godinama" kaže Süleyman Bulut, predsednik Izvršnog odbora HALKBANK a. d. Beograd.

U Srbiji su prisutni od 2015. godine kada je HALKBANK postala većinski vlasnik Čačanske banke. U skladu sa strategijom i osnovnim ciljevima poslovne politike, HALKBANK a. d. Beograd je tokom meseca maja, putem 35. emisije akcija za kvalifikovanog investitora Türkiye Halk Bankası, uspešno sprovela proces povećanja kapitala u iznosu od 30 miliona evra. Kapital banke će na ovaj način dostići vrednost od 286 miliona evra, dok će adekvatnost kapitala biti zadržana na visokom nivou.

Kolika je danas snaga HALKBANK ako se meri tržišnom pozicijom, kreditnim i depozitnim portfolijem, brojem klijenata iz segmenta stanovništva i privrede?

Kao što ste naveli, HALKBANK a.d. Beograd od ulaska na srpsko tržište 2015. godine, kada je preuzela većinsko vlasništvo nad Čačanskom bankom, sprovodi strategiju zasnovanu na održivom rastu. Dokapitalizacije koje smo realizovali prethodnih godina omogućile su nam da podržimo ambiciozne

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Intervju
Autori: Danijela Nišavić
Teme: Halkbank; Bankarstvo/banka/bankarski sektor; Narodna banka Srbije (NBS)
Napomena:
Površina: 2641



Naslov: Savremeno bankarstvo sa Ijudskim pristupom

INTERVJU **SÜLEYMAN BULUT,** PREDSEDNIK IZVRŠNOG ODBORA HALKBANK A. D. BEOGRAD

planove razvoja i klijentima pružimo još sigurniju i kvalitetniju finansijsku podršku.

Danas HALKBANK a.d. Beograd vidimo kao banku koja stabilno raste na srpskom tržištu, oslanjajući se na snažnu kapitalnu poziciju, pristup usmeren ka klijentima i posebno izraženu ekspertizu u segmentu malih i srednjih preduzeća i mikroprivrede.

Kada je reč o kreditnom poslovanju, naš prioritet je održiv rast uz snažan fokus upravo na MSP i mikro segment. Sa zadovoljstvom mogu da kažem da smo u tome ostvarili značajan napredak. Naš tržišni udeo u ovom segmentu danas je približno tri puta veći od ukupnog tržišnog udela Banke, što potvrđuje da smo izgradili snažnu poziciju i da strategija koju sprovodimo daje konkretne rezultate.

Na strani depozita, prioritet nam je povećanje obima depozita po viđenju. Zato poseban akcenat stavljamo na privlačenje novih klijenata, razvoj savremenih platnih sistema i unapređenje digitalnog bankarstva, kako bismo klijentima omogućili da svoje svakodnevne finansijske aktivnosti obavljaju upravo preko HALKBANK-e.

Danas kontinuirano povećavamo broj klijenata, kako u segmentu stanovništva tako i privrede, uz stabilan rast kreditnog i depozitnog portfolija. Nastavljamo da jačamo svoju poziciju na srpskom bankarskom tržištu i gradimo temelje za dugoročan i održiv razvoj.

Kako biste ocenili bankarski sektor u Srbiji i konkurenciju u kome ima osim domaćih banaka i banaka čiji su vlasnici grupacije iz Italije, Madarske, Austrije, Nemačke...?

Bankarski sektor Srbije karakterišu stabilnost, visok nivo konkurencije i efikasan regulatorni okvir koji obezbeđuje Narodna banka Srbije.

Oko 70% bankarskog sistema čine banke koje posluju u okviru međunarodnih bankarskih grupacija. Finansijske institucije iz Italije, Nemačke, Austrije, Mađarske i drugih zemalja imaju značajno prisustvo na tržištu, što doprinosi primeni visokih međunarodnih standarda, unapređenju kvaliteta usluga i zdravoj konkurenciji.

Takvu konkurenciju ne posmatramo kao pretnju, već kao podsticaj za dalji razvoj. Verujemo da upravo kroz digitalno bankarstvo, primenu veštačke inteligencije, kontinuirana ulaganja u tehnologiju i razvoj inovativnih proizvoda možemo dodatno unaprediti svoju konkurentsku poziciju.

Istovremeno, HALKBANK a.d. Beograd svoju prednost vidi u dubokom poznavanju potreba malih i srednjih preduzeća i mikroprivrede, bliskom odnosu sa klijentima i fleksibilnoj organizaciji koja nam omogućava brzo donošenje odluka i prilagođavanje potrebama tržišta.

Na tržištima sa izraženom konkurencijom uspeh ne zavisi od toga koliko pažljivo pratite konkurente, već koliko brzo prepoznajete i odgovarate na promenljive potrebe klijenata. Upravo zahvaljujući snažnoj kapitalnoj osnovi, ulaganjima u tehnologiju i efikasnim procesima odlučivanja verujemo da ćemo nastaviti da stvaramo dugoročnu vrednost za naše klijente i dodatno učvrstimo svoju poziciju na tržištu.

U narednom srednjoročnom periodu šta će biti fokus koji će omogućiti rast banke koja je univerzalna?

Pre svega, značajno smo unapredili našu fizičku distributivnu mrežu kroz investicije u poslovnice. Tokom 2025. godine otvorili smo ukupno šest novih poslovnica u Beogradu i drugim gradovima Srbije, pojedine postojeće poslovnice preselili na atraktivnije lokacije, a veliki broj njih renovirali. Na taj način izgradili smo snažnu mrežu koja omogućava da kvalitetne bankarske usluge budu dostupne klijentima širom Srbije.

Drugi važan stub naše strategije jeste digitalna transformacija. Od 2025. godine intenzivno unapređujemo mobilno bankarstvo, razvijamo nove digitalne kanale i uvodimo rešenja koja klijentima omogućavaju jednostavnije, brže i bezbednije bankarsko iskustvo. Danas, kroz mobilno i elektronsko bankarstvo, poslovnice i razvijenu mrežu bankomata, našim klijentima pružamo dostupnu, efikasnu i konkurentnu uslugu na svim kanalima.

Prioriteti

Kao predsednik Izvršnog odbora šta ste zacrtali kao prioritete u poslovanju?

Po stupanju na funkciju definisao sam nekoliko jasnih prioriteta koji i danas predstavljaju osnov naše strategije. Pre svega, cilj nam je da očuvamo snažnu kapitalnu poziciju i finansijsku stabilnost Banke, uz efikasno upravljanje rizicima, kako bismo obezbedili održiv i profitabilan rast.

Drugi važan prioritet jeste kontinuirano unapređenje korisničkog iskustva. Želimo da HALKBANK a. d. Beograd bude banka koja je klijentima uvek dostupna, brza i pouzdana, bez obzira na to da li koriste naše usluge u poslovnici ili putem digitalnih kanala. Zato kontinuirano ulažemo u digitalizaciju procesa, razvoj novih proizvoda i pojednostavljenje usluga.

Posebnu pažnju posvećujemo podršci malim i srednjim preduzećima, preduzetnicima i poljoprivredi, koje smatramo jednim od ključnih strateških pravaca razvoja. Istovremeno nastavljamo da razvijamo savremene proizvode i usluge prilagođene potrebama klijenata svih generacija.

Jedan od naših važnih prioriteta jeste i dalje jačanje korporativne kulture. Uspešnu banku ne grade samo kapital i tehnologija – pre svega je grade ljudi. Zato ulažemo u razvoj zaposlenih, podstičemo timski rad i razmenu znanja i stvaramo radno okruženje u kojem svaki zaposleni može da ostvari svoj puni potencijal.

Naš krajnji cilj je da HALKBANK a.d. Beograd bude prepoznata ne samo po uspešnim finansijskim rezultatima, već i kao odgovoran i pouzdan partner koji stvara vrednost za svoje klijente, privredu i društvo u celini. Verujem da se dugoročni uspeh može graditi jedino na poverenju klijenata, zaposlenih, akcionara i zajednice u kojoj poslujemo.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Intervju
Autori: Danijela Nišavić
Teme: Halkbank; Bankarstvo/banka/bankarski sektor; Narodna banka Srbije (NBS)
Napomena:
Površina: 2641



Naslov: Savremeno bankarstvo sa Ijudskim pristupom

Treći prioritet predstavlja povećanje broja klijenata u segmentima stanovništva i privrede. Nastavljamo da razvijamo inovativne proizvode prilagođene njihovim potrebama. Premium Visa Signature kartica, koju smo lansirali u junu 2026. godine, jedan je od najboljih primera takvog pristupa. U narednom periodu dodatno ćemo širiti ponudu proizvoda i usluga.

Poseban strateški značaj pridajemo i finansijskoj inkluziji. Nastavićemo da razvijamo inovativna rešenja namenjena mladima i ženama preduzetnicama, uključujući i programe finansiranja koji se realizuju uz podršku države i međunarodnih partnera.

Naš cilj nije samo rast poslovanja, već i da HALKBANK a.d. Beograd bude prepoznata kao jedna od najmodernijih, najinovativnijih i najpoželjnijih banaka u Srbiji, kako po kvalitetu usluga, tako i po korisničkom iskustvu koje pruža.



S jedna strane su digitalizacija i veštačka inteligencija, s druge strane je čovek. Sudeći po sloganu banke jasno je ko je neprikosnoven – „Ljudi pre svega". Kako pomiriti težnju za tehnološkim progresom, a da se u tome ne izgubi klijent i njegov osećaj i potrebe?

Digitalizaciju i integraciju veštačke inteligencije u određene poslovne procese posmatramo kao alat koji unapređuje iskustvo naših klijenata. Cilj tehnologije je da bankarske proizvode i usluge učini dostupnijim, skrati vreme obrade zahteva i omogući klijentima da svoje finansijske potrebe rešavaju brzo, bezbedno i u trenutku koji njima najviše odgovara.

Međutim, postoje životne situacije u kojima klijent ne traži samo bankarsku uslugu, već savet, razumevanje i poverenje. Kupovina prve nekretnine, pokretanje sopstvenog biznisa ili donošenje važnih finansijskih odluka zahtevaju neposredan razgovor sa iskusnim bankarom. Zato verujemo da će ljudski faktor i u budućnosti ostati nezamenljiv deo bankarstva.

Naša filozofija „Ljudi pre svega" ne kosi se sa digitalnom transformacijom. Naprotiv, ona nas podseća da svaku tehnološku inovaciju razvijamo iz ugla klijenta. Ukoliko nova tehnologija ne doprinosi boljem korisničkom iskustvu, onda nije ispunila svoju svrhu.

Digitalizacija nam omogućava da automatizujemo rutinske procese, dok naši zaposleni dobijaju više vremena da razumeju potrebe klijenata, pruže kvalitetno savetovanje i izgrade dugoročne odnose zasnovane na poverenju.

Verujemo da će najuspešnije banke budućnosti biti one koje uspešno spoje savremenu tehnologiju sa ljudskim pristupom. Upravo je to razvojna vizija HALKBANK a.d. Beograd – moderna banka koja koristi najnaprednija digitalna rešenja, ali nikada ne zaboravlja da se iza svakog računa, kredita i transakcije nalazi čovek.

Ova godina je u znaku digitalizacije usluga. Šta je ono što će klijenti banke dobiti kroz digitalne kanale, šta ste definisali kao potrebe klijenata u digitalnoj sferi usluga?

Digitalizaciju ne razvijamo zato što je trend, već zato što je to očekivanje naših klijenata. Današnji korisnici žele da bankarske usluge budu dostupne 24 časa dnevno, sedam dana u nedelji i da svoje finansijske poslove mogu da obavljaju brzo, jednostavno i bezbedno, bez odlaska u poslovnicu. Upravo na tim potrebama zasnivamo našu digitalnu strategiju.

Naš cilj je da klijentima omogućimo da što veći broj bankarskih usluga obavljaju putem mobilnog i elektronskog bankarstva, brzo, jednostavno i potpuno bezbedno. Nastavićemo da razvijamo potpuno digitalne procese za podnošenje zahteva za kredite, upravljanje računima i karticama, kao i domaća i međunarodna plaćanja.

Jedan od najboljih primera takvog pristupa jeste priključenje Banke SEPA sistemu u maju ove godine. Ovim projektom međunarodne transfere učinili smo bržim, jednostavnijim i povoljnijim, imajući u vidu posebno potrebe građana Srbije koji žive i rade u inostranstvu. Na taj način pružili smo dodatnu vrednost postojećim klijentima, ali ostvarili i veoma dobre rezultate u privlačenju novih korisnika. U narednom periodu nastavićemo da širimo bazu klijenata kroz slična inovativna digitalna rešenja.

U saradnji sa VISA lansirana je nova

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Intervju
Autori: Danijela Nišavić
Teme: Halkbank; Bankarstvo/banka/bankarski sektor; Narodna banka Srbije (NBS)

Napomena:
Površina: 2641



Naslov: Savremeno bankarstvo sa Ijudskim pristupom

INTERVJU **SÜLEYMAN BULUT,** PREDSEDNIK IZVRŠNOG ODBORA HALKBANK A. D. BEOGRAD

poslovna premijum kartica Visa Signature, namenjena je klijentima iz poslovnog sveta. Kako vidite dalji razvoj kartičarstva, šta su promene koje nas očekuju?

Kartične platne sisteme smatramo jednim od najdinamičnijih segmenata savremenog bankarstva. U Srbiji iz godine u godinu beležimo rast bezgotovinskog plaćanja i sve intenzivniju upotrebu platnih kartica, zbog čega ovu oblast vidimo kao jedan od naših strateških prioriteta.

Visa Signature kartica, koju smo razvili u saradnji sa kompanijom VISA, predstavlja jedan od prvih rezultata našeg strateškog pristupa unapređenju platnih rešenja. U narednom periodu nastavićemo da razvijamo nove proizvode i usluge namenjene kako fizičkim, tako i pravnim licima, nudeći inovativna rešenja i kartične proizvode sa dodatnim pogodnostima.

Verujemo da platni sistemi budućnosti neće služiti isključivo za izvršenje transakcija, već će postati sastavni deo sveobuhvatnog digitalnog iskustva koje korisnicima olakšava svakodnevni život. Klijenti danas od kartice očekuju mnogo više od samog sredstva plaćanja – žele brzo, sigurno i jednostavno korisničko iskustvo.

Zbog toga ćemo nastaviti da ulažemo u tehnološku infrastrukturu i svojim klijentima obezbeđujemo najsavremenija platna rešenja u skladu sa svetskim trendovima.

Trenutno raste tražnja za kreditima za obrtna sredstva, dok je u padu interesovanje privrede za dugoročno kreditiranje. Za koji tip kredita korporativni klijenti HALKBANK imaju najviše potrebe?

Danas je najveća potreba naših korporativnih klijenata usmerena ka kratkoročnim izvorima finansiranja, pre svega kreditima za obrtna sredstva.

Poseban segment banke namenjen je i poljoprivrednicima. Kakva je tražnja za jedinstvenu EFSE kreditnu liniju namenjene održivoj poljoprivredi?

EFSE kreditni program predstavlja jedan od strateški najznačajnijih proizvoda naše Banke zbog svog doprinosa finansiranju održive poljoprivrede.

