

AUTOHTONE SORTE SU VAŽAN ZAMAJAC ENOTURIZMA

NAŠA ZEMLJA SVE PREPOZNATLJIVIJA VINSKA DESTINACIJA



PRIVREDNA
KOMORA
CRNE GORE

SNAGA
je u svima nama

SLUŠAJMO NAŠE

UTORKOM OD 12:30h

U saradnji sa
Privrednom komorom Crne Gore
donosimo inspirativne priče
i korisne informacije
o privredi i biznisu.

Urednica i voditeljka: Ana Ašanin

antena **M**

Izdavač:



PRIVREDNA
KOMORA
CRNE GORE

Privredna komora Crne Gore
Novaka Miloševa 29/II
Podgorica 81000
Crna Gora
Tel: +382 20 230 545
e-mail: pkcg@pkcg.org
http://www.komora.me

Redakcijski odbor:

Predsjednik:
Dragan Kujović
Članovi:
Igor Perović, urednik
Tanja Radusinović
Radana Damjanović
Slavica Pavlović
Eleonora Albijanić

Novinarka:

Nevena Jurković

Prevod:

Dragana Domazetović
Maja Šćepanović Drobniak

Fotografija sa naslovne strane:

Pexels

Grafička obrada i priprema:

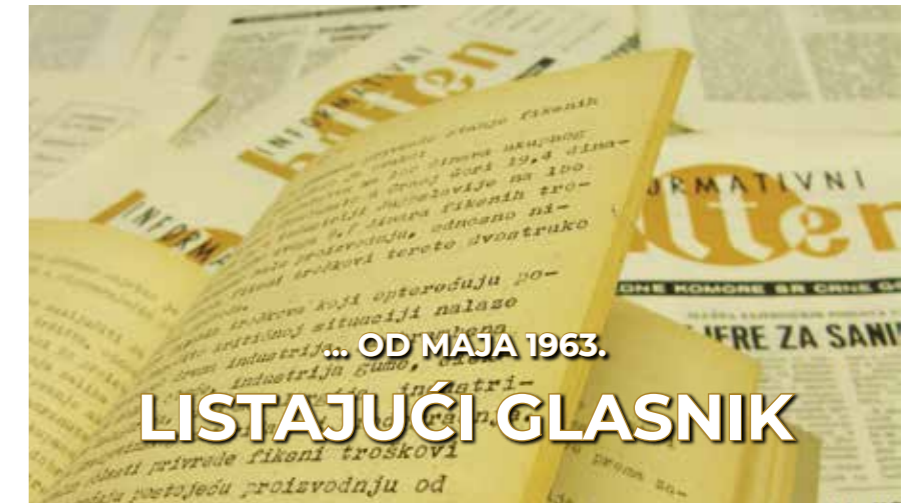
Štamparija Obod, Cetinje

Adresa Redakcije:

Privredna komora Crne Gore/Glasnik
Novaka Miloševa 29/II
Podgorica 81000
Crna Gora
Tel: +382 20 230 971
e-mail: glasnik@pkcg.org

List izlazi od 1963. godine i upisan je u
registar javnih glasila Crne Gore.
ISSN 0350-5340

PDF verziju možete preuzeti na:
<https://komora.me/glasnik>



... OD MAJA 1963. LISTAJUĆI GLASNIK

1973.

ORGANIZACIJA KONTROLE KVALITETA U PRIVREDI CRNE GORE

Shvatajući ulogu i značaj kontrole kvaliteta na sektoru proizvodnje i usluga, kao jednog od bitnih elemenata za brži i uspješniji ekonomski i društveni progres i razvoj svake organizacije udruženog rada, Komora je, na sugestiju Komisije za unapređenje kvaliteta, sprovela anketu o organizovanosti kontrole kvaliteta u privredi Crne Gore, objavio je Glasnik 1973. godine.

„Godina kvaliteta trebala je da podstakne brojne i raznovrsne aktivnosti kojima bi se permanentno i sistematski radilo na unapređenju kvaliteta kako proizvoda tako i usluga.

Prema rezultatima ankete, postojeće stanje organizovanosti kontrole kvaliteta nije zadovoljavajuće, što ilustruje podatak da svega 47% učesnika ankete imaju organizovanu kontrolu kvaliteta. Organizovanu kontrolu kvaliteta ima uglavnom industrija, dok su uslužne djelatnosti (trgovina, PTT, saobraćaj, komunalna i stambena privreda) u tom pravcu samoorganizovanja zatajile.

Prosjek organizovanosti kontrole kvaliteta u industriji Jugoslavije iznosi 76,4%. Upoređujući to sa stanjem u Crnoj Gori vidi se da smo ispod jugoslovenskog prosjeka i da na tom planu treba preduzeti odgovarajuće akcije kako bi kontrola kvaliteta u našoj Republici dobila mjesto i ulogu koju već treba da ima“, objavio je Glasnik.

1980.

UTVRDITI OSNOVE AGROKOMPLEKSA CRNE GORE (1980)

Planom razvoja Socijalističke Republike Crne Gore za period od 1981. do 1985. godine proizvodnja hrane tretira se kao prioritetan pravac razvoja, pisao je Glasnik u 1980. godini.

„Polazeći od ove činjenice, i ograničenih mogućnosti Republike u angažovanju sredstava za razvoj novih kapaciteta, u ostvarenim kontaktima sa predstavnicima Međunarodne banke iz Vašingtona razgovaralo se o mogućnosti učešća ove institucije u finansiranju jednog kompleksnog projekta koji bi se realizovao u periodu 1981. do 1985. Projekat bi obuhvatio programe za razvoj bazične poljoprivredne proizvodnje i prehrambene industrije. Riječ je o prvom pokušaju da se utvrdi jedinstven koncept razvoja u oblasti proizvodnje hrane te je potrebno uložiti poseban napor da se utvrde osnove agrokompleska Crne Gore“, naveo je naš list.

Inače, 1980. godine je u Crnoj Gori pod pšenicom bilo 3.500 hektara, ostalim žitom 500, povrtnim biljem 400, a krmnim 500.



13

Doc. dr Sanja Radonjić, enološkinja

Budućnost crnogorskog vinarstva ne treba posmatrati samo kroz izvoz flaše vina, već kroz izvoz doživljaja Crne Gore kao vinske zemlje. Mala proizvodnja može biti prednost ukoliko je pravilno interpretirana i tržišno pozicionirana.



21

Riccardo Serri, Delegacija EU u Crnoj Gori

Snažne i dobro organizovane opštine su od suštinskog značaja za proces evropskih integracija, jer se upravo na lokalnom nivou sprovodi veliki dio zakonodavstva i politika usklađenih sa standardima Evropske unije.



33

Mitar Vučković, predsjednik Crvenog krsta Crne Gore

Kroz partnerstva sa privredom, jačanje sopstvenih kapaciteta i javne kampanje nastojimo da obezbijedimo održivu podršku najugroženijima i odgovorimo na savremene humanitarne izazove.

glasnik

Privredne komore Crne Gore

- 6 Crnogorski vinari među svjetskom elitom
ProWein sajam u Dizeldorfu
- 11 Crnoj Gori potrebno 6.000 hektara vinograda
Grupacija vinara
- 13 Crna Gora na vinskoj mapi svijeta
Doc. dr Sanja Radonjić, enološkinja
- 17 Montenegro on the world wine map
Assoc. Prof. Dr. Sanja Radonjić, an oenologist
- 21 Efikasna lokalna administracija ključ privrednog razvoja i EU integracija
BFC konferencija u Privrednoj komori Crne Gore
- 25 Interesovanje turskih investitora pretočiti u konkretne projekte
- 26 Prilika za nove ekonomske mogućnosti
Poslovni forum Slovenija-Crna Gora
- 30 Podrška OECD značajna za proces pristupanja Crne Gore EU
- 31 Snaženje saradnje s Komorom Austrije
- 32 Posvećeni afirmaciji društveno odgovornog djelovanja
Sastanak s predstavnicima Crvenog krsta
- 33 Humanost kao trajna misija
Mitar Vučković, predsjednik Crvenog krsta Crne Gore
- 36 Humanity as a permanent mission
Mitar Vučković, President of the Red Cross of Montenegro
- 39 Zakon o privrednim društvima: prednosti, izazovi, ograničenja
Dani privrednog prava u Komori
- 41 Zakon o strancima mora biti podsticaj, a ne prepreka razvoju privrede
Okrugli sto u Privrednoj komori
- 43 Diva među maslinovim uljima
Andreja Šušlavčević Novović, direktorica uljare "Odiva"
- 47 A diva among olive oils
Andreja Šušlavčević Novović, Director of the "Odiva" Oil Mill
- 50 Održiv model razvoja turizma za veću konkurentnost destinacije
Sjednica Odbora udruženja turizma i ugostiteljstva.
- 52 Potrebno redefinisavanje režima slobodnih zona Luke Bar
Špediteri

- 54 Podrška investicijama, digitalizaciji i internacionalizaciji u sektoru
Metalurgija i metaloprerađivačka industrija
- 56 Uspostaviti model privremenog formiranja cijena goriva
Sastanak Grupacije distributera nafte i naftnih derivata
Kako do efikasnijih graničnih prelaza
- 57 Strategija – kreiranje konkurentne prednosti
- 58 Jačati konkurentnost, regionalnu ravnomjernost i održivost
Žensko preduzetništvo
- 60 Sofi Sova – kada igra postaje podrška razvoju govora
Marina Čupić, izvršna direktorica startapa Solutaria
- 63 Sofi Sova – when a game turns into speech development support
Marina Čupić, CEO of the start-up Solutaria
- 65 Ulaganje u znanje najbolja investicija
Uručena uvjerenja o prekvalifikacijama
- 68 Lizing u praksi crnogorskih kompanija
- 71 Protokol kao kultura komunikacije i savremenog poslovnog ponašanja
- 72 Tečni prirodni gas: zanemareno usko grlo svjetske ekonomije
The Economist
- 74 Evropska unija ne finansira prosječnost
Boško Nektarijević, ekspert za EU fondove
- 78 The European Union does not finance mediocrity
Boško Nektarijević, EU Funds Expert
- 82 Vještine uspjehnog predstavljanja poslovnih ideja
EEN i MontEENegro LOGO
- 83 ECF katalizator konkurentnosti
Eurochambres
- 85 RECONNECT predstavljen na međunarodnoj konferenciji ROBOTNETCBC
- 86 Modeli za ekonomsku sigurnost i održivost projekata
Godišnji sastanak EUREKA mreže u Lucernu
- 87 Procjena digitalne zrelosti preduzeća
- 88 KRATKE VIJESTI
- 90 U Crnoj Gori živi do 30.000 IT stručnjaka
Digitalni nomadi



43

Andreja Šušlavčević Novović, direktorica uljare „Odiva”

Naša želja je da pokažemo da Crna Gora ne samo da može da parira velikim maslinarskim zemljama, već da u određenim segmentima može i da ih nadmaši.



60

Marina Čupić, izvršna direktorica start-upa Solutaria

Edukativna logopedska igrica Sofi sova koja danas pomaže u razvoju govora za više od 15.000 djece pokazuje kako tehnologija može biti koristan saveznik u učenju.



74

Boško Nektarijević, ekspert za EU fondove

Najveći problem Zapadnog Balkana nije nedostatak evropskog novca, već nedostatak sistema koji zna kako da ga pretvori u inovacije, kompanije i međunarodnu konkurentnost.



PROWEIN SAJAM U DIZELDORFU

CRNOGORSKI VINARI MEĐU SVJETSKOM ELITOM

Tokom sajma, mnogobrojni posjetioци su prilazili crnogorskom štandu kako bi degustirali vina i informisali se o bogatoj ponudi naše vinske destinacije. Vinari poručuju da svakim izlaskom na novo tržište i svakim novim sajmom promoviraju ne samo svoju vinariju, već i državu

Privredna komora Crne Gore organizovala je zajednički nastup devet istaknutih crnogorskih vinarija na ProWein sajmu vina od 15. do 17. marta u Dizeldorfu. ProWein je vodeći svjetski sajam vina i žestokih pića, koji okuplja oko 4.000 izlagača iz preko 65 zemalja svijeta. Zahvaljujući Privrednoj komori, Crna Gora je prvi put imala štand na ovom značajnom događaju, što je crnogorskim vinarima omogućilo da se predstavljaju na novom, velikom tržištu, steknu nove kontakte, ali i stvore jaču međusobnu saradnju.

„Privredna komora je organizovala cjelokupni nastup crnogorskih vinara u Dizeldorfu, uključujući organizaciju zajedničkog štanda. Na ovaj način doprinosimo internacionalizaciji poslovanja crnogorske privrede i promociji crnogorskih vinskih sorti na međunarodnim tržištima.

Tako se trudimo da podignemo konkurentnost i vidljivost crnogorskih vina na međunarodnom tržištu“, istakao je generalni sekretar Privredne komore Crne Gore Mitar Bajčeta.

Crna Gora se na sajmu ProWein u Dizeldorfu predstavlja kao atraktivna vinska destinacija sa kvalitetnom ponudom vina, ali i kao potencijalno prva naredna članica Evropske unije.

„Privredna komora 2028. slavi 100 godina postojanja, tako se nadamo da će se ti datumi poklopiti i da ćemo tada ući u EU. Sam ulazak u EU znači da se uklanjaju barijere po pitanju kretanja robe, ljudi, kapitala, što znači da će našim proizvođačima biti mnogo lakše da distribuiraju svoje proizvode na međunarodnom tržištu jer će to biti otvoreno tržište bez granica. Nadamo se da će ta otvorenost tržišta podići konkuren-



tnost naših proizvođača, a samim tim i vinara, te im stvoriti određene benefite kako bi se oni pozicionirali na nešto širem tržištu nego što je crnogorsko“, ispričao je Bajčeta.

Tokom sajma mnogobrojni posjetioци su prilazili crnogorskom štandu kako bi degustirali vina i informisali se o bogatoj ponudi naše vinske destinacije.

„Svakim izlaskom na novo tržište i svakim novim sajmom promoviramo ne samo svoju vinariju, već i svoju državu. Mislim da je ovo veliki plus i da smo pokazali da Crna Gora ne samo da uvozi, već i proizvodi svoje proizvode koje može da izvozi. Možemo biti ponosni na to što imamo. Cilj nam je da radimo na kvalitetu, jer kvalitetom možemo bilo gdje u svijetu da se predstavimo“, naveo je Pashko Dedvukaj, predstavnik vinarije „Dedvukaj“ koja se na ProWein sajmu predstavlja sa tri crvena i jednim bijelim vinom.



Na značaj učešća na ProWein sajmu ukazao je i predstavnik vinarije „Patrimonio estate“ David Mićunović.

„ProWein je jedan od trenutno vodećih svjetskih sajmova koji okuplja svjetsku vinsku elitu, ozbiljne vinske kritičare, novinare i ocjenjivače. Fokus smo ove godine stavili na naših pet etiketa i na naše autohtone sorte. Uz sortu Vranac, tu su i internacionalne sorte sa karakterom našeg podneblja. Tu smo da pokušamo da napravimo interesantnu sliku Crne Gore kao vinske destinacije, ali bismo bez Privredne komore teško uspjeli svi zajedno da se organizujemo. Na sajmu smo pokazali snagu svih nas koju predvodi Privredna komora“, istakao je Mićunović.

Zadovoljstvo što svoja vina mogu prezentovati na značajnom sajmu kao što je ProWein izrazio je predstavnik vinarije Monte Grande, Simo Knežević.



„Vinarija Monte Grande se nalazi u blizini Skadarskog jezera koje je specifičan mikroklimat, gdje uspjeli da proizvedemo dobra vina sa ozbiljnim potencijalom. Prije svega se predstavljamo našom autohtonom sortom Vranac, ali nudimo i bijela vina, s obzirom na to da smo turistička destinacija i da se tokom ljeta mnogo više piju bijela vina“, kazao je Knežević.

Vinarija „Keković“ na sajmu predstavlja kvalitetnu ponudu vina, fokus takođe stavlja na autohtone sorte.

„Naša vinarija predstavlja spoj porodične priče i tradicije zajedno sa pažljivo njegovanim vinogradima i modernom tehnologijom u proizvodnji vina. Učešće na ProWein sajmu je idealna šansa za promociju našeg brenda svijetu. Naš region obiluje dobrim uslovima za proizvodnju vrhunskih vina. Želimo da gostu ponudimo da kroz čašu našeg vina iskusiti Crnu

Goru“, naveo je predstavnik vinarije „Keković“, Aleksandar Rašović.

Crnogorski štand je posjetio predstavnik ProWein sajma Nemanja Hadži-Pavlović koji je ukazao na značaj prisustva crnogorskih vinara na ovom prestižnom sajmu vina i žestokih pića.

„Nama je veliko zadovoljstvo i čast što je Crna Gora odabrala upravo ProWein kao platformu za predstavljanje crnogorskih vinarija na međunarodnoj sceni. ProWein je jedan od vodećih svjetskih sajmova za vina i jaka alkoholna pića sa tradicijom dužom od 30 godina, te svake godine okuplja više od 3.000 izlagača. Smatram da je ovo izuzetna platforma za internacionalizaciju, uspostavljanje međunarodnih kontakata i za pronalaženje distributera na globalnom tržištu. ProWein crnogorskim vinarijama pruža priliku da se povežu ne samo sa velikim distributerima, već i direktno sa ve-



likim restoranima, hotelijerima, barovima, vinotekama i krajnjim prodavcima koji dolaze u kontakt sa potrošačima. Neke od crnogorskih vinarija koje nastupaju ovdje već imaju izvoz na stranim tržištima, ali smatram da i one manje vinarije koje nisu još uspostavile kontakt sa međunarodnim distributerima upravo ovdje to mogu da urade“, ispričao je Hadži-Pavlović.

U procesu internacionalizacije crnogorskog vinskog tržišta, Hadži-Pavlović ističe posebnu ulogu Privredne komore Crne Gore.

„Privredna komora ima viziju da crnogorske vinarije treba da se predstave i da plasiraju svoje proizvode na stranim tržištima. Smatra da će upravo ta dugoročna vizija omogućiti da rezultati budu vidljivi kroz nekoliko godina i da će vinarije biti sve više prisutne na stranim tržištima, između ostaloga, zahvaljujući nastupima na sajmovima kao što je ProWein,“ dodao je Hadži-Pavlović.

Iako je kompanija „13. jul – Plantaže“ već izgradila prepoznatljiv brend koji je prisutan na međunarodnom tržištu, direktor izvoza kompanije Plantaže, Aleksandar Rajković ukazuje na značaj zajedničkog učešća crnogorskih vinarija na sajmu ProWein.



„Kompanija Plantaže skoro polovinu svoje proizvodnje izvozi preko 40 međunarodnih tržišta – od Evrope, Kanade, Amerike, Kine, pa sve do Australije. Ono što je naše iskustvo sa tih tržišta jeste da je vinsko tržište izuzetno razvijeno, da je konkurencija ogromna iz svih zemalja, ne samo tradicionalno poznatih po proizvodnji vina. Predstavljanje Plantaža, drugih vinarija i uopšte Crne Gore kao zemlje vina je stoga izuzetno značajno. Tako možemo da se susretnemo sa konkurencijom, vidimo kako funkcioniše vinski svijet na najvećem nivou i uvidimo šta je to što je potrebno nama da uradimo kako bi se što bolje pozicionirali na globalnom tržištu. Za nas kao vinare i nekoga ko već decenijama pokušava da crnogorska vina pozicionira na globalnoj sceni, svaka pomoć je dobro došla, a Privredna komora radi sve više u tom pravcu što nas posebno raduje“, poručio je Rajković.



Predstavnik vinarije Krgović, Bojan Krgović ističe da im je podrška Privredne komore bila ključna za učešće na ovom značajnom sajmu.

„Mi kao mala vinarija nemamo uslova da se samostalno pojavimo na ovakvom sajmu – kako logistički, tako i finansijski. Za nas je veoma značajno da zajedno sa ostalim vinarijama učestvujemo na ProWein sajmu jer je ovo odlična promocija crnogorske vinske scene koja je nedovoljno poznata evropskom tržištu. Nama je i lično važno zato što potencijalno možemo stvoriti kontakte za izvoz u Evropsku uniju, a možda i na neka druga tržišta u svijetu“, ispričao je Krgović.





Učešće na sajmu kao potencijal za dalji razvoj poslovanja vidi i Miloš Rajković iz vinarije Buk.

„Mi nismo veliki proizvođači, proizvodimo oko 15.000 boca godišnje od sedam etiketa. Naš plan je da ostanemo manja vinarija koja će proizvoditi od 25.000 do 30.000 boca godišnje, te da probamo da napravimo saradnju sa nekim kolekcionarima, manjim restoranima ili vinskim barovima“, naveo je Rajković.



Svojom raznovrsnom i autentičnom ponudom vinarija Lipovac se na sajmu predstavlja potencijalnim novim tržištima. „U ovom trenutku izvozimo vino u tri države – u Rusiju, Japan i Tajvan. Planiramo još da širimo tržište, sada smo u pregovorima sa još nekoliko država. Naš asortiman broji deset različitih etiketa, od bijelih, oranž vina, preko roze, do crvenih vina. Imamo posebnu ediciju vina iz amfora, te smo po tome jedinstveni u regionu. Takođe proizvodimo pjenušavo vino po tradicionalnoj metodi, kao i lozovu rakiju. Mislim da imamo šta da ponudimo na ProWein sajmu, nadamo se novoj saradnji i prilici za izvoz,“ saopštio je predstavnik vinarije Lipovac Pavle Mićunović.



GRUPACIJA VINARA

CRNOJ GORI POTREBNO 6.000 HEKTARA VINOGRADA

Crna Gora treba da ima bar pet ili šest hiljada hektara pod vinogradima kako bi opstala kao kvalitetna vinska destinacija. Kao maloj zemlji velikih vina, neophodna nam je strategija razvoja vinogradarstva, do koje je potrebno doći sinergijom države, nauke i proizvođača, ocijenjeno na sjednici Grupacije vinara Privredne komore Crne Gore koja je 20. februara razmotrila temu valorizacije crnogorskih autohtonih i odomaćenih sorti kroz podizanje sortnih vinograda i razvoj novih autentičnih vina.

Prof. dr Vesna Maraš predstavila je projekat „Autohtone sorte vinove loze kao činilac identiteta Crne Gore i održivog razvoja crnogorskog vinogradarstva“ koji realizuje NVU Institut za vinovu lozu i vino uz podršku Fonda za inovacije. Ona je podsjetila da je vino vrlo značajan izvozni proizvod Crne Gore, odnosno jedini poljoprivredni proizvod gdje država bilježi suficit u robnoj razmjeni sa ino-

stranstvom. Prema podacima iz 2021. godine u Crnoj Gori je bilo 2.991,5 ha vinogradarskih površina, 313 registrovanih proizvođača grožđa i 88 registrovanih proizvođača vina. Autohtone sorte vinove loze Crne Gore su Vranac, Kratošija, Čubrica, te Krstač i Žižak.

„Autohtone sorte su važan zamajac enoturizma, najjači element brandinga porijekla i omogućavaju da se destinacija pozicionira kao jedinstvena, a ne kao kopija globalnih stilova. Autohtona sorta se najčešće razvijala uz lokalnu kuhinju. Uparivanje sa regionalnim jelima stvara kompletan doživljaj i povećava potrošnju“, kazala je ona.

Prema njenim riječima, autohtonost sama po sebi ne prodaje vino. Autohtona sorta postaje tržišna vrijednost tek kada se standardizuje stil i kvalitet, poveže sorta sa iskustvom i prevede se priča u ponudu koja znači paket+trajanje+cijena+ jasna vrijednost.

Autohtone sorte su važan zamajac enoturizma, najjači element brandinga porijekla i omogućavaju da se destinacija pozicionira kao jedinstvena, a ne kao kopija globalnih stilova. Autohtona sorta se najčešće razvijala uz lokalnu kuhinju



Muzej vina je u januaru uključio u vinsku mapu podatke o godišnjoj proizvodnji vina u Crnoj Gori i njenom učešću u globalnoj koje iznosi 0,04 odsto

Tokom njene prezentacije navedeno je da istorija, bogatstvo i diverzitet autohtonog sortimenta u Crnoj Gori potvrđeno dosadašnjim istraživanjima obavezuje na njegovo čuvanje i promociju kao dio zajedničkog naslijeđa i zaloga budućnosti u kojoj crnogorske sorte i vina imaju posebno mjesto.

„To je presudno za naučnu, stručnu, razvojnu, ekonomsku i marketinšku promociju ove strateške grane crnogorske poljoprivrede. Sve to doprinosi promociji i jačem pozicioniranju Crne Gore kao originalne i kvalitetne vinske destinacije na vinskoj mapi Evrope i svijeta”, zaključila je Maraš.

U uvodnom dijelu je govorila i **Jovana Drob-njak**, Institut za vinovu lozu i vino, koja je prezentovala aktivnosti u okviru ovog projekta čiji je cilj očuvanje, naučno proučavanje i ekonomska valorizacija autohtonih genetičkih resursa vinove loze kao temelj identiteta i konkurentnosti crnogorskih vina. Tokom dosadašnje realizacije projekta uspješno su realizovane brojne edukativne i praktične aktivnosti koje su okupile vinare, vinogradare, eksperte i predstavnike akademske zajednice.

„Autohtone sorte predstavljaju jedan od najznačajnijih resursa crnogorskog vinogradarstva”, kazala je ona.

Predsjednik Grupacije vinara **Radosav Brnović** smatra da već 20 godina u Crnoj Gori postoji izazov kako da se poveća površina pod vinogradima.

„Siguran sam da je upravo taj vinogradarski dio značajna kočnica razvoja Crne Gore kao vinske destinacije”, rekao je Brnović.

On smatra da je uz pomoć nauke potrebno sačiniti elaborat koji bi bio osnova za kratkoročnu strategiju razvoja crnogorskog vinogradarstva i buduće projekte.

„Mislim da u narednih pet godina, u rejonima koji su prepoznati kao vinski, moramo zasaditi dodatnih 500 do 1000 hektara vinograda bilo kroz konzorcijum malih vinogradara ili aktivnosti Plantaža”, smatra predsjednik Grupacije i dodaje da to ne bi bila relativno skupa investicija a da bi značajno doprinijela unapređenju vinske destinacije.

Vinari su u diskusiji koja je uslijedila istakli da je ovaj izazov neophodno sistemski rješavati, te da promocija autohtonih sorti mora biti dio cjelovite promocije vinarstva i vinogradarstva. Tokom sjednice je rečeno i to da je ovaj sektor gotovo u potpunosti usklađen sa zahtjevima EU, te da je za njegov razvoj neophodno, između ostalog, tehnološko unapređivanje proizvodnje za šta vinari mogu koristiti sredstva iz fondova podrške. Evropska unija ističe značaj svoje vinske industrije i često mijenja propise kako bi je zaštitila od konkurencije.

Dr **Sanja Radonjić** je tokom sjednice prezentovala aktivnosti pozicioniranja Crne Gore na vinskoj mapi Muzeja vina u Bordou. Ona je kazala da je vinarski sektor, kako u Crnoj Gori, tako i na globalnom nivou, suočava sa nedostatkom radne snage, klimatskim i promjenama u navikama konzumenata.

„Muzej vina je u januaru uključio u vinsku mapu podatke o godišnjoj proizvodnji vina u Crnoj Gori i njenom učešću u globalnoj koje iznosi 0,04 odsto”, kazala je Radonjić.

DOC. DR SANJA RADONJIĆ, ENOLOŠKINJA

CRNA GORA NA VINSKOJ MAPI SVIJETA



Budućnost crnogorskog vinarstva ne treba posmatrati samo kroz izvoz flaše vina, već i kroz izvoz doživljaja Crne Gore kao vinske zemlje

Crna Gora možda učestvuje sa samo 0,04% u globalnoj proizvodnji vina, ali, ta mala količina može biti prednost kada govorimo o autentičnosti i premium pozicioniranju. Prisustvo na prestižnim vinskim mapama, poput Muzeja vina u Bordou, pokazuje da zemlja s bogatim vinogradarskim naslijeđem može izgraditi prepoznatljiv identitet bez konkurencije sa velikim proizvođačima. Tržište sve više vrednuje priču o porijeklu, autentičnost, ograničene serije i specifičan terroir, ističe za Glasnik doc. dr **Sanja Radonjić**, enološkinja, naglašavajući da strategija razvoja crnogorskog vinarstva počiva na kvalitetu, autohtonim sortama i povezivanju vina s iskustvom destinacije.

Koliko je važno da jedna mala vinska zemlja bude vidljiva na takvim referentnim mjestima i šta to konkretno znači za reputaciju crnogorskih vina?

S. Radonjić: Pozicioniranje Crne Gore na vinskoj mapi Muzeja vina u Bordou ima višestruk značaj. Crna Gora na taj način dodatno ističe svoju reputaciju ne samo kao zemlja sa vinogradarsko-vinskom tradicijom, već i kao autentična vinska destinacija koju je važno da međunarodna šira javnost prepozna.

Imajući u vidu da se na takvim mjestima oblikuje percepcija ljubitelja vina, turista i profesionalaca, važno je biti prisutan upravo tamo gdje se ta percepcija stvara i gdje se posjetioci upoznaju sa različitim vinskim regionima svijeta. Na taj način Crna Gora dobija priliku da predstavi svoje specifičnosti, terroir i autohtone sorte.

Takođe je važno da se Crna Gora ne posmatra kao periferna vinska zona, već kao prepoznatljiva vinska destinacija koja ima sopstveni identitet i bogatstvo u smislu terroira i raznolikosti autohtonih sorti.

Podatak da Crna Gora učestvuje sa 0,04 odsto u globalnoj proizvodnji vina može djelovati skromno, ali da li upravo ta „mala količina“ može biti prednost kada govorimo o autentičnosti i premium pozicioniranju?

S. Radonjić: Količina jeste važna u određenom smislu, kada je u pitanju zadovoljenje potreba tržišta, ali u savremenom vinskom svijetu ona sama po sebi više nije presudan faktor uspjeha. Naprotiv, tržište, naročito među turistima i ljubiteljima vina, sve više vrednuje priču o porijeklu, autentičnost, ograničene serije, specifičan terroir, kao i autohtone sorte i jasnu vezu vina sa mjestom

nastanka. U tom smislu, mala proizvodnja može biti prednost ukoliko je pravilno interpretirana i tržišno pozicionirana.

Crna Gora ne može i ne treba da se takmiči sa velikim vinskim silama po obimu proizvodnje. Naša konkurentska prednost prije svega počiva na autohtonim sortama, specifičnom mediteransko-kontinentalnom spoju klime, izuzetno sunčanim lokalitetima i snažnoj povezanosti vina sa identitetom prostora. Kada imate relativno malu proizvodnju, a uz to i autentične sorte koje se ne mogu naći svuda u svijetu, stvara se dobra osnova za premium i ultra-premium pozicioniranje. Zbog toga smatram da skromni udio u globalnoj proizvodnji ne treba posmatrati kao ograničenje, već kao polaznu tačku za strategiju koja se zasniva na jedinstvenosti porijekla, kvalitetu i autentičnosti vina.

Često se ističe da Crna Gora mora povećati površine pod vinogradima – sa sadašnjih oko 3.000 hektara na najmanje 5.000 ili 6.000. Koliko je taj iskorak realan u narednih pet do deset godina i koji model razvoja smatrate najefikasnijim?

S. Radonjić: Iskreno moram priznati da nisam sigurna koliko je taj cilj realan, smatram da povećanje površina pod vinogradima sa oko 3.000 na 5.000 ili 6.000 hektara u periodu od pet do deset godina jeste ambiciozno, međutim imajući u vidu izazove sa kojima se bori vinogradarstvo i vinarstvo ne samo kod nas već i u svijetu postavlja se pitanje koliko je to dostižno. Za postizanje tog cilja neophodna je dobro osmišljena razvojna politika, jasni investicioni podsticaji, i postojanje strateškog konsenzusa da je vinogradarstvo jedna od razvojnih šansi crnogorske poljoprivrede i ruralne ekonomije.

Takođe, smatram da rast površina ne smije biti sam sebi svrha. Suština nije samo u tome da zasadimo više hektara, već da razvijamo vinograde koji su tržišno održivi, agroekološki prilagođeni i tehnološki savremeni. Zbog svega toga jako je bitno imati stručne ljude koji se edukuju, prate trendove i inovacije iz razloga što potencijalni budući zasadi moraju biti planirani u skladu sa klimatskim promjenama, dostupnošću vode, izborom podloga i sorti, kao i potrebom za mehanizacijom i smanjenjem zavisnosti od sezone radne snage..

Istovremeno, treba imati u vidu da je Crna Gora turistička zemlja, pa domaće tržište vina nije malo, naročito tokom turističke sezone. U tom smislu, povećanje vinogradarskih površina moglo bi doprinijeti da u većoj mjeri zadovoljimo potražnju domaćeg tržišta i da cr-

nogorsko vino bude još prisutnije u hotelima, restoranima i turističkoj ponudi. Paralelno s tim, veoma je važno je razvijati i vinsku kulturu, kako bi domaća vina postala prirodan izbor i za turiste i za domaće potrošače.

Svako širenje mora biti vođeno kvalitetom, ekonomskom logikom i jasnom vizijom.

Autohtone sorte poput Vranca, Kratošije, Krstača i Žižka prepoznate su kao snažan element identiteta. Kako ih, po Vašem mišljenju, treba dalje standardizovati i brendirati da bi postale istinska tržišna vrijednost, a ne samo dio tradicije?

S. Radonjić: Autohtone sorte su srce identiteta crnogorskog vinarstva i upravo na njima treba graditi njegovu dugoročnu prepoznatljivost. Međutim, da bi one postale tržišna vrijednost, potrebno je da se paralelno odvijaju procesi naučne valorizacije, proizvodne standardizacije i savremenog tržišnog brendiranja.

Kada govorimo o standardizaciji, to podrazumijeva ozbiljan rad na selekciji sadnog materijala, definisanju najboljih klonova i lokaliteta, proučavanju njihovog ponašanja u različitim agroekološkim uslovima, kao i jasnijem profilisanju stilova vina koje te sorte daju. Drugim riječima, autohtona sorta mora biti prevedena na jezik tržišta: mora se znati šta potrošač od nje može da očekuje, koji je njen senzorni identitet, kako se pozicionira u odnosu na međunarodne sorte.

U tom procesu veliku ulogu imaju i savremena naučna istraživanja, posebno genetička identifikacija i karakterizacija autohtonih sorti. Takva istraživanja doprinose boljem razumijevanju njihovog porijekla i očuvanju sortnog bogatstva, uključujući i manje poznate sorte poput Čubrice, koje predstavljaju dio vrijednog genetskog nasljeđa crnogorskog vinogradarstva.

