



HRVATSKA PRED VRATIMA OECD-A
**SAMO VEĆE
EKONOMSKE
SLOBODE MOGU
UBRZATI RAST**



Danijel Nestić, doktor ekonomskih znanosti, Ekonomski institut Zagreb
**MINIMALNA PLAĆA RASTE,
ALI STANDARD NE**

Josip Mikulić, profesor na Katedri za turizam Ekonomskog fakulteta u Zagrebu
**HRVATSKI TURIZAM JE
DANAS U FAZI ZRELOSTI**

JURIĆ SISTEMI

Brezovička cesta 108 B
10257 Brezovica

091 52 12 199
zeljkojurhw@gmail.com

Prodaja i montaža
staklenih stijena



AGENCIJA ZA ZAPOŠLJAVANJE, USTUPANJE I POSREDOVANJE



Klokovec 18
49217 Krapinske Toplice
098 443 405
ivan.telisman@gmail.com
www.teli-dani-magnat.hr

IZRADA DIGITALNIH WEB KAMPANJA ZA ZAPOŠLJAVANJE
DOMAĆIH RADNIKA IZ REGIJE

DIGITALNI MARKETING, WEB DIZAJN, GRAFIČKI DIZAJN,
TRADICIONALNO OGLAŠAVANJE, REGRUTACIJA RADNIKA



Pulevje 15
10290 Zaprešić

+358 99 5472 372
info@ibs-experts.com

www.ibs-experts.com

Savjetovanje za postizanje kvalitete i usklađenost s propisima

Registracija lijekova i regulatorni poslovi

Auditi proizvođača lijekova i izdavanje QP deklaracija

PONOVNO U NEMIRNIM GOSPODARSKIM VODAMA



Igor Ilić
novinar

Posljednog dana veljače pokrenut je napad Sjedinjenih Američkih Država i Izraela na Iran, s još nesagledivim posljedicama, osim što ponovno svjedočimo paničnim reakcijama tržišta oko cijena nafte i plina, što je samo novi udar na još nezaliječenu ranu od energetske i inflatorne probleme koji su izrasli iz ruske agresije na Ukrajinu prije četiri godine. No, premda ne znamo na što će sve izići sadašnji, može se slobodno reći, kaos u globalnoj geopolitici i njezinim gospodarskim učincima, sigurno je da Hrvatska neće moći ostati neokrnjena. Uostalom, to pokazuje i hitna intervencija hrvatske Vlade da ponovno ograniči cijene određenih vrsta goriva, a i drugi segmenti gospodarstva, na koje se usmjeravamo u novom broju časopisa *Financije.hr*, osjetit će posljedice o kojima ćemo jamačno pisati u sljedećim brojevima.

I bez najnovijeg ratnog sukoba oružje je došlo u prvi plan razmišljanja mnogih političkih čelnika, pa tako i u Europskoj uniji, te smo u ovom broju progovorili o tome što se zapravo trenutačno događa u europskoj industriji oružja.

Kako smo rekli, globalna zbivanja ne mogu ne dotaknuti i Hrvatsku, što smo također vidjeli u kontekstu carinskog rata između Washingtona i Bruxellesa, unatoč tome što Hrvatska nema izrazito velik izvoz na američko tržište. Predstavnic Plive nam objašnjava kako i zašto američke farmaceutske tvrtke razmatraju obustavu ili odgođeno lansiranje lijekova na europsko tržište.

Cijene i cjenovni šokovi muče sve, a jedno od područja gdje cjenovni šok ne eksplodira preko noći kao u slučaju energenata je stanovanje. Kroz godine se praktično bez puno buke došlo do toga da prosječni mladi i ne samo mladi Europljani, poglavito u gradovima, više ne mogu sebi priuštiti odgovarajući, a kamoli željeni stambeni prostor. Europska unija prihvatila se posla izradivši europski plan za priuštivo stanovanje, koji sada treba pretvoriti u konkretne mjere, oko čega su upravo u tijeku živahne konzultacije s javnošću i stručnjacima. No, ključ će ipak u velikoj mjeri biti u nacionalnim politikama. Hrvatska se politika također, uvjetno rečeno, trgnula iz stambene uspavanosti, pa smo se u ovom broju časopisa pozabavili time što donosi nacionalni plan stambene politike.