Poljoprivreda i dalje ima veoma važnu ulogu u privredi Srbije. Istovremeno, primećujemo da mala i srednja poljoprivredna gazdinstva često imaju izazove kada je u pitanju pristup finansiranju pod odgovarajućim uslovima. Upravo zbog toga nastojimo da im ponudimo finansijska rešenja koja su dostupna, održiva i prilagođena njihovim stvarnim potrebama. Za nas poljoprivreda nije samo važna privredna grana, već i strateški sektor.

Kroz programe koje razvijamo zajedno sa međunarodnim partnerima, poput EFSE-a i SEF-a, nastavljamo da pružamo snažnu podršku razvoju poljoprivrede u Srbiji. Interesovanje za ove programe kontinuirano raste, a u narednom periodu planiramo razvoj novih proizvoda namenjenih poljoprivrednicima i kompanijama koje posluju u ovom sektoru.

Na taj način želimo da damo doprinos održivom razvoju poljoprivredne proizvodnje, ali i ukupnom razvoju srpske privrede.

Trgovinska razmena u 2025. godini između Srbije i Turske iznosila je skoro 3,5 milijarde američkih dolara. Izvoz Srbije u Tursku je bio 1,2 milijarde dolara, dok 2,3 milijarde dolara je uvoz iz Turske. Koliko kompanijama iz obe države znači postojanje HALKBANK u Srbiji i šta je ono što je standard usluga banke za te klijente koji rade sa kompanijama iz Turske i obrnuto?

Trgovinska razmena između Srbije i Turske iz godine u godinu beleži rast, a prisustvo HALKBANK u Srbiji predstavlja značajnu podršku kompanijama koje posluju između dva tržišta.

Naša prednost je što odlično poznajemo poslovno okruženje, regulatorne okvire i potrebe privrede u obe zemlje. Zahvaljujući tome, možemo da pružimo brzu, efikasnu i pouzdanu podršku kompanijama u realizaciji njihovih poslovnih aktivnosti.

Veliku pažnju posvećujemo kvalitetu usluge. Naš cilj nije samo da obezbedimo finansiranje, već da budemo dugoročan partner svojim klijentima. Kroz individualni pristup, brzu obradu zahteva, stručnu podršku u međunarodnom poslovanju i tim koji pruža usluge i na turskom jeziku, značajno olakšavamo komunikaciju i svakodnevno poslovanje kompanija koje posluju između Srbije i Turske.

Turska je među razvijenim zemljama kada je reč o platnim sistemima i digitalnom bankarstvu. Šta je ono što može da se iz iskustva i palete usluga koje imate u Turskoj brzo implementira u Srbiji?

Do prošle godine obavljao sam jednu od rukovodećih funkcija u Türkiye Halk Bankası A.Ş. i imao priliku da iz neposredne blizine pratim visok nivo razvoja platnih sistema i digitalnog bankarstva u Turskoj.

Iskustvo stečeno u okviru Halkbank Grupe omogućava nam da proverena tehnološka rešenja i najbolje prakse, koje su se uspešno pokazale na turskom tržištu, postepeno prilagođavamo i uvodimo u poslovanje HALKBANK a.d. Beograd, u skladu sa regulatornim okvirom Narodne banke Srbije i potrebama lokalnog tržišta.

Posebno veliki potencijal vidimo u daljem razvoju digitalnih kanala, kako za fizička, tako i za pravna lica. Naši planovi obuhvataju dodatno pojednostavljenje otvaranja i upravljanja računima, unapređenje mobilnog i elektronskog bankarstva, brže i automatizovanije procese odobravanja određenih proizvoda, kao i razvoj novih usluga poput instant plaćanja i digitalnih novčanika.

Istovremeno, informaciona bezbednost i zaštita podataka ostaju naš apsolutni prioritet. Svaka nova usluga razvija se u skladu sa najvišim standardima bezbednosti, prolazi regulatorne provere, bezbednosna testiranja i detaljne procene rizika pre nego što postane dostupna klijentima.

Jedna od naših najvećih prednosti jeste činjenica da smo deo jedne od vodećih bankarskih grupacija u svetu. Zahvaljujući tome možemo mnogo brže da prenesemo iskustva sa razvijenijih tržišta, prilagodimo ih potrebama Srbije i našim klijentima ponudimo savremena, bezbedna i jednostavna bankarska rešenja.

Naš cilj je da znanje, iskustvo i tehnološke inovacije koje postoje u okviru Halkbank Grupe prenesemo na srpsko tržište i našim klijentima obezbedimo digitalno bankarstvo i platne sisteme u skladu sa najvišim međunarodnim standardima.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Bez naslova
Autori: redakcija
Teme: OTP banka

Napomena:
Površina: 507

Naslov: Budućnost plaćanja je stigla: Šta donosi Agent Rau?

Strana: 41



MINIVJU SVETLANA PAJEVIĆ, DAILY BANKING TRIBE LEAD, OTP BANKA SRBIJA

Budućnost plaćanja je stigla: Šta donosi Agent Pay?

Agent pay i agentic commerce prva live transakcija u Srbiji

OTP BANKA SRBIJA USPEŠNO JE SPROVELA pionirski poduhvat u vidu prve stvarne agentske transakcije u realnom okruženju u Srbiji. U konkretnom slučaju, korisnik OTP Mastercard kartice pokrenuo je tehnologiju Mastercard Agent Pay i obavio kupovinu na Mastercard platformi za jedinstvena iskustva priceless.com tako što je AI agent uz izričitu saglasnost i punu kontrolu korisnika samostalno završio kupovinu.



Šta je Agentic Payment Transaction?

Agentska plaćanja su sledeći korak u razvoju digitalne trgovine - pomak od „klika ka rezultatu". Korisnik veštačkoj inteligenciji kaže šta želi, a ona preuzima pretragu, poređenje ponuda i izbor. Do sada se to iskustvo prekidalo u trenutku plaćanja: AI agent je mogao da pronađe i preporuči proizvod, ali ne i da ga plati. Tehnologija Mastercard Agent Pay popunjava upravo taj korak i omogućava AI agentu da obavi i samo plaćanje, ali uvek uz izričitu saglasnost i punu kontrolu korisnika. U našem slučaju, korisnik OTP Mastercard kartice pokrenuo je proces kroz Agent Pay, izabrao iskustvo na platformi priceless.com i dao AI agentu nalog da kupovinu obavi. Samo plaćanje vodila je platforma PayOS, koja funkcioniše kao digitalni novčanik AI agenta i vodi celu transakciju - povezuje agenta, podatke za plaćanje i trgovca, i tako mu omogućava da kupovinu obavi od početka do kraja. Pri tome su korišćeni posebni tokeni za AI agente jer oni zamenjuju osetljive podatke korisnika i obezbeđuju snažnu proveru identiteta u svakom koraku.

Zašto je to velika novost?

Pre svega zato što je ovo prva stvarna agentska transakcija u Srbiji, sprovedena u realnom okruženju. OTP banka je među prvima u zemlji pokazala da je ova tehnologija spremna i pouzdana, i time se Srbija pridružila vodećim evropskim tržištima koja agentsku trgovinu prevode iz koncepta u stvarnost. Reč je o oblasti koja izuzetno brzo raste, ali za nas je ključno to što smo poverenje i bezbednost ugradili od samog početka: saglasnost korisnika beleži se izričito, kupovina se potvrđuje biometrijski putem Mastercard Payment Passkey, a dodatni sloj sigurnosti donosi standard Verifiable Intent. Za OTP banku, koja je dve godine zaredom najbolja digitalna banka u Srbiji, ovo je prirodan nastavak Digital First pristupa.

Šta to znači za buduće korisničko iskustvo?

Za korisnike to znači jednostavnije, brže i sigurnije obavljanje svakodnevnih kupovina bez gubitka kontrole. Veštačka inteligencija preuzima ono što oduzima vreme: pretragu, poređenje i kupovinu, dok korisnik zadržava poslednju reč o tome šta se kupuje, u okviru kog budžeta i pod kojim uslovima. Sve se odvija uz izričitu saglasnost i punu zaštitu ličnih podataka, a iskustvo ostaje prilagođeno svakom korisniku. Za sada je reč o kontrolisanom testu, ali cilj je da ovakva iskustva, kako tehnologija i regulatorni okvir budu sazrevali, postepeno postanu deo svakodnevice - na sajtovima trgovaca koji podrže agentsku trgovinu i kroz dalji razvoj našeg digitalnog bankarstva. OTP banka će na tom putu nastaviti saradnju sa kompanijom Mastercard, korak po korak i uz punu zaštitu klijenata.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Ukratko
Autori: redakcija
Teme: OTP banka

Napomena:
Površina: 199

Naslov: Ulazak na baltička tržišta kupovinom Luminora

Strana: 11



OTP GRUPA

Ulazak na baltička tržišta kupovinom Luminora

OTP Grupa ulazi na baltička tržišta, proširujući svoje prisustvo na 14 zemalja uz povećanje ukupne aktive za preko 10%, dok će udeo njenog poslovanja u evrozoni dostići 50%. OTP banka je potpisala ugovor sa konzorcijumom fondova privatnog kapitala kojima upravljaju Blackstone i DNB banka, o akviziciji Luminora, treće najveće bankarske grupe u baltičkom regionu. Tokom poslednjih godina, Luminor je značajno ojačao svoj poslovni model, proširio svoju franšizu klijenata i unapredio digitalizaciju svog poslovnog modela – jačajući svoju ulogu univerzalne, panbaltičke banke koja opslužuje Estoniju, Letoniju i Litvaniju.

OTP banka će dodatno podržati rast Luminora nadograđujući se na njegove postojeće snage, tržišnu poziciju i odnose sa klijentima. Kao strateški investitor koji već opslužuje preko 17,5 miliona klijenata, OTP Grupa ima za cilj da uspostavi dugoročno prisustvo u baltičkom regionu i, putem Luminora, aktivno doprinese finansijskom zdravlju svojih klijenata na svojim ključnim tržištima.

Potpisivanje ugovora označava važnu prekretnicu u daljem međunarodnom razvoju OTP-a. Akvizicijom Luminora, OTP Grupa dodatno jača svoju poziciju vodeće bankarske grupe u Centralnoj i Istočnoj Evropi, uz istovremen ulazak na nova tržišta u razvoju u baltičkom regionu. Kao rezultat transakcije, ukupna imovina OTP Grupe će se povećati za oko 13%, dok će udeo poslovanja u evrozoni u neto kreditima Grupe porasti sa trenutnih 42% na 50%.

Péter Csányi, izvršni direktor OTP banke, istakao je da akvizicija Luminora nije samo geografsko proširenje, već da ona predstavlja strateški ulazak u razvijen, stabilan region sa značajnim potencijalom rasta.

„Kao jedna od vodećih bankarskih grupa u Centralnoj i Istočnoj Evropi, OTP Grupa je tokom proteklih decenija pokazala svoju sposobnost da stvara vrednost na novim tržištima. Ulažemo kapital, likvidnost i tehnološko znanje u kupljene banke i primenjujemo dugoročni vlasnički pristup. Nadograđujući se na snažnu tržišnu poziciju Luminora, naš cilj je da dodatno ojačamo ulogu banke u baltičkim državama i doprinesemo razvoju finansijskog sistema regiona, kreditnoj aktivnosti i finansijskim inovacijama“, kaže Csányi.

Okončanje transakcije zavisi od dobijanja potrebnih regulatornih odobrenja.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Bez naslova
Autori: redakcija
Teme: OTP banka

Napomena:
Površina: 516

Naslov: Budućnost plaćanja je stigla: Šta donosi Agent Rau?

Strana: 31



MINIVJU

SVETLANA PAJEVIĆ, DAILY BANKING TRIBE LEAD, OTP BANKA SRBIJA

Budućnost plaćanja je stigla: Šta donosi Agent Pay?

Agent pay i agentic commerce prva live transakcija u Srbiji

OTP BANKA SRBIJA USPEŠNO JE SPROVELA pionirski poduhvat u vidu prve stvarne agentske transakcije u realnom okruženju u Srbiji. U konkretnom slučaju, korisnik OTP Mastercard kartice pokrenuo je tehnologiju Mastercard Agent Pay i obavio kupovinu na Mastercard platformi za jedinstvena iskustva priceless.com tako što je AI agent uz izričitu saglasnost i punu kontrolu korisnika samostalno završio kupovinu.



Šta je Agentic Payment Transaction?

Agentska plaćanja su sledeći korak u razvoju digitalne trgovine – pomak od „klika ka rezultatu". Korisnik veštačkoj inteligenciji kaže šta želi, a ona preuzima pretragu, poređenje ponuda i izbor. Do sada se to iskustvo prekidalo u trenutku plaćanja: AI agent je mogao da pronađe i preporuči proizvod, ali ne i da ga plati. Tehnologija Mastercard Agent Pay popunjava upravo taj korak i omogućava AI agentu da obavi i samo plaćanje, ali uvek uz izričitu saglasnost i punu kontrolu korisnika. U našem slučaju, korisnik OTP Mastercard kartice pokrenuo je proces kroz Agent Pay, izabrao iskustvo na platformi priceless.com i dao AI agentu nalog da kupovinu obavi. Samo plaćanje vodila je platforma PayOS, koja funkcioniše kao digitalni novčanik AI agenta i vodi celu transakciju – povezuje agenta, podatke za plaćanje i trgovca, i tako mu omogućava da kupovinu obavi od početka do kraja. Pri tome su korišćeni posebni tokeni za AI agente jer oni zamenjuju osetljive podatke korisnika i obezbeduju snažnu proveru identiteta u svakom koraku.

Zašto je to velika novost?

Pre svega zato što je ovo prva stvarna agentska transakcija u Srbiji, sprovedena u realnom okruženju. OTP banka je među prvima u zemlji pokazala da je ova tehnologija spremna i pouzdana, i time se Srbija pridružila vodećim evropskim tržištima koja agentsku trgovinu prevode iz koncepta u stvarnost. Reč je o oblasti koja izuzetno brzo raste, ali za nas je ključno to što smo poverenje i bezbednost ugradili od samog početka: saglasnost korisnika beleži se izričito, kupovina se potvrđuje biometrijski putem Mastercard Payment Passkey, a dodatni sloj sigurnosti donosi standard Verifiable Intent. Za OTP banku, koja je dve godine zaredom najbolja digitalna banka u Srbiji, ovo je prirodan nastavak Digital First pristupa.

Šta to znači za buduće korisničko iskustvo?

Za korisnike to znači jednostavnije, brže i sigurnije obavljanje svakodnevnih kupovina bez gubitka kontrole. Veštačka inteligencija preuzima ono što oduzima vreme: pretragu, poređenje i kupovinu, dok korisnik zadržava poslednju reč o tome šta se kupuje, u okviru kog budžeta i pod kojim uslovima. Sve se odvija uz izričitu saglasnost i punu zaštitu ličnih podataka, a iskustvo ostaje prilagođeno svakom korisniku. Za sada je reč o kontrolisanom testu, ali cilj je da ovakva iskustva, kako tehnologija i regulatorni okvir budu sazrevali, postepeno postanu deo svakodnevice – na sajtovima trgovaca koji podrže agentsku trgovinu i kroz dalji razvoj našeg digitalnog bankarstva. OTP banka će na tom putu nastaviti saradnju sa kompanijom Mastercard, korak po korak i uz punu zaštitu klijenata.