Brendiranje je drugi, jednako važan korak. Vranac, na primjer, je vodeći ambasador crnogorskog vinarstva. Ali taj potencijal treba dodatno graditi kroz jedinstveniju komunikaciju, profesionalnije međunarodno predstavljanje, povezivanje sa terroir pričom i snažnije učešće u stručnim ocjenjivanjima, vinskim mapama i relevantnim publikacijama. Isto važi i za Kratošiju, Krstač i Žižak, koje treba predstavljati ne samo kao „naše stare sorte“, već kao originalne i tržišno uzbudljive vinske identitete.

Dakle, tradicija jeste polazište, ali tržišna vrijednost nastaje tek kada tradiciju podrže nauka, tehnologija, konzistentan kvalitet i pametno ispričana priča. Tek tada autohtona sorta postaje brend, a ne samo istorijsko nasljeđe.

Crnogorskom vinarstvu nije potreban odnos u kojem veliki i mali sistemi djeluju jedni pored drugih, već model u kojem se međusobno dopunjuju. Veliki sistemi, poput Plantaža, mogu imati važnu razvojnu i reprezentativnu ulogu za cijeli sektor, dok mali vinari dodatno jačaju raznovrsnost ponude, regionalne identitete i doživljaj autentičnosti

Koliko je važna sinergija nauke, velikih sistema poput Plantaža i malih vinara u kreiranju strategije razvoja vinogradarstva? Da li u praksi već vidite pomake u tom pravcu?

S. Radonjić: Savremeno vinogradarstvo i vinarstvo ne mogu se razvijati ako se posmatraju fragmentisano. Nauka daje znanje i metodologiju; veliki sistemi obezbjeđuju obim, infrastrukturu, tehnološki razvoj i institucionalnu stabilnost; mali vinari donose raznolikost i lokalni karakter i često hrabrost da eksperimentišu sa novim stilovima. Tek kada se ta tri segmenta povežu, dobija se sektor koji ima kapacitet da raste i da odgovori na savremene izazove.

U praksi već vidimo određene pomake, i oni su važni. Sve je više razumijevanja da bez zajedničkog nastupa nema dovoljno snažne nacionalne vinske slike. Takođe, sve je više otvorenosti prema istraživanju autohtonih sorti, unapređenju tehnologije proizvodnje, edukaciji kadrova i povezivanju sa međunarodnim projektima i institucijama. Ovakvi procesi nisu uvijek brzi, ali su ohrabrujući.

Posebno je važno da se izgradi kultura saradnje, a ne paralelnog djelovanja. Crnogorskom vinarstvu nije potreban odnos u kojem veliki i mali sistemi djeluju jedni pored drugih, već model u kojem se međusobno dopunjuju. Veliki sistemi, poput Plantaža, mogu imati važnu razvojnu i reprezentativnu ulogu za cijeli sektor, dok mali vinari dodatno jačaju raznovrsnost ponude, regionalne identitete i doživljaj autentičnosti. Nauka, s druge strane, treba da bude most između tradicije i budućnosti.

Vinarski sektor je, kako je rečeno, gotovo u potpunosti usklađen sa zahtjevima EU. Da li ta regulatorna spremnost daje Crnoj Gori konkurentsku prednost na evropskom tržištu, posebno u susret budućem članstvu?

S. Radonjić: Da, regulatorna spremnost jeste važna prednost, ali samo ako je ispratimo i proizvodnom, tržišnom i institucionalnom spremnošću. Usklađenost sa evropskim pravilima znači da crnogorski sektor razumije standarde koje savremeno tržište traži: od kvaliteta i bezbjednosti proizvoda, preko deklarisanja i sljedivosti, do zaštite geografskog porijekla i odgovornog poslovanja. To je veoma važna osnova za jače prisustvo na evropskom tržištu.

U susret budućem članstvu, ta pripremljenost može smanjiti tranzicione troškove i omogućiti lakše uključivanje u jedinstveno tržište. Drugim riječima, ako sektor već posluje u skladu sa evropskim pravilima, onda buduće članstvo ne dočekuje kao šok, već kao prostor za širenje. To je značajna prednost.

Ipak, treba biti realan: sama regulatorna usklađenost ne garantuje tržišni uspjeh. Evropsko tržište je izuzetno konkurentno. Da biste bili prisutni i održivi, morate imati kvalitet, kontinuitet, prepoznatljiv identitet, profesionalnu distribuciju i dobru komunikaciju sa tržištem. Zato bih rekla da je regulatorna spremnost nužan uslov, ali ne i dovoljan. Ona otvara vrata, ali uspjeh na tržištu zavisi od toga šta kroz ta vrata unosite: kakvo vino, kakvu priču, kakav kvalitet i kakvu reputaciju.

Globalni sektor vina suočava se sa klimatskim promjenama, nedostatkom radne snage i promjenama u navikama potrošača. Kako crnogorsko vinarstvo može te izazove pretvoriti u priliku – posebno kroz enoturizam i povezivanje vina sa gastronomijom i doživljajem destinacije?

S. Radonjić: Klimatske promjene, nedostatak radne snage i promjene u ponašanju potrošača jesu globalni izazovi, ali oni istovremeno tjeraju vinogradare i vinare da budu inovativniji i bliži savremenom potrošaču. Za Crnu Goru, koja nije velika količinski, to može biti podsticaj da gradi model razvoja zasnovan na doživljaju, autentičnosti i visokoj dodatoj vrijednosti.

Klimatske promjene zahtijevaju prilagođavanja u vinogradu: izbor odgovarajućih sorti i podloga, nove pristupe u gajenju vinove loze, racionalno korišćenje vode, implementaciju precizne poljoprivrede i konstantan monitoring zasada do momenta berbe. Nedostatak radne snage traži više mehanizacije, digitalizacije i pametnijeg organizovanja proizvodnje. Promjene u navikama potrošača, s druge strane, jasno pokazuju da se vino danas sve manje kupuje samo kao proizvod, a sve više kao iskustvo.

Tu enoturizam postaje izuzetno važan. Crna Gora ima rijetku prednost da na malom prostoru objedinjuje vino, gastronomiju, pejzaže, kulturno nasljeđe i autentične lokalne priče. To znači da se vino može ponuditi ne samo kroz bocu, već kroz čitav doživljaj destinacije: posjetu vinogradima i podrumima, degustacije uparene sa lokalnom kuhinjom, priču o autohtonim sortama, povezivanje sa jezerom, morem, planinama i kulturnim tačkama. U tome leži veliki razvojni potencijal.

Budućnost crnogorskog vinarstva ne treba posmatrati samo kroz izvoz flaše vina, već i kroz izvoz doživljaja Crne Gore kao vinske zemlje. Kada turista doživi vino tamo gdje nastaje, uz autentičnu gastronomiju i ambijent, tada se ne gradi samo prodaja, već i lojalnost, reputacija i dugoročna vrijednost za cijeli sektor.

**ASSOC. PROF. DR. SANJA RADONJIĆ,
AN OENOLOGIST**

MONTENEGRO ON THE WORLD WINE MAP



Given that Montenegro accounts for only 0.04% of global wine production, this small quantity can actually be an advantage when we talk about authenticity and premium positioning. Being present on prestigious wine maps, such as the Wine Museum in Bordeaux, shows that a country with a rich viticultural heritage can build a recognizable identity without competing with large producers. The market increasingly values the story of origin, authenticity, limited editions, and a specific terroir, says Assoc. Prof. Dr. **Sanja Radonjić**, an oenologist, for Glasnik. She emphasizes that the development strategy of Montenegrin winemaking is based on quality, indigenous grape varieties, and connecting wine with the destination experience.

To what extent has the visibility in such reference locations been important for a small wine country? How does it specifically contribute to the reputation of Montenegrin wines?

S. Radonjić: Positioning Montenegro on the wine map of the Wine Museum in Bordeaux has multiple importance. In this way, Montenegro further highlights its reputation not only as a country with a wine-growing and wine-making tradition, but also as an authentic wine destination that deserves recognition from the wider international public.

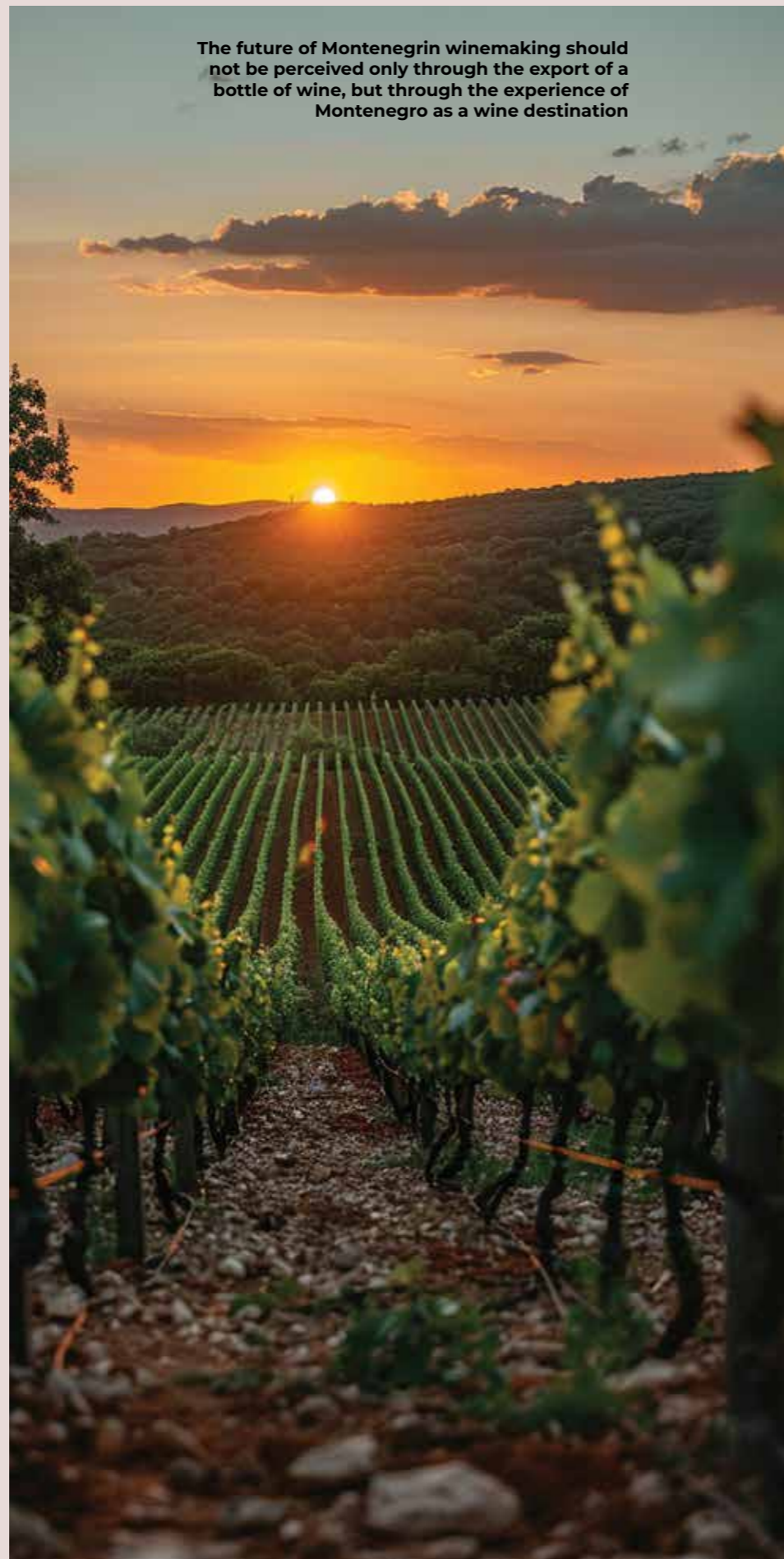
Having in mind that in such places the perception of wine lovers, tourists, and professionals is shaped, it is important to be present precisely where that perception is created and where visitors become acquainted with different wine regions of the world. In this way, Montenegro gains the opportunity to present its specific characteristics, terroir, and indigenous grape varieties.

It is also important that Montenegro is not perceived as a peripheral wine zone, but rather as a recognizable wine destination with its own identity and richness in terms of terroir and the diversity of indigenous varieties.

Montenegro accounts for only 0.04% of global wine production, which seems modest, but could this “small quantity” actually be an advantage in terms of authenticity and premium positioning?

S. Radonjić: Quantity is important to some extent when it comes to meeting market demand, but in today's wine world, it is no longer the key factor for success. In fact, the market, particularly wine tourists and enthusiasts, plac-

The future of Montenegrin winemaking should not be perceived only through the export of a bottle of wine, but through the experience of Montenegro as a wine destination



es increasing value on origin stories, authenticity, limited editions, distinctive terroir, indigenous varieties, and a clear link between wine and its place of origin. Therefore, small-scale production can be a real advantage if properly interpreted and positioned on the market.

Montenegro cannot and should not compete with the major wine-producing nations on production volume. Our competitive edge lies in indigenous varieties, a unique Mediterranean-continental climate combination, exceptionally sunny vineyards, and the strong identity connection of our wines to the land. When you have relatively small production, with authentic grape varieties that cannot be found everywhere in the world, it creates a strong foundation for premium and ultra-premium positioning.

Therefore, I perceive Montenegro's modest share in global production not as a limitation, but as a starting point for a strategy focused on wine origin, quality, and authenticity.

It is often emphasized that Montenegro needs to increase vineyard areas from the current cca 3,000 to at least 5,000 or 6,000 hectares. How realistic is this step in the next five to ten years, and which development model do you consider most effective?

S. Radonjić: To be honest, I'm not sure how realistic that goal is. In my opinion, increasing vineyard areas from cca 3,000 to 5,000 or 6,000 hectares over five to ten years is ambitious. The challenges facing the viticulture and winemaking sectors, both in Montenegro and around the world, raise the question of how realistic this target truly is.

Achieving this goal requires a well-designed development policy, clear investment incentives, and a strategic consensus that viticulture is one of the development opportunities for Montenegrin agriculture and the rural economy.

I also believe that increasing vineyard area should not be a goal in itself. The point is not just planting more hectares, but developing vineyards that are market-sustainable, agro-ecologi-

cally adapted, and modern in terms of technology. For this reason, it is crucial to have skilled professionals who are educated and keep up with trends and innovations, since potential future plantings must be planned in accordance with climate change, water availability, rootstock and variety selection, mechanization needs, and reducing dependence on seasonal labour.

At the same time, it should be noted that Montenegro is a tourist country, so the domestic wine market is not insignificant, especially during the tourist season. In this sense, increasing vineyard areas could help meet domestic market demand more effectively and make Montenegrin wines more present in hotels, restaurants, and tourist offers. Parallel to this, it is very important to develop wine culture, so that domestic wines become a natural choice for both tourists and local consumers.

Any expansion must be guided by quality, economic logic, and a clear vision.

Indigenous varieties such as Vranac, Kratošija, Krstač, and Žižak are recognized as a strong identity element. In your opinion, how should they be further standardized and branded to become real market value, rather than just a part of tradition?

S. Radonjić: Long-term recognition should be built precisely on indigenous varieties, which are at the heart of Montenegro's winemaking identity. However, reaching true market value requires parallel processes of scientific valorization, production standardization, and modern market-oriented branding.

When we talk about standardization, this involves serious work on selecting planting material, defining the best clones and locations, studying how they perform under different agro-ecological conditions, and clearer profiling of the wine styles these varieties produce. In other words, an indigenous variety must be adapted to the market language: consumers need to know what to expect, its sensory identity, and its position in comparison to international varieties.

Modern scientific research plays a major role in this process, particularly genetic identification and characterization of indigenous varieties. Such studies help better understand their origin and preserve the richness of varieties, including less known grapes like Čubrica, which are part of the valuable genetic heritage of Montenegrin viticulture.

Branding is the second, equally important step. For example, Vranac is the leading ambassador of Montenegrin winemaking. But this potential needs to be further developed through more distinctive communication, professional international presentation, connection with the terroir story, and stronger participation in expert evaluations, wine maps, and relevant publications. The same applies to Kratošija, Krstač, and Žižak, which should be presented not just as “our old varieties”, but as original and market-exciting wine identities.

So, the tradition is the starting point, but market value only emerges when tradition is supported by science, technology, consistent quality, and a smartly told story. Only then an indigenous variety becomes a brand, rather than merely a piece of historical heritage.

How important is the synergy between science, large systems like Plantaže, and small winemakers in shaping a viticulture development strategy? Do you already see practical progress of this kind?

S. Radonjić: Modern viticulture and winemaking cannot be developed effectively if observed in a fragmented way. Science provides knowledge and methodology; large systems provide volume, infrastructure, technological development, and institutional stability. On the other hand, small winemakers bring diversity, local character, and often the courage to experiment with new styles. When these three segments are connected, the sector gains the capacity to grow and respond to contemporary challenges.

In practice, we are already seeing some progress, and it is significant.

Climate changes require adaptation in the vineyard: selecting appropriate varieties and rootstocks, introducing new approaches to vine cultivation, rational water use, implementing precision agriculture, and continuously monitoring vineyards until harvest

There is growing understanding that a strong national wine profile cannot be achieved without joint action. There is also increasing openness to exploring indigenous varieties, improving production technology, educating personnel, and connecting with international projects and institutions. These processes are not always rapid, but they are encouraging.

It is particularly important to develop a culture of cooperation rather than parallel activity. Montenegrin winemaking does not benefit from a model in which large and small systems operate side by side independently; instead, they should complement each other. Large systems such as Plantaže can play a crucial developmental and representative role for the entire sector, while small winemakers enhance diversity, reinforce regional identities, and contribute to the experience of authenticity. Science, on the other hand, should serve as the bridge between tradition and the future.

The wine sector is said to be almost fully aligned with the EU requirements. Does this regulatory readiness give Montenegro a competitive advantage on the European market, especially in light of future EU membership?

S. Radonjić: Yes, regulatory readiness is indeed an important advantage, but only if it is accompanied by production, market, and institutional preparedness. Alignment with European regulations means that the Montenegrin sector understands the standards required by the modern market: from product quality and safety, to labeling and traceability, as well as the protection of geographical origin and responsible business practices. This provides a very important foundation for a stronger presence on the European market.

In the context of future EU membership, such preparedness can reduce transition costs and allow easier integration into the single market. In other words, if the sector is already operating in accordance with European rules, future membership will not come as a shock, but rather as an opportunity for expansion. That is a significant advantage.

However, it is important to remain realistic: regulatory alignment alone does not guarantee market success. The European market is extremely competitive. In order to be present and sustainable, you need quality, consistency, a recognizable identity, professional distribution, and strong market communication. Therefore, I would say that regulatory readiness is a necessary condition, but not a

sufficient one. It opens the door, but success depends on what you bring through that door: the wine itself, the story behind it, its quality, and its reputation.

The global wine sector is facing climate change, labour shortages, and changes in consumer habits. How can Montenegrin winemaking turn these challenges into opportunities, particularly through wine tourism and by linking wine with gastronomy and the overall destination experience?

S. Radonjić: Climate changes, labour shortages, and changes in consumer habits are global challenges, but at the same time they push winemakers and winemakers to become more innovative and closer to the modern consumer. For Montenegro, which is not large in terms of production volume, this can be an encouragement to build a development model based on experience, authenticity, and high added value.

Climate changes require adaptation in the vineyard: selecting appropriate varieties and rootstocks, introducing new approaches to vine cultivation, rational water use, implementing precision agriculture, and continuously monitoring vineyards until harvest. Labour shortages call for greater mechanization, digitalization, and smarter organization of production. Changes in consumer habits, on the other hand, clearly show that wine today is increasingly purchased not just as a product, but as an experience.

In this segment, wine tourism takes on an important role. Montenegro has the rare advantage of combining wine, gastronomy, landscapes, cultural heritage, and authentic local stories within a relatively small area. This means that wine can be offered not only through a bottle, but through an entire destination experience: visits to vineyards and wineries, tastings paired with local cuisine, stories about indigenous varieties, and connections with the lake, the sea, the mountains, and cultural landmarks. This is where a significant development potential lies.

The future of Montenegrin winemaking should not be perceived only through the export of a bottle of wine, but through the experience of Montenegro as a wine destination.

When tourists taste wine at the place of its origin, accompanied by authentic local cuisine and environment, it strengthens not only sales, but also loyalty, reputation, and long-term value across the entire wine sector.



BFC KONFERENCIJA U PRIVREDNOJ KOMORI CRNE GORE

EFIKASNA LOKALNA ADMINISTRACIJA KLJUČ PRIVREDNOG RAZVOJA I EU INTEGRACIJA

Lokalne samouprave u Crnoj Gori prepoznaju značaj unapređenja poslovnog ambijenta i spremne su da rade na modernizaciji lokalne administracije, ocijenjeno je na konferenciji „Efikasna lokalna administracija u funkciji privrednog razvoja i evropskih integracija“ koja je organizovana u Privrednoj komori Crne Gore 13. marta.

Predsjednica Privredne komore Crne Gore dr **Nina Drakić** kazala je da efikasnost rada lokalne administracije direktno utiče na brzinu realizacije investicija, razvoj lokalnih ekonomija i ukupnu konkurentnost države.

„Lokalna samouprava koja razumije potrebe poslovne zajednice, pojednostavljuje procedure, unapređuje transparentnost i aktivno radi na stvaranju povoljnog investicionog ambijenta, postaje snažan pokretač ekonomskog razvoja. Zbog toga je kontinuirano jačanje kapaciteta lokalnih samouprava jedno od ključnih pitanja njihovog daljeg razvoja“, rekla je Drakić.

Ona naglašava važnost jačanja kapaciteta opština i kako bi bile spremne da iskoriste mogućnosti koje nude evropski fondovi, čemu doprinosi saradnja sa državnim institucijama i poslovnom zajednicom.

Lokalna samouprava koja razumije potrebe poslovne zajednice, pojednostavljuje procedure, unapređuje transparentnost i aktivno radi na stvaranju povoljnog investicionog ambijenta, postaje snažan pokretač ekonomskog razvoja



„Primjer takve saradnje jeste i program Business Friendly Certification – BFC, koji pomaže lokalnim samoupravama da unaprijede kvalitet administrativnih procedura i razviju partnerski odnos sa privredom. BFC sertifikat predstavlja potvrdu da je opština prošla kroz zahtjevan proces analize i unapređenja svog rada i da je spremna da nastavi dalje sa reformama“.

Zaključuje da primjer opština Žabljak i Bijelo Polje koje su uspješno prošle proces BFC resertifikacije, te Bar i Tuzi koje su prvi put stekle ovaj sertifikat, pokazuje da lokalne samouprave u Crnoj Gori prepoznaju značaj unapređenja poslovnog ambijenta i spremne su da rade na modernizaciji lokalne administracije.

„Opština koja je decentralizovana, digitalizovana i transparentna nije samo „servis“ – ona je motor ekonomije i ključni partner u sprovođenju evropskih standarda. Crna Gora mora da iskoristi istorijsku priliku da postane prva naredna članica Evropske unije. Shodno tome, naše lokalne samouprave moraju, što prije biti snažne i otporne“, poručio je ministar javne uprave **Marash Dukaj**.

Ministarstvo javne uprave, prema ministrovim riječima, uz podršku međunarodnih

partnera, postiže rezultate u oblastima digitalne zrelosti gdje je izvršena funkcionalna analiza rada lokalnih samouprava, fokusirajući se, između ostalog i na stvarne potrebe privrede; zatim infrastrukture saradnje gdje je u partnerstvu sa UNOPS-om, omogućen opštinama pristup jedinstvenom sistemu za razmjenu podataka (GSB), ljudski potencijal gdje se u skladu sa novim tehnologijama, realizuju obuke za sve službenike lokalnih samouprava, te investicije i fondovi gdje se kroz projekat „Opštine za EU“ i nove grantove za infrastrukturu, jačaju kapacitete lokalnih timova da povlače sredstva iz evropskih fondova.

Riccardo Serri, šef Odjeljenja za evropske integracije, politička pitanja, medije i informisanje, Delegacija Evropske unije u Crnoj Gori istakao je da je jačanje kvaliteta, efikasnosti i transparentnosti lokalne javne uprave ključno za svakodnevni život građana i razvoj biznisa. Naglasio je da administrativni kapaciteti nisu apstraktan koncept, već nešto što se direktno ogleda u konkretnim uslugama koje građani i privreda koriste, od izdavanja građevinskih dozvola i registracije preduzeća do pribavljanja različitih javnih potvrda.



„Snažne i dobro organizovane opštine su od suštinskog značaja za proces evropskih integracija, jer se upravo na lokalnom nivou sprovodi veliki dio zakonodavstva i politika usklađenih sa standardima Evropske unije“, istakao je Serri.

Ukazao je i na značaj projekata koje EU sprovodi u Crnoj Gori kako bi ojačala kapacitete lokalnih samouprava, među kojima su inicijative koje pružaju direktnu podršku svim opštinama u usklađivanju sa evropskim standardima i pripremi za upravljanje evropskim fondovima.

U okviru prvog panela, posvećenog iskustvima lokalnih samouprava u unapređenju poslovnog ambijenta, moderatorka je bila **Ana Ilić** iz NALED-a, koja je istakla da je u kontekstu ubrzanog pregovora Crne Gore sa Evropskom unijom posebno važno jačanje efikasne i profesionalne lokalne administracije koja će biti u funkciji privrednog razvoja i evropskih integracija.

Predsjednik Opštine Bijelo Polje **Petar Smolović** istakao je da je ta opština među prvima u Crnoj Gori započela proces BFC sertifikacije, kroz koji su digitalizovali brojne administrativne procedure, smanjili lokalne takse, uspostavili biznis zone i uveli digitalne servise za građane, čime su značajno unaprijedili tran-

sparentnost rada uprave i stvorili povoljniji ambijent za investicije i razvoj preduzetništva.

Dušan Raičević, predsjednik Opštine Bar, naglasio je da je proces BFC sertifikacije pomogao lokalnoj upravi da identifikuje i ukloni administrativne barijere, unaprijedi efikasnost rada i digitalizaciju usluga, uz snažniju saradnju sa biznis zajednicom i programe podrške preduzetništvu, zahvaljujući čemu je Bar danas prepoznat kao jedna od transparentnijih i poslovno otvorenijih lokalnih samouprava u Crnoj Gori.

Predsjednik Opštine Žabljak, **Radoš Žugić**, ukazao je da je kroz proces sertifikacije unaprijeđena transparentnost i dostupnost informacija, uvedene su digitalne usluge poput onlajn plaćanja i podnošenja zahtjeva, kao i platforma „Investiraj u Žabljak“, čime je ova opština dodatno pozicionirana kao otvorena destinacija za investicije i uspješno uključena u realizaciju više projekata finansiranih iz EU fondova.

Sekretar Sekretarijata za razvoj i projekte u Opštini Tuzi, **Emin Haxhi**, istakao je da je lokalna administracija u Tuzi značajno unaprijedila poslovni ambijent kroz smanjenje komunalnih taksi za oko 50 odsto, jačanje saradnje sa privredom i uspostavljanje platforme „Biznis Tuzi“, koja investitorima pruža jasne informa-

Snažne i dobro organizovane opštine su od suštinskog značaja za proces evropskih integracija

Veliki dio evropskih politika i razvojnih projekata realizuje upravo na lokalnom nivou, zbog čega je ključno kontinuirano jačanje kapaciteta opština za korišćenje EU fondova, uz podršku kroz obuke, razmjenu iskustava i stručnu pomoć u pripremi projekata



cije o dostupnim lokacijama i mogućnostima ulaganja u ovoj opštini.

Drugi panel je bio posvećen spremnosti lokalne administracije za nove prilike koje donosi proces evropskih integracija.

Panelom je moderirao je **Miljan Šestović**, direktor Sektora za istraživanja i analize u PKCG, koji je istakao da su opštinama na raspolaganju brojni međunarodni i nacionalni finansijski instrumenti koji mogu doprinijeti jačanju njihove efikasnosti i unapređenju poslovnog ambijenta.

Generalni direktor Direktorata za koordinaciju finansijske podrške EU u Ministarstvu evropskih poslova, **Bojan Vujović**, naglasio je da Crnu Goru u narednom periodu očekuju znat-

no veća sredstva iz evropskih fondova, čak šest do osam puta veća nakon članstva u Evropskoj uniji, zbog čega je važno pravovremeno pripremiti projekte i uključiti lokalne samouprave u izradu ključnih strateških dokumenata za korišćenje tih sredstava.

Generalna direktorica Direktorata za lokalnu samoupravu u Ministarstvu javne uprave, **Nina Blažić**, istakla je da su digitalizacija, jačanje kapaciteta opština i unapređenje međuinstitucionalne saradnje ključni prioriteti reforme lokalne samouprave, te da se kroz projekte digitalne transformacije i inicijativu „Opštine za EU“ pruža konkretna podrška opštinama u razvoju digitalnih usluga i pripremi projekata za evropske fondove.

Pomoćnik direktora Eko Fonda, **Nemanja Peković**, ukazao je na značaj kvalitetno pripremljenih i zrelih projekata za povlačenje dostupnih sredstava, ističući da Eko fond kroz javne pozive i programe finansiranja već godinama saraduje sa lokalnim samoupravama u realizaciji projekata iz oblasti zaštite životne sredine, energetske efikasnosti i razvoja cirkularne ekonomije.

Predsjednica Skupštine Zajednica opština Crne Gore, dr **Jelena Borovinić Bojović**, naglasila je da se veliki dio evropskih politika i razvojnih projekata realizuje upravo na lokalnom nivou, zbog čega je ključno kontinuirano jačanje kapaciteta opština za korišćenje EU fondova, uz podršku kroz obuke, razmjenu iskustava i stručnu pomoć u pripremi projekata.

Konferenciju je moderirala **Marija Stanišić** iz Sektora za istraživanja i analize u PKCG.



INTERESOVANJE TURSKIH INVESTITORA PRETOČITI U KONKRETNE PROJEKTE

Veliko interesovanje turskih kompanija za ulaganja u Crnoj Gori potrebno je pretvoriti u konkretne investicione projekte, poručeno je sa sastanka predsjednice Privredne komore dr Nine Drakić i ambasadorke Turske Ayde Ünlü.

Predsjednica Drakić poželjela je dobrodošlicu i uspjeh novoimenovanoj ambasadorci, uz ocjenu da će Komora i Ambasada nastaviti tijesnu saradnju u interesu dvije ekonomije.

Sagovornice su ocijenile da su ekonomski odnosi dviju država vrlo dobri, ali da postoji prostor za njihovo unapređenje kroz realizaciju velikih investicija.

Drakić je istakla da Crna Gora radi na diverzifikaciji ekonomije i jačanju proizvodnje, što otvara nove mogućnosti za strane investitore.

„Turska ima snažnu i raznovrsnu ekonomiju, a prostor za saradnju postoji u brojnim sektorima. Privredna komora će pružati podršku turskim kompanijama i doprinositi stvaranju

uslova za njihov uspješan ulazak na crnogorsko tržište“, kazala je Drakić.

Ambasadorka Ünlü naglasila je da interesovanje turskih investitora obuhvata širok spektar oblasti – od turizma i poljoprivrede do energetike i infrastrukture, uz poseban fokus na velike razvojne projekte.

„Naši investitori su spremni za ozbiljne projekte, uključujući i infrastrukturne, poput izgradnje autoputeva. Brzina realizacije je naša prednost, ukoliko postoji stabilan i podsticajan poslovni ambijent“, rekla je Ünlü.

Tokom sastanka razmotrene su i mogućnosti organizovanja poslovnih foruma kao konkretnih mehanizama za jačanje saradnje.

Sastanku su prisustvovali potpredsjednik Privredne komore Pavle D. Radovanović, Jelena Adžić iz Sektora za međunarodnu saradnju, kao i predstavnici Ambasade Turske Rıza Sunğur i Nihal Sevük.

„Naši investitori su spremni za ozbiljne projekte, uključujući i infrastrukturne, poput izgradnje autoputeva. Brzina realizacije je naša prednost, ukoliko postoji stabilan i podsticajan poslovni ambijent“, rekla je Ünlü

POSLOVNI FORUM SLOVENIJA-CRNA GORA

PRILIKA ZA NOVE EKONOMSKE MOGUĆNOSTI



Poslovni forum Slovenija-Crna Gora održan je u Ljubljani u okviru dvodnevne posjete predstavnika crnogorske privrede predvođenih predsjednicom Privredne komore dr Ninom Drakić.

Poslovnom forumu prisustvovali su ambasador Crne Gore u Sloveniji Dragan Tufegdžić i počasni konzul Vojislav Kovač, a sa slovenačke strane, pored istaknutih privrednika, govorila je generalna direktorica Gospodarske zbornice Slovenije Vesna Nahtigal i Tanja Drobnič iz slovenačke Agencije za razvoj biznisa SPIRIT Slovenia.

Drakić je na početku foruma ukazala na značaj saradnje Crne Gore i Slovenije.

„Kada govorimo o bilateralnoj saradnji, Slovenija je tradicionalno značajan spoljnotrgovinski partner Crne Gore. U 2025. godini ukupna robna razmjena iznosila je 91,5 miliona eura, a posebno ohrabruje rast našeg izvoza od gotovo 19%, što potvrđuje snažan trend ka izbalansiranoj ekonomskoj razmjeni i interesima koji postoje za oba tržišta”, navela je Drakić.

Podsjetila je da u Crnoj Gori danas posluje više od 150 kompanija sa slovenačkim kapitalom, među kojima su NLB banka, Triglav osiguranje, Petrol, Mercator i mnogi drugi.

„Ipak, uvjeren sam da današnjih 90-ak miliona eura robne razmjene ne odražava stvarne potencijale naših privreda. Privredne komo-



re imaju posebnu odgovornost da budu most između kompanija, inicijator konkretnih projekata i servis koji uklanja administrativne barijere i otvara nova tržišta. Vjerujem da su ključne oblasti nove faze saradnje: turizam sa fokusom na održivost i produženje sezone, energetika i zelena tranzicija, poljoprivreda i drvoprerađivačka sa većom dodatnom vrijednošću, digitalna transformacija i IT sektor, te jačanje malih i srednjih preduzeća, kao kičme obje ekonomije”, saopštila je predsjednica PKCG.

Drakić je izrazila nadu da će današnji forum donijeti konkretne dogovore, nova partnerstva i projekte koji će saradnju Crne Gore i Slovenije podići na viši nivo.

„Naš zajednički cilj je stabilan region, održiva ekonomija i evropska budućnost. U tom duhu upućujem poziv slovenačkim investitorima da prepoznaju dugoročni potencijal Crne Gore, a crnogorskim kompanijama da iskoriste snagu i iskustvo slovenačkog tržišta”, poručila je Drakić.

Zadovoljstvo zbog posjete crnogorske delegacije izrazila je Vesna Nahtigal, generalna direktorica Gospodarske zbornice Slovenije.

„Crna Gora je za nas jako bitno tržište, pošto nas spaja ista istorija, ali i naše povjerenje jednih prema drugima. Crna Gora je za nas

interesantna u oblasti energetike, čitave infrastrukture, trgovine, ekologije. Otvarate i nove mogućnosti za saradnju u oblasti visoke tehnologije, a posebno bih istakla podvig slanja vašeg prvog satelita Luča u svemir. Već više od 150 slovenačkih kompanija ulaže u Crnu Goru, a nadam se da će i što više crnogorskih kompanija ulagati u Sloveniju”, navela je Nahtigal.