Istina je da su u posljednje vrijeme rasle plaće u Hrvatskoj, poglavito u javnom sektoru, a i minimalna plaća je dovedena iznad razine od 1.000 eura u bruto iznosu, no ipak se čini da to baš ne dovodi do podizanja standarda koji je također potreban, osim spuštanja cijena da bi ljudi lakše disali kad se odlučuju na kupnju nekretnine. O tome zašto to podizanje standarda izostaje govorio nam je stručnjak s Ekonomskog instituta Zagreb, Danijel Nestić.

Ostaje vidjeti hoće li hrvatsko gospodarstvo dobiti dodatni razvojni poticaj i ostvariti veću produktivnost rada, što onda vodi i k većim plaćama, nakon što Hrvatska postane članicom Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD), no izvjesno je da ne izostaje ambicija Vlade da se članstvo ostvari do kraja ove godine. Premijer Andrej Plenković je više puta isticao kako za potpunu integraciju u razvijeni svijet Hrvatskoj još nedostaje članstvo u toj organizaciji, pa mi u temi broja iz analize samog OECD-a nastojimo otkriti može li Hrvatska doista zaokružiti pregovore do isteka ove godine, odnosno što joj još nedostaje da bi se to ostvarilo.

Nismo, naravno, zaboravili ni konkretan realni sektor, odnosno poduzetnike. Pozabavili smo se tvrtkom koja otvara i širi mogućnost za knjigovodstvo korištenjem umjetne inteligencije.

Konačno, premda smo u turistički nepropulzivnom dijelu godine, nismo mogli zanemariti turističke teme s obzirom da se ipak pripreme zahuktavaju za predsezonom koja dolazi s uskršnjim blagdanima, a onda i za sve ono što čeka turističke djelatnike u punoj sezoni. Hrvatska je poznata kao najslabija mediteranska destinacija u smislu udjela hotelskog smještaja u ukupnim smještajnim kapacitetima, a jedan od najistaknutijih hrvatskih stručnjaka za turizam, Josip Mikulić, daje nam uvid u to dokle je hrvatski turizam stigao u razvojnom smislu, i što bi trebalo dalje činiti da ne izgubi korak s konkurentima.

Barbara Marković iz Hrvatske udruge obiteljskog smještaja upućuje naše čitatelje u to kako se u smještajnom segmentu, na koji su ponajviše navikli i domaći i strani posjetitelji Jadrana, kani dalje raditi na poboljšanju ponude i podizanju kvalitete.

Stoga, dragi čitatelji, uvjereni smo da će i ovaj broj časopisa zadovoljiti raznolika zanimanja i produbiti spoznaje o tome što se doista odvija u hrvatskom gospodarstvu.

Sadržaj



20 TEMA BROJA

8 VIJESTI

16 POREZNI KALENDAR

20 TEMA BROJA

Samo veće ekonomske slobode mogu ubrzati rast

28 INTERVJU

Danijel Nestić, doktor ekonomskih znanosti, Ekonomski institut Zagreb

Minimalna plaća raste, ali standard ne

32 INTERVJU

Josip Mikulić, profesor na Katedri za turizam Ekonomskog fakulteta u Zagrebu

Hrvatski turizam je danas u fazi zrelosti

36 INTERVJU

Barbara Marković, predsjednica Hrvatske udruge obiteljskog smještaja (HUOS)

Gost danas ne traži najjeftinije, nego najpošteniji odnos vrijednosti i cijene

40 NEKRETNINE

Država osigurava krov nad glavom za 20.000 obitelji

44 TVRTKE

Što je Direktiva EU o transparentnosti plaća i zašto je važna?