Vreme: 10.08.2026 13:07
Medij: poportal.rs
Link: https://poportal.rs/limenka-teatar-fest-od-9-do-13-septembra-u-pozarevcu-predstave-se-placaju-
Autori: Redakcija
Teme: OTP banka

Naslov: Limenka teatar fest od 9. do 13. septembra u Požarevcu: Predstave se plaćaju limenkama, a festival donosi i veliku humanitarnu akciju

3690

Požarevac će od 9. do 13. septembra biti domaćin petog Limenka teatar festa, međunarodnog pozorišnog… Požarevac će od 9. do 13. septembra biti domaćin petog Limenka teatar festa, međunarodnog pozorišnog festivala za decu koji na jedinstven način spaja pozorišnu umetnost, ekologiju, reciklažu, edukaciju i zabavu. Tokom pet festivalskih dana publiku očekuje čak devet predstava iz šest zemalja - Srbije, Hrvatske, Crne Gore, Bosne i Hercegovine, Bugarske i Slovačke. Sve predstave biće izvedene u Centru za kulturu Požarevac. Posebnost festivala je način na koji se dolazi do ulaznica. One se ne kupuju novcem, već je za ulazak na predstavu potrebno doneti najmanje pet iskorišćenih limenki za piće. Sakupljena aluminijumska ambalaža biće poslata na reciklažu, dok posetioci za predate limenke dobijaju ALU COIN, ekološku valutu kojom preuzimaju ulaznice. Što više limenki donesu, posetioci mogu dobiti i dodatne ALU COIN-e, koje će moći da iskoriste na LIMENKA BAZARU, gde će ih očekivati školski pribor i druge korisne potrepštine. Festival počinje karnevalskom povorkom Otvaranje festivala zakazano je za 9. septembar, kada će, nakon karnevalske povorke u kojoj će učestvovati oko 500 mališana iz Požarevca, od 18 časova biti izvedena predstava "Trio Rio" Gradskog kazališta Požega iz Hrvatske. Na programu su i "Čarobnjak iz Oza" Narodnog pozorišta Priština-Gračanica, nova adaptacija Nušićevog "Sumnjivog lica" u izvođenju Okret teatra iz Beograda, "Plešimo bajke" trupe Una Saga Serbica, crnogorska predstava "Trema: predstava za vježbanje teških situacija", bugarska "Dug put do škole", slovačka "Filipko i Baba Jaga", "Zašto ih nije briga" Pozorišta mladih Sarajevo i "Vini Pu" beogradskog Pozorišta lutaka "Pinokio". Program je selektovala glumica i rediteljka Valentina Pavličić, umetnička direktorka festivala. Limenke za reciklažu, a novac za biblioteku u požarevačkoj bolnici Ovogodišnji festival ima i posebno humanitarni cilj. Sredstva prikupljena otkupom recikliranih limenki biće usmerena na otvaranje biblioteke na Dečjem odeljenju bolnice u Požarevcu. "Mali trud može da preraste u nešto veliko i lepo", poručila je Valentina Pavličić, ističući da festival želi da kroz umetnost i igru deci pokaže kako odgovoran odnos prema prirodi može istovremeno da donese korist zajednici. Festival će pratiti i projekat "Svaka limenka se računa", a najmlađe će kroz svet reciklaže voditi maskota Li Men. U okviru Art zone biće postavljena i Pixelata, umetnička instalacija sastavljena od limenki, koju će tokom festivala oslikavati street art umetnici. Novina - Limenka šahovski turnir Ovogodišnje izdanje donosi i zanimljivu novinu - Limenka šahovski turnir. Najmlađi posetioci imaće priliku da odmere snage sa mladim požarevačkim šahistima, koristeći posebno izrađene figure od limenki. Festival će tako kroz pozorište, umetnost, igru i edukaciju deci približiti teme ekologije, reciklaže, odgovornosti i zajedništva. Podršku petom Limenka teatar festu pružaju Grad Požarevac i Ministarstvo kulture Republike Srbije, dok je kompanija Ball Corporation dugogodišnji partner festivala. U realizaciji učestvuju i brojni prijatelji i partneri manifestacije, među kojima su "Bambi", OTP Banka, "Knjaz Miloš", "Klett" i "Transfera", uz organizacionu podršku Centra za kulturu Požarevac. Požarevac će tako u septembru postati mesto susreta dece, porodica i pozorišnih umetnika iz više zemalja, ali i mesto na kojem će jedna obična iskorišćena limenka dobiti novu vrednost - kroz reciklažu, umetnost i humanost. Zato sačuvajte limenke, okupite najmlađe i budite deo Limenka teatar festa - jer se u Požarevcu ove godine predstave ne plaćaju novcem, već dobrim delom za prirodu i zajednicu.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Intervju
Autori: Vesna Lapčić
Teme: OTP banka; OTP Leasing; Narodna banka Srbije (NBS)

Napomena:
Površina: 3722



Naslov: Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka

Strana:





SO
SVET OSIGURANJA

INTERVJU

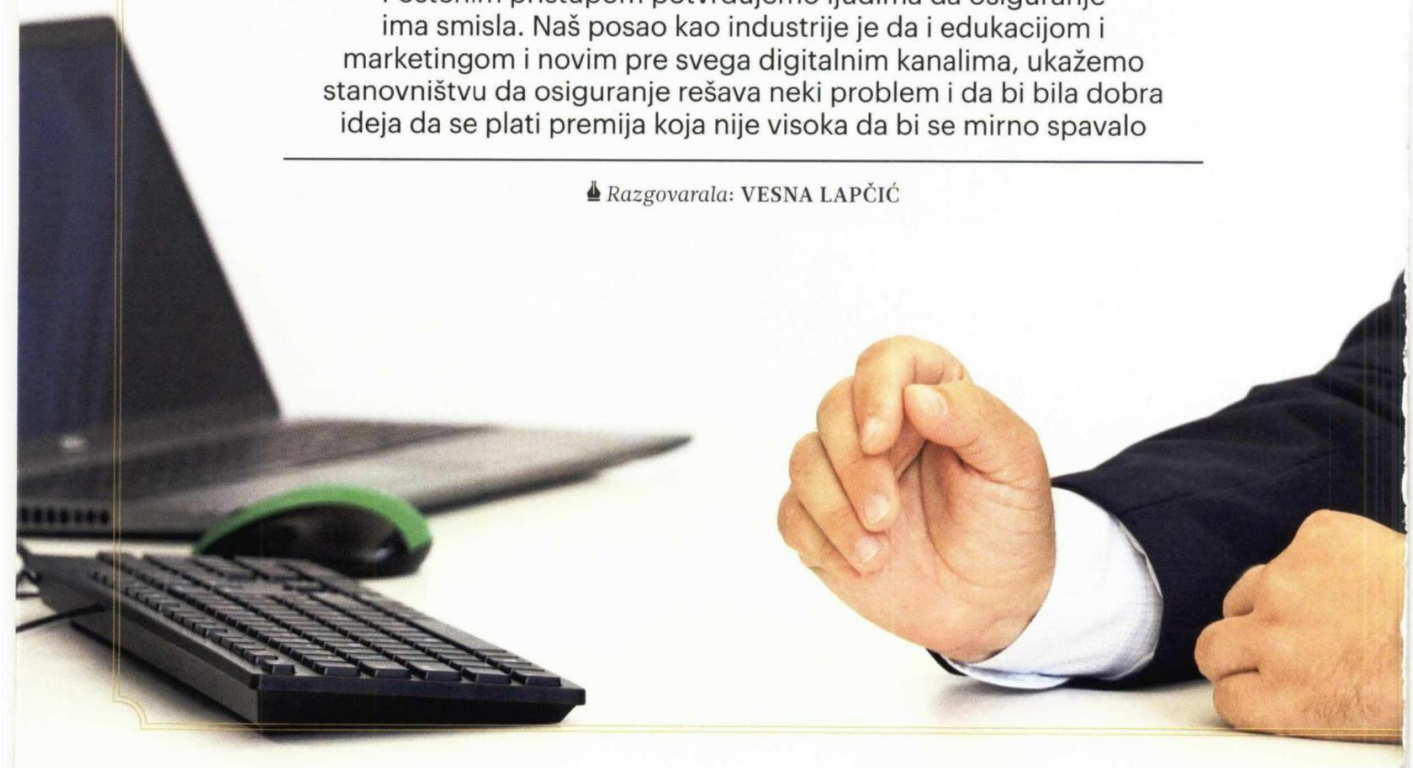
Nikola Rodić,

PREDSEDNIK IO OTP OSIGURANJA

Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka

Poštenim pristupom potvrđujemo ljudima da osiguranje ima smisla. Naš posao kao industrije je da i edukacijom i marketingom i novim pre svega digitalnim kanalima, ukažemo stanovništvu da osiguranje rešava neki problem i da bi bila dobra ideja da se plati premija koja nije visoka da bi se mirno spavalo

Razgovarala: VESNA LAPČIĆ



Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Intervju
Autori: Vesna Lapčić
Teme: OTP banka; OTP Leasing; Narodna banka Srbije (NBS)

Napomena:
Površina: 3722



Naslov: Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka





INTERVJU **NIKOLA RODIĆ,** PREDSEDNIK IO OTP OSIGURANJA

OSIGURANJE ŽIVOTA U SRBIJI KAO DA poslednjih godina gubi bitku na tržištu, ali OTP osiguranje je prošle godine ostvarilo veoma snažan rast premije od 30 odsto u odnosu na godinu dana ranije. Specifičnost ove osiguravajuće kuće jeste što posluje u okviru bankarske Grupacije što klijentima, osiguranju i banci omogućava niz benefita. O promenama koje se dešavaju na tržištu i koje bi trebalo da se dese u budućnosti, poslovanju i planovima razgovarali smo sa Nikolom Rodićem, predsednikom Izvršnog odbora OTP osiguranja



Koliko se potrebe klijenata za životnim osiguranjem menjaju poslednjih godina i koje trendove danas primećujete na tržištu Srbije?

U deceniji pre korone smo živeli u svetu niskih kamatnih stopa i klasično mešovito životno osiguranje je izgubilo deo privlačnosti, jer su klijenti počeli da traže veće prinose koje nisu mogli da dobiju na depozite ili kupovinom polise životnog osiguranja. Istovremeno, mi kao osiguravači smo se okrenuli riziko osiguranjima koja su manje kapitalno intenzivna i u kojima su klijenti nastavili da vide vrednost za sebe. Nakon korone sve se preokrenulo, kamate su se povećale i još uvek tražimo novu normalnost. Niske stope rasta tržišta životnih osiguranja govore nam da smo još uvek u potrazi za dobitnom formulom. Unit-linked proizvodi su se pojavili, ali nisu uspeli da naprave dramatičan prodor. Riziko proizvodi i dalje pokazuju značajne stope rasta, uz sve veće interesovanje klijenata za rajderima, tj. dopunskim osiguranjima. U prethodnom periodu posebno je dinamičan segment bankoosiguranja, što nas, kao jedino specijalizovano bankoosiguranje na našem tržištu, posebno raduje.

Da li mislite da osiguranje života treba više promovisati kao osiguranje kojim se pokriva rizik, ili pak kao štednju, imajući u vidu pomenuto? Šta je, prema Vašem mišljenju, bolja strategija koja bi učinila ovu vrstu osiguranja popularnijom i poželjnijom?

Kratak odgovor je da su potrebna oba pristupa, a miks zavisi od poslovne strategije. OTP Osiguranje je više fokusirano na riziko proizvode. Naši štedni proizvodi su deo ponude banke koja uključuje i depozite i investicione proizvode. Tako da osiguranje predstavlja segment šire ponude. Štedni proizvodi uključuju više komunikacije uživo jer su ovi proizvodi kompleksniji i klijenti očekuju takav pristup. Riziko proizvodi se ubrzano digitalizuju jer su jednostavniji za razumevanje i brzina u zaključivanju ima veći značaj za klijente. Digitalizacija prodaje riziko osiguranja sa rajderima omogućava brže skaliranje uz niže marginalne troškove i bolje iskustvo korisnika. Tako da na taj

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Intervju
Autori: Vesna Lapčić
Teme: OTP banka; OTP Leasing; Narodna banka Srbije (NBS)
Napomena:
Površina: 3722



Naslov: Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka

„GenZ pridaje veći značaj wellness-u, pa bi razvoj dopunskih osiguranja trebalo da ide u tom smeru"

način riziko osiguranje postaje dostupno za šire tržište odnosno masovno tržište.

Da li primećujete da mlade generacije drugačije razmišljaju o životnom osiguranju u odnosu na prethodne generacije koje su skeptične zbog svega što se dešavalo devedesetih?

Generacija Z zaista ima dosta drugačije poglede u odnosu na starije generacije. Oni su prvo „digitalni urodenici" i odrasli su u „figitalnom" svetu kao spoju fizičkog i digitalnog sveta. Kada smo radili istraživanja o stavovima Generacije Z prema štednom životnom osiguranju njihova reakcija je bila da ne vide vrednost tako malog prinosa i da je bolje da ulažu u kriptovalute. Tako da nama kao osiguravačima predstoji veliki posao da objasnimo mladima značaj dugoročne kamate i štednje kroz osiguranje. Sa druge strane, riziko proizvodi osiguranja koji se prodaju kroz digitalne kanale su im zanimljivi i razumeju njihovu vrednost. Kada su u pitanju rajderi, predstoji nam dodatni posao, jer GenZ pridaje veći značaj wellness-u, pa bi razvoj dopunskih osiguranja trebalo da ide u tom smeru.

U svetu se sve više govori o prelasku sa modela „osiguranje kada se nešto dogodi" na model „osiguranje koje aktivno pomaže da se to nikada ne dogodi" – kroz prevenciju, praćenje zdravlja, AI i personalizovane programe. Da li verujete da će životna osiguranja u budućnosti postati svojevrsni partner za zdraviji i duži život što već, kako kažete Gen Z i prepoznaje, a ne samo finansijska zaštita za porodicu?

Obeštećenje ostaje kao značajan deo našeg posla, ali klijenti očekuju više. Potreba nije da dobijem novac kada imam poplavu u stanu, nego da se organizuje popravka i dom vrati u predašnje stanje, ili ako je moguće poplava spreči. AI i digitalizacija smanjuju troškove za operacionalizaciju ovih usluga, a postavlja se pitanje za šta su klijenti spremni da plate i koliko, kao i šta je osiguranje spremno da ponudi. Deluje mi da će trend ići u smeru fokusa na dodatne usluge, verovatno kroz saradnju sa asistentskim kompanijama, jer je osiguranje odličan dugoročni partner koji može da orkestrira širu lepezu usluga.

Ljudi danas žive sve duže, a nauka govori da bi naredne generacije mogle da imaju životni vek od preko 100 godina. Kako takav trend menja filozofiju životnog osiguranja i proizvode koje osiguravajuće kuće razvijaju?