Forumu su prisustvovali i predstavnice Agencije za investicije, Mirjana Kojić v.d. direktora i Aleksandra Božović, načelnica Odsjeka za međunarodnu saradnju i unapređenje investicionog ambijenta koja je predstavila velike potencijale crnogorskog tržišta za investitore iz Slovenije.

„Crna Gora i Slovenija su dvije izuzetno prijateljske zemlje. Ono što Crnu Goru čini privlačnom osim geografske pozicije jeste poreski sistem koji ima dosta olakšica. I ova tranziciona faza na putu ka EU je jako privlačna investitorima jer otvara mogućnosti saradnje na zajedničkim projektima koji bi trebali da se ostvare ulaskom Crne Gore u EU”, istakla je Kojić.

Matjaž Božič, izvršni direktor Lovćen osiguranja kao jedan od učesnika B2B sastanaka je ukazao na značaj saradnje srednjih i manjih kompanija iz Crne Gore i Slovenije.



„Najvažnije je da srednje i manje kompanije imaju slobodan protok koji će dodatno biti pospješen ulaskom Crne Gore u EU. Na forumu predstavljam dvije kompanije – Lovćen osiguranje koje je predstavnik grupacije Triglav na crnogorskom tržištu i grupaciju Triglav. Spremni smo da podržimo svaku saradnju i investiciju crnogorskih kompanija u ovom trenutku“, kazao je Božić.

Hasan Ramović, predstavnik kompanije Put Gross iz Bijelog Polja forum u Sloveniji vidi kao



priliku za ponovno uspostavljanje saradnje sa kompanijama iz Slovenije.

„Moja firma se bavi trgovinom na veliko. Već saradujem sa TKI Hrastnik, te njihove proizvode prodajem u Crnoj Gori i imam dobru saradnju sa njima. Nekada sam saradivao i sa Žito Ljubljana. Čujem da je nova grupacija kupila tu fabriku žita u Ljubljani, te se nadam da ćemo se dogovoriti da proizvodnju iz Žito Ljubljana plasiram u Crnoj Gori“, ispričao je Ramović.

CRNOGORSKO VEČE U LJUBLJANI

Nakon uspješno realizovanog poslovnog foruma Slovenija-Crna Gora koji je predstavnicima crnogorske privrede omogućio da razmijene iskustva i sklope saradnju sa slovenačkim kolegama, Privredna komora Crne Gore je u Ljubljani organizovala Crnogorsko veče. Ta svečanost je bila prilika da se proslavi unikatan duh Crne Gore i da se napravi osvrt na značajne uspjehe postignute tokom dvije decenije od obnove nezavisnosti.

U ime domaćina goste je na početku svečanosti pozdravila predsjednica Privredne komore Crne Gore dr Nina Drakić.

„Crna Gora je upravo započela godinu u kojoj se obilježava 20. godišnjica od obnove nezavisnosti 21. maja 2006. godine. Veliki je i značajan taj datum u crnogorskoj istoriji,

a zasigurno jedan od najvažnijih u našoj novijoj istoriji. Ovo je prilika da se osvrnem i na ekonomski aspekt nezavisnosti, u čiji prilog govori činjenica da je za dvije decenije naš dinamični ekonomski rast, podstaknut obnovom državne samostalnosti, generisao desetine milijardi eura stranih investicija u bruto iznosu i to iz više od 100 zemalja svijeta“, navela je Drakić.

Ukazala je i na značaj evropskog puta Crne Gore.

„U godini jubileja nezavisnosti, s ponosom ističem da je naša zemlja lider regiona u euro integracijama. Crna Gora nema alternativu kada je u pitanju ovaj proces i postoje ocjene i uvjeravanja sa najviših adresa da će naša zemlja biti prva sljedeća članica EU porodice, uz rame sa Slovenijom kao nama



bliskom i prijateljskom državom“, saopštila je Drakić.

Crnogorskoj večeri u Ljubljani između ostalih je prisustvovao i Dragan Tufegdžić, ambasador Crne Gore u Sloveniji.

„Moja želja je da Crna Gora bude bolje predstavljena i da se skrene pažnja na investicione potencijale Crne Gore, što je i mojim prijateljima iz Privredne komore Crne Gore i Agencije za investicije bio osnovni zadatak tokom ove posjete. Mislim da će biti konkretnih rezultata poslovnog foruma Slovenija – Crna Gora, a Crnogorsko veče je još jedan lijepi momenat predstavljanja Crne Gore u Sloveniji. Bilateralni odnosi sa Slovenijom, koja nam je prva prijateljska ruka u EU, su na izuzetnom nivou“, poručio je Tufegdžić.

Da je Slovenija veliki partner Crne Gore na putu ka EU ističe i Goran Golubović, direktor Egzakta Advisory.

„Put Crne Gore ka EU je neminovnost. Stoga je bitno da se njeguju ekonomski odnosi Crne Gore i Slovenije jer je Slovenija veliki partner Crnoj Gori kako na ekonomskom, tako i na naučnom planu. Crna Gora je time što je na pragu EU pokazala koliko je pametno odradila svoje političke poteze i koliko se uzdigla iznad klasične balkanske politike“, ispričao je Golubović.

Crnogorsko veče svojim poetsko-muzičkim nastupom „Gorski vijenac, Potonja ura Njegoševa i Poesia Montenegrina“ su dodatno oplemenili glumac Slobodan Marunović i kantautor Slobodan Kovačević.



PODRŠKA OECD ZNAČAJNA ZA PROCES PRISTUPANJA CRNE GORE EU

Potpredsjednik Privredne komore Crne Gore **Pavle D. Radovanović** sastao se 4. marta sa šeficom Odjeljenja OECD za Jugoistočnu Evropu **Marzenom Kisieleskom** i saradnicima.

Sastanak je upriličen u okviru misije delegacije OECD koja je organizovana sa ciljem da se dodatno osnaži saradnja s našom državom kao i ukaže na podršku ove organizacije prioritetima Crne Gore u kontekstu njenog predsjedavanja Berlinskim procesom i domaćinstva Samita EU-Zapadni Balkan. Takođe, tokom razgovora je najavljeno i predstavljanje SME Policy Index: Zapadni Balkan i Turska 2026.

„Kako se očekuje da Crna Gora zaključi pregovore sa EU do kraja 2026. godine i priprema se za pristupanje, suočiće se sa naprednijim zahtjevima i prioritetima u odnosu na druge ekonomije Zapadnog Balkana. Potrebno je razgovarati o identifikovanju potreba Crne Gore nakon završetka pregovora sa EU i razmatranju načina na koji OECD može pružiti ciljanu bilateralnu podršku radi olakšavanja njenog ulaska u EU“, kazala je Kisieleska.

OECD će objaviti naredno izdanje SME Policy Index: Zapadni Balkan i Turska 2025 na posebnom ministarskom događaju na visokom nivou, koji će se održati u Budvi (Hotel Splendid) 12. maja. Poređenjem okvira politike MSP Crne Gore sa standardima EU i regionalnim partnerima, Indeks pruža na dokazima zasnovan plan za jačanje konkurentnosti i otpornosti crnogorskih preduzeća, te ubrzanje usklađivanja sa politikama i standardima EU.

„Uključivanje Privredne komore Crne Gore bi obezbijedilo da su perspektive privatnog sektora zastupljene na visokom nivou i olakšala efikasna primjena njenih preporuka u partnerstvu sa Vladom“, saopšteno je.

Potpredsjednik Radovanović je istakao da je međunarodna saradnja visoko među prioritetima Privredne komore Crne Gore, posebno u trenutku njenog skorog ulaska u Evropsku uniju kojem krovna poslovna asocijacija aktivno doprinosi. Komora će podržati OECD u organizaciji događaja u Budvi, te može doprinijeti komunikaciji sa predstavnicima privrednih komora u regionu i međunarodnim komorskim asocijacijama.

Razmatrane su mogućnosti organizacije predstavljanja: Ekonomskog pokazatelja konvergencije 2026 (Economic Convergence Scoreboard 2026) na marginama sastanka ministara ekonomije, instrumenta koji prati godišnji napredak u ekonomskoj konvergenciji Zapadnog Balkana sa EU i identifikuje ključne prepreke ubrzanom ekonomskom rastu. Takođe, razmatrana je mogućnost učešća poslovne zajednice na i na drugim važnim pratećim događajima Berlinskog procesa, posebno na Zelenom i Digitalnom samitu, uz korišćenje OECD-ovih programa podrške zelenoj i digitalnoj tranziciji regiona.

Tokom sastanka je izražena zahvalnost Privrednoj komori na pomoći pri pripremi SME Policy Index.

U radu sastanka učestvovali su **Marijana Petrović**, politička analitičarka/voda tima i **Umur Gökçe**, ekonomski savjetnik u Odjeljenju za Jugoistočnu Evropu OECD, zatim **Slavica Pavlović**, direktorica Sektora za udruženja i **Jelena Čipović**, koordinatorka za evropske poslove Privredne komore Crne Gore.



SNAŽENJE SARADNJE S KOMOROM AUSTRIJE

Potpredsjednik Privredne komore Crne Gore **Pavle D. Radovanović** sastao se 25. februara s članicom Upravnog odbora Privredne komore Austrije **Evom Liebmann**, u prisustvu ambasadora te države **Christiana Steinera** i saradnika.

Istaknuta je važna uloga privrednih komora u zaštiti interesa privreda i kreiranju ambijenta za poslovanje, kao i njihova veoma dobra dosadašnja saradnja koja će dodatno biti unaprijeđena u završnoj fazi pregovora Crne Gore sa EU. Razmotrena je aktuelna pozicija krovnih privrednih asocijacija u kompleksnom i izazovnom geopolitičkom i ekonomskom trenutku, njihov uticaj na nacionalnu i evropsku regulativu, kao i aktivnosti u interesu kompanija-članica.

„Privredne komore usmjeravaju fokus donosilaca odluka na važna ekonomska pitanja i uslove za razvoj biznisa što je u interesu svih, jer bez zaštite interesa privrednika nema ni zapošljavanja ni državnih prihoda. Komore zato imaju vrlo praktičan uticaj u svojim državama i EU, pa je neophodno da se naš glas jasno čuje i razumije“, rečeno je tokom sastanka.

Privredna komora Austrije može biti veoma posvećen partner pri realizaciji predstojećih projekata u Crnoj Gori i nudi veoma značajan know how i transfer bogatog iskustva, rečeno je tokom sastanka.

Poseban segment razgovora bio je posvećen mogućnostima za dodatno povezivanje dvije privrede, a jedna od njih mogla bi da bude organizovanje poslovnog foruma privrednika

dvije države u septembru, u prisustvu najviših predstavnika države, a u vrijeme održavanja velikog Bečkog ekonomskog foruma.

U radu sastanka učestvovali su **Stefano La Croce**, rukovodilac kancelarije gdje Eve Libman, **Jürgen Schreder**, trgovinski savjetnik pri Ambasadi Austrije, **Biljana Radonjić**, rukovodilac kancelarije za poslove privrede Austrije u Crnoj Gori, **Dušan Radonjić**, direktor Sektora za međunarodnu saradnju Privredne komore Crne Gore i **Balša Čulafić**, koordinatorka za saradnju sa međunarodnim komorskim asocijacijama.

Istaknuta je važna uloga privrednih komora u zaštiti interesa privreda i kreiranju ambijenta za poslovanje, kao i njihova veoma dobra dosadašnja saradnja koja će dodatno biti unaprijeđena u završnoj fazi pregovora Crne Gore sa EU



SASTANAK S PREDSTAVNICIMA CRVENOG KRSTA

POSVEĆENI AFIRMACIJI DRUŠTVENO ODGOVORNOG DJELOVANJA



Želimo da afirmišemo humanost, dobrovoljno davalatstvo krvi, volonterizam i socijalnu notu

Privredna komora i Crveni krst Crne Gore zajedničkim aktivnostima mogu značajno da doprinesu podršci građanima u stanju socijalne potrebe, dodatnoj afirmaciji društveno odgovornog djelovanja i volonterizma, ocijenjeno je tokom sastanka predsjednika ovih organizacija dr **Nine Dračić** i **Mitra Vučkovića**.

U radu sastanka učestvovali su i generalni sekretari Privredne komore i Crvenog krsta **Mitar Bajčeta** i **Jelena Dubak**, te savjetnik predsjednice PKCG **Dragoljub Bulatović** i saradnica za informisanje CKCG **Marta Perković**.

Tokom razgovora je posebno istaknut značaj unapređivanja i formalizovanja kvalitetne saradnje ove dvije institucije snažnog društvenog uticaja i respektabilne, vjekovne tradicije.

„Želimo da afirmišemo humanost, dobrovoljno davalatstvo krvi, volonterizam i socijalnu notu kroz uključivanje što većeg broja kom-

panija i Privredna komora Crne Gore može biti odlična podrška za to, direktnim angažovanjem zaposlenih, motivisanjem i informisanjem privrednika o humanitarnim aktivnostima u organizaciji Crvenog krsta”, saopšteno je tokom sastanka.

Potenciran je značaj dosadašnjeg društveno odgovornog djelovanja privrede i njene krovne asocijacije koja između ostalog kroz svoju godišnju nagradu afirmiše značaj doprinosa kompanija društvenoj zajednici.

Sagovornici su razmotrili konkretne mehanizme saradnje koji bi mogli da doprinesu dodatnoj mobilizaciji privrede u humanitarnom djelovanju, između ostalog kroz prezentovanje aktivnosti Crvenog krsta na sjednicama odbora udruženja Privredne komore i njene kanale komunikacije, organizovanje velikih akcija dobrovoljnog davanja krvi i volonterskog angažovanja u aktivnostima ove institucije.



MITAR VUČKOVIĆ, PREDSJEDNIK CRVENOG KRSTA CRNE GORE

HUMANOST KAO TRAJNA MISIJA

Kroz partnerstva sa privredom, jačanje sopstvenih kapaciteta i javne kampanje nastojimo da obezbijedimo održivu podršku najugroženijima i odgovorimo na savremene humanitarne izazove

Crveni krst Crne Gore već više od jednog vijeka predstavlja jedan od ključnih stubova solidarnosti u društvu, pružajući podršku najugroženijim građanima i odgovarajući na brojne humanitarne izazove. Na čelu ove organizacije danas je **Mitar Vučković**, dugogodišnji medijski i komunikacijski profes-

ionalac koji je svoje iskustvo odlučio da stavi u službu humanitarnog rada. U intervjuu za Glasnik govori o profesionalnoj tranziciji, važnosti modernizacije i transparentnosti u radu, planovima organizacije za ovu godinu, kao i o potrebi snažnijeg partnerstva sa privredom kako bi Crveni krst mogao da ispuni svoju misiju.

Nakon dugogodišnje karijere u medijima i korporativnim komunikacijama, preuzeli ste upravljanje Crvenim krstom Crne Gore. Šta Vas je motivisalo da prihvatite ovu odgovornu funkciju i kako doživljavate tu profesionalnu tranziciju? Koliko pomenuto iskustvo može doprinijeti modernizaciji i jačanju vidljivosti humanitarnog rada?

M. Vučković: Čitava moja karijera vezana je za medije i korporativne komunikacije, a osjećaj da budem uz ljude i da pomognem kada je potrebno nosim još od djetinjstva, iz roditeljskog doma gdje su solidarnost i empatija uvijek bile temeljne vrijednosti. Odluka da prihvatim ovu volontersku funkciju u Crvenom krstu Crne Gore bila je lična i iskrena. Htio sam svoje iskustvo staviti u službu onoga što stvarno mijenja živote. Rad u medijima naučio me odgovornosti prema javnosti, važnosti jasnih i pravovremenih informacija, ali i gradnji povjerenja, što je u humanitarnom radu od presudnog značaja. Ovo vidim kao prirodnu nadogradnju, gdje znanje iz korporativnog sektora doprinosi modernizaciji, boljoj organizaciji i većoj transparentnosti, približavajući nas ljudima kojima pomažemo i podstičući nove volontere da se uključe. Ipak, suština je ista, pružiti konkretnu podršku ljudima u nevolji. Kada vidim osmijeh nekoga kome smo pomogli, znam da sam na pravom mjestu. Moram istaći i to da imam sreću da saradujem sa izuzetnim ljudima i pravim humanitarcima, timom Sekretarijata Crvenog krsta Crne Gore, čija profesionalnost, predanost i svakodnevni trud čine da naša pomoć zaista dolazi do onih kojima je najpotrebnija.

Crveni krst Crne Gore ima tradiciju dužu od vijeka. Kako u savremenim okolnostima balansirate između očuvanja te tradicije i uvođenja novih pristupa u radu?

M. Vučković: Tako je, Crveni krst u Crnoj Gori postoji još od 1875. godine, kada je osnovan kako bi pružio pomoć i podršku hercegovačkim izbjeglicama. Kroz više od 150 godina djelovanja organizacija je odolijevala brojnim izazovima, krizama i vanrednim situacijama. Kao prva organizacija Crvenog krsta na Balkanu, a 22. u svijetu, bila je i ostala oslonac i podrška osobama u socijalnoj potrebi, kako građanima Crne Gore, tako i onima koji su ovdje pronašli sigurnost i priliku za novi početak. Ponosni smo na našu bogatu istoriju, koja predstavlja dobru platformu od koje polazimo u svemu što radimo. Istovremeno živimo i stvaramo novu tradiciju, pratimo moderne tehnologije, nove izume, ali i izazove s kojima se svakodnevno suočavamo. Naša misija ostaje ista, pomoći drugome i pružiti podršku, kako na tradicionalan, tako i na savremen način. Trudimo se da pratimo globalne humanitarne trendove i djelujemo u skladu sa potrebama građana. Stub naše organizacije čine mladi ljudi posvećeni humanitarnom radu i spremni da odgovore na sve izazove, što nam daje sigurnost da uprkos svim teškoćama uspijevamo pružiti adekvatnu pomoć i podršku svima kojima je potrebno.

Koje su najznačajnije akcije koje Crveni krst Crne Gore planira tokom ove godine?

M. Vučković: I ove godine nastavljam da posvećujemo posebnu pažnju našem jubileju i promociji temeljnih vrijednosti Crvenog krsta. Podsje-



ćam da smo u prethodnoj godini objavili monografiju „Vijek i po humanosti, Crveni krst Crne Gore 1875-2025“, kapitalno djelo koje planiramo da ubrzo predstavimo i široj javnosti. Pored toga, nastavljamo sa realizacijom tradicionalnih aktivnosti, obukom stanovništva o pružanju prve pomoći, dobrovoljnim davalaštvom krvi i principima Crvenog krsta, pripremaćemo se za vanredne i krizne situacije i pomagati višečlanim porodicama u stanju socijalne potrebe, kako u Crnoj Gori, tako i onima koji su u pokretu, za koje je naša država tranzitna ili zemlja trajnog nastanjenja. Posebno ćemo se fokusirati na mlade i starije osobe, naročito u ruralnim i udaljenim područjima. Snage naše organizacije ove godine biće usmjerene na ostvarenje rezultata u ovim oblastima, kroz partnerstva i saradnju sa privrednim sektorom, kao i prikupljanje sredstava putem javnih online kampanja. Da bismo ojačali kapacitete građana, radićemo i na osnaživanju sopstvenih resursa, javnim zagovaranjem i isticanjem da je Crvenom krstu potrebna podrška kako bi mogao da ispuni svoju misiju, da budemo svuda za svakoga.

Nedavno ste razgovarali sa predstavnicima Privredne komore Crne Gore o intenziviranju saradnje. Koje konkretne benefite očekujete od snažnijeg uključivanja poslovne zajednice u humanitarne aktivnosti?

M. Vučković: Od snažnijeg uključivanja poslovne zajednice očekujemo konkretne i dugoročne koristi za najugroženije građane, ali i za čitavo društvo. Razgovori sa Privrednom komorom Crne Gore pokazali su spre-

mnost da se saradnja institucionalizuje i podigne na viši nivo, pri čemu je Crveni krst prepoznat kao pouzdan partner u oblasti volonterizma i društveno odgovornih aktivnosti. Posebno je značajna inicijativa da se kroz akciju „Kupujmo naše“ dio sredstava usmjeri ka programima podrške najugroženijima, kao i prijedlog da se kupovinom domaćih proizvoda pomogne porodicama u stanju socijalne potrebe, uz distribuciju posredstvom mreže naših lokalnih organizacija kojih je u Crnoj Gori 23. Ovakav model saradnje donosi dvostruku korist, jača domaću privredu i istovremeno obezbjeđuje efikasnu i ciljanu humanitarnu podršku, uz mogućnost zajedničkih aktivnosti i u oblasti zaštite životne sredine.

Koliki je realni potencijal privrede u Crnoj Gori da sistemski podrži humanitarne aktivnosti – govorimo li o simboličnoj podršci ili o modelu koji može dugoročno ojačati finansijsku stabilnost Crvenog krsta?

M. Vučković: Smatram da privreda u Crnoj Gori krije mnogo veći potencijal od simbolične podrške humanitarnim aktivnostima. Ne govorimo o jednokratnim donacijama, već o stvaranju sistemskog, strateškog i dugoročnog modela saradnje sa Privrednom komorom Crne Gore i njenim članicama. Kada se saradnja institucionalizuje kroz jasno definisane programe i mehanizme, poput izdvajanja dijela sredstava iz određenih kampanja, kontinuirane podrške konkretnim projektima ili uključivanja kompanija u društveno odgovorne inicijative, otvara se prostor za trajnu finansijsku stabilnost Crvenog

krsta Crne Gore i kontinuiranu, ciljanu podršku najugroženijima. Naš cilj nije da ostanemo zavisni od kratkoročnog projektno finansiranja. Želimo zajedno sa poslovnom zajednicom graditi partnerstva koja donose predvidivost, održivost i širenje programa koji stvarno mijenjaju živote. Vjerujem da u Crnoj Gori takav model nije samo moguć, već i realno ostvarljiv, jer postoji iskrena volja za društvenom odgovornošću i solidarnošću.

Koji su konkretni mehanizmi saradnje sa Privrednom komorom koji bi mogli dati najbrže i najbolje rezultate?

M. Vučković: Dozvolite mi da, umjesto odgovora na ovo pitanje, iskoristim priliku da pozovem sve članice Privredne komore Crne Gore da se odazovu našem pozivu i da, u skladu sa svojim mogućnostima, zajedno doprinesemo rješavanju socijalnih tegoba velikog dijela društva koji se oslanja na servise i usluge Crvenog krsta Crne Gore. Siguran sam da zajedno možemo najefikasnije ublažiti teškoće i patnje porodica u stanju socijalne potrebe, a istovremeno dodatno unaprijediti kvalitet i domet naše humanitarne misije. Samo kroz takvu saradnju možemo izgraditi bolje i humanije društvo, po mjeri svih koji živimo u Crnoj Gori. Takođe, želim iskoristiti ovu priliku da se zahvalim predsjednici Privredne komore Crne Gore dr Nini Drakić i njenim najbližim saradnicima na toplom prijemu i otvorenom razgovoru, koji je potvrdio da smo došli na adresu spremnu, iskrenu i posvećenu podršci našem humanitarnom radu.



MITAR VUČKOVIĆ, PRESIDENT OF THE RED CROSS OF MONTENEGRO

HUMANITY AS A PERMANENT MISSION



Through partnerships with the private sector, by strengthening our own capacities, and public campaigns, we strive to ensure sustainable support for the most vulnerable and respond to contemporary humanitarian challenges

For over a century, the Red Cross of Montenegro has represented one of the key pillars of solidarity in society, by providing support to the most vulnerable citizens and responding to numerous humanitarian challenges. The organization is currently headed by **Mitar Vučković**, a long-time media and communications professional who has decided to dedicate his experience to humanitarian work. In the interview for Glasnik, he speaks about his professional transition, the importance of modernization and transparency in operations, the organization's plans for this year, as well as the need for stronger partnerships with the business community in order to help the Red Cross achieve its mission.

Following a long career in the media and corporate communications sector, you assumed the leading position of the Red Cross of Montenegro. What encouraged you to accept this responsible role, and how do you perceive this professional transition? To what extent can your previous experience contribute to the modernization and increased visibility of humanitarian work?

M. Vučković: My entire career has been devoted to media and corporate communications, while the sense of being among people and helping them when needed has guided me since my childhood, from my family home, where solidarity and empathy were always fundamental values. The decision to accept this voluntary position in the Red Cross of Montenegro was both personal and sincere. I wanted to dedicate my experience to a cause that genuinely changes lives. Working in the media taught me responsibility toward the public, the importance of clear and timely information, and the need to build trust, all of which are crucial in humanitarian work. I see this as a natural development, where knowledge from the corporate sector contributes to modernization, better organization and greater transparency, bringing us closer to the people we support and encouraging new volunteers to get involved.

However, the essence remains the same: to provide concrete assistance to people in need. The smile of someone we've helped reminds me that I'm exactly where I should be. I must also emphasize how fortunate I am to cooperate with remarkable individuals and true humanitarians, the team of the Secretariat of the Red Cross of Montenegro, whose professionalism, dedication, and daily efforts ensure that our assistance truly reaches those who need it most.

The Red Cross of Montenegro has a tradition lasting over a century. How do you create balance between preserving that tradition and introducing innovative approaches in your work?

M. Vučković: That is correct. The Red Cross in Montenegro has existed since 1875, when it was founded to provide aid and support to refugees from Herzegovina. Over more than 150 years of activity, the organization has withstood numerous challenges, crises, and emergencies. As the first Red Cross organization in the Balkans and the 22nd in the world, it has always served as a pillar and support for people in social need, both Montenegrin citizens and those who found safety and a chance for a new beginning here. We are proud of our rich history, which provides a solid foundation for everything we do.

At the same time, we are living and creating a new tradition, embracing modern technologies, new innovations, and responding to the challenges we face every day. Our mission remains the same: to help others and provide support, both in traditional and contemporary ways. We strive to follow global humanitarian trends and act in accordance with the needs of our citizens.

It is young people dedicated to humanitarian work and ready to meet the challenges who represent the pillar of our organization. Their commitment gives us confidence that, despite all difficulties, we will succeed in providing adequate assistance and support to everyone who needs it.

What are the most significant initiatives the Red Cross of Montenegro is planning to undertake this year?

M. Vučković: This year, we continue to dedicate special attention to our jubilee and the promotion of the fundamental values of the Red Cross. I would like to remind everyone that last year we published the monograph "A Century and a Half of Humanity, the Red Cross of Montenegro 1875–2025", a major publication that we plan to present to the wider public soon. In addition, we are continuing our traditional activities, such as the first aid training for the population, voluntary blood donation and promoting the principles of the Red Cross. We will prepare for emergency and crisis situations and assist large families in social need, both in Montenegro and those on the move, for whom our country is a transit point or a place of permanent residence.

Our mission remains the same: to help others and provide support, both in traditional and contemporary ways



We will place particular focus on young and elderly people, especially in rural and remote areas. This year, the efforts of our organization will be directed toward achieving results in these areas through partnerships and cooperation with the business sector, as well as raising funds through public online campaigns.

To strengthen the capacities of citizens, we will also work on enhancing our own resources, engaging in public advocacy, and emphasizing that the Red Cross needs support to fulfil its mission which implies being everywhere for everyone.

You have recently had a meeting with the representatives of the Chamber of Economy of Montenegro about intensifying cooperation. What concrete benefits do you expect from the stronger involvement of the business community in humanitarian activities?

M. Vučković: We expect greater involvement of the business community to bring tangible and long-term benefits not only to the most vulnerable citizens but to society as a whole. Representatives of the Chamber of Economy of Montenegro expressed a willingness to institutionalize and elevate cooperation to a higher level, thus recognizing the Red Cross as a reliable partner in volunteering and socially responsible activities.

A particularly important initiative is to direct part of the funds raised through the "Let's Buy Homemade Products" campaign to the most vulnerable groups, along with the pro-

posal to help families in social need by purchasing local products, the distribution of which would be facilitated through our network of 23 local Red Cross organizations across Montenegro. This model of cooperation brings a double benefit: it strengthens the local business sector while ensuring effective and targeted humanitarian support, with the opportunity for joint activities in environmental protection.

What is the real potential of the business sector in Montenegro to systematically support humanitarian activities? Are we talking about symbolic support, or a model that could strengthen the Red Cross's financial stability in the long term?

M. Vučković: I believe that the business sector in Montenegro holds far greater potential than merely providing symbolic support for humanitarian activities. We are not talking about one-off donations, but about creating a systemic, strategic, and long-term model of cooperation with the Chamber of Economy of Montenegro and its members.

When cooperation is institutionalized through clearly defined programs and mechanisms, such as allocating a portion of funds from certain campaigns, providing continuous support to specific projects, or involving companies in socially responsible initiatives, it opens the door to lasting financial stability for the Red Cross of Montenegro and ongoing, targeted support for the most vulnerable categories of society.

Our goal is not to remain dependent on short-term project funding. We

aim to build partnerships with the business community that bring predictability, sustainability, and the expansion of programs that truly change lives. I firmly believe that in Montenegro, such a model is not only possible, but realistically achievable, given the genuine willingness for social responsibility and solidarity existing here.

What specific mechanisms of cooperation with the Chamber of Economy could deliver the quickest and most effective results?

M. Vučković: Allow me, instead of directly answering this question, to take the opportunity to invite all members of the Chamber of Economy of Montenegro to respond to our call and, within their capacities, contribute together to addressing the social challenges faced by a large part of society, which relies on the services and support of the Red Cross of Montenegro.

I firmly believe that by working together, we can most efficiently alleviate the hardships and suffering of families in social need, while also enhancing the quality and reach of our humanitarian mission. This kind of partnership is key to building a more humane and inclusive society for all in Montenegro.

I would also like to take this opportunity to thank the President of the Chamber of Economy of Montenegro, **Nina Drakić**, PhD, and her associates for their warm reception and open conversation, which confirmed that we have arrived at an institution that is ready, sincere, and committed to supporting our humanitarian work.



DANI PRIVREDNOG PRAVA U KOMORI

ZAKON O PRIVREDNIM DRUŠTVIMA: PREDNOSTI, IZAZOVI, OGRANIČENJA

Privredna komora Crne Gore, u saradnji sa Udruženjem pravnika Crne Gore, u okviru programa „Dani privrednog prava u Privrednoj komori“, organizovala je 25. februara događaj „Primjena novog Zakona o privrednim društvima: prednosti, izazovi, ograničenja“.

Cilj je bio da se ukaže na novine koje donosi novi Zakon, ali i obaveze društava kapitala u pogledu usaglašavanja njihove organizacije i unutrašnjeg uređenja sa novim zakonskim tekstom.

„Ovaj događaj predstavlja nastavak naše dugogodišnje i vrlo uspješne saradnje sa Udruženjem pravnika, koja se temelji na zajedničkom uvjerenju da je, stručan i kontinuiran dijalog između pravnih struka i poslovne zajednice jedan od ključnih preduslova za stabilan otvoren i održiv razvoj privrede“, poručio je u pozdravnoj riječi dr **Mladen**

Perazić, direktor Sektora za obrazovanje i kvalitet u Privrednoj komori.

On je istakao da Zakon o privrednim društvima spada među najznačajnije systemske zakone za funkcioniranje tržišne ekonomije. Naglasio je da on ne uređuje samo pitanja osnivanja i organizacije privrednih subjekata, već i ključne aspekte korporativnog upravljanja, odgovornosti organa društava, zaštite prava akcionara i članova, transparentnosti poslovanja i pravne sigurnosti.

Na kraju, poručio je da će Privredna komora Crne Gore će i ubuduće ostati otvorena platforma za ovakve inicijative, jer se samo kroz dijalog, saradnju i zajednički rad mogu kreirati rješenja koja su u interesu privrede i društva u cjelini.

Više o temi govorio je prof. dr **Branislav Radulović**, predsjednik Udruženja pravnika Crne Gore i profesor na Univerzitetu „Mediterran“ - Podgorica.



Zaključeno je da je kontinuiran dijalog između privrede, stručne javnosti i nadležnih institucija ključan za dosljednu i efikasnu primjenu novog zakonskog rješenja

On je istakao da je riječ o jednom od najsloženijih sistemskih propisa, koji se s pravom smatra „ustavom realnog sektora“, te da je njegovo donošenje bilo uslovljeno i obavezom implementacije sedam direktiva Evropske unije, što je omogućilo dobijanje pozitivnog mišljenja Evropske komisije. Naglasio je da je izmijenjeno više od 300 članova, zbog čega je bilo neminovno donošenje novog zakonskog teksta, kao i da zakon, iako u velikoj mjeri naslonjen na prethodno rješenje, donosi značajne novine posebno u dijelu registracije, upravljanja i odgovornosti organa društva.

„Ne možete da birate da li ćete primjenjivati zakon, stupio je na snagu i mora se primjenjivati. Pitanje je samo da li ćemo ga razumjeti kao administrativno opterećenje ili kao alat za veću pravnu sigurnost i uređeniji poslovni ambijent“, poručio je Radulović, ističući da je namjera zakonodavca da se olakša funkcionisanje privrednih društava, a ne da im se dodatno komplikuje poslovanje.

Poseban akcenat stavio je na praktičnu primjenu zakona, imajući u vidu da je stupio na snagu 1. januara, te da su privredna društva dužna da u zakonom propisanim rokovima izvrše usaglašavanje osnivačkih akata, statuta i registracionih podataka. Ukazano je da pojam registracije ne podrazumijeva samo osnivanje društva, već i svaku promjenu i brisanje podataka, te da je svaka izmjena organizacije ili poslovanja predmet registracije.

Radulović je govorio i o izazovima u primjeni, posebno u vezi sa funkcionisanjem Centralnog registra privrednih i drugih subjekata, odgovornošću nadležnog organa za provjeru podataka, kao i specifičnim pitanjima jednočlanih društava čiji su osnivači jedinice lokalne samo-

uprave. Osvrnuo se i na rokove za usaglašavanje, pitanja homogenizacije akcija kod akcionarskih društava, institute neaktivnog subjekta i prinudne likvidacije, kao i na novine koje se odnose na reviziju, organe upravljanja i terminološka usklađivanja poput uvođenja pojma „poslovno ime“.

Dodatno je naglašeno da novi zakon donosi veću normativnu preciznost u pogledu organa upravljanja, odgovornosti zakonskih zastupnika, kao i jasnije razgraničenje pojmova poput osnivača, člana društva i vlasnika, što je u praksi često stvaralo nedoumice. Istaknuto je i da će pojedina rješenja zahtijevati dodatna tumačenja i eventualna unapređenja kroz amandmane, te da je u narednom periodu ključno očuvati kontinuiran dijalog između privrede, stručne javnosti i nadležnih institucija.