48 STARTUP

Prvo ciljamo tržišta Zapadne Europe i Sjeverne Amerike



52 **STARTUP**

Dobrim startupima nikad nije bilo teško prikupiti novac

56 **TRŽIŠTE**

Hoće li europski pacijenti morati plaćati više?

60 **SVIJET**

Od regulacije do globalnog izvoza



FOTOGRAFIJA S NASLOVNICE:
PIXABAY

63 **PODUZETNIK**

Od galerije do tanjura:
Inovativni suveniri
koji mijenjaju doživljaj
umjetnosti

66 **ZANIMLJIVOSTI**

IMPRESUM

Izdavač: INFO Financije d.o.o.

Web: www.financije.hr

Izvršni direktor: Danijel Farkaš

Adresa: Kušlanova 27, 10 000 Zagreb

E-mail: redakcija@financije.hr

Telefon: 095/3998-171

OIB: 52022283876

MBS: 081507666

Broj računa: HR7724020061101183867
ERSTE & STEIERMÄRKISCHE BANK d.d.

Novinari

Vedran Harča, Vladana Kovačević,
Igor Ilić, Kristina Šerić Smolčec
i Ivanka Bukulin Zlatović

Lektor

Miroslav Vukmanić

Layout

studio triD

Tisak

Printera Grupa d.o.o.

Položnica 2A, 10 431 Sv. Nedelja

 **Financije.hr**

Sandra
slastice

Želite uljepšati nečiji dan?
na pravom ste mjestu

Rimska 1, 42208 Brezje Dravsko, 098 9325 412
sandrarugani36@gmail.com, www.sandraslastice.hr

rodendanske torte dječje torte suhi kolači kremasti kolači

Ekonomika Golub
Računovodstveni servis,
porezno i financijsko
savjetovanje, izrada
poslovnih planova

Ulica Stjepana Škrebline 3
49218 Pregrada
099/220.2840
mail@ekonomika.golub.hr

PERAK
LJEKARNE

Ulica Republike Hrvatske 38
34340 Kutjevo
+385 98 464 010
perakljekarne@gmail.com
www.ljekarne-perak.hr

TRGO-VODO

Trgovina vodomaterijalom i opremom za centralno grijanje
Preko 1000 artikala renomiranih proizvođača

Info@trgo-vodo.hr
bozdar.vanic5@gmail.com

Zagrebačka 2
49243 Oroslavje
049 492 819
095 370 2004

www.trgo-vodo.hr

KP KOMUNALNO KLOŠTAR PODRAVSKI

Trg Svete Obitelji 2
48362 Kloštar Podravski
099 68 72 392
info@komunalnokp.hr
www.komunalnokp.hr

ODRŽAVANJE JAVNIH POVRŠINA
POGREBNE USLUGE
NAJAM ŠATORA I DRUŠTVENIH DOMOVA
GRAĐENJE
OGLAŠAVANJE

N92 NIVELETA
SOUND & LIGHT

najam opreme za vjenčanja, evente, koncerte, domjenke...
zvučnici, monitori, pojačala, procesori, mikseri, mikrofoni, rasvjeta, pozornica

SAN MEDIA
studio za marketing i promociju

K. Š. Đalskog 1
Velika Gorica
+385 91 6396 531
+385 91 5396 531
info@niveleta-92.com
www.niveleta-92.com

ERSTE BANC I U 2025. RASLI PRIHODI I DOBIT

Neto dobit Erste&Steiermärkische Bank (ESB) na razini grupe nakon manjinskog utjecaja, u 2025. godini dosegla je 249 milijuna eura, što je 0,8 posto više negoli godinu dana ranije, izvijestili su iz ESB-a.

Neto kamatni prihod ESB Grupe ostvarjen je u iznosu od 442 milijuna eura, ili 1,8 posto više u odnosu na 2024. godinu. Neto prihod od provizija i naknada dosegnuo je 144 milijuna eura, ili 7,5 posto više.