Ako znamo da je prosečna starost u Srbiji već 44 godine, da živimo sve duže i da se udeo penzionera u populaciji povećava, mi kao osiguravači moramo razmišljati o prilagodavanju ne samo mladima nego i starijima i da iskoristimo mogućnosti „srebrne ekonomije". Prilagodavanje ponude pokrića za dugoročnu negu koja postoje, ali nisu se potpuno uklopila javlja se kao jedna mogućnost. Ne treba zaboraviti i da je u toku najveći transfer bogatstva u istoriji sa starijih na nasledнike, čak i u Srbiji jer ne zaboravimo da, ako ništa drugo, nasleđuju se nekretnine. Tako da osim o jednokratnim štednim polisama za naslednike, životni osiguravači treba da razmišljaju i o proizvodima za dekumulaciju kapitala kao npr. *reverse mortgage* – obrnuti hipotekarni kredit.

Kako biste opisali ulogu OTP osiguranja u okviru OTP grupacije i na koji način saradnja sa OTP bankom doprinosi stvaranju dodatne vrednosti za klijente?

Život je lakši kada niste sami nego ste deo veće porodice, kao što je OTP grupa sa skoro 17 miliona klijenata u 11 zemalja. Ovde u Srbiji ta porodica je posebno snažna sa OTP bankom kao najvećim kreditorom u zemlji, ali i OTP Leasingom i OTP Invest-om. Klijenti pažljivo vagaju kome će dati poverenje kada se odlučuju za finansijske usluge. Najčešće je to neka od bankarskih usluga kao što je stambeni kredit. A i vreme klijenata je ograničeno, pa je od velike koristi ako mogu da imaju „one stop shop" za svoje finansijske potrebe, te kao dodatnu zaštitu zaključe i osiguranje uz taj kredit. Iako je klijentima važno da svoje potrebe zadovolje brzo i sa lakoćom, jako je važno i koliko kvalitetnu informaciju dobijaju. A ko može bolje sagledati vaše potrebe i dati vam bolju informaciju od ljudi koji se bave ne samo osiguranjem nego i bankarstvom.

Koje su najveće prednosti modela u kojem banka i osiguranje rade kao deo iste grupacije i za finansijske institucije i za klijente?

Ideja bi trebala da bude „win-win-win", jer ako jedna strana gubi u trouglu bankoosiguranja, model nije održiv na duge staze. Klijenti treba da dobiju dodatnu vrednost. Osiguranje značajan prodajni kanal sa velikim pul-om klijenata. Banka dobija dodatni prihod koji nije u značajnoj korelaciji sa odlukama monetarne politike i kretanjem kamatnih stopa. Kada su banka i osiguranje deo iste porodice može da se postigne usaglašavanje međusobnih interesa koje je na mnogo višem nivou i, što je posebno važno, na duži rok. Takode, sinergija je značajna jer banka i osiguranje zajednički prate faze životnog ciklusa svojih klijenata čime se minimiziraju troškovi poslovanja.

Učešće osiguranja života u ukupnoj premiji konstantno opada, kako promeniti taj trend, da li nekim novim kanalima prodaje, proizvodima, nekim drugim načinom edukacije stanovništva ili pristupa prodaji?

Postavlja se pitanje da li klijent ima svest da bi osiguranje moglo biti dobra ideja jer rešava neki problem. Mogu podeliti naše iskustvo da ljudi koji se jednom odluče za osiguranje uz kredit, kada dodu da refinansiraju kredit skoro uvek sami pitaju da li će imati osiguranje uz novi kredit. Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka. Osiguranje je proizvod zasnovan na poverenju jer se prodaje obećanje. Naš posao je da stalo poštenim pristupom potvrđujemo ljudima da osiguranje ima smisla, jer brza isplata štete je najbolja reklama. Značajna dimenzija osiguranja je da je to proizvod namenjen srednjoj klasi. Sa rastom

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Intervju
Autori: Vesna Lapčić
Teme: OTP banka; OTP Leasing; Narodna banka Srbije (NBS)
Naslov: Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka
Napomena:
Površina: 3722
Strana:



srednje klase raste i obuhvat osiguranja jer kada dostignemo određeni standard, spremni smo da platimo osiguranje kako ne bismo brinuli i rizikovali šta ako se desi npr. superćelijska oluja, jer plaćamo da bismo mirno spavali, a osiguranje nam nadoknadilo štetu. A naš posao kao industrije je da, i edukacijom i marketingom i novim pre svega digitalnim kanalima, ukažemo stanovništvu da osiguranje rešava neki problem i da bi bila dobra ideja da se plati premija koja nije visoka da bi se mirno spavalo.

Budući da banke prodaju osiguravajuće proizvode, da li mislite da je dobro predviđeno rešenje da i osiguranja prodaju bankarske proizvode?

Krenuo bih od malo šireg tržišta. Ako krenemo od npr. Instagrama koji je ogroman digitalni ekosistem i orkestrator velikog tržišta na kome se kupuje veliki broj usluga i robe, od šišanja do dizajnerskih torbi. Samo jedan segment bi bilo bankarstvo ili osiguranje. Ovde govorimo o globalnoj platformi, a kad uz ograničenje na jednu ili dve industrije, dodamo i geografska ograničenja u smislu tržišta Srbije, postavlja se pitanje opravdanosti barijera za ulazak. One su opravdane samo u slučaju zaštite interesa korisnika finansijskih usluga. Regulisanje obaveze adekvatnog informisanja, znanja i odgovornosti distributera, uz minimiziranje nastajanja sukoba interesa, predstavlja dobar put da se obezbedi zaštita uz slobodu tržišne utakmice. Zato je dobro rešenje iz Nacrta Zakona o osiguranju koje predviđa ovu mogućnost, tj. da i osiguranja prodaju bankarske usluge.

Auto-osiguranje je već prihvatilo modele „pay how you drive" – „plati kako voziš". Da li mislite da će životno osiguranje uskoro preći na princip „pay how you live" – „plati kako živiš", gde će stil života, fizička aktivnost i zdrave navike direktno uticati na cenu polise? Da li je to budućnost ili otvara ozbiljna etička pitanja?

Ovakvi lajfstajl proizvodi osiguranja već su se pojavili na nekim tržištima, kao što je Južna Afrika. Ne zaboravimo da su polise kasko osiguranja u bliskoj nam Italiji uobičajeno sa modelom „pay how you drive". Zato verujem da će slični proizvodi stići i do našeg tržišta. Ovde se vraćamo na pitanje poverenja i vrednosti za klijenta i osiguravača. Klijent je zainteresovan da dobije dodatne pogodnosti i da dodatno valorizuje svoje zdrave životne navike. Osiguravači su zainteresovani za bolju selekciju rizika. Ceo model „pay how you live" zasnovan je na razmeni podataka, koja mora biti dobrovoljna, bezbedna i da donosi korist uključenim stranama. Srećom, domaći propisi kojima se reguliše zaštita ličnih podataka u velikoj meri su usklađeni sa GDPR zahtevima koji su na snazi u EU. To je odlična osnova za razvoj ovakvih etičnih proizvoda osiguranja.

Digitalizacija menja finansijski sektor. Kako se taj proces odražava na prodaju i upravljanje polisama životnog osiguranja? Da li mislite da bi AI mogao preciznije da procenjuje zdravstveno stanje od lekara i kako bi to promenilo kreiranje i odobravanje polisa životnog osigurana?

Digitalizacija omogućava brzo skaliranje poslovanja uz zanemarljive marginalne troškove. AI ovaj postojeći trend dodatno pojačava do, još uvek, neslućenih razmera. AI nam sigurno donosi promene procesa, ali neće zameniti ljudsku procenu i ljudski rad nego ga transformisati. Danas mi deluje malo verovatan scenario da se klijent obrati AI botu koji proceni njegovo zdravstveno stanje, ponudi mu i zaključi polisu. Takav scenario naišao bi na mnoge regulatorne prepreke, a ne bi se dopao ni klijentima. Sa druge strane, AI ugrađen u procese, bilo aplikaciju ili kao asistencija samom agentu, već stiže, gde se proces zaključivanja polise ubrzava, npr. ne šalje se mejl *underwritingu* da se proveri da li može da se prihvati klijent i čeka na odgovor, već odgovor daje AI trenutno na osnovu definisanih pravila. Tako da u srednjem roku sigurno govorimo više o „back office" primeni AI i čovek ostaje odgovoran za donete odluke.

Koji su najveći izazovi sa kojima se danas suočava industrija životnog osiguranja u Srbiji i kako ih OTP osiguranje prevazilazi?

Za uspeh svakog posla ključni su ljudi. I mislim da je najozbiljniji izazov, ne samo za nas u osiguranju, upravo privlačenje kvalitetnih zaposlenih. Cela industrija osiguranja ne važi za najzanimljiviju mladim generacijama, a kako naši vrhunski kadrovi polako budu odlazili u penziju, imaćemo sve veći problem da privučemo nove. Digitalizacija može da pomogne u nekim segmentima, ali ne može da reši ovaj problem, čak ni uz pomoć AI. Drugi izazov odnosi se na sma-

Predloženi Nacrt zakona o osiguranju je dobar

Eksperti Narodne banke Srbije, koji su kao radna grupa pripremili Nacrt Zakona o osiguranju, uradili su odličan posao. Napravljen je značajan iskorak uz prelazne periode u narednih nekoliko godina radi prilagođavanja evropskim pravilima. Najvažnije je usklađivanje sa zahtevima Solventnosti 2, gde ćemo detalje dobiti kroz podzakonski akt. Očekujem bezrizični tretman državnih obveznica Republike Srbije u evrima u prelaznom periodu i drago mi je što se omogućava liberalizacija reosiguranja jer će se time dodatno relaksirati kapitalni zahtevi. Možemo očekivati i primenu MSFI 17 uz zadržavanje značajne uloge aktuara u obezbeđenju kvaliteta sadržaja finansijskih izveštaja. Drugi važan segment odnosi se na usklađivanje sa zahtevima IDD. Proširuje se skup lica koja se mogu javiti kao distributeri osiguranja uz preciziranje opsega informisanja koje je sada prilagođeno većem broju slučajeva. Posebno me raduje što Nacrt zakona predviđa mogućnost *digital first* proizvoda kroz potpuno digitalno informisanje klijenata. Nadam se da će i konačan tekst zakona, nakon javne rasprave, ići u smeru primene EU pravila jer nam to olakšava poslovanje, smanjuje troškove compliance-a i povećava nivo zaštite naših klijenata. I na kraju nas približava cilju na našem evropskom putu koji je punopravno članstvo u EU.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Intervju
Autori: Vesna Lapčić
Teme: OTP banka; OTP Leasing; Narodna banka Srbije (NBS)
Napomena:
Površina: 3722



Naslov: Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka



„Ove godine očekujemo dinamičan rast premije za skoro četvrtinu. Još važnije od nivoa rasta je način na koji planiramo da ga ostvarimo. Fokus je na digitalizaciji i maksimizaciji korišćenja sinergetskog efekta sa bankom"

njenje kupovne moći stanovništva zbog ekonomskih okolnosti. Životno osiguranje se smatra luksuzom i postoji veliki nivo elastičnosti u tražnji, pa u slučaju smanjenja standarda dolazi do usporene prodaje novih polisa i raskidanja postojećih zbog smanjenja neobaveznih troškova domaćinstva. Nema lakog odgovora ni na jedan izazov, već veliki broj malih akcija koje uz praćenje efekata u konačnici treba da minimiziraju njihove posledice.

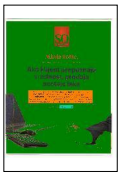
Koje ciljeve u vezi sa poslovanjem ste postavili za ovu godinu i u kojim segmentima očekujete najveći rast?

Znamo da u prethodnih par godina životna osiguranja beleže niže stope rasta i smanjuju učešće u ukupnoj premiji. OTP osiguranje je uspelo da u prethodne dve i po godine skoro udvostruči premiju, tako da su i očekivanja za naredni period visoka. Ove godine takođe očekujemo dinamičan rast premije za skoro četvrtinu. Još važnije od nivoa rasta je način na koji planiramo da ga ostvarimo. Fokus je na digitalizaciji i maksimizaciji korišćenja sinergetskog efekta sa bankom. Već smo razvili nekoliko proizvoda koji su klijentima banke dostupni kroz mobilnu aplikaciju OTP banke. Nastavljamo da proširujemo digitalnu prodaju i želimo da dokažemo da je i životno osiguranje prijemčivo za digitalne kanale prodaje. Važno nam je da pratimo naše i klijente banke, a oni migriraju na digital. Sve ovo treba da rezultira ojačavanju našeg dominantnog položaja u segmentu životnog bankoosiguranja.

Koje su ključne razvojne inicijative OTP osiguranja u narednih nekoliko godina?

OTP Osiguranje je u okviru grupe prepoznato kao „center of excellence" kada je u pitanju osiguranje. Pružamo podršku članicama grupe na pojedinim tržištima i očekujemo poboljšane performanse osiguranja kroz internalizaciju i transfer know-how. Na domaćem tržištu se nadamo proširenju poslovanja kroz nove proizvode i pokrića. Sveprisutna tema u svim inicijativama je digitalizacija osiguranja kako u frontend-u tako i u backend-u. Kao ilustraciju mogu da spomenem naš projekat „Optimizacija BAU za skaliranje" gde smo identifikovali veći broj „Business As Usual" procesa koje multidisciplinarni timovi optimizuju i digitalizuju, kako bi procesi mogli da se skaliraju za potrebe većeg obima posla.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Intervju
Autori: Vesna Lapčić
Teme: OTP banka; OTP Leasing; Narodna banka Srbije (NBS)
Napomena:
Površina: 3133
Naslov: Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka
Strana:



SO
SVET OSIGURANJA

INTERVJU

Nikola Rodić,

PREDSEDNIK IO OTP OSIGURANJA

Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka

Poštenim pristupom potvrđujemo ljudima da osiguranje ima smisla. Naš posao kao industrije je da i edukacijom i marketingom i novim pre svega digitalnim kanalima, ukažemo stanovništvu da osiguranje rešava neki problem i da bi bila dobra ideja da se plati premija koja nije visoka da bi se mirno spavalo

Razgovarala: VESNA LAPČIĆ



Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Intervju
Autori: Vesna Lapčić
Teme: OTP banka; OTP Leasing; Narodna banka Srbije (NBS)

Napomena:
Površina: 3133



Naslov: Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka



Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Intervju
Autori: Vesna Lapčić
Teme: OTP banka; OTP Leasing; Narodna banka Srbije (NBS)
Napomena:
Površina: 3133



Naslov: Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka

INTERVJU **NIKOLA RODIĆ,** PREDSEDNIK IO OTP OSIGURANJA

OSIGURANJE ŽIVOTA U SRBIJI KAO DA poslednjih godina gubi bitku na tržištu, ali OTP osiguranje je prošle godine ostvarilo veoma snažan rast premije od 30 odsto u odnosu na godinu dana ranije. Specifičnost ove osiguravajuće kuće jeste što posluje u okviru bankarske Grupacije što klijentima, osiguranju i banci omogućava niz benefita. O promenama koje se dešavaju na tržištu i koje bi trebalo da se dese u budućnosti, poslovanju i planovima razgovarali smo sa Nikolom Rodićem, predsednikom Izvršnog odbora OTP osiguranja



Koliko se potrebe klijenata za životnim osiguranjem menjaju poslednjih godina i koje trendove danas primećujete na tržištu Srbije?