Ocijenjeno da će uspješna primjena novog Zakona u velikoj mjeri zavisiti od efikasnosti administrativnih procedura i tehničke spremnosti institucija, posebno u dijelu registracije i obrade zahtjeva privrednih subjekata. Učesnici su saglasni da je, uz normativno unapređenje, neophodno obezbijediti i funkcionalnu podršku sistemu, kako bi se izbjegla pravna nesigurnost i zastoji u poslovanju, te kako bi zakon u praksi ostvario svoj osnovni cilj, odnosno stvaranje stabilnijeg, predvidivog i konkurentnog poslovnog ambijenta.

U diskusiji koja je uslijedila učesnici su otvorili niz konkretnih pitanja u vezi sa rokovima za usaglašavanje, obavezama prema registru i praktičnim dilemama u primjeni pojedinih odredbi. Zaključeno je da je kontinuiran dijalog između privrede, stručne javnosti i nadležnih institucija ključan za dosljednu i efikasnu primjenu novog zakonskog rješenja.

OKRUGLI STO U PRIVREDNOJ KOMORI

ZAKON O STRANCIMA MORA BITI PODSTICAJ, A NE PREPREKA RAZVOJU PRIVREDE



Privredna komora Crne Gore je 2. marta organizovala okrugli sto na temu „Zakon o strancima – izazovi u implementaciji“, sa ciljem da se predstavnici privrede detaljnije upoznaju sa ključnim odredbama i najvažnijim izmjenama novog zakonskog rješenja, te da u otvorenom dijalogu sa nadležnim institucijama dobiju odgovore na konkretna pitanja i dileme iz prakse.

Skup je okupio predstavnike relevantnih ministarstava i institucija, među kojima su bili predstavnici Ministarstva unutrašnjih poslova, Ministarstva rada, Ministarstva prosvjete, nauke i inovacija, Fonda za inovacije, kao i brojni privrednici iz različitih sektora.

Potpredsjednik Privredne komore **Dragan Kujović** istakao je da primjena Zakona o strancima nije samo administrativno pitanje, već važno razvojno i ekonomsko pitanje koje direktno utiče na investicije, zapošljavanje i ukupnu konkurentnost države.

„Crna Gora se danas suočava sa strukturnim nedostatkom radne snage, što je posebno izraženo u turizmu, ali i u drugim granama koje nose ekonomski razvoj. Naša ekonomija se transformiše i prilagođava novim globalnim tokovima, što zahtijeva fleksibilan i efikasan regulatorni okvir. Ukoliko želimo da budemo konkurentni u regionu i šire, moramo poslati jasnu poruku da je Crna Gora zemlja koja



štiti domaće interese, ali istovremeno razumije zakonitosti globalne ekonomije i aktivno se takmiči za investicije i talente. Kapital i visokokvalifikovani kadrovi biraju sredine koje nude pravnu sigurnost, predvidljiv regulatorni ambijent, efikasne i digitalizovane administrativne procedure, jasne rokove i potpunu transparentnost“, poručio je Kujović.

Predstavnik Ministarstva unutrašnjih poslova **Dragan Dašić** predstavio je razloge donošenja novog Zakona o strancima, ističući da je jedan od ključnih ciljeva njegovo usklađivanje sa direktivama Evropske unije, posebno u oblastima koje se odnose na vladavinu prava, migracije i slobodu kretanja radnika. Ukazao je i na potrebu otklanjanja uočenih nedostataka iz prethodnog perioda, kao i na suzbijanje zloupotreba koje su registrovane u praksi.

„Identifikovali smo više od hiljadu stranaca koji su registrovali firme bez stvarne poslovne aktivnosti, bez zaposlenih i bez fiskalnog prometa, što je bio jasan signal da je sistemu potrebna reforma. Moramo omogućiti privredi da zapošljava potrebnu radnu snagu, ali istovremeno spriječiti zloupotrebe boravka i dozvola“, istakao je on. Kazao je da su upravo u tom segmentu prepoznate određene zloupotrebe, zbog čega su uvedeni dodatni mehanizmi kontrole, uključujući obavezu dokazivanja izmirenih poreskih obaveza prilikom produženja dozvole, čija će se puna primjena realizovati od naredne godine.

Tokom diskusije pojašnjeno je da su pojedine odredbe odložene kako bi se privredi omogućio period prilagođavanja, posebno imajući u vidu predstojeću turističku sezonu. Naglašeno je da od početka primjene zakona nije

bilo odbijanja zahtjeva, te da nadležne institucije u prelaznom periodu nastoje da postupaju fleksibilno i u komunikaciji sa privredom.

Kada je riječ o boravku po osnovu vlasništva nad nepokretnostima, propisana je minimalna vrijednost nepokretnosti od 150 000 eura, dok lica koja su već stekla pravo boravka po ovom osnovu nastavljaju da produžavaju dozvole po ranijim pravilima, bez dodatnog dokazivanja vrijednosti. U Crnoj Gori trenutno boravi više hiljada stranaca po ovom osnovu, a zajedno sa članovima porodica taj broj je znatno veći. Istaknuto je da će se u narednom periodu dodatno razmatrati ovaj model, imajući u vidu iskustva pojedinih evropskih država koje su slične programe u međuvremenu ukinule ili značajno izmijenile.

U dijelu koji se odnosi na privremeni boravak i rad, pojednostavljeni su uslovi za određene kategorije stranaca. Sezonskim radnicima više se ne traži dokaz o nivou obrazovanja, a ista olakšica važi i za izvršne direktore, kod kojih se ne zahtijeva dokaz o formalnim kvalifikacijama niti pisana ponuda za zaposlenje. Kod klasičnog zapošljavanja propisano je da dozvola može trajati godinu dana uz mogućnost produženja, uz obavezno puno radno vrijeme.

Za izvršne direktore uvedena je obaveza da, prilikom produženja dozvole, dokažu da su u prethodnom periodu izmirili propisani iznos poreza i doprinosa, pri čemu će se ova obaveza primjenjivati od naredne godine. Od početka primjene zakona nijedan zahtjev nije odbijen, a prelazni period koristi se za prilagođavanje novim pravilima.

Propisano je i da poslodavac koji je dva puta pravosnažno kažnjen za ne-

zakonito zapošljavanje stranaca neće moći da angažuje strane radnike, s tim što je i ova odredba odložena do naredne godine kako bi se privredi ostavio prostor za usklađivanje. U praksi su, naime, evidentirane zloupotrebe, uključujući slučajeve da strani radnici nijesu prijavljivani u zakonskom roku, što je nametnulo potrebu za jačanjem kontrole i odgovornosti. Odložena je i primjena odredbe prema kojoj je stranac, prilikom promjene poslodavca, bio dužan da dostavi dokaz da su kod prethodnog poslodavca izmirene sve obaveze. Ova obaveza neće se primjenjivati retroaktivno, ali će ubuduće biti sastavni dio sistema kontrole.

Jedna od važnih izmjena odnosi se i na stalni boravak. Uvodi se obaveza poznavanja crnogorskog jezika, uz određene izuzetke, kao i obaveza dokazivanja izmirenih poreskih obaveza u Crnoj Gori. U praksi su zabilježeni slučajevi značajnih poreskih dugovanja, što je dodatno opravdalo potrebu za ovim rješenjem. Kod potvrde o prijavi rada do devedeset dana precizirano je da je poslodavac dužan da o tome obavijesti poreski organ, čime se dodatno jača sistem evidencije.

Nadležne institucije najavile su dodatne napore u pravcu ubrzanja procedura, posebno za velike poslodavce i tokom turističke sezone, kao i dalji razvoj sistema elektronskog podnošenja zahtjeva, što bi predstavljalo značajan iskorak u digitalizaciji.

U dijelu koji se odnosi na boravak po osnovu vlasništva nad nepokretnostima najavljeno je dodatno preciziranje kroz podzakonske akte, posebno kada je riječ o procjeni vrijednosti nepokretnosti i dokazivanju izmirenih poreskih obaveza.

Zaključeno je da je kontinuirani dijalog između institucija i privrede od ključnog značaja za uspješnu implementaciju Zakona o strancima. Privredna komora Crne Gore nastaviće da aktivno učestvuje u unapređenju regulatornog okvira, sa ciljem stvaranja stabilnog, predvidljivog i konkurentnog poslovnog ambijenta u Crnoj Gori.

Skup je moderirala **Sanja Marković**, sekretarka OU turizma i ugostiteljstva u PKCG.



**ANDREJA ŠUŠKAVČEVIĆ NOVOVIĆ,
DIREKTORICA ULJARE "ODIVA"**

DIVA MEĐU MASLINOVIM ULJIMA



Naša želja je da pokažemo da Crna Gora ne samo da može da parira velikim maslinarskim zemljama, već da u određenim segmentima može i da ih nadmaši



Maslinovo ulje odavno je simbol mediteranske tradicije, ali sve više postaje i znak savremenog preduzetništva i inovacije. Jedan od brendova koji posljednjih godina privlači pažnju ljubitelja vrhunskog ekstra djevičanskog ulja je crnogorska Odiva, proizvod koji je nastao iz porodične vizije da se domaće maslinarstvo podigne na najviši nivo. O tome kako je nastala Odiva, šta je čini „divom među uljima“, ali i sa kojim se izazovima suočavaju proizvođači u Crnoj Gori, razgovarali smo sa **Andrejom Šušakčević Novović**, direktoricom uljare “Odiva”.

Za početak, recite nam kako je nastala Odiva i šta Vas je inspirisalo da krenete u proizvodnju maslinovog ulja?

A.Šušakčević Novović: Odiva je nastala iz ljubavi, posvećenosti i vjerovanja da kvalitet nikad nije slučajnost, već rezultat dobro promišljenog i posvećenog rada.

Odiva ekstra djevičansko maslinovo ulje je stvarano s ljubavlju i iz želje da uvažimo sve ono što postoji u našoj tradiciji. Poštujući naslijeđe i postavljajući ga kao osnov, namjera nam je bila da stvorimo nešto savremeno, autentično i zaista posebno. Maslina je vjekovima simbol mediteranskog načina života. I Crna Gora, kao mediteranska zemlja nije izuzetak. Mi smo željeli da proizvedemo ulje po najvišim savremenim standardima koje će moći da stane rame uz rame sa italijanskim, grčkim, španskim...

Na prostoru koji se smatra jako povoljnim za uzgoj masline, trenutno imamo zasađenih preko 13.500 stabala, o kojima se vodi briga kroz spoj znanja, iskustva i moderne agronomije. Posebnu pažnju posvećujemo pravilnom tretiranju zemljišta, režimu obrade maslinjaka i načinu berbe, kako bi svako stablo imalo optimalne uslove za rast i razvoj, a kvalitet dobijenog ulja dostigao zlatni standard. Ovaj jedinstveni spoj klimatskih uslova i tehnoloških rješenja bio je presudan da se stvori nešto što će se izdvojiti na tržištu, a rezultat je porodičnog biznisa. Tako je rođena Odiva.

Naša vizija je u suštini bila jednostavna, ali i vrlo ambiciozna: pokazati da Crna Gora ne samo da može da parira velikim maslinarskim zemljama, već da u određenim segmentima može i da ih nadmaši. U tome za sada uspijevamo.

Riječ je o proizvodu koji objedinjuje emociju i nauku, lokalno i globalno, tradiciju i inovaciju.

Postigli smo da Odiva ima zaista autentičan ukus, koji je razlikuje od drugih ekstra djevičanskih maslinovih ulja jer je krajnja želja da se u njoj uživa.

“Odiva se opisuje kao ‘diva među domaćim uljima’. Šta smatrate ključem vrhunskog kvaliteta i autentičnog ukusa?”

A.Šušakčević Novović: Hvala vam što ste i vi prepoznali da Odiva nosi epitet „dive među maslinovim uljima“, što je kompliment koji smo dobili od jedne od najvjernijih konzumentkinja Odive iz Podgorice.

Ključ vrhunskog kvaliteta leži u potpunoj posvećenosti svakom detalju - od krošnje do stola. Masline beremo ručno, uz upotrebu tresaća i mreža koje štite i plod i drvo. Nakon toga plod u najmanjem mogućem vremenskom intervalu, od samo 15 minuta, odlazi u najsavremeniji mlin, u Odiva uljaru, i prolazi pažljiv proces pranja, mljevenja i hladnog cijedenja, dekanterskim centrifugalnim postupkom. Takav proces čuva antioksidanse, vitamine, polifenole i sve nutritivne vrijednosti koje se nalaze u najkvalitetnijem ekstra djevičanskom ulju.

Autentičan ukus dodatno proističe iz posebne mješavine triju sorti maslina: grčke Koroneiki i španskih Arbosana i Arbquina. Na taj način smo postigli balans između pikantnosti, punoće i bogate arome, što je poseban „recept“ koji smo razvijali s tehnolozima iz Italije i Španije.

Treći element kvaliteta je ambalaža. Odiva koristi savremenu tamnu staklenu ambalažu renomiranog italijanskog proizvođača, koja štiti ulje od svjetlosti i oksidacije. Pored estetske funkcije, ambalaža ima i važnu tehnološku ulogu, jer omogućava očuvanje senzorskih karakteristika tokom dužeg perioda.

Sve zajedno utiče na to da se Odiva s pravom izdvaja kao premium proizvod, koji nosi epitet „dive“. U krajnjem, to potvrđuje i niz nagrada za najbolje ekstra djevičanskog maslinovo ulje na nacionalnom i međunarodnom nivou, od zlatne medalje na Maslinijadi u Baru do prošlogodišnje zlatne medalje Ultra Premium EVOO nagrada na Međunarodnom takmičenju Dubai IOCC. Posebno smo ponosni i što je do sada Odiva u Crnu Goru donijela i zlatne medalje za ekstra djevičansko maslinovo ulje iz

IOOC Londona, Amsterdama, zatim Noćnjaka sa Raba iz Hrvatske, kao i srebrne medalje sa takmičenja EVO IOOC Italy i sa grčkog ATHENA International Olive Oil Competition, te Festivala maslina iz Zagreba.

Da li je i koliko zahtjevno danas u Crnoj Gori proizvesti vrhunsko maslinovo ulje? Koliko su važna međunarodna takmičenja i sertifikati?

A.Šušakčević Novović: Proizvesti vrhunsko maslinovo ulje u Crnoj Gori zahtijeva ogroman rad, disciplinu i stalno usavršavanje - od kontrole plodova do visokokvalitetne prerade. Maslinarstvo je proces u kojem svaki segment utiče na krajnji rezultat: pravilna rezidba, zaštita od bolesti, praćenje klimatskih uslova, optimalno vrijeme berbe, zatim brz transport plodova do uljare i stroga higijena tokom prerade.

Međunarodna takmičenja i sertifikati imaju višestruku važnost: oni potvrđuju kvalitet, jačaju povjerenje potrošača i otvaraju vrata novim tržištima. Istovremeno, predstavljaju i dodatnu obavezu da se standardi održavaju i unaprjeđuju iz godine u godinu.

Svaka nagrada sa međunarodnog takmičenja donijela nam je potvrdu da proizvodimo Odivu kao vrhunsko ulje, a istovremeno nam je otvorila i put za plasman Odive kao crnogorskog domaćeg maslinovog ulja širom Evrope i svijeta.

Koji su, po Vašem mišljenju, najveći problemi sa kojima se suočavaju mali i srednji proizvođači ulja u Crnoj Gori?

A.Šušakčević Novović: Mali i srednji proizvođači suočeni su sa brojnim izazovima koji utiču na njihove kapacitete, razvoj i konkurentnost na širem tržištu.

Najveći izazovi su mali obim proizvodnje, ograničeni resursi, visoki troškovi savremene opreme, kao i ograničene mogućnosti plasmana van lokalnog tržišta. Mnogi proizvođači se oslanjaju isključivo na sezonsku prodaju i lični angažman, što usporava širenje brenda. Takođe, mali proizvođači često se suočavaju sa nedovoljno razvijenom infrastrukturom i nedostatkom zajedničkih preradnih i distributivnih centara, što bi značajno poboljšalo konkurentnost.

Uvidjevši takvo stanje, učinili smo nešto što je u našoj moći i od prošle godine smo i vrata Odiva uljare otvorili za male proizvođače da svoje masline mogu preradivati na istom mjestu gdje se proizvodi i Odiva maslinovo ulje. Tako da, zahvaljujući najsavremenijoj opremi i striktnim higijenskim i operativnim uslovima, omogućujemo da dobiju najbolje iz svojih maslina.

Svaka nagrada sa međunarodnog takmičenja donijela nam je potvrdu da proizvodimo Odivu kao vrhunsko ulje, a istovremeno nam je otvorila i put za plasman Odive kao crnogorskog domaćeg maslinovog ulja širom Evrope i svijeta



Kontinuirana saradnja i povjerenje između proizvođača, naučnih institucija i nadležnih ministarstava ključna je za stvaranje stabilnog i konkurentnog sektora, koji bi mogao da odgovori zahtjevima savremenog tržišta

Da li smatrate da postoji dovoljna podrška države i stručnih institucija za razvoj maslinarstva?

A.Šušlavčević Novović: Maslinarstvo u Crnoj Gori ima potencijal da bude jedan od najprofitabilnijih i najprepoznatljivijih poljoprivrednih sektora, ali taj potencijal još uvijek nije u potpunosti iskorišćen. Iako postoje određeni programi podrške, poput IPARD fondova i edukativnih inicijativa, čiji smo i mi korisnici, proizvođači često ističu potrebu za sistemskom i dugoročnom strategijom razvoja.

Podrška bi trebalo da obuhvati ne samo finansijske subvencije, već i organizovanu promociju crnogorskih ulja na međunarodnim sajmovima i takmičenjima. Upravo takvi nastupi doprinose prepoznatljivosti zemlje kao proizvođača kvalitetnog maslinovog ulja.

Kontinuirana saradnja i povjerenje između proizvođača, naučnih institucija i nadležnih ministarstava ključna je za stvaranje stabilnog i konkurentnog sektora, koji bi mogao da odgovori zahtjevima savremenog tržišta.

Za sada se takva podrška u najvećoj mjeri ogleda kroz IPARD programe, ali i rad Privredne komore i Kuće masline, što predstavlja primjer kako se može, a iz toga svi zajedno vidimo koliko se može još bolje i više.

Kako mali proizvođači balansiraju između ulaganja u kvalitet i ekonomskih realnosti? I može li Crna Gora biti konkurentna velikim maslinarskim zemljama?

A.Šušlavčević Novović: Balans između ulaganja i ekonomskih realnosti predstavlja stalni izazov. Kvalitet zahtijeva savremenu opremu, stručni kadar i kontinuirano usavršavanje, što podrazumijeva visoke troškove. Međutim, premium segment tržišta pokazuje da potrošači počinju da prepoznaju i cijene vrhunski proizvod, te su spremni da za njega izdvoje onoliko koliko zaista vrijedi.

Crna Gora ima specifičnu prednost u vidu manjih, pažljivo kontrolisanih serija proizvodnje, koje omogućavaju potpunu posvećenost svakom detalju. Umjesto masovne proizvodnje, fokus treba da bude na autentičnosti. Potrošači danas traže proizvode sa pričom, porijeklom i karakterom, a to su vrijednosti koje domaći proizvođači mogu autentično ponuditi. Tako smo mi pristupili izgradnji brenda i proizvodva Odiva i do sada nam se pokazalo da imamo kvalitetne rezultate, ali i da i inspirišemo i druge kolege i kolegice iz ove industrije, što nam je posebno zadovoljstvo. Jer, samo zajedno, podstičući jedni druge možemo obezbijediti prepoznatljivost crnogorskog maslinovog ulja.

Odiva je dobitnik žiga "Dobro iz Crne Gore". Šta za Vas znači ovo priznanje?

A.Šušlavčević Novović: Dobijanje kolektivnog žiga „Dobro iz Crne Gore“, koji dodjeljuje Privredna komora Crne Gore, predstavlja jednu od najznačajnijih potvrda kvaliteta na domaćem tržištu i to od strane privrednika i struke istovremeno. Posebno nam je važno što dobijanjem žiga Dobro iz Crne Gore, garantuje se da proizvod ispunjava jasno definisane kriterijume u pogledu kvaliteta, porijekla i standarda proizvodnje.

Za Odivu, ovo priznanje ima i simboličnu i praktičnu vrijednost. Simbolično, jer potvrđuje da je prepoznata kao dio najboljeg što domaća proizvodnja nudi i da dostojno predstavlja crnogorsku tradiciju i znanje u proizvodnji maslinovog ulja. Praktično, jer potrošačima pruža dodatnu sigurnost pri izboru proizvoda, ulivajući povjerenje u njegovu autentičnost i dosljedan kvalitet.

Žig istovremeno nosi i odgovornost, odnosno obavezu da se kvalitet kontinuirano održava i unaprjeđuje, te da se standardi dosljedno poštuju u svakoj fazi proizvodnje, od uzgoja i prerade do finalnog pakovanja. Upravo ta posvećenost stalnom unaprjeđenju čini da ovo priznanje bude ne samo potvrda dosadašnjeg rada, već i podstrek za budući razvoj.

Kakvi su Vaši planovi za dalji razvoj? Da li planirate proširenje proizvodnje ili nove proizvode?

A.Šušlavčević Novović: Odiva planira nastavak proširenja svojih maslinjaka i obezbjeđivanje stabilnog prinosa kako bismo sačuvali osnovni postulat djelovanja - beskompromisni kvalitet i poštovanje standarda. Pored kvantitativnog rasta, fokus će ostati na unaprjeđenju kvaliteta, kroz dodatna ulaganja u savremenu tehnologiju i stručnu edukaciju.

Posebna pažnja biće posvećena i korišćenju izvoznih potencijala, sa čime smo već otpočeli, jer Odiva ima ambiciju da postane prepoznatljiv ambasador crnogorskog maslinarstva i van granica zemlje.

Cilj nije samo rast proizvodnje, već izgradnja dugoročno održivog brenda koji će predstavljati spoj tradicije, inovacije i vrhunskog kvaliteta, zbog čega ulazimo u novu fazu kreiranja premium ambalaža i pakovanja koja će pronositi priču o Odivi i omogućiti konzumiranje crnogorskog ekstra djevičanskog maslinovog ulja širom Crne Gore i svijeta.

**ANDREJA ŠUŠKAVČEVIĆ NOVOVIĆ,
DIRECTOR OF THE
"ODIVA" OIL MILL**



A DIVA AMONG OLIVE OILS

Olive oil has been a symbol of the Mediterranean tradition for a long time, but increasingly it is also becoming a sign of modern entrepreneurship and innovation. One of the brands that has been attracting the attention of extra virgin olive oil enthusiasts in recent years is the Montenegrin Odiva, a product created out of a family vision to raise domestic olive growing to the highest level.

The origins of Odiva, the qualities due to which it is considered "diva among oils" and the challenges faced by the Montenegrin producers were discussed by the director of the Odiva oil mill, Ms. **Andreja Šušlavčević Novović**.

First of all, we would appreciate if you could tell us the story behind Odiva's origins and the inspiration to begin your journey into producing olive oil?

A. Šušlavčević Novović: Odiva was born out of love, dedication, and the belief that quality is never a matter of chance, but the result of thoughtful and committed work.

Odiva extra virgin olive oil was made with devotion and a desire to show respect for everything that exists in our tradition. By respecting our heritage and setting it as a foundation, our intention was to create a product that is modern, authentic, and truly special. For centuries, the olive tree has been a symbol of the Mediterranean way of life, and Montenegro, as a Mediterranean country, is no exception. We wanted to produce oil according to the highest contemporary standards, which could stand shoulder to shoulder with Italian, Greek, and Spanish varieties.

In a region considered highly favourable for olive cultivation, we currently have over 13,500 trees, nurtured through a combination of

It is our ambition to present Montenegro not only as a country capable of competing with major olive countries, but also exceeding their achievements in certain areas



knowledge, experience, and modern agronomy. Special attention is given to proper soil management, olive grove maintenance, and harvesting techniques, ensuring that each tree enjoys optimal conditions for growth and development, while reaching a golden standard in terms of the oil quality. This unique combination of climatic conditions and technological expertise has been crucial for creating a product that stands out in the market, and represents the result of a family business. This is how Odiva was born.

Our vision was simple in essence, but highly ambitious as well: to present Montenegro not only as a country capable of competing with major olive countries, but even exceeding their achievements in certain areas. So far, we are succeeding in this endeavour.

Odiva is a product combining emotion and science, local and global, tradition and innovation.

We have ensured that Odiva possesses a truly authentic flavour, setting it apart from other extra virgin olive oils, since our highest aspiration is to bring pleasure with every taste.

“Odiva” is described as a diva among domestic olive oils. What do you consider to be the key to its exceptional quality and authentic flavour?”

A. Šušlavčević Novović: Thank you for recognizing Odiva as a diva among olive oils, a compliment we received from one of our most loyal consumers in Podgorica.

The key to exceptional quality lies in complete dedication to every detail -

from the grove to the dining table. The olives are handpicked, using shakers and nets which protect both fruit and tree. Then, within the shortest possible timeframe of 15 minutes, the olives are brought to the most contemporary Odiva oil mill, where they undergo a careful process of washing, crushing, and cold pressing through a decanter centrifugal method. This process preserves antioxidants, vitamins, polyphenols, and all the nutritional values existing in the finest extra virgin olive oil.

The authentic flavour is further enhanced by a special blend of three olive varieties: Greek Koroneiki and Spanish Arbosana and Arbequina. This way we achieved a perfect balance of spiciness, fullness, and rich aroma, which is a unique “recipe” developed in cooperation with technologists from Italy and Spain.

The third element of quality is the packaging. Odiva is filled in modern dark glass bottles from a renowned Italian manufacturer, which protect the oil from light and oxidation. Beyond aesthetics, the packaging has an important technological purpose, preserving sensory features over time.

All of this contributes to Odiva rightfully standing out as a premium product, deserving of the title “diva.” This distinction is confirmed by numerous awards for best extra virgin olive oil, both nationally and internationally, ranging from the gold medal at Maslinijada in Bar to last year’s Ultra Premium EVOO gold at the Dubai IOOC.

We are particularly proud of the gold medals Odiva also won at the IOOC competitions in London and Amsterdam, at the Noćnjak event in Rab, Croa-

tia, as well as of silver medals at the EVO IOOC Italy, the ATHENA International Olive Oil Competition in Greece, and the Olive Festival in Zagreb.

To what extent is producing premium olive oil in Montenegro demanding today? How important are international competitions and certifications?

A. Šušlavčević Novović: Producing top-quality olive oil in Montenegro requires immense effort, discipline, and constant refinement, from fruit inspection to high-standard processing. Olive cultivation is a process where every stage affects the final result: proper pruning, disease prevention, monitoring climatic conditions, optimal harvesting time, rapid transport of the fruit to the mill, and strict hygiene throughout processing.

International competitions and certificates hold enormous significance: they confirm the quality, strengthen consumer trust, and open doors to new markets. At the same time, they impose a continuous responsibility to maintain and elevate standards year after year.

Each award from an international competition has confirmed that Odiva is indeed a premium oil, while paving the way for Odiva to reach consumers across Europe and around the world as Montenegro’s homemade olive oil.

In your opinion, what are the biggest problems faced by the small and medium-sized oil producers in Montenegro?

A. Šušlavčević Novović: Small and medium-sized producers are facing numerous challenges, affecting their capacities, development, and competitiveness in the broader market.

The greatest challenges include small production volume, limited resources, high costs of modern equipment as well as limited opportunities for placement beyond local market. Many producers rely exclusively on seasonal sales and personal engagement, which affects the brand expansion. Small producers often face issues such as underdeveloped infrastructure and a lack of common processing and distribution centres, which would significantly improve their competitiveness.

Recognizing this situation, we acted within our means, and since last year, we have opened the doors of the Odiva mill to small producers, allowing them to process their olives in the same facility where Odiva olive oil is made. Thanks to the latest equipment and strict hygienic and operational conditions, we provided them with the opportunity to extract the best out of the olives.

Do you consider the support of the state and professional institutions to be sufficient for the development of olive growing?

A. Šušlavčević Novović: Olive growing in Montenegro holds a potential to become one of the most profitable and recognizable agricultural sectors, but this potential has not yet been utilized. Although there are certain support programs, such as the IPARD funds and educational initiatives—which we ourselves have benefited from—producers often emphasize the need for a systematic and long-term development strategy.

Support should encompass not only financial subsidies, but also organized promotion of Montenegrin oils at international fairs and competitions. Such presentations contribute to establishing the country’s recognition as a producer of high-quality olive oil.

Ongoing cooperation and confidence among producers, scientific institutions, and the relevant ministries are essential for creating a stable and competitive sector capable of meeting the demands of modern markets.

So far, this support has largely been reflected in IPARD programs, as well as the activities of the Chamber of Economy and the Olive House. These efforts serve as examples of what can be achieved, while also perceiving the joint potential for even greater progress and improvement.

How do small producers balance between investment in quality and economic real potentials? Does Montenegro have the capacity to compete with the world’s leading olive-producing countries?

A. Šušlavčević Novović: Balancing investment with economic real potentials is an ongoing challenge. Achieving high quality requires modern equipment, skilled personnel, and continuous education, which involve significant costs. However, the premium segment of the market shows consumers’ awareness of recognizing and appreciating the top products, and willingness to pay accordingly for their true value.

Montenegro enjoys a specific advantage through smaller, carefully controlled production batches, which allow complete attention to every detail. Instead of mass production, the focus should be on authenticity. Today’s consumers seek products with a story, origin, and character, and these are values that could be genuinely offered by local producers.

This is exactly the approach we have taken in creating the Odiva brand and its products. So far, it has yielded strong results, while also inspiring other colleagues in the industry, which gives us particular satisfaction. After all, it is only together, encouraging one another, that we can ensure the recognition of the Montenegrin olive oil.

Odiva has been awarded the Good from Montenegro trademark. What does this recognition mean to you?

A. Šušlavčević Novović: Receiving the collective *Good from Montenegro* trademark, granted by the Chamber of Economy of Montenegro, represents one of the most significant confirmations of quality on the domestic market, recognized by both the business community and experts at the same time. It is particularly meaningful to us, because this trademark guarantees that a product meets clearly defined criteria regarding quality, origin, and production standards.

For Odiva, this recognition carries both symbolic and practical value. Symbolically, it confirms Odiva being recognized as part of the best that the domestic production can offer and that it proudly represents Montenegrin tradition and expertise in olive oil production. In practical terms, it provides consumers with additional assurance when choosing a product,

instilling confidence in its authenticity and consistent quality.

The trademark also carries responsibility and the obligation to maintain and improve quality, ensuring that standards are consistently respected at every stage of production, from cultivation and processing to final packaging. This commitment to continuous improvement makes the recognition not only a confirmation of past achievements, but also an encouragement for future development.

What are your plans for further development? Do you intend to expand production or introduce new products?

A. Šušlavčević Novović: Odiva plans to continue expanding its olive groves and ensuring stable yields, in order to preserve our core principle, which entails uncompromising quality and adherence to standards. Beyond quantitative growth, our focus will remain on enhancing quality through additional investments in modern technology and professional education.

Special attention will also be given to utilizing export potential, a process we have already begun, as Odiva aspires to become a recognized ambassador of the Montenegrin olive growing beyond the country’s borders.

Our goal is not merely to increase production, but to build a long-term, sustainable brand which embodies tradition, innovation, and exceptional quality. This ambition has led us into a new phase of creating premium packaging, designed to tell the story of Odiva and to bring Montenegrin extra virgin olive oil to tables across Montenegro and around the world.





SJEDNICA ODBORA UDRUŽENJA TURIZMA I UGOSTITELJSTVA

ODRŽIV MODEL RAZVOJA TURIZMA ZA VEĆU KONKURENTNOST DESTINACIJE

Uaktuelnim globalnim okolnostima i izazovima važno je dodatno istaći Crnu Goru kao sigurnu i stabilnu turističku destinaciju. Upravo takav imidž predstavlja značajnu komparativnu prednost na međunarodnom tržištu, a kroz snažnije promotivne aktivnosti i koordinisan nastup institucija i turističke privrede treba dodatno valorizovati činjenicu da je Crna Gora bezbjedna, dostupna i atraktivna destinacija za odmor i putovanja. Ovo je poručeno sa sjednice Odbora turizma i ugostiteljstva Privredne komore, održanoj 9. marta, na kojoj su, između ostalog, razmotrene aktuelne teme važne za turističku privredu, sa posebnim fokusom na pripremu predstojeće turističke sezone, unapređenje promocije destinacije, kao i regulatorni okvir koji utiče na poslovanje sektora.

Sjednicu je vodio predsjednik Odbora **Ranko Jovović**, a u radu su učestvovali i popredsjednik Privredne komore, **Nikola Vujović**, sekretarka Odbora **Sanja Marković**, direktorica Direktorata za razvoj turističke desti-

nacije i strateško planiranje u Ministarstvu turizma, dr **Olivera Blagojević**, te brojni predstavnici Nacionalne i lokalnih turističkih organizacija.

Jovović je istakao da turizam u Crnoj Gori i dalje bilježi rast broja dolazaka, ali da taj rast ne prati i veća potrošnja turista, niti dužina njihovog boravka. On je ukazao i na izazove poput nedostatka radne snage, velike zavisnosti od nekoliko emitivnih tržišta i izražene sezonalnosti, ali i na potrebu jačanja hotelskih kapaciteta, boljeg marketinga i strateškog planiranja razvoja turizma. Dodao je da je za dugoročnu konkurentnost crnogorskog turizma potrebno unaprijediti poslovni ambijent i razmotriti fiskalne mjere koje bi podstakle razvoj sektora.

-Potrebno je preispitati visinu stope PDV-a na usluge u turizmu i druga fiskalna opterećenja, kao i uvesti stimulatívne poreske mjere za hotelski sektor, organizovane turističke usluge i održive investicije, kako bi se dodatno podstakle investicije, povećala konkurentnost

i smanjila siva ekonomija – poručio je Jovović. On je takođe naglasio značaj kontinuiranog dijaloga između turističke privrede i institucija, ističući da je zajedničko djelovanje neophodno kako bi se pravovremeno rješavali izazovi sa kojima se sektor suočava. Kako je naveo, privreda je spremna da aktivno doprinese inicijativama koje unapređuju turističku ponudu i konkurentnost Crne Gore na međunarodnom tržištu.

Sekretarka Odbora **Sanja Marković** predstavila je dosadašnje aktivnosti ovog odbora i plan rada za naredni period. Istakla je da će fokus rada biti na intenzivnijoj saradnji sa državnim institucijama, praćenju zakonskih rješenja i strateških dokumenata koji se odnose na turizam, kao i na promociji turističke privrede kroz učešće na sajmovima, konferencijama i stručnim skupovima. Najavila je i formiranje Grupacije za MICE turizam, koja će biti usmjerena na razvoj kongresnog i poslovnog turizma.

Predstavnica Nacionalne turističke organizacije, **Dužanka Pavićević** informisala je članove Odbora o planiranim promotivnim aktivnostima, naglašavajući da NTO nastavlja sa promocijom destinacije kroz digitalne kampanje, saradnju sa međunarodnim medijima i turističkom industrijom, kao i kroz učešće na međunarodnim sajmovima i poslovnim događajima. Ona je istakla dugogodišnji problem ograničenog budžeta NTO, koji ne omogućava intenzivnu promociju tokom cijele godine. Ipak, naglasila je da NTO konstantno nastoji da optimizuje resurse i aktivnosti kako bi destinacija Crna Gora bila što prisutnija na tržištima i privukla što više turista.