Ukupna aktiva ESB Grupe krajem prosinca 2025. iznosila je 17,6 milijardi eura, te je bila 6,8 posto viša u odnosu na kraj 2024., kad je iznosila 16,5 milijardi eura. Pritom su ukupni krediti klijentima na kraju prošle godine iznosili 10,5 milijardi eura, što je 8,5 posto više u odnosu na kraj 2024. godine. Ukupni depoziti klijenata ESB grupe bili su 13,6 milijardi eura, ili 8,3 posto viši.

“Tijekom 2025. godine nastavili smo sa stabilnim i rastućim operativnim trendovima, koji su rezultirali ostvarivanjem pozitivnih financijskih rezultata banke i lokalne grupe. Zabilježili smo rast kredita u oba segmenta, građanstvu i gospodarstvu, depoziti klijenata također su ostvarili stabilne stope rasta, dok je korištenje naših digitalnih

kanala nastavilo bilježiti čvrst uzlazni trend.” – naglasio je predsjednik uprave Erste&Steiermärkische Bank, Christoph Schoefboeck.

Prema nerevidiranom nekonsolidiranom financijskom izvještaju, koji obuhvaća rezultate banke bez ovisnih društava, neto dobit Erste banke u 2025. godini iznosila je 230 milijuna eura, odnosno 1,8 posto više nego godinu prije.

Neto kamatni prihod povećan je za 5,9 posto, na 397 milijuna eura, dok je neto prihod od naknada i provizija uvećan 15,3 posto, na 113 milijuna eura, najvećim dijelom kao rezultat integracije segmenta izdavanja kreditnih kartica iz Erste Card Cluba u Erste banku, ističe se među ostalim u priopćenju.

HRVATSKA AKTIVNO DOPRINOSI STABILNOSTI OPSKRBE ENERGIJOM U SVOJEM DIJELU EUROPE

Hrvatska je izgradila sustav koji omogućuje i jamči isporuku energije, te danas aktivno doprinosi stabilnosti opskrbe u dijelu Europe u kojemu se nalazi, poručio je ministar gospodarstva Ante Šušnjar u Washingtonu, na Transatlantic Gas Security Summitu, prenosi Ministarstvo gospodarstva.

Transatlantic Gas Security Summit je međunarodni skup posvećen sigurnosti

opskrbe energijom i budućnosti energetske suradnje između Europe i Sjedinjenih Američkih Država. Na skupu su sudjelovali predstavnici vlada, međunarodnih institucija i energetskog sektora iz Europe i SAD-a.

Ministar Šušnjar je u raspravama na summitu naglasio da je energetska sigurnost danas jedno od ključnih pitanja europske stabilnosti i otpornosti, istaknuvši kako Hrvatska razvojem infrastrukture na Jadranu i povezivanjem energetskih sustava aktivno doprinosi sigurnosti opskrbe u srednjoj i jugoistočnoj Europi.

Održao je i bilateralni sastanak s američkim ministrom unutarnjih poslova Dougom Burgumom i ministrom energetike Chrisom Wrightom, s kojima je razgovarao o dugoročnoj energetskej arhitekturi Europe, stabilnim transatlantskim LNG tokovima, te razvoju infrastrukturnih projekata za diversifikaciju opskrbe energijom u srednjoj i jugoistočnoj Europi.

Posebnu težinu posjetu daje činjenica da je riječ već o trećem bilateralnom susretu ministra Šušnjara s američkim ministrom energetike Chrisom Wrightom, čime se potvrđuje intenziviranje strateškog energetskog dijaloga između Hrvatske i Sjedinjenih Američkih Država.

Razgovaralo se i o projektima regionalne energetske infrastrukture, među



FOTO: PIXABAY



FOTO: FREEPK

kojima su južna plinska interkonekcija s Bosnom i Hercegovinom te projekt Jonsko-jadranskog plinovoda, koji predstavlja važan strateški koridor za diversifikaciju opskrbe plinom u ovom dijelu Europe. Ministar je pritom naglasio da Jadranski naftovod predstavlja pouzdanu alternativnu rutu opskrbe neruskom naftom za srednju Europu, čime Hrvatska dodatno doprinosi stabilnosti regionalnog energetskeg sustava.