U deceniji pre korone smo živeli u svetu niskih kamatnih stopa i klasično mešovito životno osiguranje je izgubilo deo privlačnosti, jer su klijenti počeli da traže veće prinose koje nisu mogli da dobiju na depozite ili kupovinom polise životnog osiguranja. Istovremeno, mi kao osiguravači smo se okrenuli riziko osiguranjima koja su manje kapitalno intenzivna i u kojima su klijenti nastavili da vide vrednost za sebe. Nakon korone sve se preokrenulo, kamate su se povećale i još uvek tražimo novu normalnost. Niske stope rasta tržišta životnih osiguranja govore nam da smo još uvek u potrazi za dobitnom formulom. Unit-linked proizvodi su se pojavili, ali nisu uspeli da naprave dramatičan prodor. Riziko proizvodi i dalje pokazuju značajne stope rasta, uz sve veće interesovanje klijenata za rajderima, tj. dopunskim osiguranjima. U prethodnom periodu posebno je dinamičan segment bankoosiguranja, što nas, kao jedino specijalizovano bankoosiguranje na našem tržištu, posebno raduje.

Da li mislite da osiguranje života treba više promovisati kao osiguranje kojim se pokriva rizik, ili pak kao štednju, imajući u vidu pomenuto? Šta je, prema Vašem mišljenju, bolja strategija koja bi učinila ovu vrstu osiguranja popularnijom i poželjnijom?

Kratak odgovor je da su potrebna oba pristupa, a miks zavisi od poslovne strategije. OTP Osiguranje je više fokusirano na riziko proizvode. Naši štedni proizvodi su deo ponude banke koja uključuje i depozite i investicione proizvode. Tako da osiguranje predstavlja segment šire ponude. Štedni proizvodi uključuju više komunikacije uživo jer su ovi proizvodi kompleksniji i klijenti očekuju takav pristup. Riziko proizvodi se ubrzano digitalizuju jer su jednostavniji za razumevanje i brzina u zaključivanju ima veći značaj za klijente. Digitalizacija prodaje riziko osiguranja sa rajderima omogućava brže skaliranje uz niže marginalne troškove i bolje iskustvo korisnika. Tako da na taj

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Intervju
Autori: Vesna Lapčić
Teme: OTP banka; OTP Leasing; Narodna banka Srbije (NBS)
Naslov: Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka

Napomena:
Površina: 3133

Strana:



„GenZ pridaje veći značaj wellness-u, pa bi razvoj dopunskih osiguranja trebalo da ide u tom smeru"

način riziko osiguranje postaje dostupno za šire tržište odnosno masovno tržište.

Da li primećujete da mlade generacije drugačije razmišljaju o životnom osiguranju u odnosu na prethodne generacije koje su skeptične zbog svega što se dešavalo devedesetih?

Generacija Z zaista ima dosta drugačije poglede u odnosu na starije generacije. Oni su prvo „digitalni urođenici" i odrasli su u „figitalnom" svetu kao spoju fizičkog i digitalnog sveta. Kada smo radili istraživanja o stavovima Generacije Z prema štednom životnom osiguranju njihova reakcija je bila da ne vide vrednost tako malog prinosa i da je bolje da ulažu u kriptovalute. Tako da nama kao osiguravačima predstoji veliki posao da objasnimo mladima značaj dugoročne kamate i štednje kroz osiguranje. Sa druge strane, riziko proizvodi osiguranja koji se prodaju kroz digitalne kanale su im zanimljivi i razumeju njihovu vrednost. Kada su u pitanju rajderi, predstoji nam dodatni posao, jer GenZ pridaje veći značaj wellness-u, pa bi razvoj dopunskih osiguranja trebalo da ide u tom smeru.

U svetu se sve više govori o prelasku sa modela „osiguranje kada se nešto dogodi" na model „osiguranje koje aktivno pomaže da se to nikada ne dogodi" – kroz prevenciju, praćenje zdravlja, AI i personalizovane programe. Da li verujete da će životna osiguranja u budućnosti postati svojevrsni partner za zdraviji i duži život što već, kako kažete Gen Z i prepoznaje, a ne samo finansijska zaštita za porodicu?

Obeštećenje ostaje kao značajan deo našeg posla, ali klijenti očekuju više. Potreba nije da dobijem novac kada imam poplavu u stanu, nego da se organizuje popravka i dom vrati u predašnje stanje, ili ako je moguće poplava spreči. AI i digitalizacija smanjuju troškove za operacionalizaciju ovih usluga, a postavlja se pitanje za šta su klijenti spremni da plate i koliko, kao i šta je osiguranje spremno da ponudi. Deluje mi da će trend ići u smeru fokusa na dodatne usluge, verovatno kroz saradnju sa asistentskim kompanijama, jer je osiguranje odličan dugoročni partner koji može da orkestrira širu lepezu usluga.

Ljudi danas žive sve duže, a nauka govori da bi naredne generacije mogle da imaju životni vek od preko 100 godina. Kako takav trend menja filozofiju životnog osiguranja i proizvode koje osiguravajuće kuće razvijaju?

Ako znamo da je prosečna starost u Srbiji već 44 godine, da živimo sve duže i da se udeo penzionera u populaciji povećava, mi kao osiguravači moramo razmišljati o prilagođavanju ne samo mladima nego i starijima i da iskoristimo mogućnosti „srebrne ekonomije". Prilagođavanje ponude pokrića za dugoročnu negu koja postoje, ali nisu se potpuno uklopila javlja se kao jedna mogućnost. Ne treba zaboraviti i da je u toku najveći transfer bogatstva u istoriji sa starijih na naslednike, čak i u Srbiji jer ne zaboravimo da, ako ništa drugo, nasleđuju se nekretnine. Tako da osim o jednokratnim štednim polisama za naslednike, životni osiguravači treba da razmišljaju i o proizvodima za dekumulaciju kapitala kao npr. *reverse mortgage* – obrnuti hipotekarni kredit.

Kako biste opisali ulogu OTP osiguranja u okviru OTP grupacije i na koji način saradnja sa OTP bankom doprinosi stvaranju dodatne vrednosti za klijente?

Život je lakši kada niste sami nego ste deo veće porodice, kao što je OTP grupa sa skoro 17 miliona klijenata u 11 zemalja. Ovde u Srbiji ta porodica je posebno snažna sa OTP bankom kao najvećim kreditorom u zemlji, ali i OTP Leasingom i OTP Invest-om. Klijenti pažljivo vagaju kome će dati poverenje kada se odlučuju za finansijske usluge. Najčešće je to neka od bankarskih usluga kao što je stambeni kredit. A i vreme klijenata je ograničeno, pa je od velike koristi ako mogu da imaju „one stop shop" za svoje finansijske potrebe, te kao dodatnu zaštitu zaključe i osiguranje uz taj kredit. Iako je klijentima važno da svoje potrebe zadovolje brzo i sa lakoćom, jako je važno i koliko kvalitetnu informaciju dobijaju. A ko može bolje sagledati vaše potrebe i dati vam bolju informaciju od ljudi koji se bave ne samo osiguranjem nego i bankarstvom.

Koje su najveće prednosti modela u kojem banka i osiguranje rade kao deo iste grupacije i za finansijske institucije i za klijente?

Ideja bi trebala da bude „win-win-win", jer ako jedna strana gubi u trouglu bankoosiguranja, model nije održiv na duge staze. Klijenti treba da dobiju dodatnu vrednost. Osiguranje značajan prodajni kanal sa velikim pul-om klijenata. Banka dobija dodatni prihod koji nije u značajnoj korelaciji sa odlukama monetarne politike i kretanjem kamatnih stopa. Kada su banka i osiguranje deo iste porodice može da se postigne usaglašavanje međusobnih interesa koje je na mnogo višem nivou i, što je posebno važno, na duži rok. Takođe, sinergija je značajna jer banka i osiguranje zajednički prate faze životnog ciklusa svojih klijenata čime se minimiziraju troškovi poslovanja.

Učešće osiguranja života u ukupnoj premiji konstantno opada, kako promeniti taj trend, da li nekim novim kanalima prodaje, proizvodima, nekim drugim načinom edukacije stanovništva ili pristupa prodaji?

Postavlja se pitanje da li klijent ima svest da bi osiguranje moglo biti dobra ideja jer rešava neki problem. Mogu podeliti naše iskustvo da ljudi koji se jednom odluče za osiguranje uz kredit, kada dođu da refinansiraju kredit skoro uvek sami pitaju da li će imati osiguranje uz novi kredit. Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka. Osiguranje je proizvod zasnovan na poverenju jer se prodaje obećanje. Naš posao je da stalo poštenim pristupom potvrđujemo ljudima da osiguranje ima smisla, jer brza isplata štete je najbolja reklama. Značajna dimenzija osiguranja je da je to proizvod namenjen srednjoj klasi. Sa rastom

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Intervju
Autori: Vesna Lapčić
Teme: OTP banka; OTP Leasing; Narodna banka Srbije (NBS)
Naslov: Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka
Napomena:
Površina: 3133
Strana:



srednje klase raste i obuhvat osiguranja jer kada dostignemo određeni standard, spremni smo da platimo osiguranje kako ne bismo brinuli i rizikovali šta ako se desi npr. superćelijska oluja, jer plaćamo da bismo mirno spavali, a osiguranje nam nadoknadilo štetu. A naš posao kao industrije je da, i edukacijom i marketingom i novim pre svega digitalnim kanalima, ukažemo stanovništvu da osiguranje rešava neki problem i da bi bila dobra ideja da se plati premija koja nije visoka da bi se mirno spavalo.

Budući da banke prodaju osiguravajuće proizvode, da li mislite da je dobro predviđeno rešenje da i osiguranja prodaju bankarske proizvode?

Krenuo bih od malo šireg tržišta. Ako krenemo od npr. Instagrama koji je ogroman digitalni ekosistem i orkestrator velikog tržišta na kome se kupuje veliki broj usluga i robe, od šišanja do dizajnerskih torbi. Samo jedan segment bi bilo bankarstvo ili osiguranje. Ovde govorimo o globalnoj platformi, a kad uz ograničenje na jednu ili dve industrije, dodamo i geografska ograničenja u smislu tržišta Srbije, postavlja se pitanje opravdanosti barijera za ulazak. One su opravdane samo u slučaju zaštite interesa korisnika finansijskih usluga. Regulisanje obaveze adekvatnog informisanja, znanja i odgovornosti distributera, uz minimiziranje nastajanja sukoba interesa, predstavlja dobar put da se obezbedi zaštita uz slobodu tržišne utakmice. Zato je dobro rešenje iz Nacrta Zakona o osiguranju koje predvida ovu mogućnost, tj. da i osiguranja prodaju bankarske usluge.

Auto-osiguranje je već prihvatilo modele „pay how you drive" – „plati kako voziš". Da li mislite da će životno osiguranje uskoro preći na princip „pay how you live" – „plati kako živiš", gde će stil života, fizička aktivnost i zdrave navike direktno uticati na cenu polise? Da li je to budućnost ili otvara ozbiljna etička pitanja?

Ovakvi lajfstajl proizvodi osiguranja već su se pojavili na nekim tržištima, kao što je Južna Afrika. Ne zaboravimo da su polise kasko osiguranja u bliskoj nam Italiji uobičajeno sa modelom „pay how you drive". Zato verujem da će slični proizvodi stići i do našeg tržišta. Ovde se vraćamo na pitanje poverenja i vrednosti za klijenta i osiguravača. Klijent je zainteresovan da dobije dodatne pogodnosti i da dodatno valorizuje svoje zdrave životne navike. Osiguravači su zainteresovani za bolju selekciju rizika. Ceo model „pay how you live" zasnovan je na razmeni podataka, koja mora biti dobrovoljna, bezbedna i da donosi korist uključenim stranama. Srećom, domaći propisi kojima se reguliše zaštita ličnih podataka u velikoj meri su usklađeni sa GDPR zahtevima koji su na snazi u EU. To je odlična osnova za razvoj ovakvih etičnih proizvoda osiguranja.

Digitalizacija menja finansijski sektor. Kako se taj proces odražava na prodaju i upravljanje polisama životnog osiguranja? Da li mislite da bi AI mogao preciznije da procenjuje zdravstveno stanje od lekara i kako bi to promenilo kreiranje i odobravanje polisa životnog osigurana?

Digitalizacija omogućava brzo skaliranje poslovanja uz zanemarljive marginalne troškove. AI ovaj postojeći trend dodatno pojačava do, još uvek, neslućenih razmera. AI nam sigurno donosi promene procesa, ali neće zameniti ljudsku procenu i ljudski rad nego ga transformisati. Danas mi deluje malo verovatan scenario da se klijent obrati AI botu koji proceni njegovo zdravstveno stanje, ponudi mu i zaključi polisu. Takav scenario naišao bi na mnoge regulatorne prepreke, a ne bi se dopao ni klijentima. Sa druge strane, AI ugrađen u procese, bilo aplikaciju ili kao asistencija samom agentu, već stiže, gde se proces zaključivanja polise ubrzava, npr. ne šalje se mejl *underwritingu* da se proveri da li može da se prihvati klijent i čeka na odgovor, već odgovor daje AI trenutno na osnovu definisanih pravila. Tako da u srednjem roku sigurno govorimo više o „back office" primeni AI i čovek ostaje odgovoran za donete odluke.

Koji su najveći izazovi sa kojima se danas suočava industrija životnog osiguranja u Srbiji i kako ih OTP osiguranje prevazilazi?