Predstavnica Ministarstva turizma, **Olivera Blagojević** detaljnije je informisala o aktivnostima na izradi strateških dokumenata u oblasti turizma. Kako je pojasnila, u toku je evaluacija prethodne strategije razvoja turizma, koja predstavlja neophodan korak za izradu nove strategije. Istakla je da se strateški dokumenti ne mogu donositi bez sveobuhvatne analize dosadašnjih rezultata i jasno definisanih razvojnih pravaca, te da je upravo zato pokrenut proces konsultacija i fokus grupa u koje je uključena i turistička

privreda. Blagojević je naglasila da je planirano donošenje nove strategije razvoja turizma za dugoročniji period, koja će definisati ključne razvojne pravce i prioritete turističkog sektora. Ona je pozvala predstavnike turističke privrede da aktivno učestvuju u konsultativnom procesu kako bi se obezbijedila što kvalitetnija analiza stanja i definisali realni razvojni ciljevi.

Takođe je ukazala na izazove sa kojima se turizam suočava usljed globalnih geopolitičkih okolnosti i promjena na međunarodnom turističkom tržištu. Prema njenim riječima, takve okolnosti zahtijevaju dodatnu fleksibilnost i koordinaciju svih aktera u sektoru turizma, ali ujedno predstavljaju i priliku da se Crna Gora dodatno pozicionira kao bezbjedna i atraktivna destinacija. Blagojević je podsjetila i na važnost stabilnog regulatornog okvira i strateškog planiranja u razvoju turizma, naglašavajući da je cilj Ministarstva da kroz strateška dokumenta, zakonska rješenja i razvojne programe stvori održiv model razvoja turizma koji će doprinijeti većoj konkurentnosti destinacije i dugoročnom razvoju turističke privrede.

Dragan Purko Ivančević, Mac Sun d.m.c. Montenegro ukazao je na potrebu pravovremenog reagovanja na promjene koje mogu imati direktan uticaj na turističku ponudu, posebno kada je riječ o organizaciji izletničkih programa. On je otvorio pitanje povećanja cijene angažovanja posebnih vozova, ističući da je riječ o važnom turističkom sadržaju koji je sastavni dio brojnih organizovanih izletničkih programa. Ukazao je na to da povećanje cijene ove usluge od 100% može imati direktan uticaj na ugovorene aranžmane sa turoperatorima, ali i na ukupnu konkurentnost turističke ponude.

Predstavnica Hotela Voco, **Ivana Gajović** ukazala je na potrebu da se u planiranju turističkih aktivnosti više pažnje posveti mogućim kriznim situacijama koje mogu uticati na turistički sektor, naglašavajući značaj pravovremenih marketinških aktivnosti i digitalnih kampanja. Istakla je i važnost da Podgorica, kao glavni grad, bude vidljivije zastupljena u Strategiji razvoja turizma.

Savo Martinović, hotel Maestral istakao je da turistička privreda često već unaprijed ugovara aranžmane sa partnerima iz inostranstva, zbog čega svaka naknadna promjena cijena ili uslova može dovesti do poteškoća u realizaciji ugovorenih programa. Naglasio je da je zato važno da se sve odluke koje mogu uticati na turističku ponudu donose uz pravovremene najave i konsultacije sa privredom, kako bi sektor mogao adekvatno planirati svoje poslovanje i zadržati konkurentnost na međunarodnom tržištu.

Direktor Turističke organizacije Ulcinj, **Čazim Hodžić** istakao je značaj unapređenja modela finansiranja promocije turizma i jačanja saradnje između lokalnih i nacionalne turističke organizacije, kako bi se zajednički realizovale promotivne aktivnosti i povećala vidljivost Crne Gore na međunarodnim tržištima.

Luka Bulatović, Explorer ukazao je na potrebu snažnije podrške nacionalnoj turističkoj organizaciji i boljeg koordinisanja promotivnih aktivnosti, naglašavajući da turistička privreda želi da bude partner u unapređenju promocije destinacije i organizaciji nastupa na međunarodnim sajmovima.

Direktor Turističke organizacije Prijestonice Cetinje **Nikola Jablan** istakao je značaj rješavanja konkretnih problema na lokalnom nivou koji utiču na turističku ponudu destinacija, ističući potrebu unapređenja infrastrukture i uslova za rad turističkih subjekata, posebno u turističkim zonama poput područja Skadarskog jezera i Rijeke Crnojevića. On je naglasio da je za razvoj tih destinacija važno obezbijediti stabilne uslove za poslovanje turističkih objekata, unaprijediti turističku signalizaciju i dodatno raditi na valorizaciji turističkih lokaliteta.

Na kraju, **Stefan Jovanović** iz Sektora za projekte u PKCG prezentovao je projekat MonteDIH, istakavši da je u toku Javni poziv za iskazivanje interesovanja za korišćenje usluga ovog crnogorskog evropskog digitalnog inovacionog haba. Kazao je da je poziv namijenjen mikro, malim i srednjim preduzećima koja žele da unaprijede poslovanje kroz digitalnu i zelenu transformaciju, stručne i besplatne usluge.



ŠPEDITERI

POTREBNO REDEFINISANJE REŽIMA SLOBODNIH ZONA LUKE BAR

Novom regulativom izlazimo u susret obavezama iz pregovaračkog procesa sa EU, njome se želi popraviti reputacija naše luke, uz onemogućavanje nelegalne trgovine, novčanih transakcija iz domena pranja novca i finansiranja terorizma, te plasiranja koji proizvoda koji narušavaju zdravlje ljudi i intelektualnu svojine

Odbor udruženja špeditera Privredne komore razmotrio je izazove u primjeni Zakona o slobodnim zonama sa fokusom na status privrednika koji tamo posluju

U uvodnoj riječi, predsjednik Odbora **Darko Globarević** je naglasio da su stupanjem na snagu novog Zakona o slobodnim zonama otvorena pitanja u vezi sa statusom i obavezama privrednih subjekata koji posluju u slobodnim zonama, naročito u dijelu koji se odnosi na obavezu posjedovanja korisničke licence za strane kompanije koje se bave isključivo trgovinom robe, bez obavljanja proizvodnje, obrade ili prerade.

„Nedoumice se posebno odnose na strane kompanije koje nisu registrovane u Crnoj Gori i u slobodnoj zoni ne obavljaju privrednu djelatnost u proizvodnom ili prerađivačkom smislu, već isključivo vrše trgovinu robom na veliko. Prema ocijeni privrednika, ukoliko bi i ove kompanije imale obavezu pribavljanja statusa korisnika slobodne zone, moglo bi doći do dodatnog administrativnog opterećenja, što bi se potencijalno odrazilo na obim robnih tokova i konkurentnost slobodne zone kao logističkog pravca”, naveo je Globarević.

Predstavnicu Ministarstva ekonomskog razvoja, **Jovana Krunic** istakla je da je Zakon o slobodnim zonama, koji je stupio na snagu 14. februara, usklađen sa međunarodnim standardima i obavezama iz procesa EU integracija, posebno u okviru Poglavlja 29. Cilj je jačanje carinskog nadzora, praćenje robe u realnom vremenu i suzbijanje nezakonite trgovine, uz smanjenje reputacionog rizika države. Najavila je donošenje tri podzakonska akta u roku od šest mjeseci i formiranje radne grupe, uz poziv privredi da aktivno učestvuje u njihovoj izradi kako bi se kroz pravilnike precizirala tehnička pitanja i omogućila efikasna primjena zakona.

Novom regulativom izlazimo u susret obavezama iz pregovaračkog procesa sa EU, njome se želi popraviti reputacija naše luke, uz onemogućavanje nelegalne trgovine, novčanih transakcija iz domena pranja novca i finansiranja terorizma, te plasiranja proizvoda koji narušavaju zdravlje ljudi i intelektualnu svojine, istakla je Krunic.

Mašan Lekić, šef carinske ispostave Slobodna zona Bar poručio je da zakon jeste restriktivan, ali da mu cilj nije usporavanje privrede, već sprječavanje nelegalne trgovine, fantomskih

kompanija, pranja novca i finansiranja terorizma. Kao moguće rješenje predložio je redefinisane obuhvata slobodne zone, kako bi se sačuvala privredna aktivnost, uz istovremeno jačanje kontrole i transparentnosti.

Naglašeno je da je slobodna zona uspostavljena 2005. godine u drugačijem institucionalnom ambijentu, te da su kasnije izmjene zakona dovele do preplitanja nadležnosti između propisa o lukama i slobodnim zonama. Ukazano je da već postoji lučki evidencioni sistem koji bi mogao biti osnova za jedinstveno praćenje robe, ali da su za njegovu punu primjenu potrebne tehničke dorade i dodatna ulaganja.

Predstavnici Luke Bar, Ministarstva ekonomskog razvoja i Uprave carina saglasni su da novi zakonski okvir donosi značajne promjene, ali i da je kroz dijalog i podzakonska rješenja potrebno obezbijediti njegovu održivu primjenu. Zajednička poruka institucija je da zakon nije usmjeren protiv poslovanja, već protiv zloupotreba, te da se kroz partnerski pristup mora pronaći model koji će obezbijediti i zakonitost i stabilnost rada Luke Bar.

Predstavnici logističke privrede istakli su da novi zakonodavni okvir za slobodne zone može negativno uticati na konkurentnost barske luke, kao i to da se Slobodna zona ne koristi za proizvodne i prerađivačke djelatnosti jer ne nudi benefite korisnicima.

Privrednici smatraju da slobodne zone treba otvoriti na drugim područjima i obezbijediti njihovu punu funkcionalnost da Luka Bar ne posluje primarno za potrebe domaćeg tržišta, već da je više od 90 odsto robe koja pristiže u luku namijenjeno tranzitu. Upravo zato smatraju da tranzitni promet treba izuzeti iz važeće regulative, kako bi se sačuvala konkurentnost i stabilnost poslovanja. Predstavnici države ukazuju na mogućnost redefinisane obuhvata barske slobodne zone i pozivaju predstavnike špeditera da učestvuju u kreiranju podzakonskih akata kojima će biti uređena sva sporna pitanja implementacije Zakona.

Logistički proizvod Crne Gore ima potencijal da se pozicionira na regionalnom tržištu, da je više od 3.000 radnih mjesta direktno vezano za



funkcionisanje ovog sistema, istakli su predstavnici privrede. Dodatno su naglasili potrebu formiranja logističkog koridora Bar–Beograd–Budimpešta, odnosno pravca koji bi preko Crne Gore povezo region sa Zapadnom Evropom, čime bi se ojačala strateška pozicija države na transportnoj mapi. Predloženo je i da se sve otvorene dileme objedine u jedinstvenu inicijativu koja bi bila upućena Ministarstvu ekonomskog razvoja (MER), sa ciljem redefinisane slobodnih zona (SZ) i pronalaznja održivog rješenja.

Posebno su ukazali na problem potpune zabrane tranzita cigareta, uvedene u cilju suzbijanja nelegalne trgovine, što je, prema njihovim riječima, dovelo do odvratanja velikih klijenata poput Philip Morris International od korišćenja Luke Bar. Zaključak privrednika je da je neophodno učiniti sve kako bi se ova kompanija ponovo vratila barskoj luci i time doprinijela stabilnosti i rastu logističkog sektora.

U nastavku sjednice, predstavljen je rad Radne grupe povodom inicijative nosilaca carinskih terminala za uvećanje cijena usluga parkinga na kamionskim terminalima koju je imenovao Odbor. Ukazano je da su predstavnici terminala obrazložili da cijene nisu mijenjane duži niz godina, uprkos rastu troškova poslovanja i inflaciji, te da je povećanje neophodno radi očuvanja održivosti poslovanja, redovnog održavanja postojećeg nivoa usluga i realizacije planiranih

investicija u infrastrukturu. Predstavnici transportnih kompanija, na sastancima radne grupe, istakli su da je neophodno kontinuirano unapređivati infrastrukturu i kvalitet usluga, navodeći da i dalje postoje određeni nedostaci. Ipak, nakon razgovora u okviru radne grupe, ocijenili su da predloženo povećanje cijena, imajući u vidu period u kojem nisu mijenjane i rast troškova, ne smatraju direktnim nametom prevoznicima, ali nisu željeli da zauzmu jedinstven stav u ime cijele grane privrede. Na sastancima radne grupe, zaključeno je i da transportne kompanije nisu ugovorne strane u odnosima na osnovu kojih se primjenjuju predmetne cijene, već da su to nosioci carinskih terminala i Uprava carina. Stav nosilaca terminala ostao je nepromijenjen, te će o zahtjevu i zaključcima radne grupe zvanično informisati Upravu carina.

Na kraju, direktorica Sektora za projekte u PKCG, **Tanja Radusinović** predstavila je projekat MontEDIH, koji Privredna komora Crne Gore implementira kao dio mreže evropskih digitalnih inovacionih hubova. Projekat ima za cilj pružanje sveobuhvatne podrške privredi u procesu digitalne i zelene transformacije, kao i ukupnog unapređenja poslovanja. MontEDIH nudi set besplatnih usluga za privredne subjekte, uključujući testiranje prije investiranja, savjetodavne usluge, obuke i podršku u pristupu finansiranju.



METALURGIJA I METALOPRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA PODRŠKA INVESTICIJAMA, DIGITALIZACIJI I INTERNACIONALIZACIJI U SEKTORU

Program predviđa podršku za nabavku nove proizvodne opreme, uključujući CNC mašine, industrijske mašine i specijalizovane alate, kao i ulaganja u modernizaciju i automatizaciju proizvodnih procesa

Na sjednici Odbora udruženja metalurgije i metaloprerađivačke industrije razmotrene su aktuelne teme od značaja za poslovanje kompanija iz ovog sektora, kao i programi podrške i razvojni projekti namijenjeni privredi.

Kurpejović je predstavio programe podrške privredi, ističući da je program za tekuću godinu u završnoj fazi pripreme i da se njegovo usvajanje očekuje do kraja marta. Ukupan budžet programa planiran je u iznosu od 1,35 miliona eura, što predstavlja povećanje u odnosu na prethodnu godinu. Program obuhvata

više programskih linija usmjerenih na podršku ključnim investicijama, manjim ulaganjima i mikro investicijama, sa ciljem unapređenja proizvodnje, modernizacije opreme i jačanja konkurentnosti domaćih preduzeća. Posebni podsticaji predviđeni su za kompanije iz manje razvijenih opština, kao i za preduzeća u vlasništvu žena i mladih. On je takođe istakao da program predviđa podršku za nabavku nove proizvodne opreme, uključujući CNC mašine, industrijske mašine i specijalizovane alate, kao i ulaganja u modernizaciju i automatizaciju proizvodnih procesa, što je od posebnog

značaja za kompanije iz sektora metalurgije i metaloprerađivačke industrije.

U diskusiji je istaknuta važnost ovakvih programa za razvoj proizvodnih djelatnosti, uz sugestije privrednika da se u budućnosti razmotri dodatno povećanje raspoloživih sredstava i pojednostavljenje administrativnih procedura.

U okviru aktivnosti promocije zaštite prava intelektualne svojine, na sjednici je predstavljen projekat „Dobro iz Crne Gore“, koji je prezentovala predstavnica Privredne komore, **Marga Koković**. Ona je govorila o procedurama za obilježavanje proizvoda i usluga ovim žigom, kao i svim benefitima koji on donosi. Riječ je o projektu čiji je cilj afirmacija kvalitetnih domaćih proizvoda i usluga, koje kroz žig garantuju kvalitet i doprinose jačanju prepoznatljivosti crnogorske privrede na domaćem i međunarodnom tržištu. Kolektivni žig „Dobro iz Crne Gore“ predstavlja primjer industrijske svojine i važan je instrument zaštite domaćih proizvoda i usluga koji ispunjavaju visoke standarde kvaliteta. Kao takav, ovaj žig doprinosi prepoznatljivosti crnogorskih proizvoda na domaćem i međunarodnom tržištu, podstiče konkurentnost i jača povjerenje potrošača.

Takođe je prezentovan projekat MONTE-DIH – Evropski digitalni inovacioni hub u Crnoj Gori, koji je predstavila direktorica Sektora za projekte u PKCG, **Tanja Radusi-nović**. Ona je kazala da je projekat sufinansiran sredstvima Evropske unije kroz program Digital Europe, a traje 48 mjeseci i ima budžet od gotovo dva miliona eura. Usmjeren je na podršku digitalnoj transformaciji privrede i javnog sektora, kroz savjetodavne usluge, testiranje digitalnih tehnologija i jačanje inovacionih kapaciteta kompanija. Kroz ovaj projekat kompanijama su dostupne različite usluge podrške, uključujući savjetovanje u oblasti digitalne transformacije, testiranje i primjenu novih digitalnih tehnologija prije ulaganja, razvoj inovacionih rješenja, kao i programe edukacije i jačanja digitalnih vještina zaposlenih. Poseban fokus projekta je na malim i srednjim preduzećima, kojima se nastoji olakšati pristup savremenim tehnologijama i inovacionim rješenjima koja doprinose povećanju produktivnosti i konkurentnosti.

Članovi Odbora upoznati su i sa Programom sajamskih aktivnosti Privredne komore Crne Gore za 2026. godinu, koji ima za cilj promociju domaće privrede i jačanje međunarodne poslovne saradnje kroz učešće na relevantnim regionalnim i međunarodnim sajmo-



vima, a prezentovao ga je direktor Sektora za međunarodnu saradnju u PKCG, **Dušan Radonjić**. On je istakao da ovaj sektor kroz brojne aktivnosti tokom godine nastoji da doprinese jačanju međunarodnih poslovnih veza, promociji crnogorskih kompanija na inostranim tržištima i stvaranju novih poslovnih prilika za domaću privredu. Naglasio je da, u okviru planiranih aktivnosti, Privredna komora organizuje posjete i učešće na 8 do 12 reprezentativnih međunarodnih sajmova u različitim sektorima industrije koji se održavaju širom Evrope i šire. Kao jedan od značajnijih događaja najavio je učešće na međunarodnom sajmu Maktek Eurasia 2026, koji će biti održan od 28. septembra do 3. oktobra u Turskoj. Riječ je o jednom od najznačajnijih sajmova u oblasti metalurgije, mašinske industrije, alata, automatizacije i pratećih industrijskih rješenja, koji predstavlja dobru priliku za predstavljanje kompanija iz ovog sektora.

Radonjić je pozvao sve članove Odbora da aktivnije učestvuju u predlaganju sajmova i međunarodnih događaja koji su za njih relevantni, kako bi plan aktivnosti u narednom periodu bio dodatno prilagođen potrebama privrede.

Danijela Grbin, Adria savjetovanje predstavila je finansijske mogućnosti koje nude EU fondovi, unaprjeđujući rast i razvoj kompanija i institucija, kao i kreiranje komunikacionih strategija za uspješnu prezentaciju projekata.

Na kraju, razmotren je i usvojen Izvještaj o radu Odbora za 2025. godinu.

Kolektivni žig „Dobro iz Crne Gore“ predstavlja primjer industrijske svojine i važan je instrument zaštite domaćih proizvoda i usluga koji ispunjavaju visoke standarde kvaliteta

SASTANAK GRUPACIJE DISTRIBUTERA NAFTE I NAFTNIH DERIVATA USPOSTAVITI MODEL PRIVREMENOG FORMIRANJA CIJENA GORIVA

Kako bi se odgovorilo trenutnoj, sve izazovnijoj situaciji u snabdijevanju tržišta gorivom, Grupacija distributera nafte i naftnih derivata Privredne komore Crne Gore pozvala je sa sastanka održanog 9. marta na hitno formiranje radnog tijela predstavnika Ministarstva energetike, Ministarstva finansija,



Uprave carina i distributera, kako bi se urgentno uspostavio model privremenog formiranja cijena goriva usklađen sa njihovim dnevnim rastom na svjetskom nivou.

Nabavne cijene nafte i naftnih derivata na međunarodnom tržištu, usljed ratnih operacija u Persijskom zalivu, značajno su iznad maksimalnih maloprodajnih koje su propisane važećom Uredbom u Crnoj Gori. Razlika između nabavnih i prodajnih cijena se sve više povećava, kreirajući finansijske gubitke za kompanije i poremećaje u lancima snabdijevanja.

U takvim uslovima, privrednici su sa sastanka održanog 9. marta poručili da je situacija neodrživa, a nabavke goriva nijesu isplative, jer u produženom trajanju ugrožavaju egzistenciju kompanija.

Smatraju da se situacija može razriješiti u partnerskom odnosu privrede i Vlade, te zajedničkom iznalaženju rješenja koje bi omogućilo nesmetano snabdijevanje domaćeg tržišta gorivom, na dobrobit cjelokupne privrede i građana.

KAKO DO EFIKASNIJIH GRANIČNIH PRELAZA



U organizaciji Transportne zajednice, predstavnici carine, granične policije, Ministarstva saobraćaja i privrednih komora tri regionalna partnera Albanije, Kosova i Crne Gore sastali su se u Skadru 23. i 24. februara, kako bi se fokusirali na brže, jednostavnije i efikasnije granične prelaze za ljude i preduzeća.

„Radeći na zajedničkim graničnim kontrolama, boljoj koordinaciji između agencija i pametnijem korišćenju infrastrukture i digitalnih alata, region preduzima praktične korake za smanjenje vremena čekanja i poboljšanje svakodnevnih putovanja i trgovine”, ocijenjeno je na sastanku.

Učesnici su takođe posetili prelaze Božaj/Hani Gotit i Morina/Vermica, videvši iz prve ruke kako saradnj država i zajednička kontrola može smanjiti kašnjenja.



STRATEGIJA – KREIRANJE KONKURENTSKE PREDNOSTI

Privredna komora Crne Gore, u saradnji sa Elite Academy Balkans, organizovala je 17. marta seminar „Strategija – Kreiranje konkurentske prednosti”.

Više o temi govorili su **Milorad Pavićević**, ekonomista sa Univerziteta u Ženevi i osnivač Elite Academy Balkans i **Milan Milinković**, osnivač agencije Magsistem i poslovni konsultant.

Kroz dinamično i interaktivno predavanje, učesnici su imali priliku da se upoznaju sa savremenim pristupima kreiranju konkurentske prednosti, ali i da kroz konkretne primjere iz prakse sagledaju kako teorijski modeli funkcionišu u realnom poslovnom okruženju.

Predavači su posebno naglasili da strategija treba da bude jasan skup odluka koje određuju pravac razvoja kompanije.

„Strategija je jasna odluka gdje pobjeđuješ i kako pobjeđuješ, ali i šta svjesno odlučuješ da ne radiš”, istakli su oni.

Poseban segment predavanja bio je posvećen praktičnim alatima za strateško planiranje, uključujući modele koji pomažu kompanijama da definišu svoju vrijednost, unaprijede interne procese i usklade svakodnevne aktivnosti sa

dugoročnim ciljevima. Kroz ove alate, učesnici su mogli da sagledaju gdje nastaje stvarna konkurentska prednost, u fokusu, dosljednosti i jasno definisanim prioritetima.

Govoreći o najčešćim greškama u poslovanju, predavači su istakli da mala i srednja preduzeća često upadaju u zamku širenja ponude i spuštanja cijena, čime dugoročno narušavaju svoju tržišnu poziciju. Umjesto toga, preporučeno je fokus na segmente koji donose najveću vrijednost i profitabilnost.

„Strategija bez odricanja je samo spisak želja. Hrabrost da se odrekneš dijela prometa koji ne donosi profit – to je suština strateškog razmišljanja”, poručili su predavači, dodajući da upravo takve odluke omogućavaju kompanijama da efikasnije koriste resurse i grade održiv rast.

Kroz konkretne primjere i simulacije poslovanja, pokazano je da fokus na najprofitabilnije segmente može dovesti do značajnog povećanja dobiti, čak i u situacijama kada dolazi do smanjenja ukupnog prihoda. Ovaj pristup, kako je naglašeno, predstavlja jedan od ključnih koraka ka dugoročno održivom i stabilnom poslovanju.

ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO

JAČATI KONKURENTNOST, REGIONALNU RAVNOMJERNOST I ODRŽIVOST



ženska preduzeća zapošljavaju 20,67% ukupnog broja zaposlenih i ostvaruju 16,91% ukupnih prihoda u Crnoj Gori

Na sjednici Koordinacionog odbora za žensko preduzetništvo održanoj 2. marta razmatrane su ključne analize, programi podrške i aktuelni EU projekti od značaja za razvoj ženskog preduzetništva u Crnoj Gori.

Sjednicu je vodila predsjednica Odbora, **Jasna Pejović**.

Ratko Nikolić, glavni analitičar TBM i osnivač BI Consultinga predstavio je rezultate analize poslovanja ženskih preduzeća za 2024. godinu, izrađene u okviru projekta Top Women Business Montenegro. Istakao je da je, uprkos ukupnom padu broja predatih finansijskih izvještaja na nivou države, zabilježen rast broja ženskih preduzeća.

-U trenutku presjeka analizirano je oko 35.500 finansijskih izvještaja, što je za oko 700 manje

u odnosu na prethodnu godinu. Međutim, broj ženskih preduzeća porastao je za 1.300, čime je njihov udio prvi put premašio 25% i dostigao 26,22% ukupnog broja preduzeća u Crnoj Gori (9.312 preduzeća) – naveo je on.

Prema njegovim riječima, ženska preduzeća zapošljavaju 20,67% ukupnog broja zaposlenih i ostvaruju 16,91% ukupnih prihoda u Crnoj Gori. Iako je njihov udio u prihodima manji od udjela u ukupnom broju preduzeća, ova preduzeća su dominantno mikro i mala, dok je broj velikih preduzeća u vlasništvu žena zanemarljiv. Prema strukturi djelatnosti, trgovina je i dalje najzastupljenija, dok se na drugom mjestu nalazi građevinarstvo, uz značajno prisustvo stručnih, naučnih i tehničkih djelatnosti, kao i usluga vezanih za turizam i smještaj. Regionalno posmatrano, najveći broj ženskih preduzeća nalazi se u centralnoj regiji

(Podgorica, Nikšić, Cetinje), zatim u južnoj, dok je najmanje zastupljen sjever. Zabilježen je rast udjela južne regije za 1,4%, dok je učešće ostalih regija blago smanjeno.

Ana Šebek, Ministarstvo ekonomskog razvoja predstavila je rodnu analizu Programa za unapređenje konkurentnosti privrede, koji Ministarstvo sprovodi već osam godina.

-U 2025. godini realizovane su tri programske linije finansijske i nefinansijske podrške. Ukupno je 39 preduzeća u većinskom vlasništvu žena dobilo podršku kroz posebnu programsku liniju za žensko preduzetništvo, u ukupnom iznosu od preko 527.000 eura, uz prosječnu podršku od 13.531 euro po preduzeću. Sva podržana preduzeća dobila su i mentorsku podršku – navela je ona.

Kroz druge programske linije (unapređenje proizvodnih kapaciteta i proizvodnja medicinske opreme), dodatno su podržana preduzeća u većinskom vlasništvu žena, pri čemu je ukupna vrijednost dodijeljenih sredstava ženama po svim linijama bila blizu 900.000 eura – što predstavlja najveći iznos do sada. Zabilježen je i rekordan broj prijavi, sa preko 58% odobrenih aplikacija u vlasništvu žena, dok je udio odobrenih sredstava za preduzeća u vlasništvu žena iznosio 29,7%.

Na kraju, kazala je da se novi poziv u okviru Programa očekuje početkom aprila, te pozvala sve preduzetnice pozvane da prate objave i aktivno apliciraju.

Sekretarka Odbora, **Ana Filipović** predstavila je analizu lokalnih programa podrške za 2025. godinu.

Ona je kazala da je ukupno 25 opština (68% svih opština u Crnoj Gori) razvilo neki oblik finansijske podrške ženama preduzetnicama.

-Dodijeljeno je ukupno 691.215,95 eura kroz 220 bespovratnih grantova, što predstavlja značajnu podršku lokalnom ekonomskom razvoju i jačanju preduzetničkog ekosistema – istakla je Filipović.

Ona je kazala da su sve opštine u primorskom i centralnom regionu dodjeljivale grantove, dok je na sjeveru podršku imalo pet opština. Najveća sredstva izdvojile su opštine Bar i Budva (po 100.000 eura), zatim Podgorica, Herceg Novi, Kotor i Prijestonica Cetinje (po 50.000 eura). Prosječan iznos podrške u 2024. godini bio najveći u odnosu na prethodne godine, dok je u 2025. godini došlo do blagog smanjenja pojedinačnih grantova uz veći broj korisnika. Posebno je istakla da su opštine Berane, Bijelo Polje i Pljevlja organizovale sajmove posvećene ženama preduzetnicama,

pružajući nefinansijsku podršku kroz promociju i umrežavanje.

Zaključeno je da je neophodno raditi na stabilnim budžetskim linijama, ravnomjernijoj regionalnoj podršci i kombinovanim modelima podrške koji uključuju mentorstvo, obuke i edukaciju o pristupu finansijskim izvorima.

Tokom diskusije ukazano je na izazove sa kojima se suočava sektor ženskog preduzetništva, uključujući rast zaposlenosti u javnoj upravi, koja predstavlja snažnu konkurenciju privatnom sektoru. Istaknuto je da ženska preduzeća, uprkos rastu, i dalje generišu oko 16% ukupnih prihoda, što ukazuje na potrebu dodatnih sistemskih mjera za jačanje njihove konkurentnosti i održivosti.

Na sjednici su takođe predstavljene aktuelni projekti finansirani kroz Interreg program, u okviru projekta EmBRACE, koji za cilj ima podsticanje rasta i konkurentnosti mikro i malih preduzeća u pograničnim područjima.

Projekat „Scan-HEALTH“ kompanije M.A.S. CODE, koji se odnosi na razvoj inovativnih usluga za olakšavanje kupovine prehrambenih proizvoda osobama sa posebnim dijetetskim potrebama, predstavila je **Ljubica Bukarica**.

Projekat „Adriatic & Beyond“ kompanije Montenegro Adventures koji se fokusira na izgradnju kapaciteta kroz zajedničko stvaranje i marketing održivih turističkih ruta koje ističu kulturne, istorijske i prirodne atrakcije predstavila je **Slavica Vukčević**.

Sekretarka Odbora ICT u Privrednoj komori Crne Gore, **Nada Rakočević**, predstavila je projekat MonteDIH, istakavši da je u toku Javni poziv za iskazivanje interesovanja za korišćenje usluga ovog crnogorskog evropskog digitalnog inovacionog haba. Kazala je da je poziv namijenjen mikro, malim i srednjim preduzećima koja žele da unaprijede poslovanje kroz digitalnu i zelenu transformaciju, stručne i besplatne usluge. Navala je da je riječ o projektu od strateške važnosti za digitalnu transformaciju i razvoj inovacija u malim i srednjim preduzećima i javnoj upravi, koji omogućava lakši pristup inovativnim i digitalnim alatima, znanju i ekspertizi iz različitih oblasti, a što će doprinijeti jačanju konkurentnosti, produktivnosti i održivosti crnogorske ekonomije, kao i efikasnosti javne uprave.

Na kraju, zaključeno je da, uprkos vidljivom rastu broja ženskih preduzeća i povećanju iznosa podrške, predstoji dalji rad na jačanju konkurentnosti, regionalne ravnomjernosti i održivosti ženskog preduzetništva, kroz sinergiju državnih, lokalnih i evropskih programa podrške.

Uprkos vidljivom rastu broja ženskih preduzeća i povećanju iznosa podrške, predstoji dalji rad na jačanju konkurentnosti, regionalne ravnomjernosti i održivosti ženskog preduzetništva, kroz sinergiju državnih, lokalnih i evropskih programa podrške



MARINA ČUPIĆ, IZVRŠNA DIREKTORICA STARTAPA SOLUTARIA SOFI SOVA – KADA IGRA POSTAJE PODRŠKA RAZVOJU GOVORA

U vremenu kada se često govori o negativnom uticaju digitalnih sadržaja na djecu, pojedine inovacije pokazuju da tehnologija može biti i vrijedan saveznik u učenju i razvoju. Jedna od takvih je aplikacija *Sofi Sova*, nastala u okviru crnogorskog start-upa Solutaria. Inspirisana ličnim roditeljskim iskustvom i potrebom za dodatnom podrškom djece u razvoju govora, ova aplikacija danas okuplja više od 15.000 korisnika i prepoznata je i na međunarodnom nivou kroz nagradu Zero Project Award. U razgovoru za Glasnik, izvršna direktorica startapa Solutaria, **Marina Čupić** govori o nastanku ideje, razvoju aplikacije, značaju multidisciplinarnog tima i planovima za dalji razvoj ovog rješenja.

Kako je nastala ideja za aplikaciju Sofi Sova i šta Vas je motivisalo da pokrenete ovakav projekat?

M. Čupić: Ideja za logopedsku igricu Sofi Sova nastala je iz mog ličnog iskustva kao roditelja. Kada su moja djeca počela ići kod logopeda, shvatila sam koliko je važna svakodnevna podrška kod kuće i koliko igra može učiniti proces učenja lakšim i zanimljivijim. Kao roditelj vjerujem da djeca najbolje uče upravo kroz igru.

U isto vrijeme postala sam svjesna i jednog šireg problema – nedostatka logopeda i neravnomjerne dostupnosti stručne pomoći. To me motivisalo da osmislimo rješenje koje će djeci omogućiti ranu podršku u razvoju govora, a roditeljima i stručnjacima pružiti dodatni alat za rad. Tako je nastala aplikacija Sofi Sova, koju danas koristi više od 15 hiljada korisnika.

S obzirom na to da „Sofi Sova“ spaja tehnologiju, edukaciju i logopediju – koliko je bilo izazovno okupiti multidisciplinarni tim i pretvoriti ideju u funkcionalnu aplikaciju?

M. Čupić: Okupiti multidisciplinarni tim bio je izazov, ali i jedna od najuzbudljivijih faza projekta. Bilo je važno stvoriti zajednički jezik i razumijevanje između različitih disciplina kako bismo ideju pretvorili u alat koji je zaista koristan i siguran za djecu.

Posebno mi je bilo važno da sačuvamo osnovnu ideju - da aplikacija pomaže djeci u razvoju govora, da nema negativan uticaj i da istovremeno bude zabavna i privlačna. To je značilo uskladiti stručna znanja logopeda, psihologa i tehnološkog tima kako bismo zajedno stvorili kvalitetan proizvod.

Na kraju, vjerujem da nas je upravo zajednička motivacija – ljubav prema djeci i želja da im pružimo podršku - održala kao tim i dovela do aplikacije na koju smo svi ponosni.

Aplikacija je osvojila prestižnu međunarodnu nagradu Zero Project Award. Šta ta nagrada znači za Vas lično, ali i za inovacionu scenu u Crnoj Gori?