Šušnjar je u razgovoru s američkim dužnosnicima istaknuo i važnost Inicijative triju mora, kojom Hrvatska trenutačno predsjeda, te izrazio očekivanje da će se razgovori o energetske sigurnosti i infrastrukturnim projektima nastaviti i na summitu te inicijative, koji će se u travnju 2026. održati u Dubrovniku.

Tijekom boravka u Washingtonu ministar Šušnjar se sastao i s ministrom energetike Republike Poljske Miłoszom Motykom, s kojim je razgovarao o jačanju europske energetske sigurnosti, širenju sigurnih opskrbnih smjerova i daljnjem razvoju transatlantske energetske suradnje, prenosi Hina. Održan je i sastanak s ministrom energetike i rudarstva Crne Gore Admirom Šahmanovićem, na kojem se raspravljalo o jačanju regionalne energetske suradnje i povezivanju infrastrukture u jugoistočnoj Europi.

Osvrnuvši se na razgovore održane u Washingtonu i na zaključke summita, ministar Šušnjar poručio je kako je Hrvatska danas dio rješenja za energetske sigurnost Europe, ali i da će nastaviti

aktivno jačati stabilne i pouzdane energetske smjerove u srednjoj i jugoistočnoj Europi.

HGK: UGOSTITELJSTVU RASHODI RASLI BRŽE OD PRIHODA

Ugostiteljskom sektoru promet raste, rashodi rastu brže od prihoda zbog rastućih troškova rada, energenata, sirovina i ostaloga, što im smanjuje profitne marže i bruto investicije u novu dugotrajnu imovinu — pokazala je analiza Hrvatske gospodarske komore (HGK).

Iz HGK ističu da je analiza nastala proučavanjem poslovanja više od 9.000 poduzetnika iz djelatnosti ugostiteljstva u 2024. godini, kad su na ukupnoj bilanci sektora troškovi sirovina i materijala činili gotovo 50 posto, a trošak osoblja više od 36 posto aktive, piše Hina.

Istodobno, troškovi osoblja rasli su više od 30 posto, a troškovi sirovina i materijala gotovo 14 posto u 2024., a u uvjetima velike potražnje za radnicima i ubrzanog rasta troška rada, bruto investicije u novu dugotrajnu imovinu pale su za 17,6 posto.

Ukupni prihodi poduzetnika u ugostiteljstvu u 2024. porasli su malo više od 19 posto u odnosu na 2023., a ukupni rashodi porasli za više od 21 posto, dok je dobit pala gotovo pet posto, a EBITDA marža za 1,5 postotna boda.

Za cijene u ugostiteljstvu u Hrvatskoj analiza je utvrdila da su rasle brže nego kod konkurenata — Grčke, Španjolske, Cipra, Portugala.

U povodu analize, potpredsjednica HGK Andreja Vukojević naglasila je da je ugostiteljstvo dio identiteta Hrvatske, doživljava i turističkog proizvoda te da zapošljava “desetke tisuća ljudi, generira milijarde eura prihoda i snažno utječe na razvoj lokalnih zajednica, od obale do kontinentalne Hrvatske”.

Predsjednica Udruženja ugostiteljskih djelatnosti HGK Jelena Tabak komentirala je da “gost vidi višu cijenu na računu, ali ne vidi što se događa u strukturi troškova poslovanja”, ističući da rashodi ugostiteljima rastu brže od prihoda, uz i dalje izraženu snažnu sezonalnost koja stvara velike oscilacije u prihodima tijekom godine.