Za uspeh svakog posla ključni su ljudi. I mislim da je najozbiljniji izazov, ne samo za nas u osiguranju, upravo privlačenje kvalitetnih zaposlenih. Cela industrija osiguranja ne važi za najzanimljiviju mladim generacijama, a kako naši vrhunski kadrovi polako budu odlazili u penziju, imaćemo sve veći problem da privučemo nove. Digitalizacija može da pomogne u nekim segmentima, ali ne može da reši ovaj problem, čak ni uz pomoć AI. Drugi izazov odnosi se na sma-

Predloženi Nacrt zakona o osiguranju je dobar

Eksperti Narodne banke Srbije, koji su kao radna grupa pripremili Nacrt Zakona o osiguranju, uradili su odličan posao. Napravljen je značajan iskorak uz prelazne periode u narednih nekoliko godina radi prilagođavanja evropskim pravilima. Najvažnije je usklađivanje sa zahtevima Solventnosti 2, gde ćemo detalje dobiti kroz podzakonski akt. Očekujem bezrizični tretman državnih obveznica Republike Srbije u evrima u prelaznom periodu i drago mi je što se omogućava liberalizacija reosiguranja jer će se time dodatno relaksirati kapitalni zahtevi. Možemo očekivati i primenu MSFI 17 uz zadržavanje značajne uloge aktuara u obezbeđenju kvaliteta sadržaja finansijskih izveštaja. Drugi važan segment odnosi se na usklađivanje sa zahtevima IDD. Proširuje se skup lica koja se mogu javiti kao distributeri osiguranja uz preciziranje opsega informisanja koje je sada prilagođeno većem broju slučajeva. Posebno me raduje što Nacrt zakona predviđa mogućnost *digital first* proizvoda kroz potpuno digitalno informisanje klijenata. Nadam se da će i konačan tekst zakona, nakon javne rasprave, ići u smeru primene EU pravila jer nam to olakšava poslovanje, smanjuje troškove compliance-a i povećava nivo zaštite naših klijenata. I na kraju nas približava cilju na našem evropskom putu koji je punopravno članstvo u EU.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Intervju
Autori: Vesna Lapčić
Teme: OTP banka; OTP Leasing; Narodna banka Srbije (NBS)
Napomena:
Površina: 3133



Naslov: Ako klijent prepoznaje vrednost, prodaja postaje laka



“Ove godine očekujemo dinamičan rast premije za skoro četvrtinu. Još važnije od nivoa rasta je način na koji planiramo da ga ostvarimo. Fokus je na digitalizaciji i maksimizaciji korišćenja sinergetskog efekta sa bankom”

njenje kupovne moći stanovništva zbog ekonomskih okolnosti. Životno osiguranje se smatra luksuzom i postoji veliki nivo elastičnosti u tražnji, pa u slučaju smanjenja standarda dolazi do usporene prodaje novih polisa i raskidanja postojećih zbog smanjenja neobaveznih troškova domaćinstva. Nema lakog odgovora ni na jedan izazov, već veliki broj malih akcija koje uz praćenje efekata u konačnici treba da minimiziraju njihove posledice.

Koje ciljeve u vezi sa poslovanjem ste postavili za ovu godinu i u kojim segmentima očekujete najveći rast?

Znamo da u prethodnih par godina životna osiguranja beleže niže stope rasta i smanjuju učešće u ukupnoj premiji. OTP osiguranje je uspelo da u prethodne dve i po godine skoro udvostruči premiju, tako da su i očekivanja za naredni period visoka. Ove godine takođe očekujemo dinamičan rast premije za skoro četvrtinu. Još važnije od nivoa rasta je način na koji planiramo da ga ostvarimo. Fokus je na digitalizaciji i maksimizaciji korišćenja sinergetskog efekta sa bankom. Već smo razvili nekoliko proizvoda koji su klijentima banke dostupni kroz mobilnu aplikaciju OTP banke. Nastavljamo da proširujemo digitalnu prodaju i želimo da dokažemo da je i životno osiguranje prijemčivo za digitalne kanale prodaje. Važno nam je da pratimo naše i klijente banke, a oni migriraju na digital. Sve ovo treba da rezultira ojačavanju našeg dominantnog položaja u segmentu životnog bankoosiguranja.

Koje su ključne razvojne inicijative OTP osiguranja u narednih nekoliko godina?

OTP Osiguranje je u okviru grupe prepoznato kao „center of excellence“ kada je u pitanju osiguranje. Pružamo podršku članicama grupe na pojedinim tržištima i očekujemo poboljšane performanse osiguranja kroz internalizaciju i transfer know-how. Na domaćem tržištu se nadamo proširenju poslovanja kroz nove proizvode i pokrića. Sveprisutna tema u svim inicijativama je digitalizacija osiguranja kako u frontend-u tako i u backend-u. Kao ilustraciju mogu da spomenem naš projekat „Optimizacija BAU za skaliranje“ gde smo identifikovali veći broj „Business As Usual“ procesa koje multidisciplinarni timovi optimizuju i digitalizuju, kako bi procesi mogli da se skaliraju za potrebe većeg obima posla.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Ukratko
Autori: redakcija
Teme: ProCredit Bank

Napomena:
Površina: 196

Naslov: Ponkrenuta ProAcademy edukativni program za MSP

Strana: 13

PROCREDIT BANKA

Ponkrenuta ProAcademy edukativni program za MSP

ProCredit banka pokrenula je ProAcademy, novi edukativni program namenjen vlasnicima, direktorima i liderima malih i srednjih preduzeća, sa ciljem da kroz praktična znanja i razmenu iskustava dodatno unapredi razvoj domaće privrede.

Kao banka koja već 25 godina gradi dugoročna partnerstva sa privredom, ProCredit je odlučila da iskustvo i znanje koje je godinama razvijala u okviru Bankarske akademije i Menadment akademije za svoje zaposlene učini dostupnim i svojim klijentima. ProAcademy predstavlja nastavak višedecenijskog opredeljenja banke da, pored finansijske podrške, kompanijama pruži i dodatnu vrednost kroz stručno usavršavanje i razvoj kompetencija za unapređenje poslovanja.

„Naša uloga nikada nije bila isključivo finansiranje poslovanja. Verujemo da održiv rast kompanija zavisi podjednako od dostupnosti kapitala i od kvaliteta znanja na kojem se donose poslovne odluke. Zato pokrećemo ProAcademy – program kroz koji želimo da sa našim klijentima podelimo iskustva i praksu koje smo godinama razvijali u okviru ProCredit grupe“, izjavio je Ivan Smiljković, član Izvršnog odbora ProCredit banke.

Program je namenjen pre svega vlasnicima, direktorima i liderima kompanija koje žele da unaprede svoje poslovanje kroz praktične edukacije i razmenu iskustava sa ekspertima i drugim privrednicima.

Učesnici ProAcademy programa imaće priliku da steknu praktična znanja iz oblasti upravljanja finansijama, razvoja prodaje, organizacije poslovanja, liderstva i organizacione kulture, kao i da kroz interaktivan rad razvijaju rešenja primenljiva u svakodnevnom poslovanju. Poseban segment programa predstavlja umrežavanje sa drugim vlasnicima i direktorima kompanija iz regiona, kao i pristup iskusnim trenerima, mentorima i dodatnim edukativnim sadržajima.



Učešće u programu je potpuno besplatno, a broj mesta za prvu generaciju polaznika je ograničen. Prijave su otvorene do 31. avgusta 2026. godine.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Ukratko
Autori: redakcija
Teme: Raiffeisen banka

Napomena:
Površina: 275

Naslov: Euromoney: Najbolja banka za stanovništvo u Srbiji za 2026.

Strana: 10



RAIFFEISEN BANK

Euromoney: Najbolja banka za stanovništvo u Srbiji za 2026.

Raiffeisen banka je najbolja banka za stanovništvo u Srbiji za 2026. godinu u izboru renomiranog svetskog ekonomskog magazina Euromoney (Best Retail Bank). Priznanje se dodeljuje u okviru programa Awards for Exellence (nagrade za izvrsnost), globalne platforme tog magazina za merenje uspeha u finansijskoj industriji.

Predsednik Izvršnog odbora Raiffeisen banke, Zoran Petrović kaže da je nagrada rezultat kvaliteta i pouzdanosti usluga koje banka pruža građanima, poverenja i konstantnog ulaganja u inovacije i poboljšanje korisničkog iskustva.

„Od 2001. godine, od kada poslujemo u Srbiji, promenilo se mnogo toga - vreme, tržišne okolnosti koje zahtevaju brže prilagođavanje, inovacije su postale suštinsko pitanje konkurentnosti. Jedino što se nije promenilo su radoznalost i spremnost na učenje ljudi koji čine Raiffeisen onakvim kakav on jeste, organizacijom otvorenom za nove ideje i nove tehnologije na kojima se sve više temelji budućnost finansija. Taj kvalitet je ono što nas izdvaja i što su prepoznali i građani, ali i žiri magazina Euromoney“, rekao je Zoran Petrović nakon svečane ceremonije dodele nagrada u Londonu.



Jelena Aksić, članica Izvršnog odbora zadužena za poslovanje sa stanovništvom, malim preduzećima i preduzetnicima ističe da je izuzetno ponosna na čitav tim Raiffeisen banke. Iza Euromoney nagrade za najbolju banku za stanovništvo u Srbiji, prema njenim rečima, stoji ogroman trud i stalno preispitivanje postojećih rešenja.

„Timski rad nas čini kreativnijim i otpornijim na sve izazove, a nagrada dodatno motiviše da nastavimo da se i dalje krećemo u smeru digitalizacije i automatizacije uz, istovremeno, izuzetnu uslugu u filijalama“, ističe Jelena Aksić.

Kreirali smo, dodaje, proizvode koji pojednostavljuju život ljudima, poput vrhunske mobilne aplikacije, mogućnosti da kredit bude realizovan za svega pola sata ili da naši klijenti veoma jednostavno mogu da kupuju na internetu ili u prodavnici i plaćaju na rate. U poslednjih pet godina klijenti su otvorili više od 300.000 iRačuna, potpuno besplatnog tekućeg računa koji je spreman za korišćenje za svega 15 minuta.

„Sve ovo vreme smo radili na unapređenju korisničkog iskustva kako bi svaka interakcija klijenata sa bankom bila intuitivna, brza, razumljiva.Verujem da upravo kroz takav kvalitet usluga gradimo poverenje sa dugogodišnjim klijentima i omogućavamo mladim ljudima, posebno onima koji prvi put ulaze u svet bankarstva, da jednostavno steknu znanje o finansijama i donose odgovorne odluke“, napominje Jelena Aksić.

Vreme: 10.08.2026 12:53
Medij: direktno.rs
Link: https://direktno.rs/vesti/drustvo-i-ekonomija/716485/evo-koliko-banke-naplacuju-izdavanje-
Autori: Ivana Žigić
Teme: Banka Poštanska štedionica; Raiffeisen banka; Krediti; Alta banka

Naslov: Čekovi i dalje hit: Evo koliko košta jedan ček u kojoj banci - Društvo i Ekonomija



Čekovi i dalje hit: Evo koliko košta jedan ček u kojoj banci | Društvo i Ekonomija | Direktno Iako korišćenje čekova opada iz godine u godinu, imajući u vidu da se na rate može plaćati kreditnim karticama, takođe bez kamate ukoliko se rate plaćaju u celosti na vreme, potražnja za čekovima i dalje je značajna. Tako je u 2025. godini realizovano 6.525.720 čekova. Doduše, to je pad u odnosu na prethodnu, 2024. godinu, kada je realizovano 7.279.359 čekova, odnosno oko 10 odsto više. Trend pada kada je u pitanju korišćenje čekova najbolje se vidi poređem sa periodom od pre desetak godina. Naime, 2013. godine realizovano je više od 13 miliona čekova, duplo više nego prošle godine. Za dobijanje čekova korisnik pre svega mora da ima otvoren tekući račun u banci, a konkretni uslovi zavise od banke. U većini slučajeva potrebno je da klijent ima redovna primanja i uredno izmiruje svoje obaveze, dok banka na osnovu svojih kriterijuma određuje i broj čekova koji može da izda. Maksimalan iznos na jednom čeku je 5.000 dinara. Banke izdavanje čekova naplaćuju po izdatom čeku, i to u proseku oko 25 dinara. Najniža naknada za izdavanje čeka iznosi 15 dinara u Raiffeisen banci, dok je najviša u Alta banci i iznosi 50 dinara po izdatom čeku. U Poštanskoj štedionici naknada za izdavanje čekova je 20 dinara, a ova banka ima i uslugu dostavljanja čekova na kućnu adresu, i to seriju od 10 čekova, a ta usluga košta 400 dinara, odnosno 40 dinara po čeku. Naslovna fotografija: Printscreen/Facebook

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Ukratko
Autori: redakcija
Teme: UniCredit Bank

Napomena:
Površina: 275

Naslov: Promocija platforme Trade Finance Gate

Strana: 12



UNICREDIT BANKA

Promocija platforme Trade Finance Gate

U okviru inicijative „UniCredit Banka za privredu Srbije", predstavnici domaćih i međunarodnih kompanija okupili su se na događaju posvećenom promociji platforme Trade Finance Gate, kako bi kroz iskustva korisnika i razgovor sa stručnjacima UniCredit Banke stekli uvid u mogućnosti koje digitalizacija donosi u upravljanju finansiranjem trgovine.



Trade Finance Gate, inovativno, prvo potpuno digitalno rešenje, omogućava klijentima da proces izdavanja garancija, akreditiva i dokumentarnog inkasa obave brže, jednostavnije i uz direktnu komunikaciju sa bankom, bez potrebe za tradicionalnom papirologijom i dugotrajnim procedurama. Platforma je razvijena za mala, srednja i velika preduzeća, posebno ona koja posluju u oblasti spoljne trgovine ili imaju potrebu za učestalim izdavanjem garancija.

„Digitalizacija nije cilj sama po sebi, već način da klijentima omogućimo jednostavnije, brže i preglednije upravljanje finansijskim instrumentima. Trade Finance Gate razvijamo u skladu sa potrebama kompanija, zbog čega nam je direktan dijalog sa klijentima jednako važan kao i dalji razvoj same platforme. Verujemo da najbolje rezultate ostvarujemo kada rešenja oblikujemo zajedno sa onima koji ih svakodnevno koriste", izjavio je Milan Sekulić, direktor Finansiranja trgovine i obrtnog kapitala, UniCredit Banke.

Posebnu vrednost događaju dala su iskustva pilot korisnika. Nevenka Sedlarević iz kompanije N Sport i Radmila Hrkalović iz kompanije Comtrade, među prvim korisnicima u Srbiji koji su imali priliku da rade na ovaj način, podelile su svoja iskustva iz svakodnevne primene rešenja Trade Finance Gate. Kroz konkretne primere istakle su ključne prednosti platforme, uključujući unapređenu transparentnost procesa, jednostavnije upravljanje dokumentacijom, kao i efikasniju i agilniju saradnju sa bankom. Njihovi uvidi pružili su učesnicima autentičnu perspektivu o tome kako digitalna rešenja funkcionišu u praksi, ali su istovremeno predstavljali i dragocen doprinos daljem unapređenju platforme.

U razgovoru sa klijentima, Vesna Štrbac, direktorka za poslovanje sa velikim, srednjim korporacijama i FIG, Stefan Golubović, direktor za poslovanje sa međunarodnim kompanijama i Zoran Ristić, direktor za poslovanje sa malim i srednjim preduzećima odgovarali su na pitanja učesnika, razjasnili nedoumice i predstavili druga rešenja banke koje su kompanijama na raspolaganju kroz različite segmente korporativnog bankarstva. Diskusija je otvorila prostor za razmenu mišljenja o izazovima međunarodnog poslovanja, adresirala ključne teme upravljanja rizicima u današnjem turbulentnom geopolitičkom okruženju i potvrdila značaj kontinuiranog dijaloga u kreiranju odgovora na konkretne potrebe privrede.

Vreme: 10.08.2026 10:11
Medij: danas.rs
Link: https://www.danas.rs/kultura/prodaja-ulaznica-za-32-sarajevo-film-festival-pocinje-danas-suocavanje-
Autori: Aleksandra Dru017eaiu0107
Teme: UniCredit Bank

Naslov: Prodaja ulaznica za 32. Sarajevo Film Festival počinje danas: Suočavanje s prošlošću donosi devet filmova o nasleđu sukoba

6537



Prodaja ulaznica za 32. Sarajevo Film Festival počinje danas, 10. avgusta u 10 časova u Glavnom Box Officeu u Bosanskom kulturnom centru.