M. Čupić: Međunarodno priznanje poput Zero Project Award nagrade za nas je potvrda vrijednosti koju svakodnevno osjećamo kroz reakcije djece, roditelja i stručnjaka. Posebno nam znači jer dolazi sa veoma relevantne međunarodne adrese i pokazuje da start-upovi iz Crne Gore mogu biti konkurentni i na globalnom nivou.

Od 75 nagrađenih inovativnih projekata koji promovišu inkluziju, Sofi Sova je bila među pet projekata koji su dobili priliku i da predstave svoj rad u Parlamentu Austrije pred parlamentarima i medijima. Zahvaljujući toj prilici, parlamentarac Ralph Schallmeiner postao je zagovornik naše ideje u Austriji i podržava inicijativu da se aplikacija prevede na njemački jezik i prilagodi austrijskom tržištu.

Za nas je ovo veliko priznanje, ali i dodatna motivacija da nastavimo razvijati ovo rješenje koje pomaže djeci.

Danas se često govori o negativnom uticaju ekrana na djecu. Kako „Sofi Sova“ pokazuje da tehnologija može biti edukativan i koristan alat?

M. Čupić: Volim da kažem da je Sofi Sova na neki način povezala posljednju generaciju koja je odrastala bez ekrana i generaciju koja danas odrasta okružena njima. Iskoristili smo moć igre kao prirodnog načina učenja kod djece.

Edukativna logopedska igrica koja danas pomaže u razvoju govora za više od 15.000 djece pokazuje kako tehnologija može biti koristan saveznik u učenju



U aplikaciji se nalaze mnoge igre koje smo i mi igrali kao djeca, a za koje znamo koliko su važne za razvoj govora, pažnje i logičkog razmišljanja. Razlika je u tome što su sada prilagođene digitalnom okruženju.

Posebno smo vodili računa da aplikacija nema negativan uticaj na dječiju pažnju i razvoj – ne sadrži oglase, nema prekomjernu stimulaciju i osmišljena je tako da podstiče aktivno učešće djece.

Sušтина je u tome da tehnologiju koristimo na pametan način – kao alat koji može podržati razvoj i učenje.

Više od 15.000 korisnika već koristi aplikaciju. Kakve povratne informacije najčešće dobijate od roditelja i logopeda?

M. Čupić: Ono što najčešće čujem od roditelja je rečenica: „Ovo je jedina igrice koju djeci dam da igraju.“ To povjerenje roditelja za nas je zaista ogromna vrijednost i nešto na čemu smo beskrajno zahvalni.

Roditelji nam često pišu koliko je aplikacija pomogla djeci u učenju govora i savladavanju fonetike. Od djece, s druge strane, često dobijamo zagrljaje i crteže koje ljubomorno čuvamo, jer su nam upravo takve male stvari najveća nagrada.

I od logopeda dobijamo mnogo pozitivnih reakcija i riječi podrške, jer aplikaciju prepoznaju kao koristan alat koji može dopuniti njihov rad sa djecom.

Da li postoji plan da se „Sofi Sova“ proširi na druga tržišta ili da dobije nove funkcije i sadržaje?

M. Čupić: Sofi Sova uskoro dobija dva nova segmenta za razvoj govora kroz rimu i muziku, zahvaljujući podršci Fonda za inovacije Crne Gore. Pored toga, kroz isti projekat u saradnji sa Institutom za napredne studije Univerziteta Crne Gore sprovodimo nacionalno istraživanje o efektima igrice Sofi Sova na razvoj govora kod djece.

Trenutno planiramo i adaptaciju aplikacije na jezike regiona, kako bismo omogućili da djeca uživaju u interaktivnoj igri na svom materinjem jeziku.

Jedna od posebnih vrijednosti igrice je i naracija naše divne glumice Dubravke Drakić, koja je dala poseban karakter liku Sofi Sove. Upravo zato želimo da i djeci u regionu omogućimo slično kvalitetno i autentično iskustvo.

Šta biste poručili mladim inovatorima u Crnoj Gori koji imaju ideju, ali možda nemaju hrabrosti da je pretvore u projekat?

M. Čupić: Najvažnije je da ne odustajete od svoje ideje. Put od ideje do realizacije uvijek je pun uspona i padova, ali upravo su ti izazovi dio svakog stvaranja.

Važno je da vjerujete u ono što radite i da u svoju ideju ulažete ono najvrijednije i nezamjenjivo – svoje vrijeme, energiju i ljubav. Kada nešto gradite sa iskrenom posvećenošću, rezultati prije ili kasnije dođu.

Svaki trud se na kraju isplati.



MARINA ČUPIĆ, CEO OF THE START-UP SOLUTARIA

SOFI SOVA – WHEN A GAME TURNS INTO SPEECH DEVELOPMENT SUPPORT

At a time when the adverse impact of digital content on children is often discussed, certain innovations reveal a positive role of technology in learning and development. One such example is the **Sofi Sova** application, created within the Montenegrin start-up Solutaria. Inspired by personal parenting experience and the need for additional support for children in speech development, this application today brings together more than 15,000 users and has been internationally recognized through the Zero Project Award.

In the interview for Glasnik, **Marina Čupić**, CEO of the start-up Solutaria, talks about the creation of the idea, the development of the application, the importance of a multidisciplinary team and plans for the further development of this solution.

We would appreciate if you could tell us how the idea for the Sofi Sova application was born. What motivated you to start such a project?

M. Čupić: The idea for the speech-therapy game **Sofi Sova** came from my personal experience as a parent. Once my children started attending speech therapy, I understood the importance of consistent support at home and how games can make the learning process both easier and more engaging. As a parent, I believe children learn best through play.

At the same time, I became aware of a broader issue, which is the shortage of speech therapists and the unequal availability of professional support. This served as motivation to design a solution that would provide children with early support in speech development while giving parents and professionals an additional tool for working with children.

An educational speech-therapy game, supporting speech development for over 15,000 children, highlights the potential of technology as a useful tool in learning

That is how the Sofi Sova application was created, which is now used by over 15,000 users.

Since Sofi Sova combines technology, education, and speech therapy, what challenges did you face in gathering a multidisciplinary team and transforming the idea into a working application?

M. Ćupić: Bringing together a multidisciplinary team was not just a challenge, but also one of the most exciting phases of the project. It was important to establish a common language and understanding between different disciplines, so we could transform the idea into a truly useful and safe tool for children.

I found it especially important to preserve the core idea of creating an application that helps children develop speech, has no adverse impact, and is fun and engaging at the same time. This meant aligning the professional expertise of speech therapists, psychologists, and the technology team in order to create a high-quality product.

In the end, I believe that our shared motivation, love for children, and the desire to support them, kept us together as a team and led to the creation of an application we are all proud of.

The application has won the prestigious international Zero Project Award. What significance does this recognition hold for you personally and for the innovation scene in Montenegro?

M. Ćupić: International recognition, such as the Zero Project Award, serves as a confirmation of the value we experience every day through the reactions of children, parents, and professionals. It is particularly important for us since it comes from a very relevant international source and demonstrates that start-ups from Montenegro can compete globally.

Among 75 awarded innovative projects promoting inclusion, Sofi Sova was one of five projects that had the opportunity to present their work in the Austrian Parliament in front of parliamentarians and the

media. Thanks to that opportunity, Austrian parliamentarian Ralph Schallmeiner became an advocate for our idea in Austria and supports the initiative to translate the application into German and adapt it to the Austrian market.

For us, this has been a great recognition, but also additional motivation to continue developing solutions that help children.

The adverse effects of screens on children are often discussed these days. How does Sofi Sova demonstrate technology as an educational and useful tool?

M. Ćupić: I like to say that Sofi Sova has, in a way, connected the last generation that grew up without screens with the generation growing up surrounded by them today. We utilized the power of a game as a natural way for children to learn.

The application includes many games we also played as children, and we know how important they are for the development of speech, attention, and logical thinking. The difference is that they are now adapted to a digital environment.

We paid particular attention to ensuring that the application does not have adverse effects on children's attention or development, it contains no advertisements, no excessive stimulation, and is designed to encourage children to take active participation.

The essence lies in using technology wisely as a tool supporting development and learning.

The application has already been used by over 15,000 users. What kind of feedback do you most often receive from parents and speech therapists?

M. Ćupić: The phrase I hear most often from parents is: "This is the only game I allow my children to play". Their trust is incredibly valuable to us, which we are deeply grateful for.

We often receive messages from parents about the ways the application has helped their children with speech

learning and mastering phonetics. On the other hand, children often send us hugs and drawings which we keep with care, as these small gestures are our greatest reward.

We also receive many positive feedback and words of support from speech therapists, who recognize the application as a useful tool that can complement their work with children.

Are there plans for Sofi Sova to reach other markets or add new features and content?

M. Ćupić: Sofi Sova will soon include two new segments for speech development through rhymes and music, thanks to the support of the Innovation Fund of Montenegro. In addition, within the same project and in cooperation with the Institute for Advanced Studies of the University of Montenegro, we are conducting a national study on the effects of the Sofi Sova game on children's speech development.

We also plan to adapt the application to the languages of the region, so that children can enjoy the interactive game in their native language.

One of the special values of the game is the narration by our wonderful actress Dubravka Drakić, who gave a unique character to Sofi Sova. That is why we want to provide children across the region with a similarly high-quality and authentic experience.

What is your message for young innovators in Montenegro who have an idea, but don't have courage to turn it into a project?

M. Ćupić: Never giving up on your idea is what matters most. The journey from an idea to realization is always full of ups and downs, but those challenges are part of every creative process.

The key is to have faith in your work and to invest the most valuable and irreplaceable assets, such as your time, energy, and passion, into your idea. When your product is created with genuine dedication, results will come sooner or later.

In the end, every effort pays off.

URUČENA UVJERENJA O PREKVALIFIKACIJAMA ULAGANJE U ZNANJE NAJBOLJA INVESTICIJA



Privredna komora Crne Gore je, u saradnji sa srednjim stručnim školama, pokrenula realizaciju akreditovanih programa za deficitarne kvalifikacije, u cilju prevazilaženja nedostatka kadrova sa stručnim obrazovanjem. Uspješne obuke predstavljaju još jedan primjer značaja saradnje institucija u kreiranju novih prilika za obrazovanje i zapošljavanje.

Prema riječima prof. dr **Mladena Perazića**, direktora Sektora za obrazovanje i kvalitet Privredne komore, dodjela uvjerenja predstavlja potvrdu da se zajedničkim djelovanjem privrede i obrazovnih institucija može odgovoriti na realne potrebe tržišta rada.

„Svako od vas donio je hrabru odluku — da investira u sebe, izade iz zone komfora, nauči nešto novo i prilagodi se savremenim zahtjevima tržišta rada. U vremenu brzih promjena, tehnološkog napretka i svih izraženijih potreba poslodavaca za stručnim kadrom, ta odluka ima posebnu težinu. Prekvalifikacija nije samo

sticanje nove diplome. To je dokaz spremnosti na promjenu, pokazatelj profesionalne zrelosti i poruka da ste spremni preuzeti odgovornost za sopstveni razvoj“, poručio je Perazić polaznicima programa.

KONKURENTNA ZNANJA ZA TRŽIŠTE RADA

U Srednjoj stručnoj školi „Ivan Uskoković“ svečano su dodijeljena uvjerenja polaznicima programa prekvalifikacije za zanimanja bravar, limar, transportni komercijalista u željezničkom saobraćaju i konduker u željezničkom saobraćaju.

Direktorica Srednje stručne škole „Ivan Uskoković“ **Sonja Dabetić** kazala je da su zahvaljujući Privrednoj komori kao i timu ove škole za obrazovanje odraslih polaznici dobili vrijedne prekvalifikacije.

Tokom marta su uručena uvjerenja o prekvalifikacijama polaznicima obuka koje su realizovale obrazovne institucije a finansirala Privredna komora Crne Gore

Ovaj program nam je pružio ne samo nova znanja i vještine, već i samopouzdanje da se suočimo sa izazovima tržišta rada

„Sinergijski radimo u obrazovanju deficitarnih kadrova kako bismo ih osposobili za oblasti koje nude siguran posao ili unapređenje i osnažili ekonomiju naše države. Jako sam ponosna na ove ljude koji su pokazali veoma dobro znanje i interesovanje za obuku“, rekla je Dabetić.

Na svečanosti u SSŠ „Ivan Uskoković“ uvjerenja su dobili **Željko Vukčević**, **Marko Sekulić**, **Krsto Šundić** i **Jasmin Mulić** za zanimanje bravara, zatim limari **Slavko Tomić**, **Mirko Golijanin** i **Vlatko Šobić**, transportni komercijalisti u željezničkom saobraćaju **Anka Piperović**, **Valentina Bečić**, **Žana Đurović**, **Duška Usančević** i kondukter u željezničkom saobraćaju **Milan Goranović**.

Željko Vukčević, predstavnik grupe bravara i limara iz Agencije za stanovanje zahvalio je Privrednoj komori Crne Gore i Srednjoj stručnoj školi „Ivan Uskoković“ na izvanrednoj prilici i podršci tokom programa prekvalifikacije.

„Ovaj program nam je pružio ne samo nova znanja i vještine, već i samopouzdanje da se suočimo sa izazovima tržišta rada. Ovo nam znači mnogo jer nam otvara vrata da svoje kompetencije primijenimo kako u našim kompanijama, tako i šire, uključujući međunarodno tržište. Nadamo se da će ovakvi programi i u budućnosti omogućiti još većem broju ljudi da unaprijede svoje sposobnosti i doprinesu razvoju privrede i zajednice“, poručio je on.

Anka Piperović je pohvalila izvanrednu organizaciju i trud koji su svi uložili kako bi program bio izveden na najvišem nivou. Stručni predavači i mentori dali su nam podršku i znanje koje će nam biti od velike koristi u daljoj karijeri.

„Završila sam kurs prekvalifikacije za transportnog komercijalistu, koji je trajao tri mjeseca i obuhvatao pet različitih predmeta. Ovaj program mi je pružio neophodna znanja i vještine za rad u savremenom transportnom sektoru, a iskustvo koje sam stekla tokom obuke bilo je izuzetno korisno. Sada, sa ovom diplomom, osjećam se spremnom da započnem novu profesionalnu etapu i nadam se da će uskoro pronaći posao gdje ću moći da primijenim stečena znanja“, kazala je Piperović.

BUDUĆI RAČUNOVODSTVENI TEHNIČARI

U Srednjoj ekonomskoj školi „Mirko Vešović“ 13. marta su uručena uvjerenja polaznicima obuke za zanimanje računovodstveni tehničar.

Pomoćnica direktorice Srednje ekonomske škole „Mirko Vešović“ **Alisa Nikčević** je kazala da je ova institucija četvrti put realizovala obuku u okviru obrazovanja odraslih.

„Iza toga stoji velika podrška Privredne komore i uspješna međusobna saradnja koja će se nastaviti i u narednom periodu“, rekla je Nikčević.

Uvjerenja o završenoj obuci za zanimanje računovodstveni tehničar dobili su: **Anđela Ivanović**, **Božana Vujadinović**, **Jelena Raspopović**, **Violeta Đukanović**, **Tamara Stanić**, **Tanja Radulović**, **Ivana Čupić**, **Jana Brković**, **Marija Kovačević**, **Marijana Dragičević**, **Čedo Dragičević**, **Maja Radošević**, **Haris Taljanović**, **Zorica Novaković**, **Anđela Đurović**, **Katarina Vučetić**, **Marina Ostojić Šljivančanin** i **Ivana Micevski**.

U ime polaznika, **Marina Ostojić Šljivančanin** istakla je zadovoljstvo što je pohađala obuku za zanimanje računovodstveni tehničar.

„Završila sam obuku koja je trajala tri mjeseca i zahvaljujem Srednjoj ekonomskoj školi i Privrednoj komori što su nam omogućili da steknemo znanja koja će nam pomoći u daljem radu, odnosno da imamo bolju poziciju na tržištu i obezbijedimo bolje zaposlenje. Nastaviću dalje da se edukujem i pratiti programe koje nude Komora i Ekonomska škola“, rekla je ona.

UVJERENJA DOBILI ZAŠTITARICA I IMOVINE

Svečano uručenje uvjerenja polaznicima programa prekvalifikacije za zanimanje zaštitarica i imovine organizovano je 13. marta na Policijskoj akademiji.

Program je finansirala Privredna komora Crne Gore, a realizovala Policijska akademija.

Žarko Mrdović, rukovodilac Sektora za stručno osposobljavanje i specijalističko usavršavanje na Policijskoj akademiji kazao je da realizovani program predstavlja odgovor na jasnu potrebu tržišta rada za licenciranim i stručno osposobljenim kadrom u sektoru zaštite lica i imovine.

„Naš cilj nije samo završetak obuke, već pružanje kvalitetnog i praktičnog obrazovanja svim polaznicima, bez obzira na godine ili prethodno iskustvo, kako bi mogli da primjenjuju standarde bezbjednosti u praksi. Posebnu vrijednost ovom programu daje saradnja sa Privrednom komorom Crne Gore, koja omogućava da programe obuke razvijamo u skladu sa potrebama privrede i tržišta rada“, kazao je Mrdović.

Prema njegovim riječima, Policijska akademija, kao dobitnica projekta „Bezbjednost za sve“ koji finansira Regionalni fond za izazove, dodatno će unaprijediti uslove za obuku kroz nabavku i instalaciju savremene opreme – monitoring sistema, alarmnih uređaja i druge opreme koja se koristi u savremenom sektoru



privatnog obezbjeđenja. Time će se stvoriti još kvalitetniji uslovi za praktično osposobljavanje budućih zaštitara i zaštitara-tehničara.

Uverenja su dobili: **Aleksa Vuković**, **Radenko Miletić**, **Mihailo Stojanović**, **Radonja Marković**, **Marko Marković**, **Vujadin Milović**, **Boško Marinović**, **Matija Miličković**, **Bojan Jovanović**, **Miodrag Rnković**, **Anđelija Dondić**, **Sandra Miličković**, **Jovana Zeković**, **Milica Radusinović**, **Svetozar Drekalović**, **Mirko Martinović**, **Margarita Stijepović**, **Vojin Knežević**, **Radoslav Vukičević**, **Matija Filipović**, **Veljko Petrović**, **Milica Stajkić**, **Marija Šćepanović**, **Darko Brajović**, **Goran Zogović** i **Miloš Radinović**.

Milica Stajkić, polaznica obuke, završila je Bezbjednost u Baru i majstor je borilačkih vještina.

„Obuka za zanimanje zaštitar lica i imovine mnogo će mi koristiti a posebno su mi se dopala predavanja profesora **Nebojše Petrovića** iz predmeta Fizička zaštita kao i situacione vježbe. Zahvaljujem Privrednoj komori i Policijskoj akademiji na organizaciji ove vrijedne edukacije“, kazala je Stajkić.

Aleksa Vuković završio je obuku koja će mu pomoći da dođe do posla zaštitara u Danilovgradu.

„Potrebna mi je licenca da bih obavljao ovu dužnost, a obuka i naučeno kroz časove će mi pomoći u njenom sticanju“, kazao je Vuković.

Radonja Marković zahvalio je svim profesorima koji su predano prenosili znanje polaznicima obuke.

„Obuka je mnogo značila za nas polaznike i siguran sam da će i dalje nastaviti da se realizuje, a mi ćemo se usavršavati na poslovima koje budemo radili u ovoj oblasti“, kazao je Marković.

Podsjetimo, Privredna komora u saradnji sa Centrom za stručno obrazovanje, Ministarstvom prosvjete i srednjim stručnim školama, tokom prethodne i ove godine realizovala je obuke za više deficitarnih kvalifikacija, među kojima su poslovno-tehnički sekretar, keramičar, mehaničar motornih vozila, instalater grijanja i hlađenja i zavarivač, dok su u toku obuke za računovodstvenog tehničara i turističkog vodiča.



LIZING U PRAKSI CRNOGORSKIH KOMPANIJA



Mr Anastasija Boljević, generalna sekretarka Instituta sertifikovanih računovođa Crne Gore (ISRCG), održala je u Privrednoj komori stručno predavanje o primjeni Međunarodnog standarda finansijskog izvještavanja MSFI 16 – Lizing u praksi crnogorskih kompanija. Za Glasnik Privredne komore dodatno je govorila o značaju i praktičnim aspektima primjene ovog standarda u finansijskom izvještavanju.

ZNAČAJ PRIMJENE MSFI 16 U PRAKSI

Primjena standarda MSFI 16 ima značajan uticaj na način na koji se lizing transakcije prikazuju u finansijskim izvještajima. Za razliku od prethodnog računovodstvenog modela, većina lizing ugovora sada se priznaje u bilansu stanja zakupca. To znači da kompanija priznaje sredstvo sa pravom korišćenja i odgovarajuću obavezu po osnovu lizinga. Na taj način finansijski

izvještaji pružaju potpuniju sliku o obavezama koje proizlaze iz dugoročnih ugovora o zakupu.

Promjena računovodstvenog tretmana lizinga utiče i na strukturu rashoda u bilansu uspjeha. Umjesto da se trošak zakupa priznaje kao jedinstveni operativni rashod tokom trajanja ugovora, sada se trošak dijeli na amortizaciju sredstva sa pravom korišćenja i kamatni rashod koji proizlazi iz obaveze po osnovu lizinga. Ovakav pristup mijenja način analize finansijskih rezultata kompanije, jer utiče na pokazatelje profitabilnosti i zaduženosti.

Pored računovodstvenog aspekta, primjena MSFI 16 ima i šire poslovne implikacije. Promjene u strukturi finansijskih izvještaja mogu uticati na finansijske pokazatelje koji su važni za banke, investitore i druge korisnike finansijskih izvještaja. Zbog toga menadžment mora pažljivo pratiti ugovore o lizingu i razumjeti njihov uticaj na finansijski položaj i poslovne performanse društva.

PROMJENE U ODNOSU NA PRETHODNI STANDARD

Jedna od najvažnijih promjena koje je donio MSFI 16 odnosi se na ukidanje ranije podjele lizinga kod zakupca na finansijski i operativni lizing. Prema prethodnom standardu MRS 17 operativni lizing se u većini slučajeva nije prikazivao u bilansu stanja, već su se troškovi zakupa priznavali linearno tokom trajanja ugovora. Takav pristup često je dovodio do toga da značajne obaveze ostanu van bilansa stanja, što je smanjivalo transparentnost finansijskih izvještaja.

MSFI 16 uvodi jedinstveni model računovodstvenog tretmana za gotovo sve lizinge kod zakupca. Prema ovom modelu zakupac priznaje sredstvo sa pravom korišćenja i obavezu po osnovu lizinga za većinu ugovora o zakupu. Na taj način se u finansijskim izvještajima prikazuje ekonomska suština transakcije, odnosno činjenica da kompanija koristi određeno sredstvo i ima obavezu plaćanja tokom trajanja ugovora.

Kod zakupodavaca računovodstveni tretman se nije značajno promijenio. Oni i dalje klasifikuju lizing kao operativni ili finansijski u zavisnosti od toga da li se prenose gotovo svi rizici i koristi povezani sa vlasništvom nad sredstvom.

OBUH VAT STANDARDA

Standard MSFI 16 primjenjuje se na ugovore koji uključuju pravo korišćenja određenog sredstva tokom određenog vremenskog perioda u zamjenu za naknadu. Međutim, određeni ugovori su izuzeti iz njegovog obuhvata. Izuzeci se odnose na pojedine specifične oblasti kao što su ugovori povezani sa istraživanjem minerala i prirodnih resursa, biološka sredstva koja se računovodstveno tretiraju prema drugim standardima i određeni koncesioni aranžmani.

U praksi se najveći broj pitanja u vezi sa primjenom ovog standarda odnosi na zakup poslovnih prostora, vozila, informatičke opreme i različitih vrsta specijalizovane opreme. Upravo u tim oblastima kompanije najčešće imaju dugoročne ugovore koji mogu značajno uticati na strukturu finansijskih izvještaja.

IDENTIFIKOVANJE LIZINGA U UGOVORU

Jedan od osnovnih koraka u primjeni MSFI 16 jeste utvrđivanje da li određeni ugovor sadrži lizing. Prema standardu, ugovor sadrži lizing ako

zakupac dobija pravo da kontroliše korišćenje identifikovanog sredstva tokom određenog vremenskog perioda u zamjenu za naknadu.

Da bi se utvrdilo postojanje lizinga potrebno je analizirati da li ugovor uključuje identifikovano sredstvo i da li zakupac ima pravo da ostvari ekonomske koristi od njegove upotrebe. Pored toga, važno je utvrditi ko ima pravo da odlučuje o načinu i svrsi korišćenja sredstva tokom trajanja ugovora.

U nekim slučajevima sredstvo je jasno navedeno u ugovoru, na primjer kroz adresu, serijski broj ili drugu identifikaciju. U drugim situacijama sredstvo može biti implicitno određeno ako je iz ugovora jasno koje sredstvo je predmet korišćenja. Analiza se mora zasnivati na sadržini ugovora i stvarnoj poslovnoj praksi.

RAZLIKOVANJE LIZINGA OD USLUŽNIH UGOVORA

U praksi je često teško razlikovati lizing od ugovora o pružanju usluga. Kada korisnik kupuje rezultat određene usluge, a dobavljač sam odlučuje koje će sredstvo koristiti za njeno izvršenje, tada se obično ne radi o lizingu. U takvim situacijama korisnik ne kontroliše konkretno sredstvo, već samo koristi rezultat usluge.

Sa druge strane, ako korisnik dobija pravo da koristi konkretno sredstvo i ima mogućnost da odlučuje o načinu njegove upotrebe, tada je vjerovatnije da ugovor sadrži lizing. Ova razlika je posebno važna kod logističkih usluga, IT infrastrukture i različitih outsourcing aranžmana.

ODREĐIVANJE ROKA ZAKUPA

Rok zakupa predstavlja jedan od najvažnijih elemenata u obračunu lizinga. On ne obuhvata samo osnovni period definisan ugovorom, već i dodatne periode koji su povezani sa opcijama produženja ili raskida ugovora.

Ako je razumno sigurno da će zakupac iskoristiti opciju produženja ugovora, taj period se uključuje u rok zakupa. S druge strane, ako je malo vjerovatno da će zakupac iskoristiti opciju raskida, tada se taj period ne isključuje iz obračuna. Procjena se zasniva na svim relevantnim činjenicama i okolnostima koje mogu uticati na odluku menadžmenta.

Pri procjeni se uzimaju u obzir različiti faktori, kao što su značaj lokacije za poslovanje, troškovi preseljenja, ulaganja u adaptaciju prostora i dostupnost alternativnih rješenja.

MSFI 16 uvodi jedinstveni model računovodstvenog tretmana za gotovo sve lizinge kod zakupca

POČETNO PRIZNAVANJE I MJERENJE LIZINGA

Kada se utvrdi da ugovor sadrži lizing i odredi njegov rok, zakupac mora priznati obavezu po osnovu lizinga i sredstvo sa pravom korišćenja. Obaveza po osnovu lizinga predstavlja sadašnju vrijednost budućih plaćanja zakupa tokom trajanja ugovora.

Za izračunavanje sadašnje vrijednosti koristi se diskontna stopa. Ako je moguće odrediti kamatnu stopu impliciranu u lizingu, koristi se ta stopa. U suprotnom se primjenjuje inkrementalna stopa zaduživanja zakupca, odnosno stopa po kojoj bi kompanija mogla pozajmiti sredstva za sličan period i uz slično obezbjeđenje.

Sredstvo sa pravom korišćenja početno se mjeri na osnovu iznosa obaveze po osnovu lizinga uz određena prilagođavanja. Ta prilagođavanja mogu uključivati inicijalne direktne troškove koje zakupac ima prilikom zaključenja ugovora, kao i eventualne podsticaje koje daje zakupodavac.

NAKNADNO MJERENJE I PROMJENE PROCJENA

Nakon početnog priznavanja obaveza po osnovu lizinga vodi se po amortizovanom trošku. To znači da se obaveza povećava za obračunatu kamatu, a smanjuje za izvršena plaćanja zakupa. Istovremeno se sredstvo sa pravom korišćenja amortizuje tokom trajanja zakupa ili tokom korisnog vijeka sredstva, u zavisnosti od okolnosti.

U određenim situacijama može doći do promjena u procjenama koje utiču na obračun lizinga. Promjene indeksa, modifikacije ugovora ili promjena procjene roka zakupa mogu zahtijevati ponovno mjerenje obaveze po osnovu

lizinga i odgovarajuće korekcije u knjigovodstvenoj vrijednosti sredstva.

PREZENTACIJA U FINANSIJSKIM IZVJEŠTAJIMA

Primjena MSFI 16 utiče i na način prezentacije informacija u finansijskim izvještajima. U bilansu stanja se prikazuju sredstvo sa pravom korišćenja kao dio dugotrajne imovine i obaveza po osnovu lizinga kao finansijska obaveza. U bilansu uspjeha se priznaju amortizacija sredstva i kamatni rashod.

U izvještaju o novčanim tokovima otplata glavnice obaveze po osnovu lizinga obično se klasifikuje kao finansijska aktivnost, dok se kamate prikazuju u skladu sa računovodstvenom politikom društva. Iako standard ne utiče na ukupni novčani tok, mijenja se njeno klasifikacija unutar izvještaja.

ZAKLJUČAK

Primjena standarda MSFI 16 predstavlja značajan korak ka transparentnijem i realnijem prikazu finansijskog položaja kompanija. Uvođenjem obaveze priznavanja većine lizing ugovora u bilansu stanja standard omogućava korisnicima finansijskih izvještaja da bolje razumiju obaveze koje proizlaze iz dugoročnih ugovora o zakupu.

Istovremeno, primjena ovog standarda zahtijeva značajan nivo profesionalnog prosuđivanja, posebno prilikom identifikovanja lizinga, određivanja roka zakupa i procjene diskontnih stopa. Zbog toga je neophodno da kompanije razviju odgovarajuće interne procedure, evidencije ugovora i dokumentaciju procjena kako bi obezbijedile dosljednu i pravilnu primjenu standarda u praksi.



PROTOKOL KAO KULTURA KOMUNIKACIJE I SAVREMENOG POSLOVNOG PONAŠANJA

Protokol nije ograničenje, on je okvir koji omogućava sigurnost u komunikaciji i dostojanstvo u svakom obliku javnog nastupa. O značaju protokola i njegove primjene u savremenom društvu, **Slađana Pejović**, magistar poslovne psihologije govorila je na seminaru u Privrednoj komori Crne Gore koja je istakla da je poznavanje protokolarnih pravila danas neophodno ne samo u diplomatskim i državnim prilikom, već i u svakodnevnoj poslovnoj komunikaciji, gdje profesionalnost, poštovanje i pravilno predstavljanje ostavljaju presudan utisak na sagovornike i širu javnost.

PROTOKOL U SAVREMENOM POSLOVNOM OKRUŽENJU

U savremenom poslovnom ambijentu, obilježenom globalizacijom i stalnim kontaktima među ljudima različitih kultura i profesionalnih navika, protokol ima ulogu univerzalnog jezika. On omogućava jasnoću i predvidivost u komunikaciji, smanjujući mogućnost nesporazuma i neprijatnih situacija.

Njegova primjena nije ograničena samo na svečane i formalne događaje. Naprotiv, protokol je prisutan u svakodnevnom poslovnim aktivnostima – od načina zakazivanja sastanaka, preko ophođenja prema saradnicima, do načina vođenja razgovora i donošenja odluka. Upravo kroz te svakodnevne situacije gradi se profesionalni identitet pojedinca i reputacija institucije.

PRVI UTISAK I PRAVILA PONAŠANJA

Jedan od ključnih trenutaka u svakoj komunikaciji jeste prvi kontakt. Najčešće se ostvaruje kroz rukovanje, koje, iako kratko traje, nosi snažnu simboliku. Čvrst, odmjeren i siguran stisak ruke, praćen kontaktom očima i blagim osmijehom, ostavlja utisak samopouzdanja i otvorenosti.

Pored rukovanja, važnu ulogu imaju i drugi elementi ponašanja – način oslovljavanja, izbor riječi, držanje tijela i odnos prema prostoru. Sve to zajedno čini osnovu kulture ophođenja. U protokolu, detalji imaju posebnu težinu, jer upravo oni razlikuju prosječno od profesionalnog ponašanja.

Poseban značaj ima i poštovanje hijerarhije i reda prvenstva, koje se ogleda kroz raspored sjedenja, redosljed obraćanja i način uvažavanja sagovornika. Time se ne pokazuje samo poznavanje pravila, već i poštovanje institucija i ljudi.

NEVERBALNA KOMUNIKACIJA I EMOCIONALNA INTELIGENCIJA

Kako je istakao **Peter Drucker**, najvažnije u komunikaciji je ono što nije izrečeno. Neverbalna komunikacija obuhvata govor tijela, mimiku, ton i ritam glasa, ali i način na koji koristimo prostor i vrijeme. Ovi elementi često djeluju nesvjesno, ali imaju snažan uticaj na to kako će naša poruka biti shvaćena.

U tom kontekstu, emocionalna inteligencija zauzima posebno mjesto. Daniel Goleman naglašava da uspješni ljudi posjeduju sposobnost da prepoznaju sopstvene emocije i upravljaju njima, ali i da razumiju emocionalna stanja drugih. Upravo ta sposobnost omogućava prilagođavanje ponašanja različitim situacijama i sagovornicima.

Kontrola emocija, smirenost u izazovnim situacijama i svijest o sopstvenom nastupu doprinose stvaranju profesionalnog i pouzdanog imidža. U svijetu protokola, to su osobine koje prave razliku između formalnog poštovanja pravila i njihove suštinske primjene.

PROTOKOL KAO IZRAZ PROFESIONALNOSTI

Iskustva iz prakse pokazuju da se pravila protokola najjasnije uočavaju u složenim i formalnim situacijama, poput međunarodnih susreta, konferencija i zvaničnih posjeta. Ipak, njihova prava vrijednost ogleda se u svakodnevnoj primjeni, gdje doprinose kvalitetnijoj komunikaciji i boljem razumijevanju među ljudima.

Protokol nije samo forma niti skup rigidnih pravila – on je izraz profesionalnosti, kulture i ličnog integriteta. Kroz njegovo poštovanje, pojedinac pokazuje odgovornost prema sebi, ali i uvažavanje prema drugima.

Na kraju, može se zaključiti da protokol predstavlja važan alat savremenog društva. On pomaže da komunikacija bude jasna, odnosi stabilni, a javni nastupi dostojanstveni. Upravo zato, njegovo poznavanje i primjena postaju nezaobilazan dio ličnog i profesionalnog razvoja.