Napomenula je i da su se ugostitelji složili da je prijenos europske direktive o transparentnosti plaća u skladu s onim što i sami već dulje zagovaraju, uz poruku da su “od lipnja ove godine obvezni jasno definirati svako radno mjesto, posebno odrediti radne procese te ih normirati. Takav pristup pridonosi većoj profesionalizaciji sektora, osigurava višu razinu kvalitete usluge te dugoročno jača stabilnost i održivost radne snage”, ističe Tabak.

Kako je standardizacija radnih mjesta i procesa za dio ugostitelja novost, iz HGK poručuju da će u sljedećim mjesecima organizirati edukacije za prilagodbu poslovanja novim zakonskim obvezama koje proizlaze iz te europske direktive.

NATJEČAJ ZA ZAKUP 25 DRŽAVNIH POSLOVNIH PROSTORA U OSAM GRADOVA DO 20. OŽUJKA

Državne nekretnine su do 20. ožujka provodile natječaj za zakup 25 poslovnih prostora i garaža u državnom vlasništvu u osam gradova, od čega je 13 u Zagrebu, izvijestili su iz te državne tvrtke, prenosi Hina. Osim u Zagrebu, tražili su se zakupci poslovnih prostora i garaža u Varaždinu, Osijeku, Daruvaru, Zadru, Rijeci, Puli i Stivanu na otoku Cresu.

Prostori su se mogli pogledati od 9. do 12. ožujka 2026. u terminima iz javnog poziva objavljenog na web stranicama Državnih nekretnina. Od ponuđenih poslovnih prostora za zakup izdvajaju se oni u Zagrebu, čije se površine kreću se od 11,50 četvornih metara u Grškovićevoj ulici, s početnom mjesečnom zaku-



FOTO: PIXABAY

pninom od 125,35 eura, pa do najvećih 86,70 kvadrata u Deželićevoj ulici, s početnom zakupninom od 472,52 eura.

Nešto manja cijena zakupa, od 411,60 eura, početno se tražila za zakup poslovnog prostora od 49 kvadrata u Ulici grada Vukovara, za kojeg iz Državnih nekretnina kažu da je prvi puta na natječaju, dok se za 20-ak kvadrata poslovnog prostora u samom središtu Zagreba, u Prolazu sestara Baković, početno tražilo 306,07 eura zakupnine.

U Zagrebu se još u zakup nudio prostor od 45 kvadrata na trešnjevačkoj Novoj cesti, s početnom zakupninom od 326,90 eura, zatim 70 kvadrata na Trgu hrvatskih pavlina u naselju Malešnici, za 343,59 eura, prostor u Gundulićevoj ulici te četiri garaže u ulicama Radauše-va, Šeferova i Viktora Kovačića.

Jedna garaža ponuđena je za zakup i u Puli, u Ujevićevoj ulici, a u tom gradu nudio se i poslovni prostor u samom središtu na Rivi. U Rijeci je natječajem oglašen zakup četiri poslovna prostora, od kojih se ističe prostor na Žabici, u Krešimirovoj ulici, početne zakupnine od 809,60 eura, kao i najveći prostor na ovom natječaju, od 229,66 kvadrata, u riječkoj Trpimirovoj ulici, s početnom zakupninom od 3.858,29 eura. Prostor od 80 kvadrata za zakup se nudio u Stivanu na otoku Cresu, a početna mjesečna zakupnina bila je 379,40 eura.

U Varaždinu je u zakup država davala poslovni prostor od 60-ak kvadrata na varaždinskom Malom placu, s počet-

nom zakupninom od 294,24 eura, a osim u tom gradu te Zagrebu i Rijeci, poslovni prostori u takozvanoj nultoj ili prvoj gradskoj zoni nudio se još i u Osijeku u Županijskoj ulici, u Zadru u ulici Federica Grisogona, te u Daruvaru na Trgu dr. Franje Tuđmana.