U prodaji će biti i ograničen broj ulaznica za Sarajevo film festival, za pojedine projekcije koje su već rasprodate putem interneta, uključujući film otvaranja "Očevina" Paweła Pawlikowskog, kao i projekcije u Letnjem bioskopu Coca Cola i UNIQA Letnjem bioskopu Stari Grad. Ovo su samo neki od filmova koji vas očekuju na festivalu. Jedan od programa ovogodišnjeg festivala je "Suočavanje s prošlošću", koji kroz devet dokumentarnih, igranih, animiranih i eksperimentalnih filmova otvara pitanja ratnog nasleđa, sećanja, identiteta, otpora i načina na koji se društva suočavaju sa sopstvenom prošlošću. Filmovi u ovom programu ne tretiraju prošlost kao završeno poglavlje, već istražuju način na koji ratovi i njihove posledice nastavljaju da oblikuju sadašnjost i budućnost. Od iskustava ljudi koji pokušavaju da se izbore sa posledicama ratnog nasilja, preko priča o antifašističkom otporu i kolektivnom sećanju, do jedne od najpoznatijih fudbalskih utakmica u istoriji, program donosi različite perspektive i filmske pristupe. Francuska, Liban, Nemačka, Katar, 2025, 75 min. Dokumentarni film Lane Daher u potpunosti je sastavljen od arhivskih materijala, uključujući filmske i televizijske snimke, kućne videozapise i fotografije. Autorka kroz njih istražuje audiovizuelno sećanje Libana i Bejruta i od fragmenata prikupljanih tokom sedam decenija gradi portret zemlje čija se prošlost otkriva između lepote, nasilja i otpora. Srbija, 2026, 37 min. Kratki dokumentarni film Aleksandra Reljića posvećen je životu doktorke Dušice Vujasić, stomatološkinje srpske nacionalnosti koja je tokom rata u Bosni i Hercegovini odlučila da ostane u opkoljenom Goraždu i nastavi da brine o svojim pacijentima i kolegama. Njena uloga u životu grada i kolektivnom sećanju dodatno je potvrđena ove godine, kada je jedna goraždanska ulica dobila njeno ime, što je zabeležio i Reljić. Alžir, Francuska, Palestina, 2026, 98 min. Film palestinsko sirijskog autora Abdallaha Alkhatiba govori o ljudima zarobljenim u gradu pod opsadom, suočenim sa nestašicom, nasiljem i svakodnevnom borbom za opstanak. Inspirisan sopstvenim iskustvom života pod opsadom izbegličkog kampa Jarmuk, Alkhatib prikazuje zajednicu čiji se svakodnevni život menja pod pritiskom ekstremnih okolnosti. Film zatvara ovogodišnji program "Suočavanje s prošlošću", a njegova simbolika dodatno dobija na značaju u kontekstu Sarajeva. Autorovo filmsko iskustvo opsade oblikovano je i iskustvom ovog grada, pa projekcija predstavlja svojevrsnu vezu između dva grada i dva iskustva koja, uprkos geografskoj udaljenosti, dele isto pitanje: kako sačuvati ljudskost i dostojanstvo u okolnostima koje ih ugrožavaju. Hrvatska, 2026, 74 min. Film Slađane Lučić prati Ajnu, Alena i Lejlu, čiji su životi obeleženi činjenicom da su začeti kao posledica ratnih silovanja. Iako su na različite načine saznali istinu o svom poreklu, povezuje ih iskustvo potrage za sopstvenim identitetom i mestom koje im pripada. Kroz njihove lične priče, arhivske materijale i autorsku opservaciju, film istražuje identitet nakon traume i borbu da deca rođena iz ratnog nasilja dobiju status civilnih žrtava rata. Hrvatska, 2025, 100 min. Jedan od dokumentarnih filmova koji su obeležili prethodnu festivalsku godinu, "Mirotvorac" Ivana Ramljaka bavi se jednom od najtragičnijih epizoda ratnog raspada Jugoslavije, ubistvom Josipa Reihl Kira, načelnika osječke policije koji je pokušavao da spreči nasilje i sačuva prostor za pregovore. Ramljak ne istražuje samo okolnosti jednog nerazjašnjenog ubistva, već postavlja i šire pitanje o trenutku nakon kojeg društva više nisu u stanju da zaustave put ka sukobu. Kanada, 2025, 9 min. U debitantskom

Naslov: Prodaja ulaznica za 32. Sarajevo Film Festival počinje danas: Suočavanje s prošlošću donosi devet filmova o nasleđu sukoba

animiranom filmu "Parada?z", kanadska umetnica sarajevskog porekla Matea Radić kroz apsurdni humor i nadrealni jezik ručno crtane animacije istražuje iskustvo deteta koje napušta ratom zahvaćeno Sarajevo i odrasle osobe koja pokušava da razume šta je od nekadašnjeg doma ostalo. Fragmenti sećanja i slike prošlosti stvaraju nežnu priču o gubitku, pripadanju i potrazi za mestom koje se još može nazvati domom. SAD, Nemačka, 2026, 78 min. Polazeći od istraživanja nemačke kulture sećanja i sopstvenog porodičnog nasleđa, Leah Galant u filmu "Predeli sećanja" preispituje način na koji se nasleđe Holokausta prenosi kroz generacije. Film se bavi i pitanjem kako se istorijsko sećanje može instrumentalizovati za nove oblike isključivanja i targetiranja, postavljajući teško, ali važno pitanje kako sačuvati odgovornost prema prošlosti, a istovremeno sprečiti da ona postane sredstvo za opravdavanje novih nepravdi. Grčka, 2026, 12 min. Kratki eksperimentalni film Diamantisa Anastasiadisa donosi fragmente života Julije Bibe, grčke učiteljice i aktivistkinje koja se priključila Pokretu otpora protiv nacističke okupacije. Film, u kojem Juliju igra grčka glumica Katia Goulioni, ne pokušava da ponudi klasičan biografski portret, već istražuje šta ostaje iza ljudi koji su odlučili da se suprotstave vremenu u kojem su živeli i kako se njihovi izbori nastavljaju preispitivati kroz generacije. Argentina, Španija, 2026, 91 min. Dokumentarni film Juana Cabrala i Santiaga Franca polazi od jedne od najpoznatijih fudbalskih utakmica u istoriji, četvrtfinalnog susreta Argentine i Engleske na Svetskom prvenstvu 1986. godine. Meč je postao simbolička reakcija na rat za Folklandska, odnosno Malvinska ostrva, a film kroz arhivske snimke i svedočenja učesnika istražuje način na koji sportski događaji mogu postati nosioci nacionalnog identiteta, političkih poruka i nerešenih istorijskih emocija. Ovogodišnji program "Suočavanje s prošlošću" tako okuplja filmove koji različitim filmskim jezicima govore o ratovima koji su se završili, ali čije posledice i dalje oblikuju živote ljudi, društva i način na koji pamtimo prošlost. Podsetimo, glavni Box Office nalazi se u Bosanskom kulturnom centru, na adresi Branilaca Sarajeva 24 u Sarajevu. Prvih deset kupaca biće nagrađeno sa po deset besplatnih ulaznica za filmove iz različitih festivalskih programa, kao i posterom ovogodišnjeg Sarajevo Film Festivala. Ulaznice je moguće kupiti i onlajn, putem zvanične platforme Sarajevo Film Festivala i mobilne aplikacije festivala za Android i iOS uređaje. Korisnici Mastercard kartica prilikom onlajn kupovine ostvaruju 20 odsto popusta, dok je uz UniCredit Bank Mastercard kartice moguće ostvariti dodatnih 10 odsto popusta. Ime * Komentar

Vreme: 10.08.2026 09:30
Medij: sveonovcu.rs
Link: https://sveonovcu.rs/unicredit-banka-proglasena-najboljom-bankom-za-pruzanje-kastodi-usluga-u-
Autori: Redakcija
Teme: UniCredit Bank

Naslov: UniCredit Banka proglašena najboljom bankom za pružanje kastodi usluga u Srbiji

UniCredit Banka je po rekordni 12. put proglašena najboljom bankom za pružanje kastodi usluga međunarodnim investitorima u Srbiji za 2026. godinu prema izboru renomiranog…

10/08/2026 UniCredit Banka je po rekordni 12. put proglašena najboljom bankom za pružanje kastodi usluga međunarodnim investitorima u Srbiji za 2026. godinu prema izboru renomiranog međunarodnog finansijskog magazina Global Finance.

Kao banka sa najdužom tradicijom u pružanju ove vrste usluga, UniCredit omogućava domaćim i stranim investitorima jednostavnije i sigurnije poslovanje sa hartijama od vrednosti emitovanim na domaćem i stranim tržištima.

Novom nagradom, banka je u Srbiji potvrdiila svoju lidersku poziciju u kastodi uslugama, dok priznanja na ovom polju za UniCredit dolaze od Global Finance-a i to za čitavu Centralnu i Istočnu Evropu (CIE), kao i pojedinačno u Bosni i Hercegovini i Češkoj. Dalje na prostoru Evrope, UniCredit je proglašena najboljom bankom u Austriji i Italiji po izboru uredništva magazina.

Nikola Vuletić, predsednik Izvršnog odbora UniCredit Banke izjavio je ovim povodom: "Kao najveća kastodi banka u Srbiji, omogućavamo velikom broju renomiranih svetskih investitora da pristupe srpskom tržištu kapitala. Ovo priznanje predstavlja još jednu potvrdu dugogodišnje posvećenosti naših timova, visokog nivoa stručnosti i poverenja koje nam ukazuju domaći i inostrani klijenti. U okruženju koje se ubrzano menja, nastavljamo da ulažemo u nove tehnologije, digitalizaciju, unapređenja procesa i razvoj inovativnih rešenja, kako bismo našim klijentima obezbedili vrhunski kvalitet usluga".

Dodela nagrada sprovodi se jednom godišnje, a nagrade za regione i zemlje određuje uredništvo Global Finance-a. Prilikom izbora pobednika vrednuju se nivo i pouzdanost usluge, tehnološka rešenja, efikasnost post-trgovinskih procesa, kontinuitet poslovanja, konkurentnost, kao i dubinsko poznavanje lokalnog regulatornog okruženja. Banke se rangiraju na osnovu rezultata istraživanja tržišta, mišljenja stručnjaka iz industrije, kao i iskustva korisnika kastodi usluga.

UniCredit Banka će nastaviti da ulaže u znanje, inovacije i kvalitet usluge, sa jasnim ciljem da ostane prvi izbor investitora i pouzdan partner u razvoju tržišta kapitala u Srbiji.

Vreme: 10.08.2026 10:36
Medij: naglas.rs
Link: https://naglas.rs/clanak/kultura/76778/prodaja-ulaznica-za-32-sarajevo-film-festival-pocinje-danas
Autori: Naglas
Teme: UniCredit Bank

Naslov: Prodaja ulaznica za 32. Sarajevo Film Festival počinje danas

u 10 časova. Festival donosi devet filmova koji se bave nasleđem sukoba i tematikom suočavanja s prošlošću.

, 10. avgusta u 10 časova u Glavnom Box Officeu u Bosanskom kulturnom centru. U prodaji će biti i ograničen broj ulaznica za pojedine projekcije koje su već rasprodate putem interneta, uključujući film otvaranja "Očevina" Paweła Pawlikowskog, kao i projekcije u Letnjem bioskopu Coca Cola i UNIQA Letnjem bioskopu Stari Grad.Jedan od programa ovogodišnjeg festivala je "Suočavanje s prošlošću", koji kroz devet dokumentarnih, igranih, animiranih i eksperimentalnih filmova otvara pitanja ratnog nasleđa, sećanja, identiteta, otpora i načina na koji se društva suočavaju sa sopstvenom prošlošću. Filmovi u ovom programu ne tretiraju prošlost kao završeno poglavlje, već istražuju način na koji ratovi i njihove posledice nastavljaju da oblikuju sadašnjost i budućnost.Od iskustava ljudi koji pokušavaju da se izbore sa posledicama ratnog nasilja, preko priča o antifašističkom otporu i kolektivnom sećanju, do jedne od najpoznatijih fudbalskih utakmica u istoriji, program donosi različite perspektive i filmske pristupe. Francuska, Liban, Nemačka, Katar, 2025, 75 min. Dokumentarni film Lane Daher u potpunosti je sastavljen od arhivskih materijala, uključujući filmske i televizijske snimke, kućne videozapise i fotografije. Autorka kroz njih istražuje audiovizuelno sećanje Libana i Bejruta i od fragmenata prikupljanih tokom sedam decenija gradi portret zemlje čija se prošlost otkriva između lepote, nasilja i otpora.Kratki dokumentarni film Aleksandra Reljića posvećen je životu doktorke Dušice Vujasić, stomatološkinje srpske nacionalnosti koja je tokom rata u Bosni i Hercegovini odlučila da ostane u opkoljenom Goraždu i nastavi da brine o svojim pacijentima i kolegama. Njena uloga u životu grada i kolektivnom sećanju dodatno je potvrđena ove godine, kada je jedna goraždanska ulica dobila njeno ime, što je zabeležio i Reljić.Alžir, Francuska, Palestina, 2026, 98 min. Film palestinsko-sirijskog autora Abdallaha Alkhatiba govori o ljudima zarobljenim u gradu pod opsadom, suočenim sa nestašicom, nasiljem i svakodnevnom borbom za opstanak. Inspirisan sopstvenim iskustvom života pod opsadom izbegličkog kampa Jarmuk, Alkhatib prikazuje zajednicu čiji se svakodnevni život menja pod pritiskom ekstremnih okolnosti. Film zatvara ovogodišnji program "Suočavanje s prošlošću", a njegova simbolika dodatno dobija na značaju u kontekstu Sarajeva.Film Slađane Lučić prati Ajnu, Alena i Lejlu, čiji su životi obeleženi činjenicom da su začeti kao posledica ratnih silovanja. Iako su na različite načine saznali istinu o svom poreklu, povezuje ih iskustvo potrage za sopstvenim identitetom i mestom koje im pripada. Kroz njihove lične priče, arhivske materijale i autorsku opservaciju, film istražuje identitet nakon traume i borbu da deca rođena iz ratnog nasilja dobiju status civilnih žrtava rata.Jedan od dokumentarnih filmova koji su obeležili prethodnu festivalsku godinu, "Mirotvorac" Ivana Ramljaka bavi se jednom od najtragičnijih epizoda ratnog raspada Jugoslavije, ubistvom Josipa Reihl Kira, načelnika osječke policije koji je pokušavao da spreči nasilje i sačuva prostor za pregovore. Ramljak ne istražuje samo okolnosti jednog nerazjašnjenog ubistva, već postavlja i šire pitanje o trenutku nakon kojeg društva više nisu u stanju da zaustave put ka sukobu.U debitantskom animiranom filmu "Parada?z", kanadska umetnica sarajevskog porekla Matea Radić kroz apsurdni humor i nadrealni jezik ručno crtane animacije istražuje iskustvo deteta koje napušta ratom zahvaćeno Sarajevo i odrasle osobe koja pokušava da razume šta je od nekadašnjeg doma ostalo.Polazeći od istraživanja nemačke kulture sećanja i sopstvenog porodičnog nasleđa, Leah Galant u filmu "Predeli sećanja" preispituje način na koji se nasleđe Holokausta prenosi kroz generacije. Film se bavi i pitanjem kako se istorijsko sećanje može instrumentalizovati za nove oblike isključivanja i targetiranja, postavljajući teško, ali važno pitanje kako sačuvati odgovornost prema prošlosti, a istovremeno sprečiti da ona postane sredstvo za opravdavanje novih nepravdi.Kratki eksperimentalni film Diamantisa Anastasiadisa donosi fragmente života Julije Bibe, grčke učiteljice i aktivistkinje koja se priključila Pokretu otpora protiv nacističke okupacije. Film, u kojem Juliju igra grčka glumica Katia Goulioni, ne pokušava da ponudi klasičan biografski portret, već istražuje šta ostaje iza ljudi koji su odlučili da se suprotstave vremenu u kojem su živeli i kako se njihovi izbori nastavljaju preispitivati kroz generacije.Dokumentarni film Juana Cabrala i Santiaga Franca polazi od jedne od najpoznatijih fudbalskih utakmica u istoriji, četvrtfinalnog susreta Argentine i Engleske na Svetskom prvenstvu 1986. godine. Meč je postao simbolička reakcija na rat za Folklandska, odnosno Malvinska ostrva, a film kroz arhivske snimke i svedočenja učesnika istražuje način na koji sportski događaji mogu postati nosioci nacionalnog identiteta, političkih poruka i nerešenih istorijskih emocija.Ovogodišnji program "Suočavanje s prošlošću" tako okuplja filmove koji različitim filmskim jezicima govore o ratovima koji su se završili, ali čije posledice i dalje oblikuju živote ljudi, društva i način na koji pamtimo prošlost.Podsetimo, glavni Box Office nalazi se u Bosanskom kulturnom centru, na adresi Branilaca Sarajeva 24 u Sarajevu. Prvih deset kupaca biće nagrađeno sa po deset besplatnih ulaznica za filmove iz različitih festivalskih programa, kao i posterom ovogodišnjeg Sarajevo Film Festivala. Ulaznice je moguće kupiti i onlajn, putem zvanične platforme Sarajevo Film Festivala i mobilne aplikacije festivala za Android i iOS uređaje. Korisnici Mastercard kartica prilikom onlajn kupovine ostvaruju 20 odsto popusta, dok je