THE ECONOMIST

TEČNI PRIRODNI GAS: ZANEMARENO USKO GRLO SVJETSKE EKONOMIJE



„Ovo će oboriti svjetske ekonomije“, upozorio je 6. marta Saad al-Kaabi, katarski ministar energetike. To nije bilo pretjerivanje. Nekoliko dana ranije, QatarEnergy, kompanija koja proizvodi petinu svjetskog tečnog prirodnog gasa (LNG), obustavila je proizvodne i izvozne kapacitete nakon što su neki od njih pogođeni iranskim udarima. Pošto ne može da izvlači, prerađuje i — zbog toga što je Hormuški moreuz blokiran usljed sukoba — otprema svoj LNG, kompanija je proglasila višu silu u ugovorima. Cijena LNG-a naglo je porasla na svjetskim tržištima. Kupci širom svijeta, koji ga koriste za proizvodnju električne energije, grijanje domova i proizvodnju stvari poput đubriva, užurbano traže odgovor na novu situaciju.

Koliko će tačno katarski prekid povući ekonomije naniže zavisi od odgovora na četiri teška pitanja. Koliko će trajati? Koliko brzo isporuke mogu u potpunosti da budu obnovljene kada se sve završi? Mogu li zemlje do tada da žive od postojećih rezervi? I koliki dio manjka može da bude nadoknađen LNG-em iz drugih izvora?

Neprijateljstva, a time i prekid katarskih isporuka LNG-a, mogli bi zato da traju od sedmicu ili dvije do više mjeseci. To znači razmatranje različitih scenarija, od kojih nijedan nije prijatan. Konsultantska kuća Rystad procjenjuje da bi, ukoliko je katarska infrastruktura pretrpjela malu štetu i izvoz bio nastavljen nakon 15 dana, godišnja svjetska proizvodnja LNG-a ove godine pala za 4,3 odsto. Ako se prekid

protegne na mjesec, gubitak bi bio veći od 14 odsto. Oksfordski institut za energetske studije, istraživački centar, prošle godine modelovao je 12-mjesečnu blokadu i utvrdio da bi, čak i uz dodatnu proizvodnju podstaknutu visokim cijenama u drugim djelovima svijeta, godišnja proizvodnja pala za 15 odsto. A sve to u trenutku kada se za 2026. prognozira rast tražnje za LNG-em od gotovo 8 odsto.

Pitanje brzine oporavka nešto je lakše sagledati. Prirodni gas na samom nalazištu može ponovo da se pusti gotovo kao nafta. Sa LNG-em to nije slučaj. Pošto se gas mora ohladiti na 160 stepeni ispod nule da bi prešao u tečno stanje, QatarEnergy može ekonomski da skladišti najviše pet dana proizvodnje. Tankeri i postrojenja za ukapljivanje projektovani su za stalnu i visoku iskorišćenost. Kada se jednom isključe, i oni moraju ponovo da se rashlade, a zatim da se puštaju u rad jedan po jedan, a ne istovremeno. Iako QatarEnergy ima desetina tankera, raspolaže sa svega nekoliko pristaništa s kojih ih može utovarati. Zbog toga bi obično bilo potrebno dvije sedmice da se ukapli i utovari prvi teret. Povratak na puni kapacitet mogao bi trajati između četiri i šest sedmica.

U međuvremenu, zemlje će gledati u svoje zalihe gasa — ako ih uopšte imaju. Za razliku od nafte, napominje Gavin Thompson iz istraživačke firme Wood Mackenzie, ne postoje strateške rezerve. Neka područja, poput Evropske unije, propisuju minimalne nivoe skladištenja. Ali ni Evropa nije sigurna, iako samo 13 odsto svog uvoza LNG-a dobija iz Katara. Njena skladišta su nakon zime ispražnjenija nego obično, a Rystad upozorava da će, ako se katarski poremećaj produži do aprila, cilj Unije za popunu skladišta gasa za narednu zimu biti teško dostižan bez uništavanja tražnje, prelaska sa gasa na ugalj ili preispitivanja potpune zabrane uvoza gasa iz Rusije, koja bi trebalo da stupi na snagu naredne godine.

Azijske zemlje više zavise od gasa iz Zaliva (vidjeti grafikon 1). Takođe imaju manje opcija. Južna Koreja je najmanje izložena pritisku, sa zalihama dovoljnim za 52 dana. Japan ima zalihe za približno 20 dana, dok bi tajvanske rezerve trajale svega 11 dana. Banka Morgan Stanley procjenjuje da Indija ima zalihe za samo pet do šest dana. Veliki indijski potrošači već počinju s racionalizacijom; kompanije iz sektora fosilnih goriva poput GAIL-a i Indian Oila navodno nastoje da smanje potrošnju gasa za 10 do 30 odsto. Najmanje jedan veliki grad prestao je da koristi gas za kremaciju.

Zato je potraga za alternativnim snabdijevanjem već u toku. Kada je uvoz ruskog gasa u

EU naglo opao nakon invazije na Ukrajinu, manjak je bio sličan sadašnjem poremećaju. Tada su tereti „molekula slobode“ iz Amerike pritekli u pomoć Starom kontinentu. Ali pošto se tadašnja kriza razvijala sporije, Evropa je imala vremena da proširi kapacitete za regasifikaciju, smanji tražnju i pronade druge dobavljače, naročito u Aziji. Ovoga puta je, prema JPMorgan Chaseu, „šok iznenađan, a alternativne zalihe oskudne“. Nadoknaditi manjak veličine Katara „jednostavno nije realno“, zaključuje ta banka.

Razlog je to što su svjetski izvozni kapaciteti LNG-a praktično već maksimalno iskorišćeni (vidjeti grafikon 2). Australija, gdje proizvođači rade sa 90 odsto kapaciteta, važi za zemlju koja još ima prostora (a dodatnih 10 miliona tona koje bi mogla da obezbijedi na 100 odsto kapaciteta samo je dio sadašnjeg manjka od 85 miliona tona). Američka LNG postrojenja rade sa 95 odsto kapaciteta. Nova postrojenja koja su u izgradnji možda neće biti puštena u rad na vrijeme da pomognu u sadašnjem LNG šoku. Tehničke poteškoće izazivaju kašnjenja na najvećem među njima, Golden Passu u Teksasu, koji je trebalo da počne s isporukama gasa ovog mjeseca.

Jedini proizvođač koji bi teoretski mogao da uskoči jeste Rusija. Ta zemlja bi, makar u teoriji, mogla da u kratkom roku pokrije veliki dio svjetskog manjka, koristeći postojeću infrastrukturu za gasovodni i LNG izvoz. Amerika je već odobrila Indiji izuzeće za uvoz embargom obuhvaćene ruske nafte. Međutim, slično uraditi s gasom mnogo je teže. Najveći dio ruskog neiskorišćenog kapaciteta nalazi se u gasovodima prema Evropi. Da bi se on aktivirao, posebno bi EU morala da ublaži sankcije Rusiji, ponovo pokrene tamošnje gasovode i još jednom veže svoju sudbinu za revanšističku silu na svom pragu. Ukrajina, kroz koju prolaze neki od tih gasovoda, morala bi da dozvoli svom agresoru da ponovo počne da pumpa gas. Takođe bi morala da prestane s napadima na LNG plovila iz ruske crne „flote iz sjenke“. I za EU i za Ukrajinu, to djeluje kao neprihvatljiva opcija.

Ipak, ne paniče svi. Veliki dio svjetskog prirodnog gasa transportuje se gasovodima, a ne ukapljuje i šalje brodovima, kaže Mel Ydreos iz Međunarodne gasne unije, industrijskog udruženja. Ali on upozorava da „što prekid duže traje, komplikacije su veće“. Martin Senior iz Argus Medije, agencije za izvještavanje o cijenama, još je direktniji. Dok god je katarski LNG van mreže, „upravo će tražnja morati da pretrpi udar“. Koliko će taj udar biti zavisi od toga koliko će brzo Tramp, Netanjahu i Hamnei pronaći zajednički jezik.

Veliki dio svjetskog prirodnog gasa transportuje se gasovodima, a ne ukapljuje i šalje brodovima

BOŠKO NEKTARIJEVIĆ, EKSPERT ZA EU FONDOVE

EVROPSKA UNIJA NE FINANSIRA PROSJEČNOST

Najveći problem Zapadnog Balkana nije nedostatak evropskog novca, već nedostatak sistema koji zna kako da ga pretvori u inovacije, kompanije i međunarodnu konkurentnost

Ekspert za EU fondove **Boško Nektarijević** u intervjuu za Glasnik poručuje organizacijama koje žele ozbiljno da rade sa EU fondovima da grade kapacitete dugoročno, razmišljaju strateški i fokusiraju se na kvalitet rezultata.

„Evropska unija ne finansira prosječnost. Ona finansira znanje, inovacije i sposobnost da se rezultati pretvore u realnu ekonomsku vrijednost i ostvarenje EU politika. Kako se tržište bude otvaralo prema Evropi, konkurencija će biti sve veća. Oni koji žele da opstanu moraću da razvijaju inovacije, profesionalizam i međunarodnu konkurentnost“, kazao je Nektarijević.

Vaš profesionalni put povezan je sa više od 20 godina rada u oblasti EU fondova. Kako biste opisali svoje početke i ključne prekretnice?

B. Nektarijević: Početak tokom 90-ih bio je izuzetno težak jer sam tada počeo da razumijem stvarne karakteristike sistema u kome živimo. Nisam vaspitavan da prihvatim da je dominantni biznis model uzimanje državnih resursa i politička kontrola institucija. Vaspitavan sam da verujem u znanje, stručnost i meritokratiju, ali taj sistem vrijednosti često je bio u sukobu sa realnošću regiona.

Tokom gimnazije pokušavao sam da pokrenem prve poslove. Otac mi je bio narodni poslanik i jedan od protagonista demokratije u Srbiji, majka uspješan privatnik u farmaciji, pa sam prirodno težio saradnji sa razvijenim svijetom. Međutim, kroz ličnu saradnju sa međunarodnim akterima na Balkanu vidio sam i slabosti tog sistema – često su na periferiju Evrope slati kadrovi slabijeg kvaliteta, privučeni lakim profitom i statusom.

Prva velika prekretnica bilo je obrazovanje na vodećim međunarodnim institucijama. Završio sam IFAM Business School u Parizu (BBA), zatim MBA kao stipendista Solvay Business School, Université Libre de Bruxelles, gdje sam započeo i doktorske studije iz organizacionog razvoja. Dalje sam se usavršavao na Boston University u oblasti međunarodnih odnosa, NATO i EU bezbjednosti i projektnog

menadžmenta, kao i na Harvard Kennedy School kroz Executive Education program adaptivnog liderstva.

Profesionalna karijera počinje 2001. stažom u Evropskom parlamentu, kroz stipendiju Robert Schuman fondacije, gdje sam radio sa ključnim akterima EU politike, posebno sa Doris Pack, MEP, tadašnjom šeficom za Balkan.

Godine 2008. osniva EU Access u Briselu, jednu od prvih konsultantskih i lobističkih struktura fokusiranih na zemlje kandidate za EU. Kasnije pokrećemo Balkan Security Network, za bezbjednosni sektor, a zatim razvijamo European Training Academy, koja od 2014. širi aktivnosti u sedam zemalja Brisela, Balkana do Turske i Ukrajine.

Imate bogato iskustvo kao trener i mentor u oblasti EU fondova. Koje su najvažnije lekcije koje ste naučili radeći sa organizacijama u regionu?

B. Nektarijević: Prva lekcija je jednostavna: ne može da nauči onaj ko ne želi da uči.

Druga lekcija je značaj mentora. Ne mislim na priučeni partijski kadar koji često dominira na periferiji razvijenog svijeta, već na ostvarene profesionalce koji imaju rezultate na najkonkurentnijim svjetskim tržištima i međunarodni akademski kredibilitet.

Treća i možda najvažnija lekcija odnosi se na Sistem Podrške EU projektima. U zemljama u kojima sam radio pokazalo se da uspjeh zavisi od tri faktora: kritične mase ljudi koji se obučavaju za EU programe, vrhunskog međunarodnog mentorskog tima i profesionalnog sistema podrške koji razvija projektne timove.

Ključni indikator zrelosti sistema je postojanje pipeline-ova projektnih predloga – kontinuiranog portfolija (grupa predloga) projekata koji se razvijaju za EU konkurse.

Konačno mjerilo uspjeha nisu broj komičnih imena novih startapa, već kapacitet organizacija da dobiju EU sredstva i komercijalizuju rezultate na međunarodnom tržištu.



Ako građani žele maksimalno iskoristiti EU fondove, ključ je izgradnja efikasnog sistema podrške projektima koji identifikuje najbolje timove, razvija ih u lidere na evropskom nivou – ali i aktivno pomaže novim organizacijama da uđu u EU programe i da se razvijaju – to je proces učenja

Kako ocenjujete iskorišćenost EU fondova u zemljama Zapadnog Balkana?

B. Nektarijević: Istina o EU fondovima u regionu često zavisi od toga koga pitate. Politički narativi su jedno, a mjerljivi podaci drugo. Na

Zemlja	Br korisnika od 2014 do 2024	Total u M eura za Korisnike
Crna Gora	415	984
Srbija	1305	4927
Kosovo	536	530
Makedonija	715	1682
Hrvatska	1890	12258
Slovenija	1639	12888
Luksemburg	922	18866
Nemačka	10274	92374

Iz mog ugla, pogrešno je uspjeh mjeriti time što partijske administracije tvrde da su naučile da „programiraju IPA sredstva“. U mnogim slučajevima te dokumente i dalje piše strana tehnička pomoć, privučena korupcijom.

Mnogo važnije pitanje je koliko organizacija van državne administracije koristi EU fondove i kakve rezultate ti projekti proizvode. Nevjerovatno je mali broj organizacija koje imaju stvarne koristi.

Građani i privreda to vrlo jednostavno mogu procijeniti: da li vide konkretne rezultate projekata u svakodnevnom životu i ekonomiji, posebno od onih organizacija koje percipiraju da nisu vezane za partije, bezbjednosne službe i sl „veze“.

Koji su ključni rezultati projekata tehničke pomoći koje ste vodili u Crnoj Gori?

B. Nektarijević: U Crnoj Gori sam imao više profesionalnih uloga u okviru EU sistema. Radio sam kao EU coach za mala i srednja preduzeća, pružajući mentorsku podršku inovacionim projektima i pripremi za EU finansiranje.

Bio sam i EU evaluator IPA programa, gdje sam ocjenjivao rezultate i način trošenja sredstava u skladu sa pravilima Evropske unije. Takođe sam radio kao EU tim lider za implementaciju inovacionih grant šema, sa fokusom na jačanje kapaciteta korisnika. Učestvovao sam i u analizi inovacionog ekosistema Crne Gore, kao i u programiranju oko 20 miliona EUR IPA III fondova. Ovo iskustvo mi je omogućilo da sistem sagledam iz više perspektiva – evaluatora, implementatora i strateškog savetnika.

Rezultati postoje, ali su realno ispod potencijala zemlje. Postoji oko 20+ projektnih timova

primjer, broj korisnika EU fondova u periodu 2014–2024 pokazuje značajne razlike:

Zemlja – Broj korisnika od 2014 do 2024 – Ukupno u mil. EUR za korisnike

koji su nastavili da se razvijaju, ali često se sudaraju sa institucionalnim barijerama umesto da imaju sistemsku podršku.

Koje prednosti Crna Gora može imati u pristupu EU fondovima nakon ulaska u EU?

B. Nektarijević: Najveća prednost Crne Gore je to što je mala zemlja. Ako postoji dobra koordinacija i jasna strategija, rezultati mogu biti veoma brzi.

Ali postoje i ozbiljna ograničenja. Administrativni kapaciteti su često partijski i fragmentisani, a tehnička pomoć, koja je nerijetko deo korupcionih mehanizama, preuzima veliki dio posla da napiše „šta treba“ kao pokriće na putu ka EU.

Ako građani žele maksimalno iskoristiti EU fondove, ključ je izgradnja efikasnog sistema podrške projektima koji identifikuje najbolje timove, razvija ih u lidere na evropskom nivou – ali i aktivno pomaže novim organizacijama da uđu u EU programe i da se razvijaju – to je proces učenja.

EU fondovi nisu novac za administrativno preživljavanje sistema, niti plijen pojedinaca iz partijskih elita, već instrument za razvoj konkurentnih ekonomija, sektora i relizacije EU ciljeva. Ako se koriste kao politički plijen, oni ne razvijaju društvo – već stvaraju korupciju i nepotizam.

Koje oblasti vidite kao najperspektivnije za Crnu Goru u EU programima?

B. Nektarijević: Postoji nekoliko oblasti u kojima Crna Gora ima realan potencijal za snažnije učešće u evropskim programima. Me-

đutim, važno je razumijeti da se EU projekti ne razvijaju kroz pojedinačne ad-hoc prijave, već kroz ono što u praksi nazivamo „pipeline pristupom“ – strateški povezanim portfoliom projekata koji se razvijaju dugoročno i pozicioniraju organizacije u evropskim istraživačkim i inovacionim mrežama.

Upravo kroz takav pristup moguće je identifikovati nekoliko oblasti u kojima Crna Gora može izgraditi stabilno prisustvo u evropskim programima.

Prva oblast je **istraživanje i inovacije**, odnosno integracija u European Research Area kroz programe kao što su Horizon Europe, Marie Skłodowska-Curie Actions, Research Infrastructures, Widening Participation i European Innovation Ecosystems, kao i kroz određene instrumente EIC-a i Erasmus+ saveza.

Druga oblast je **zdravlje i transformacija zdravstvenog sistema**, kroz Horizon Europe Cluster 1 i EU4Health, posebno u oblastima digitalnog zdravlja, prevencije bolesti, interoperabilnosti zdravstvenih podataka i razvoja zdravstvene radne snage.

Treća oblast je **turizam, kultura i društvene inovacije**, kroz Horizon Europe Cluster 2, CERV, AMIF i New European Bauhaus, gde Crna Gora može povezati kulturno nasljeđe, održivi turizam i društvenu inkluziju sa evropskim inovacionim projektima.

Četvrta oblast je **digitalna transformacija i industrija**, kroz Horizon Europe Cluster 4 i Digital Europe Programme, posebno u oblastima vještačke inteligencije, evropskih data prostora, sajber bezbednosti i digitalnih inovacionih ekosistema.

Peta oblast je **energija, klima i mobilnost**, kroz Horizon Europe Cluster 5, Connecting Europe Facility i LIFE, gdje geografske i prirodne karakteristike Crne Gore omogućavaju pilot projekte u oblasti obnovljivih izvora energije, pametnih mreža i klimatske adaptacije.

Šesta oblast je **hrana, bioekonomija, poljoprivreda i životna sredina**, kroz Horizon Europe Cluster 6, EMFAF, AGRIP i LIFE, gdje održiva poljoprivreda, ribarstvo, biodiverzitet i upravljanje prirodnim resursima mogu postati snažan razvojni potencijal.

Sedma oblast je **upravljanje i institucionalne reforme**, kroz Horizon Europe governance pozive, Digital Europe za javnu upravu, IPA III, Fiscalis, Customs i EU Anti-Fraud programe, koji podržavaju modernizaciju institucija i fiskalnih sistema.

Osma oblast su **bezbednost, otpornost i odbrana**, kroz Horizon Europe Cluster 3, European Defence Fund, ISF i programe za upravljanje granicama i carinama, posebno u oblastima

sajber bezbednosti, hibridnih pretnji, civilne zaštite i pomorske bezbednosti.

Najveći problem Zapadnog Balkana nije nedostatak evropskog novca, već nedostatak sistema koji zna kako da ga pretvori u inovacije, kompanije i međunarodnu konkurentnost.

Šta biste poručili institucijama i organizacijama u Crnoj Gori koje žele bolje da koriste EU fondove?

B. Nektarijević: Predložio sam Vladi i relevantnim institucijama nekoliko koordinisanih inicijativa za razvoj kapaciteta za EU fondove – precizno da razvijem „strukture podrške“ – rado bih je napravio tako da radi kao u najboljim zemljama, ali sam u većini slučajeva naišao na zatvorena vrata. Svako brani svoj mali „pašnjak“ poziciju - i zatvaraju pristup stručnim ljudima.

Ipak, postoje pozitivni primjeri saradnje – poput NTP-a i Vašeg Glasnika – koji razumiju potrebu stvaranja profesionalnog sistema podrške.

Organizacijama koje žele ozbiljno da rade sa EU fondovima poručio bih da grade kapacitete dugoročno, razmišljaju strateški i fokusiraju se na kvalitet rezultata. Nadam se da sa NTP napravimo uskoro i Konferenciju Montenegro 2026 za sve konkurse koji slijede 2026-27 i pružimo ekspertsku podršku za projekte da se ostvare ambicije za članstvo u EU i pokaže kvalitet rezultata.

Evropska unija ne finansira prosječnost. Ona finansira znanje, inovacije i sposobnost da se rezultati pretvore u realnu ekonomsku vrijednost i ostvarenje EU politika.

Kako se tržište bude otvaralo prema Evropi, konkurencija će biti sve veća. Oni koji žele da opstanu moraću da razvijaju inovacije, profesionalizam i međunarodnu konkurentnost.



Organizacijama koje žele ozbiljno da rade sa EU fondovima poručio bih da grade kapacitete dugoročno, razmišljaju strateški i fokusiraju se na kvalitet rezultata

BOŠKO NEKTARIJEVIĆ, EU FUNDS EXPERT

THE EUROPEAN UNION DOES NOT FINANCE MEDIOCRITY

The real problem in the Western Balkans is not the lack of European funding. It is the lack of systems capable of transforming that funding into innovation, companies and internationally competitive economies

EU funds expert **Boško Nektarijević**, in an interview for the *Glasnik of the Chamber of Economy of Montenegro*, advises organisations that want to work seriously with EU funds to build their capacities in the long term, think strategically, and focus on the quality of results.

„The European Union does not finance mediocrity. It finances knowledge, innovation and the ability to transform results into real economic value and policy impact. As markets open further towards Europe, competition will only intensify. Those who wish to remain relevant will have to invest in innovation, professionalism and genuine international competitiveness, opposed to current business philosophy“, Nektarijević said.

Your professional path spans more than 20 years in the field of EU funds. How would you describe your beginnings and the key turning points in your career?

B. Nektarijević: The early 1990s were an extraordinarily difficult time to start a career. It was precisely then that I began to understand the real characteristics of the system we live in. I was not raised to accept that the dominant business model was the appropriation of state resources and the political capture of institutions. I was raised to believe in knowledge, expertise and meritocracy. Yet those values were often in direct conflict with the realities of the region.

During secondary school I was already trying to launch my first business initiatives. My father was a Member of Parliament and one of the protagonists of the democratic movement in Serbia, while my mother was a successful entrepreneur in the pharmaceutical sector. It was therefore quite natural for me to look outward, towards cooperation with the developed world. However, through personal collaboration with various international actors operating in the Balkans, I also came to see the weaknesses of that system: quite often, the European periphery was staffed by rather mediocre cadres, attracted by easy profit and the privileges that come with operating in fragile environments.

A major turning point was my education at leading international institutions. I completed a **BBA at IFAM Business School in Paris**, followed by an **MBA at Solvay Business School, Université Libre de Bruxelles**, where I also began doctoral research in organisational development. I continued my studies at **Boston University in international relations, NATO and EU security, and project management**, and later at **Harvard Kennedy School through an Executive Education programme on adaptive leadership**.

My professional career began in **2001 with an internship at the European Parliament**, through the Robert Schuman Foundation scholarship programme. There I worked with key actors in EU policy, particularly **Doris Pack, MEP**, who at the time chaired the European Parliament's delegation for relations with the Balkans.

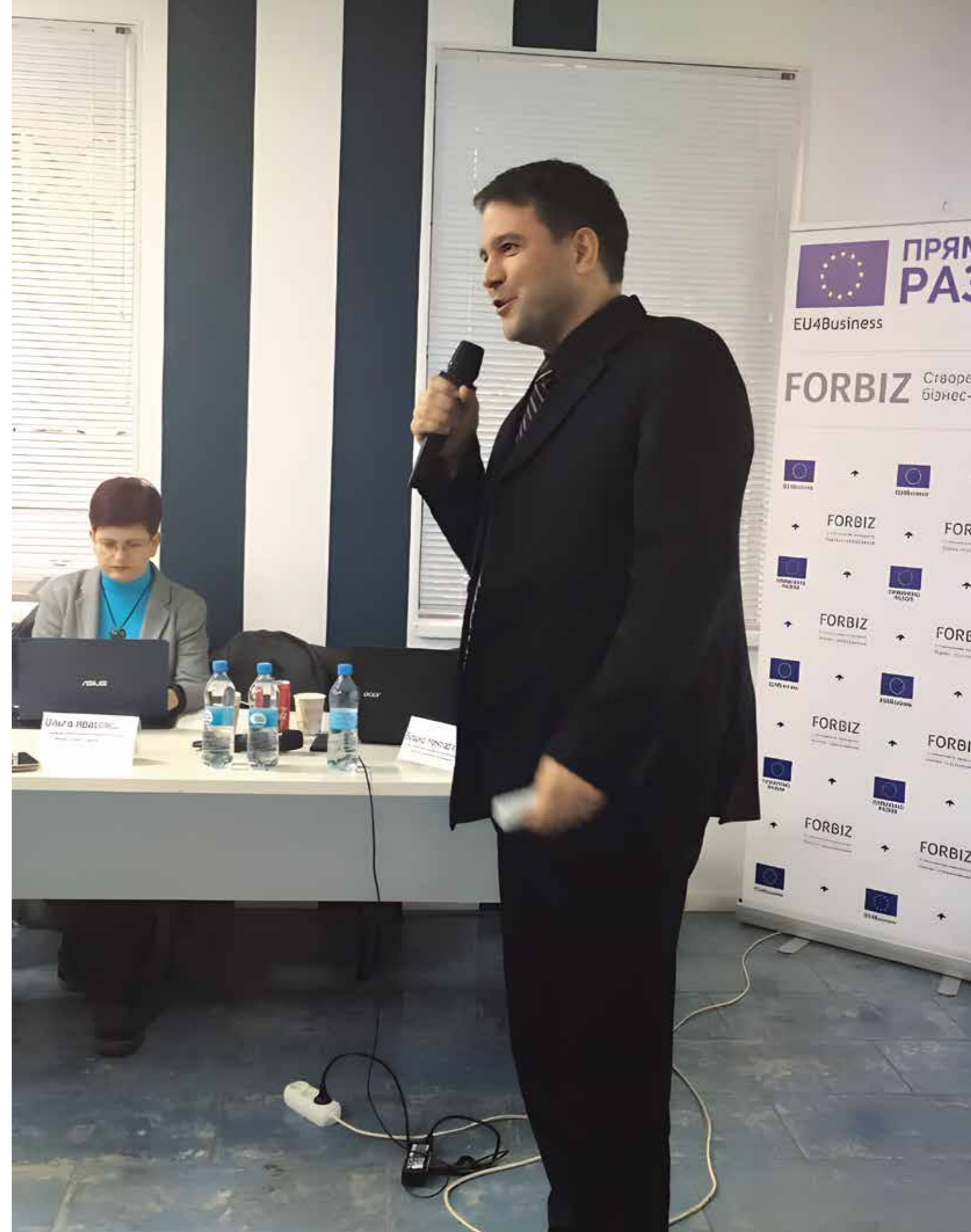
In **2008 I founded EU Access in Brussels**, one of the early consulting and lobbying structures focused on EU candidate countries. Later we established the **Balkan Security Network**, and subsequently developed the **European Training Academy**, which since 2014 has expanded its activities across the wider region – from the Western Balkans to Turkey and Ukraine.

You have extensive experience as a trainer and mentor in the field of EU funds. What are the most important lessons you have learned while working with organisations across the region?

B. Nektarijević: The first lesson is very simple: **those who do not wish to learn cannot be taught**.

The second lesson concerns the importance of mentors. I am not referring to the improvised political cadres that often dominate the periphery of the EU system, but to accomplished professionals with proven results in the most competitive international markets and with genuine academic credibility.

The third, and perhaps most important lesson, concerns the **support ecosystem for EU projects**. In the countries where I have worked,



success consistently depends on three factors: a critical mass of people trained in EU programmes, a highly experienced international mentoring team, and a professional support structure capable of developing project teams.

A key indicator of a mature system is the existence of **pipelines of project proposals** –

How would you assess the level of utilisation of EU funds in the Western Balkans?

B. Nektarijević: The truth about EU funds in the region often depends on whom you ask.

Country	Beneficiaries 2014 - 2024	Total funding (€ million)
Crna Gora	415	984
Srbija	1305	4927
Kosovo	536	530
Makedonija	715	1682
Hrvatska	1890	12258
Slovenija	1639	12888
Luksemburg	922	18866
Nemačka	10274	92374

B. Nektarijević: From my perspective, it is misguided to measure success by administrative claims that they have “learned how to programme IPA funds”. In many cases those documents are still written by external technical assistance – often attracted by rather generous opportunities within the system.

The more relevant question is how many organisations **outside the state administration** are actually using EU funds and what tangible results those projects generate. It’s still incredibly small number of organizations.

Citizens and businesses can judge this quite easily: do they see concrete outcomes of EU-funded projects in their daily lives and economic activity – particularly from organisations that are not perceived as politically connected or tied to security structures?

What were the key outcomes of the technical assistance projects you led in Montenegro?

B. Nektarijević: In Montenegro I held several professional roles within the EU ecosystem. I worked as an **EU coach for small and medium-sized enterprises**, providing mentoring support for innovation projects and the preparation of EU funding applications.

I also served as an **EU evaluator for IPA programmes**, assessing both results and the prop-

structured portfolios of projects developed strategically over time for European calls.

Ultimately, the measure of success is not the number of amusingly named start-ups, but the ability of organisations to obtain EU funding and to **commercialise results in international markets**.

Political narratives are one thing; measurable data are quite another.

For instance, the number of beneficiaries of EU funds between 2014 and 2024 reveals striking disparities.

er use of funds in accordance with EU rules. In addition, I worked as **EU team leader for the implementation of innovation grant schemes**, focusing on strengthening beneficiary capacities.

I also contributed to the **analysis of Montenegro’s innovation ecosystem** and to the programming of approximately **€20 million of IPA III funds**.

This experience allowed me to observe the system from multiple perspectives – as an evaluator, an implementer and a strategic adviser.

Results do exist, but they remain below the country’s real potential. Around **twenty-plus project teams** have continued to develop and grow, yet they often encounter institutional barriers rather than the systemic support that successful EU countries typically provide.

What advantages could Montenegro gain in accessing EU funds after joining the European Union?

B. Nektarijević: Montenegro’s greatest advantage is that it is a small country. If coordination and strategic direction exist, results can emerge remarkably quickly.

However, there are also significant constraints. Administrative capacities are often fragmented and

politically structured, while technical assistance – not infrequently embedded in questionable governance mechanisms – ends up doing much of the actual work.

To make full use of EU funds, the essential task is to build an **effective support ecosystem for projects**: one that identifies the best teams, develops them into European-level leaders, and actively helps new organisations enter EU programmes.

EU funds are not designed to keep bureaucratic systems afloat, nor are they spoils for party elites. They are instruments for building competitive economies. When treated as political spoils, they generate corruption and stagnation rather than development.

Which sectors do you see as most promising for Montenegro within EU programmes?

B. Nektarijević: There are several areas where Montenegro has genuine potential to participate more strongly in European programmes. However, it is important to understand that EU projects are not developed through isolated ad hoc applications, but through what practitioners call a **“pipeline approach”** – strategically linked portfolios of projects developed over time and positioned within European research and innovation networks.

Within such a framework, several promising domains emerge.

The first is **research and innovation**, through integration into the European Research Area via programmes such as Horizon Europe, Marie Skłodowska-Curie Actions, Research Infrastructures, Widening Participation and European Innovation Ecosystems, as well as selected EIC instruments and Erasmus+ alliances.

The second area is **health and health-care transformation**, particularly through Horizon Europe Cluster 1 and EU4Health, focusing on digital health, disease prevention, health data interoperability and workforce development.

The third is **tourism, culture and social innovation**, through Horizon Europe Cluster 2, CERV, AMIF and the New European Bauhaus, where Montenegro can link cultural heritage, sus-



tainable tourism and social inclusion to European innovation initiatives.

The fourth is **digital transformation and industry**, through Horizon Europe Cluster 4 and the Digital Europe Programme, especially in artificial intelligence, European data spaces, cybersecurity and digital innovation ecosystems.

The fifth area concerns **energy, climate and mobility**, through Horizon Europe Cluster 5, the Connecting Europe Facility and LIFE, where Montenegro’s geography offers excellent pilot environments for renewable energy integration, smart grids and climate adaptation.

The sixth is **food systems, bioeconomy and environmental sustainability**, through **Horizon Europe Cluster 6, EMFAE, AGRIP and LIFE**, where agriculture, fisheries, biodiversity and natural resource management can become significant development drivers.

The seventh area concerns **governance and institutional reform**, through Horizon Europe governance calls, Digital Europe for public administration, IPA III, Fiscalis, Customs and EU Anti-Fraud programmes, supporting institutional modernisation.

The eighth area is **security, resilience and defence**, through Horizon Europe Cluster 3, the European Defence Fund, ISF and border management programmes, particularly in cybersecurity, hybrid threats, civil protection and maritime security.

The real problem in the Western Balkans is not the lack of European funding. It is the lack of systems capable of

transforming that funding into innovation, companies and internationally competitive economies.

What message would you send to institutions and organisations in Montenegro seeking to make better use of EU funds?

B. Nektarijević: I proposed several coordinated initiatives to the Government and relevant institutions aimed at building national capacities for EU funding – in essence, a proper **support structure** similar to those found in the most successful EU countries. Unfortunately, in most cases I encountered closed doors. Everyone tends to defend their own small “pasture”.

Nevertheless, there are positive examples of cooperation – including NT-PARK and your publication – which understand the importance of establishing a professional support ecosystem.

My message to organizations is straightforward: build capacities for the long term, think strategically, and focus on the quality of results.

The European Union does not finance mediocrity. It finances knowledge, innovation and the ability to transform results into real economic value and policy impact.

As markets open further towards Europe, competition will only intensify. Those who wish to remain relevant will have to invest in innovation, professionalism and genuine international competitiveness, opposed to current business philosophy.



VJEŠTINE USPJEŠNOG PREDSTAVLJANJA POSLOVNIH IDEJA

Privredna komora Crne Gore, kao članica konzorcijuma MontEE-Negro koji je dio mreže Enterprise Europe Network (EEN), organizovala je 3. marta obuku „Vještine uspješnog predstavljanja poslovnih ideja“.

Cilj je bio da učesnici kroz obuku unaprijede način na koji predstavljaju svoju poslovnu ideju, steknu sigurnost u javnom nastupu i komunikaciji sa donosiocima odluka, te dobiju konkretne savjete zasnovane na praksi i realnim primjerima.

„U savremenom poslovnom okruženju, sposobnost da se poslovna ideja jasno, uvjerljivo i strukturirano predstavi potencijalnim partnerima, investitorima ili institucijama koje pružaju podršku, predstavlja jedan od ključnih faktora uspjeha, posebno za mikro, mala i srednja preduzeća. Stoga je naš cilj da pružimo sva potrebna znanja predstavnicima kompanija za pripremu i predstavljanje poslovnih ideja (pitch)“, istakla je u pozdravnoj riječi direktorica Sektora za projekte u PKCG, **Tanja Radusinović**.