uz UniCredit Bank Mastercard kartice moguće ostvariti dodatnih 10 odsto popusta. Pratite nas na našoj Facebook i Instagram stranici, ali i na X nalogu.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Ukratko
Autori: redakcija
Teme: UniCredit Bank; Krediti; Energetska efikasnost
Napomena:
Površina: 199
Naslov: Kreditna linija za energetsku efikasnost
Strana: 9



UNICREDIT BANK SRBIJA, KFW I EU

Kreditna linija za energetsku efikasnost

UniCredit Bank Srbija i nemačka razvojna banka KfW, uz sredstva koja obezbeđuju Nemačko savezno ministarstvo za ekonomsku saradnju i razvoj (BMZ) i Evropska unija, uspostavili su novu kreditnu liniju od 43 miliona evra za finansiranje mera energetske efikasnosti i obnovljivih izvora energije za privredu i delove javnog sektora u Srbiji.

UniCredit Bank će, kao partnerska banka u okviru programa, omogućiti privredi pristup ovim sredstvima, pružajući preduzećima i delovima javnog sektora dodatnu podršku za ulaganja u energetsku efikasnost i održivije poslovanje pod povoljnim uslovima finansiranja. Inicijativa je deo projekta „Low Carbon Energy Facility", čija ukupna procenjena vrednost iznosi 47,3 miliona evra. Program se finansira kreditom KfW-a u iznosu od 43 miliona evra i bespovratnim sredstvima Evropske unije u iznosu od 4,3 miliona evra, obezbeđenim kroz Regionalni program energetske efikasnosti. Kao partnerska banka koja sprovodi program, UniCredit Banka plasira ova sredstva krajnjim korisnicima na tržištu.

„Evropa danas prolazi kroz duboku energetsku i tehnološku transformaciju, a verujemo da je važno da privreda Srbije bude njen aktivan deo, a ne njen posmatrač. Kompanije koje danas ulažu u energetsku efikasnost i obnovljive izvore energije ne rešavaju samo pitanje troškova, već grade održive poslovne modele koji će sutra određivati tržišne lidere", izjavio je Nikola Vuletić, predsednik Izvršnog odbora UniCredit Bank.

Krediti su namenjeni malim i srednjim preduzećima, uključujući i veće kompanije sa do 1.000 zaposlenih. Klijentima je dostupno finansiranje do 1 milion evra po korisniku, uz grant od 10% iznosa kredita, dok uz odobrenje nemačke razvojne banke iznos može dostići i do 3 miliona evra po klijentu. Sredstva se mogu koristiti za mere energetske efikasnosti, postavljanje solarnih panela na krovovima poslovnih i skladišnih objekata, prelazak na niskougljenične izvore energije poput biomase i biogasa, kao i za sve druge mere koje doprinose kvalitetu vazduha i zdravijem i održivijem poslovnom okruženju.

Program je deo šire podrške energetskoj tranziciji Srbije i sprovodi se u periodu od 2025. do 2028. godine. Očekuje se da će kroz ovu kreditnu liniju podršku dobiti oko 300 preduzeća i, na osnovu iskustva iz sličnih programa, procenjuje se da će doprineti smanjenju potrošnje energije za 34.000 megavat-sati godišnje i smanjenju emisije ugljen-dioksida za približno 24.000 tona godišnje.

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Ukratko
Autori: redakcija
Teme: Yettel Bank

Napomena:
Površina: 267

Naslov: Euromoney: Najbolja digitalna banka za korisnike u Srbiji

Strana: 8



YETTEL BANK

Euromoney: Najbolja digitalna banka za korisnike u Srbiji

Renomirani svetski ekonomski časopis Euromoney proglasio je Yettel Bank najboljom digitalnom bankom za korisnike u Srbiji i dodelio joj nagradu Serbia's Best Digital Bank for Consumers, jedno od najznačajnijih međunarodnih priznanja u bankarskoj industriji.



Od preko 800 prijavljenih banaka iz čak 128 zemalja, Yettel Bank se nalazi među 40 nagrađenih banaka koje postavljaju nove standarde u bankarstvu.

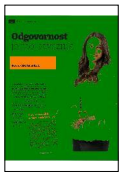
„Priznanje iz Londona potvrđuje da znanje, ideje i tehnologija razvijeni u Srbiji mogu da postavljaju svetske standarde. Naša aplikacija nastala je na domaćem terenu, razvijali su je naši ljudi i danas može da stane rame uz rame sa najboljim digitalnim bankama na svetu. Naša dodatna vrednost istaknuta je i ranije jer smo, prema Kantar BrandZ bazi, svrstani među tri odsto najbrže rastućih brendova na svetu. Ovo su postignuća po kojima smo međunarodno prepoznati, ali naš cilj ostaje isti – da u Srbiji gradimo najbolju banku za korisnike i nastavimo da pomeramo granice onoga što očekuju od bankarstva", rekao je Aleksandar Bogdanović, predsednik Izvršnog odbora Yettel Bank.

Yettel Bank je samo u prethodnih godinu dana omogućila potpuno besplatno svakodnevno bankarstvo bez naknada za čak milion i po Yettel korisnika, za gotovo sve korisnike uvela drugu generaciju Liveness tehnologije koja dodatno unapređuje zaštitu od prevara, kao i instant digitalnu karticu koja omogućava plaćanje telefonom odmah po otvaranju računa. Sve ove inovacije deo su strategije banke da u potpunosti digitalizuje bankarske procese i korisnicima vrlo brzo omogući otvaranje računa za svega nekoliko minuta i potpunu samostalnost pri upravljanju novcem bez odlaska u poslovnice.

Datum: 10.08.2026
Medij: Biz life
Rubrika Bez naslova
Autori: redakcija
Teme: Yettel Bank
Naslov: Odgovornost je moj saveznik

Napomena:
Površina: 1117

Strana: 60,61



Odgovornost je moj saveznik

DUNJA MEĐEDOVIĆ

Head of CRM, Yettel Bank



Dunja Međedović rođena je 1996. godine, u Užicu, a diplomirala je na Fakultetu organizacionih nauka Univerziteta u Beogradu. Karijeru je gradila u oblasti upravljanja odnosima sa korisnicima i *data-driven* marketinga, sa posebnim fokusom na razvoj digitalnih proizvoda i unapređenje korisničkog iskustva.

Danas obavlja funkciju *Head of CRM* u *Yettel Bank*, gde je odgovorna za razvoj i implementaciju CRM strategije, upravljanje višekanalnim kampanjama i automatizovanim korisničkim putanjama, kao i za definisanje i praćenje ključnih pokazatelja uspešnosti. U svom radu spaja analitiku, tehnologiju i razumevanje potreba korisnika kako bi kreirala personalizovano i jednostavno digitalno bankarsko iskustvo, uz strateško planiranje budžeta i podršku daljem rastu kompanije.

Zašto ste odlučili da ostanete i radite u Srbiji?

– Nisam želela da idem na izgrađeno tržište, već sam postala deo generacije koja to tržište gradi u Srbiji. Kada je moja generacija počinjala da se bavi *data science*om, iskreno, na momente nismo ni znali šta da očekujemo i koji je potencijal našeg znanja. Danas svaka ozbiljna kompanija sve važne odluke zasniva na podacima. Za samo nekoliko godina prošli smo put od nepoznate profesije do jedne od najtraženijih. Zato sam ostala u Srbiji i verujem da je ovo samo početak. AI neće eliminisati potrebu za ljudima koji razumeju podatke – naprotiv, učiniće ih još važnijim.

Datum: 10.08.2026
Medij: Biz life
Rubrika Bez naslova
Autori: redakcija
Teme: Yettel Bank
Naslov: Odgovornost je moj saveznik

Napomena:
Površina: 1117

Strana: 60,61





Po čemu vas ljudi najčešće prepoznaju u poslovnom okruženju, a šta vide samo oni koji vas poznaju i van kancelarije?
– Nisam mnogo drugačija na poslu i van njega, prvenstveno jer imam jednu univerzalnu osobinu koja me prati gde god da sam – ljudi znaju da mogu da se oslone na mene. Mislim da je upravo odgovornost moj najveći saveznik u kancelariji i van nje. Nije to spektakularna osobina, ali je neverovatno moćna i verujem da je nosim iz kuće. Kod mene ne postoji pristup: „Ma, rešiće se nekako." Ako postoji problem, želim da ga rešim odmah. To je ono što je sigurno isto i kad je laptop uključen i kad je isključen, jedina razlika između Dunje na poslu i Dunje privatno jeste to što sam van kancelarije mnogo tvrdoglavija. Na poslu sam naučila da saslušam ljude koji imaju više iskustva od mene i da prihvatim bolje rešenje, čak i kada nije moje. Kod kuće baš i nije tako. Recimo da bi se moji najbliži iznenadili kada bi videli koliko sam spremna na kompromis u kancelariji.



Kada niste na poslu, gde najčešće pronalazite inspiraciju, energiju i mir?
– Mislim da je najveća zabluda da energiju dobiješ kada staneš. Ja je dobijam kada se pokrenem i zato mi je omiljeni deo dana kada odem u teretanu sa suprugom. Mnogi trening koriste da izbace stres, a meni je to sat vremena kada utišam sve i ne razmišljam o sastancima, rokovima i planovima, već samo o sebi. Posle toga najviše volim da prošetam i popijem piće u nekoj lepoj bašti. Zvuči jednostavno, ali upravo su mi te male rutine najvažnije.

Koju osobinu iz privatnog života smatrate najzaslužnijom za svoj poslovni uspeh?
– Bez dileme, već pomenuta odgovornost i rame uz rame sa njom – posvećenost. Kad god sam napravila iskorak u karijeri, to se nije dešavalo zato što sam sve znala, već zato što sam posvećeno pristupala svakom zadatku. Kada sam došla u *Yettel Bank*, ušla sam u potpuno novi svet. Iskreno, o poslu skoro da ništa nisam znala, ali vrlo brzo sam dobila priliku da vodim jedan od ključnih procesa – predodobravanje kredita. Ne zato što sam bila najpametnija u prostoriji, već zato što su ljudi oko mene videli da, kada mi nešto povere, mogu da budu mirni.

Mislim da se svaki novi uspeh u poslu često pogrešno posmatra kao nagrada za prethodni rad. Za mene je svaki napredak i uspeh, zapravo, rezultat poverenja i posvećenosti.

Koju ste važnu lekciju naučili pre tridesete, a voleli biste da ste je znali već sa dvadeset godina?
– Nije sve onako kako izgleda na prvi pogled – volela bih da sam to naučila malo ranije. Tokom dvadesetih često sam slušala rečenicu: „Dunja, pa to se vidi iz aviona", a ja to nekako nisam videla. Uvek sam pokušavala da pronađem objašnjenje za tuđe postupke, da verujem da su namere dobre i da će ljudi pokazati ono što zaista misle. Valjda sam svet posmatrala malo romantičnije nego što jeste. Danas i dalje biram da verujem ljudima, ali sam naučila da poverenje ne znači zatvaranje očiju.

Koju životnu lekciju primenjujete podjednako i u poslu i van njega?
– Po prirodi sam neko ko obožava planove. Ako organizujem nešto, velika je šansa da već imam tabelu, rokovnik ili listu sa svim koracima. To mi daje osećaj sigurnosti, ali život ima tu nezgodnu naviku da se ne uklapa uvek u moje planove. Zato svakodnevno podsećam sebe da plan i kontrola nisu isto i da je nekada važnije kako reagujem kada stvari ne krenu po planu.

Šta biste voleli da pročitate o sebi u BIZLifeu za deset godina?
– To još nisam isplanirala, ali ako već maštam, volela bih da BIZLife prati moj mali vlog dok planinarim, kampujem, istražujem pikantnu hranu po Južnoj Americi. Telefon mi je tu, ali više zbog fotografija nego zbog sastanaka, jer su svi procesi u banci potpuno digitalni i automatizovani. Perfektno izgrađen sistem koji funkcioniše tako dobro da nikada i ne razmišljam o banci, nego samo uživam u svim benefitima *Yettel* ekosistema i skupljam inspiraciju za sledeće procese koje možemo da podignemo na viši nivo i inovacije koje će dodatno da pomere granice bankarstva i telekomunikacija – o tome bih volela da čitam ili slušam. ■

Nije sve onako kako izgleda na prvi pogled

Datum: 10.08.2026
Medij: Svet osiguranja
Rubrika Bez naslova
Autori: naručena objava
Teme: Yettel Bank

Napomena:
Površina: 567

Naslov: Yettel.Bank

Strana: 53



Datum: 10.08.2026
Medij: Svet bankarstva i investicija
Rubrika Poslednja
Autori: naručena objava
Teme: Yettel Bank

Napomena:
Površina: 560

Naslov: Yettel.Bank

Strana: 68