Predavač je bio **Aleksandar Janičić**, iz kompanije J Consulting, sa dugogodišnjim iskustvom u oblasti poslovnog savjetovanja, razvoja preduzetničkih vještina i izvođenja obuka iz oblasti pitch prezentacija. Tokom svoje karijere radio je sa brojnim preduzećima, startupovima i institucijama podrške biznisu, kako u zemlji tako i u regionu.

On je istakao da pitch deck nije samo niz slajdova, već pažljivo osmišljena i

ciljana prezentacija čiji je osnovni zadatak da u kratkom vremenu jasno prikaže vrijednost ideje i potencijal njenog rasta. Naglasio je da pitch mora biti prilagođen publici, precizan i razumljiv, jer se često obraća investitorima koji nijesu iz iste branše, ali donose ključne odluke o daljoj podršci projektu.

Govoreći o strukturi, Janičić je objasnio da svaka uspješna prezentacija počinje jasno definisanim problemom.

„Problem mora biti prepoznatljiv, dovoljno širok i uvjerljivo predstavljen, kako bi publika odmah razumjela njegov značaj. Tek nakon toga dolazi rješenje, koje mora pokazati po čemu je drugačije, zašto je relevantno i na koji način donosi konkretnu vrijednost korisnicima“, kazao je on.

Poručio je da dobra ideja bez jasne strukture i razumljive poruke ostaje samo ideja, jer tek kada se oblikuje tako da je svi razumiju, ona postaje prilika za investiciju.

Poseban akcenat stavio je na analizu tržišta i poslovni model. Prema njegovim riječima, investitore ne zanimaju samo entuzijazam i vizija, već konkretni podaci, veličina tržišta, brzina rasta, konkurencija i realne finansijske projekcije. Poslovni model, kako je objasnio, predstavlja skup pretpostavki o tome kako kompanija stvara i isporučuje vrijednost, ali te pretpostavke moraju biti utemeljene u realnosti i potvrđene tržišnim pokazateljima.

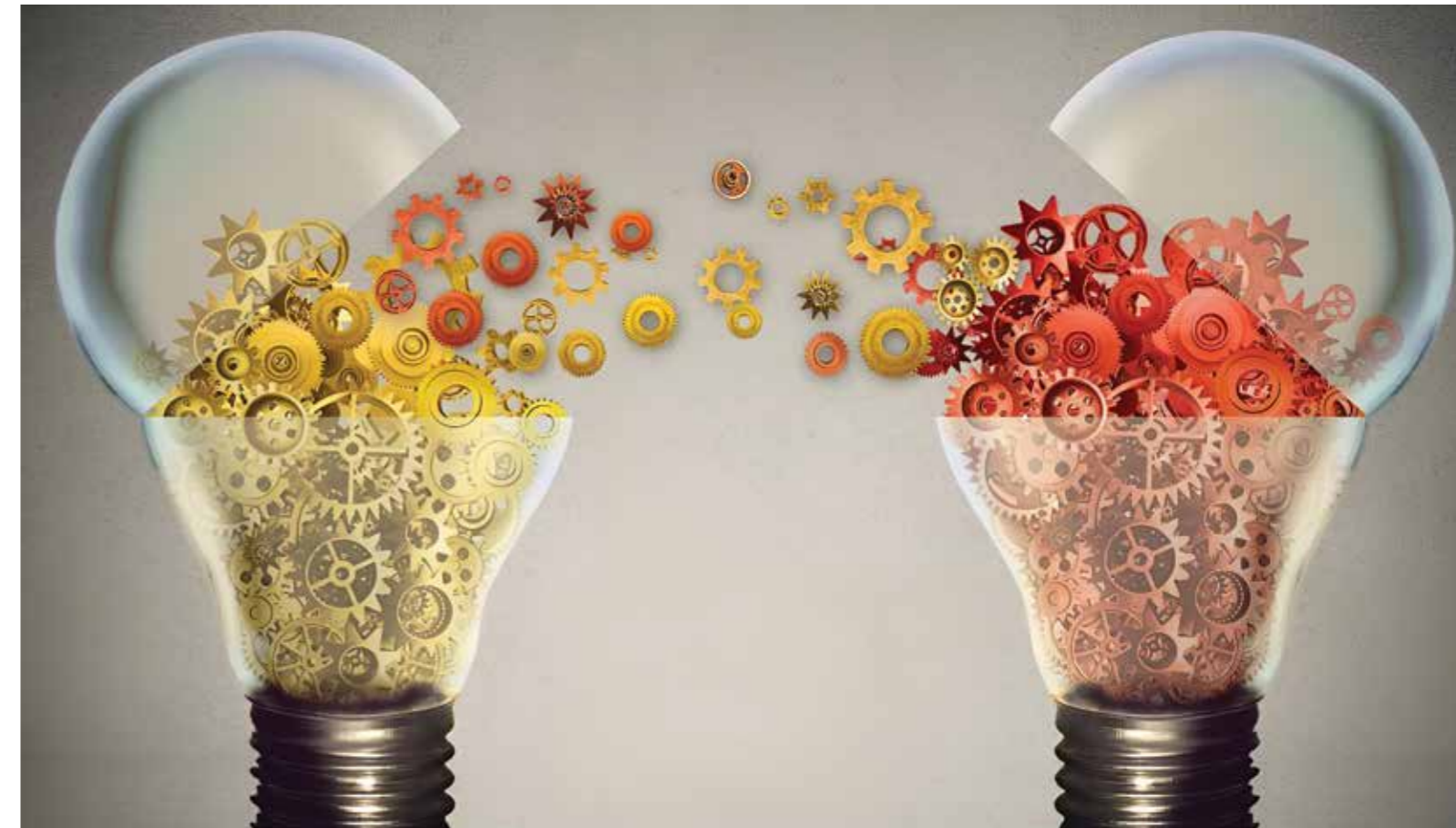
Janičić je podsjetio da investitori prije svega ulažu u ljude, zbog čega je

ključno jasno predstaviti tim, njegove kompetencije i sposobnost da realizuje ideju u uslovima tržišne neizvjesnosti. Zaključujući izlaganje, naglasio je da uspješan pitch ne podrazumijeva savršen plan, već uvjerljiv tim i jasnu strategiju razvoja.

„Investitori ne traže savršen plan, već tim koji razumije problem, poznaje tržište i zna kako da od ideje napravi održiv biznis – poručio je on.

Tokom obuke, učesnicima je predstavljen i program BauNOW, o kojem je govorio mr **Denis Čekić**, Univerzitet Donja Gorica. On je kazao da u startup ekosistemu postoji izražen nedostatak rane investicione podrške, posebno u fazi između validacije ideje i pristupa venture kapitalu. Naglasio je da je jedan od ključnih problema nedovoljno razvijena mreža anđeoskih investitora i nizak nivo investicione pismenosti.

Program BauNOW osmišljen je da odgovori na taj izazov kroz izgradnju nove generacije obučanih i profesionalnih anđeoskih investitora koji će podsticati održivi razvoj i jačanje lokalnog ekosistema. Obuka traje sedam sedmica i realizuje se kroz kombinovani online i lokalni format, uz interaktivne radionice, studije slučaja, simulacije investiranja i mentorsku podršku. Polaznicima se kroz program omogućava sticanje konkretnih znanja, umrežavanje i pristup regionalnim investicionim inicijativama, čime se osigurava dugoročan efekat programa.



EUROCHAMBRES

ECF KATALIZATOR KONKURENTNOSTI

Eurochambres pozdravlja prijedlog Evropske komisije za uspostavljanje Evropskog fonda za konkurentnost (ECF), kao dijela Višegodišnjeg finansijskog okvira (MFF) za period 2028–2034. Ova inicijativa mora predstavljati prekretnicu u usklađivanju budžeta EU sa strateškim ciljevima Unije – podsticanjem inovacija u Evropi u svim industrijama, kao i jačanjem njene otpornosti i globalne konkurentnosti.

Pošto ECF odražava čvrstu opredijeljenost za racionalizaciju i jačanje ekosistema koji podržava inovativna preduzeća EU, posebno MSP, koristeći instrumente koji su dokazali svoju efikasnost, prijedlog Evropske komisije se shodno tome priznaje kao vrijedan i koristan. Ipak, obezbjeđivanje pristupa sa niskim pragom za evropska MSP biće ključno za njegov uspjeh. Eurochambres stoga poziva Evropski parlament i nacionalne vlade da obezbijede pojednostavljen i lak pristup ECF-u za MSP, aktivno i blagovremeno

uključivanje zainteresovanih strana radi povećanja vidljivosti ECF-a u regionima, kao i tehnološki otvoren pristup.

Evropska preduzeća suočavaju se sa nezapamćenim pritiscima globalne konkurencije, rastućih troškova i sve veće geopolitičke neizvjesnosti. Eurochambres stoga podržava pristup Komisije da konkurentnost postavi u srž sljedećeg MFF-a (2028–2034) i da uspostavi Evropski fond za konkurentnost (ECF). To predstavlja jasno priznanje da prosperitet Evrope, bezbjednost i globalni uticaj zavise od snažne i konkurentne ekonomske baze. Ipak, unaprijed definisanje strateških tehnologija nosi određene rizike. Ako se ne omogući dovoljna fleksibilnost, to bi moglo previše nagnati podršku EU prema nekoliko strateških prioriteta, potencijalno zanemarujući inovativne tehnologije i lance vrijednosti, posebno one koje vode MSP, startapi i scale-up preduzeća.



Prijedlog Komisije predviđa posvećene, sektorski specifične akcije usmjerene na MSP, startape i mala srednja preduzeća u okviru svakog političkog prozora

ECF ima potencijal da postane pravi katalizator konkurentnosti, duž cijelog investicionog puta i u različitim dimenzijama kao što su inovacije, otpornost i dekarbonizacija. U mjeri u kojoj odražava jasnu namjeru da se racionalizuje i ojača evropski poslovni ekosistem, gradeći se na postojećim instrumentima koji su dokazali svoju efikasnost, mora biti dizajniran za maksimalni uticaj, uz zaštitu drugih politika EU koje omogućavaju rast i obezbjeđivanje efikasne, transparentne upotrebe resursa.

Da bi se ostvarili opipljivi rezultati za preduzeća svih veličina, ECF mora biti: • usmjeren na izvrsnost i mjerljive ishode konkurentnosti; • jednostavan i dostupan za MSP, te administrativno koherentan; • tehnološki otvoren, sektorski inkluzivan i pravno pouzdan; • strateški upravljivan uz uključivanje zainteresovanih strana; • podržan racionalizovanom arhitekturom finansiranja sa optimizovanom alokacijom finansijskih resursa.

Zasluznost, izvrsnost i relevantnost za konkurentnost EU treba da ostanu glavni kriterijumi za implementaciju fonda i njegovu alokaciju. Mreža komora – sa prisustvom u svakom regionu EU – jedinstveno je pozicionirana da podrži institucije EU, nacionalne, regionalne i lokalne vlasti pomažući im da ECF približe preduzećima kojima je namijenjen, povećaju vidljivost fonda i pruže praktične savjete preduzećima¹.

Konsolidacija četrnaest instrumenata i programa pod jednim pravilnikom² smanjuje broj samostalnih pravnih osnova u poređenju sa trenutnim programskim periodom. Iako takav pristup povećava fleksibilnost Komisije u alokaciji resursa prema strateškim prioritetima, može smanjiti stepen pravne i programske sigurnosti koji je tradicionalno bio povezan sa posvećenim programima. Štaviše, pojednostavljenje na institucionalnom nivou ne prevodi se automatski u lakši pristup za preduzeća. Da li će predložena arhitektura zaista smanjiti složenost za evropska MSP još treba razjasniti.

U ovoj perspektivi, i da bi se ambicije EU pretvorile u stvarni ekonomski uticaj, operativni okvir ECF-a mora poboljšati pristup preduzeća predloženim finansijskim instrumentima EU. Uprkos napretku ostvarenom u programima poput Inve-

stEU, MSP i dalje imaju poteškoća u pristupu finansijskim instrumentima EU i dobijanju finansiranja preko lokalnih finansijskih posrednika. Kao glavni kanali preko kojih se mnogi od ovih instrumenata usmjeravaju, oni često primjenjuju previše restriktivne uslove, traže prevelike garancije i nastavljaju da primjenjuju pristup blizak „nultom riziku“, što ograničava mogućnost MSP da obezbijede blagovremeno finansiranje, uzrokujući da inovativni i visokopotencijalni projekti stagniraju ili propadnu.

Da bi ECF donio stvarnu vrijednost evropskim preduzećima, posebno MSP i inovativnim startapima, uloga finansijskih posrednika mora evoluirati od rizik-izbjegavajućih čuvara kapije ka proaktivnim facilitatorima, obezbjeđujući brže, jednostavnije i proporcionalnije puteve za MSP da iskoriste podršku EU. Jačanje ove facilitacijske uloge ključno je da bi MSP i inovativni startapi dobili brzi i odgovarajući pristup finansiranju potrebnom za skaliranje, inoviranje i doprinos konkurentnosti i rastu Evrope.

Prijedlog Komisije predviđa posvećene, sektorski specifične akcije usmjerene na MSP, startape i mala srednja preduzeća u okviru svakog političkog prozora. Prepoznajući važnu ulogu MSP u jačanju evropskih lanaca vrijednosti i skaliranju inovativnih aktivnosti, Eurochambres primjećuje da su njihove potrebe za finansiranjem i obim projekata obično znatno veći nego kod MSP. U konkurentnim okruženjima finansiranja to može dovesti do disproporcionalne alokacije resursa prema većim i kapitalno intenzivnijim projektima, de facto ograničavajući kapacitet MSP da iskoriste podršku ECF-a.

Pojednostavljen pristup finansiranju za MSP stoga je kritičan. Procedure prijavljivanja moraju biti jednostavne, transparentne i proporcionalne. Eurochambres stoga poziva na:

- pristup one-stop-shop, uključujući centralnu ulaznu tačku za preduzeća;
- jasne, korisnički prijateljske pozive za dostavljanje prijedloga;
- minimalno i proporcionalno administrativno opterećenje tokom cijelog životnog ciklusa projekta, uključujući izvještavanje i reviziju.

RECONNECT PREDSTAVLJEN NA MEĐUNARODNOJ KONFERENCIJI ROBONETCBC



RECONNECT tim Privredne komore Crne Gore učestvovao je na međunarodnoj konferenciji projekta ROBONETCBC, pod nazivom „Razvoj inovacione mreže za primjenu rješenja iz oblasti robotike i senzorskih tehnologija radi unapređenja praćenja i sprječavanja zagađenja slatkovodnih i morskih ekosistema“. Tom prilikom projektna menadžerka Sandra Perić predstavila je ciljeve, ključne aktivnosti i očekivane rezultate projekta *Kreativni zanati za industrijsku simbiozu u sektorima plave ekonomije – RECONNECT*, koji Privredna komora Crne Gore sprovodi u okviru EURO MED Programa.

Prema njenim riječima, sektori ribarstva i akvakulture u Sredozemnom moru suočavaju se sa značajnim ekološkim pritiskom zbog prekomjerne eksploatacije, zagađenja i velikih količina otpada, posebno plastike. Prakse cirkularne ekonomije su fragmentirane – velike kompanije prate formalne okvire, dok se mala i srednja preduzeća oslanjaju na spontane i nestrukturizane pristupe. Ograničena saradnja između industrijskog i zanatskog sektora smanjuje mogućnosti za inovacije i ponovnu upotrebu otpada.

U tom kontekstu, projekat RECONNECT ima za cilj jačanje cirkularnosti i održivosti u mediteranskoj plavoj ekonomiji kroz transformaciju otpada iz ribarstva i akvakulture u visokovrijedne bio-proizvode. Projekat takođe osnažuje mala i srednja preduzeća kroz upotrebu AI alata za inovacije i promovise povezivanje različitih sektora i zemalja kroz saradnju i razmjenu znanja.

Projekat RECONNECT realizuju partneri devet mediteranskih institucija, koji sprovode aktivnosti na jačanju cirkularnosti i održivosti u sektorima plave ekonomije.

Crnogorska komora je uključena u sve ključne faze projekta – od izrade analiza i alata, preko realizacije tri pilot-projekta u saradnji sa malim i srednjim preduzećima iz sektora ribarstva i akvakulture, do primjene inovativnih rješenja i njihove evaluacije. Osim toga, biće organizovani i lokalni info-dani i događaji koji povezuju zajednicu i podstiču razmjenu znanja.

Više informacija o projektu dostupno je na zvaničnoj stranici:

<https://reconnect.interreg-euro-med.eu/news/>.

Razvoj inovacione mreže za primjenu rješenja iz oblasti robotike i senzorskih tehnologija radi unapređenja praćenja i sprječavanja zagađenja slatkovodnih i morskih ekosistema



GODIŠNJI SASTANAK EUREKA MREŽE U LUCERNU MODELI ZA EKONOMSKU SIGURNOST I ODRŽIVOST PROJEKATA

Drugi godišnji sastanak EUREKA mreže u okviru švajcarskog predsjedavanja održava se u periodu od 9. do 12. marta 2026. godine u Lucernu, Švajcarska. Prof. dr Mladen Perazić iz Privredne komore Crne Gore, u svojstvu visokog predstavnika za EUREKA mrežu za Crnu Goru i nacionalna projekt koordinatorica za EUREKA program, Aleksandra Mugoša učestvovali su u radu sastanka. Godišnji sastanak okupio je predstavnike većine od 47 zemalja članica EUREKA mreže, Evropske komisije, te relevantnih EU agencija. Sastanak su organizovali EUREKA sekretarijat i nosioci švajcarskog predsjedavanja.

U fokusu bili su usaglašavanje i uspostavljanje zajedničkih modela kojima će se obezbijediti ekonomska sigurnost i održivost EUREKA projekata, ali i širenje članstva i globalno povezivanje. Predstavljeni su novi instrumenti i nove inicijative u okviru EUREKA mreže, kao što je BioTech po-

ziv, kao i predstojeći Globalni samit inovacija (GIS 2026) koji se 6. maja ove godine održava u Bazelu u Švajcarskoj. Posebno dostignuće švajcarskog predsjedavanja je objavljivanje publikacije Global innovation driving competitiveness and growth, kojom se proslavlja 40. godišnjicu postojanja i rada EUREKA mreže, promovisu zemlje članice i ističe značaj međunarodne saradnje u jačanju inovacija i konkurentnosti. U publikaciji je kao primjer uspješne saradnje iz Crne Gore predstavljen Metalurško-tehnološki fakultet Univerziteta Crne Gore sa više realizovanih i tekućih EUREKA projekata.

Crna Gora je, potpisivanjem Memoranduma o razumijevanju između EUREKA Sekretarijata i zemalja članica EUREKA inicijative, 2012. godine postala članica Evropske EUREKA mreže i time pristupila ovom međunarodnom programu za finansiranje tržišno orijentisanih projekata istraživanja i razvoja. Mi-

nistarstvo prosvjete, nauke i inovacija podržava naučnoistraživačku i inovacionu zajednicu kroz godišnji konkurs za sufinansiranje učešća u Network EUREKA projektima, dok Privredna komora Crne Gore podržava diseminaciju programa i značajno doprinosi njegovoj vidljivosti u biznis zajednici.

Godišnji sastanci EUREKA mreže predstavljaju platformu za definisanje budućih strateških i programskih aktivnosti, razmjenu mišljenja o aktuelnim temama i pokretanje novih inicijativa među članicama. Na sastancima se razmatraju pitanja međunarodne saradnje, potvrđuju projekti u okviru EUREKA programa, te planiraju aktivnosti usmjerene na jačanje operativne funkcionalnosti mreže i širenje članstva. Konferencija takođe omogućava održavanje brojnih bilateralnih susreta, čime se otvara prostor za uspostavljanje partnerstava i pripremu budućih zajedničkih projektnih prijedloga.



PROCJENA DIGITALNE ZRELOSTI PREDUZEĆA

Privredna komora Crne Gore poziva mala i srednja preduzeća da se prijave za **besplatnu procjenu digitalne zrelosti preduzeća**. Riječ je o usluzi koja se pruža u okviru projekta MontEDIH – Crnogorskog evropskog digitalno inovacionog haba.

Cilj usluge je da kompanijama pruži **jasan uvid u trenutni nivo digitalizacije poslovanja** i identifikuje mogućnosti za unapređenje kroz primjenu savremenih digitalnih tehnologija. Procjena obuhvata analizu više ključnih aspekata poslovanja, uključujući:

- stepen digitalizacije poslovnih procesa,
- nivo digitalnih vještina zaposlenih,
- spremnost menadžmenta za digitalnu transformaciju,
- potencijal za primjenu inovativnih tehnologija i poslovnih modela.

Na osnovu rezultata procjene, kompanije dobijaju **preporuke za naredne korake u procesu digitalne transformacije**, kao i mogućnost da koriste dodatne usluge MontEDIH-a. MontEDIH predstavlja platformu koja pruža podršku digitalnoj i zelenoj transformaciji privrede kroz pristup znanju, ekspertizi i naprednim tehnologijama.

Pozivamo zainteresovane kompanije da iskoriste ovu priliku i naprave **prvi korak ka digitalnoj transformaciji i jačanju konkurentnosti na domaćem i međunarodnom tržištu**.

Pored procjene digitalne zrelosti, kompanijama su kroz projekat dostupne i druge **besplatne usluge**:

- **testiranje digitalnih tehnologija prije ulaganja (Test before invest),**
- **edukacije i razvoj digitalnih vještina**
- **savjetodavna podrška i izrada strategija digitalne transformacije,**
- **podrška u pristupu finansiranju i internacionalizaciji poslovanja,**
- **umrežavanje sa tehnološkim partnerima i kompanijama iz Evrope.**

Više informacija o projektu i uslugama dostupno je na sajtu projekta: <https://www.montedih.me> putem kojeg preduzeća mogu iskazati interesovanje za sve usluge. Za dodatna pojašnjenja preduzeća mogu pisati na montedih@pkcg.org, nakon čega se može zakazati sastanak.

Sve usluge u okviru projekta dostupne su **bez naknade za mala i srednja preduzeća, ali je potrebno izvršiti prijavu na način koji je opisan u javnom pozivu**.

Cilj usluge je da kompanijama pruži jasan uvid u trenutni nivo digitalizacije poslovanja i identifikuje mogućnosti za unapređenje kroz primjenu savremenih digitalnih tehnologija

KRATKE VIJESTI



SUNEXPRESS U CRNOJ GORI

Prvi put iz Podgorice bićemo povezani direktnom avio-linijom sa poznatom, all-inclusive destinacijom – Antalijom, saopšteno je iz Aerodroma Crne Gore.

Ovu rutu otvara SunExpress, avio-kompanija koja premijerno ulazi na crnogorsko tržište. Rotacije su najavljene od 14. juna do kraja oktobra, dva puta sedmično – utorkom i nedjeljom.

Uz Antaliju, SunExpress iz Podgorice otvara i liniju za Izmir na kojoj kod nas već saobraća i niskobudžetni avio-prevoznik, Pegasus Airlines. Rotacije su najavljene od 12. juna do kraja oktobra, dva puta nedjeljno, utorkom i petkom.

Avio-kompanija SunExpress je u zajedničkom vlasništvu, po 50 odsto, turske nacionalne avio-kompanije Turkish Airlines i Lufthansa Group.

Izvor: Bankar

STRATEGIJA NISKOUGLJENIČNOG RAZVOJA

Crna Gora je definisala put ka klimatskoj neutralnosti do 2050. godine kroz novu Strategiju niskougljeničnog razvoja (SNR), koja predviđa značajne promjene u energetsom sektoru i saobraćaju. Dokument, podnijen Svjetskoj banci, postavlja ambiciozne ciljeve, među kojima je gašenje jedine termoelektrane u zemlji do 2035. godine, kao i usklađivanje cijene ugljenika sa evropskim standardima do 2028. godine.

Velike promjene planirane su i u sektoru saobraćaja, koji predstavlja drugi najveći izvor emisija. Strategija predviđa snažnu transformaciju kroz razvoj elektromobilnosti. Plan je da do 2050. godine najmanje 90 odsto vozila u drumskom saobraćaju bude sa nultim emisijama, dok se do 2040. godine očekuje potpuna elektrifikacija željezničke infrastrukture.



NOVI SERVIS STARLINKA I DT

Crna Gora će od 2028. godine biti među prvim evropskim državama u kojima će biti dostupna nova satelitska mobilna mreža, koju zajednički pokreću Starlink i Deutsche Telekom. Riječ je o tehnologiji koja omogućava direktnu komunikaciju mobilnih telefona sa satelitima, bez oslanjanja na klasične bazne stanice, čime bi signal trebalo da postane dostupan i u najudaljenijim, planinskim i zaštićenim područjima.

Američka satelitski servis Starlink, u vlasništvu najbogatijeg čovjeka na svijetu Ilona Maska, objavio je partnerstvo sa Deutsche Telekomom radi zajedničkog pokretanja satelitske mobilne usluge u Evropi, koja bi trebalo da počne sa radom 2028. godine. Nova usluga će omogućiti mobilnu komunikaciju u područjima gde je izgradnja klasične mrežne infrastrukture otežana, kao što su planinski regioni i zone pod zaštitom prirode.

Izvor: Investitor



VELIKE ZLATNE MEDALJE ZA VINARIJE RAJKOVIĆ I PLANTAŽE

Crnogorska vina Dimitrije Reserve berba 2017. godine vinarije Rajković i Stari Podrum Cuvee Terroir berba 2020. godine kompanije Plantaže dobitnici su velike zlatne medalje (Grand gold medal) na takmičenju Vranac selection by Concours Mondial de Bruxelles (CMB) koje je održano u sklopu ovogodišnjeg izdanja MonteVina.

Veliku zlatnu medalju dobilo je i makedonsko vino Popov Vranec Reserve iz 2019. godine.

Od 21 zlatne medalje, crnogorskom vranacu pripalo je osam i to vinarija Keković, Plantaže, Buk, Stup, Zenta, Vida, dok je vinarija Krgović dobila dvije zlatne medalje. Srebrne medalje, njih 12, podijeljene su dominantno makedonskim vinarijama, dok su od crnogorskih vinarija samo Patrimonio i Četković svoj vranac okitili srebrom.

Izvor: Pobjeda

AUTO-PUT POŽEGA-BOLJARE GOTOV ZA DVIJE I PO GODINE

Radovi na dionici auto-puta od Požege do granice sa Crnom Gorom kod Boljara ušli su u punu fazu, a završetak se očekuje u naredne dvije do dvije i po godine, javila je stranica Nacionalni magazin.

Riječ je o ključnom segmentu Koridora 11, pravca Beograd–Južni Jadran, koji bi trebalo da značajno skрати putovanje i poveća bezbjednost saobraćaja ka crnogorskom primorju.

Trasa duga 106,3 kilometra prostire se kroz dolinu Moravice, između planina Javor i Golija, prelazi preko Pešterske visoravni i završava se na granici sa Crnom Gorom. Projekat je među infrastrukturno najzahtjevnijim u regionu: obuhvata 72 mosta ukupne dužine oko 35 kilometara i 10 tunela dužine gotovo 17 kilometara.

Auto-put je projektovan sa po dvije saobraćajne trake i zaustavnom trakom u svakom smjeru, uz dozvoljene brzine od 100 do 120 km/h.

Izvor: Investitor



NOVO TURISTIČKO NASELJE U SUTOMORU

U Sutomoru je planirana gradnja turističkog naselja koje će se sastojati od hotela i tri depandansa, imati blizu 10.000 kvadrata i ukupno 76 smještajnih jedinica sa 152 ležaja.

Na idejno rješenje ovog projekta saglasnost je dao glavni državni arhitekta, a investitor je fizičko lice.

Kako stoji u dokumentu, turističko naselje gradiće se na parceli površine 7.521 m². Sastojće se od hotela i tri depandansa u visine do tri sprata.

U središnjem dijelu kompleksa nalaze se bazeni sa uređenim zelenim površinama za odmor, kao i parking.

Izvor: Ekapija

DIGITALNI NOMADI

U CRNOJ GORI ŽIVI DO 30.000 IT STRUČNJAKA



Digitalni nomadi i IT stručnjaci dominantno biraju Crnogorsko primorje, naročito van ljetnje turističke sezone

Crna Gora je postala jedna od najatraktivnijih destinacija za rad na daljinu u Evropi.

Iako zvanične evidencije o digitalnim nomadima ne prate u potpunosti realno stanje, procjene sa terena govore da na crnogorskom primorju trenutno živi i radi između 25.000 i 30.000 IT stručnjaka, a najbrojniji među njima su državljani Rusije.

Riječ je o programerima, softverskim inženjerima, vlasnicima tehnoloških startupova i stručnjacima za vještačku inteligenciju koji su posljednjih godina napustili velike gradove poput Moskve, Sankt Peterburga, Istanbula ili Kijeva i preselili se na Jadran. Uz njih dolaze i IT stručnjaci iz Njemačke, Francuske, Skandinavije i Sjedinjenih Američkih Država, ali ruska zajednica je, prema procjenama, najbrojnija i najorganizovanija.

Prema VisaGuide Digital Nomad indeksu, Crna Gora je ove godine zauzela treće mjesto na svijetu po atraktivnosti za rad na daljinu, odmah iza Španije i Ujedinjenih Arapskih Emirata. Međutim, iza tog podatka krije se mnogo ozbiljnija promjena – formira se nova ekonomska baza koja ne zavisi od ljetnje turističke sezone.

Ekonomski analitičar Predrag Zečević objašnjava da IT stručnjaci dominantno biraju primorje, naročito van ljetnje turističke sezone, iz vrlo racionalnih razloga.

- Digitalni nomadi i IT stručnjaci dominantno biraju Crnogorsko primorje, naročito van ljetnje turističke sezone, iz nekoliko vrlo racionalnih razloga. Prije svega, riječ je o vrhunskoj klimi tokom cijele godine, velikom broju sunčanih dana, čistom vazduhu i zdravom mediteranskom načinu života. Kvalitet hrane, posebno mediteranske ishrane, dodatno utiče na percepciju Crne Gore kao destinacije koja nudi balans između rada i privatnog života - rekao je Zečević.

On naglašava da je faktor troškova jednako važan.

- Iako su cijene na Primorju u sezoni visoke, van sezone su i dalje konkurentne u poređenju sa metropolama u koje ubrajam i Podgoricu. Digitalni nomadi, koji rade na daljinu i imaju stabilne prihode iz inostranstva, traže mir, prirodu i komfor, a ne gužvu i urbani stres. Upravo zato metropole, zbog saobraćajnih zagušenja, buke i visokih troškova života, često nijesu njihov prvi izbor - istakao je Zečević.

Izvor: Dan

Šta bi htjela da budeš kad porasteš?

Đurđa(8)



Djeca usvajaju vrijednosti koje vide. Budimo im primjer.

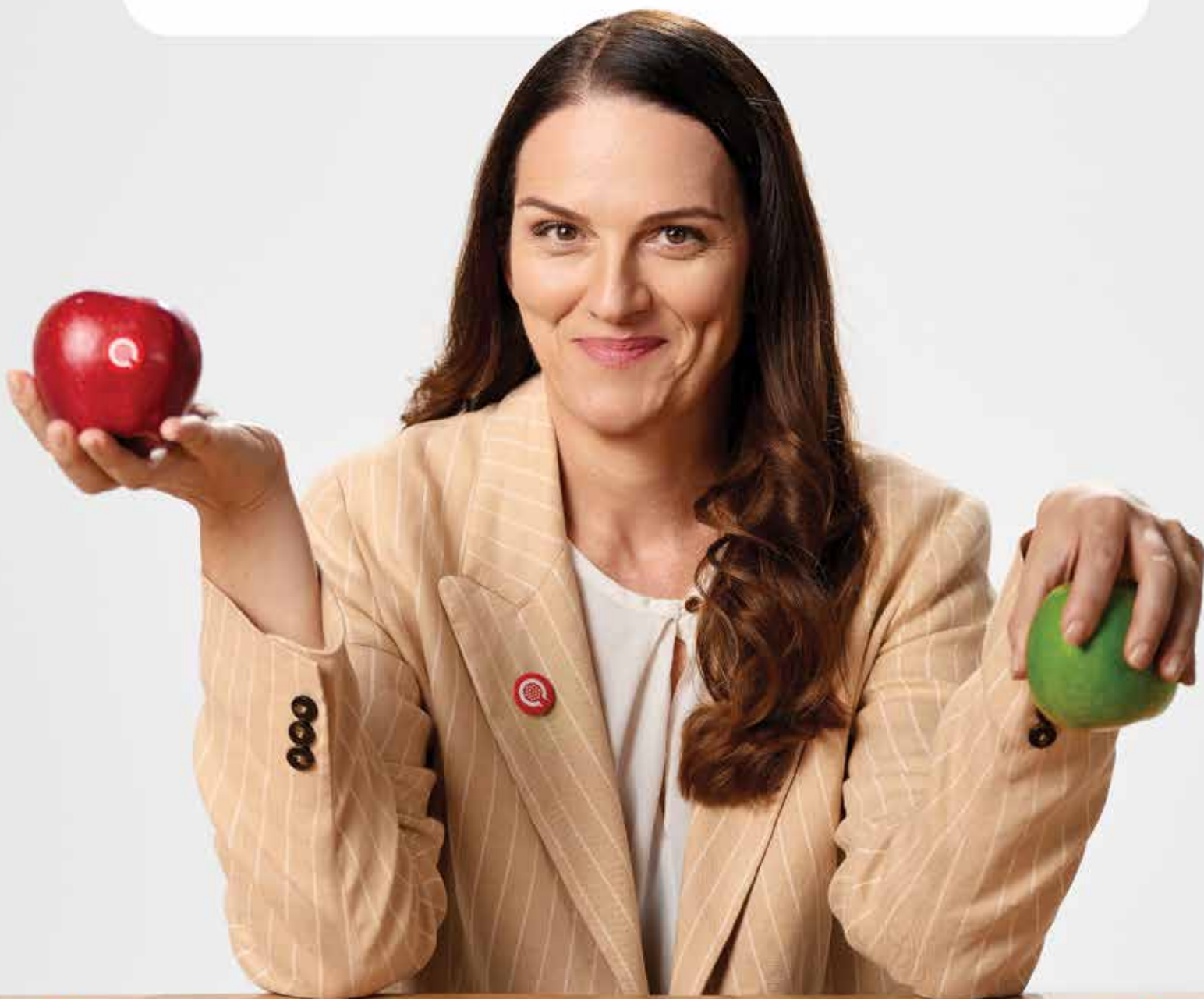
Podržavajmo žene u biznisu.

www.snagajeusvimanama.me



SNAGA
je u svima nama

Za naš razvoj,
kupujmo naše.



PRIVREDNA
KOMORA
CRNE GORE

SNAGA
je u svima nama

snagajeusvimanama.com