Kao i na prijašnjim natječajima, prostori su se davali u zakup u viđenom stanju na razdoblje od deset godina, uz oslobađanje plaćanja zakupnine prvih mjesec dana od solemnizacije ugovora. Iz Državnih nekretnina podsjećali su da se za zakup mogu "natjecati", kao i do sada, pravne i fizičke osobe s registriranim obrtom ili samostalnom profesionalnom djelatnošću, te udruge, a za garaže i fizičke osobe.

LAMBORGHINI ZASAD ODUSTAJE OD PROIZVODNJE ELEKTRIČNIH AUTOMOBILA

Lamborghini je, barem u ovom trenutku, napustio plan lansiranja prvog potpuno električnog automobila na tržište, a njegov glavni izvršni direktor Stephan Winkelmann kaže da tek treba stvoriti emocionalnu vezu između klijenata i takve vrste vozila. Slaba potražnja među uživateljima luksuza kod automobila navela je tog proizvođača da se usmjeri na plug-in hibridnu inačicu. Inače, električni model Lanzador je Lamborghini kao koncept predstavio 2023. godine.

Najnovija odluka odražava rastući oprez prema elektrifikaciji kod proizvo-

đača automobila u luksuznom segmentu. Winkelmann je priznao da se oduševljenje kupaca nije ostvarilo kako je bilo izvorno očekivano.

Sklonost klijenata da i dalje traže tradicionalne inačice automobila, Winkelmann objašnjava činjenicom da još uvijek električna vozila ne uspijevaju potaknuti potrebnu specifičnu emocionalnu povezanost.

U Lamborghiniu vide upravo hibridne automobile kao najbolji način da se stvori most između regulative i identiteta brenda. Korištenjem hibridne automobilske tehnologije taj je proizvođač već elektrificirao modele Revuelto, Urus i Temerario.

Svojevrsni zaokret u razmišljanju kod jednog od najprepoznatljivijih automobilskih brendova odražava širu napetost oko tranzicije u tom svijetu. Iako regulatorni pritisak prema električnim vozilima raste, zanimanje potrošača, posebice onih kod ekskluzivnih vozila, nije potpuno podudarno.

Lamborghini je u prošloj godini isporučio rekordan broj od 10.747 automobila, što je potaknuto snažnom prodajom hibrida. Najveća su tržišta ostali Europa i Bliski istok.

ŠVICARSKI IZVOZ POSKOČIO NA POČETKU GODINE

Švicarski izvoz poskočio je u siječnju, predvođen kemijsko-farmaceutskim proizvodima, pokazuju podaci carinske uprave. Izvoz švicarske robe realno je u siječnju porastao za 3,6 posto u odnosu na prosinac, kad je gotovo stagnirao, prenosi Hina.

Oporavio se i uvoz, prema stopi rasta od 1,0 posto. U prosincu se smanjio za 0,3 posto. Rast izvoza uglavnom odražava skok isporuka kemijsko-farmaceutskih proizvoda, za 7,8 posto.

U vanjskotrgovinskoj bilanci Švicarska je tako u prvom ovogodišnjem mjesecu ostvarila višak od 3,6 milijardi franaka (3,95 milijardi eura), za 24,1 posto veći nego na kraju prošle godine. Nominalno je pak izvoz u siječnju porastao za 2,3 posto, dok se uvoz smanjio za 0,9 posto.

Prema udruženju švicarske industrije satova, izvoz satova pao je za 3,6 posto u odnosu na siječanj 2025. godine. Najviše su smanjene isporuke satova od pleme-



FOTO: PEXELS

nitih metala i modeli od čelika, pokazuju podaci udruženja. Ipak, švicarski satovi i dalje su jedan od najprepoznatljivijih simbola švicarske industrije i kvalitete. Njihova reputacija temelji se na stoljetnoj tradiciji preciznog urarstva, vrhunskoj izradi i strogim standardima proizvodnje.

Oznaka “Swiss Made” podrazumijeva da je sat proizveden prema jasno definiranim kriterijima — uključujući udio švicarskih dijelova u mehanizmu i završno sklapanje u zemlji, što potrošačima jamči visoku razinu pouzdanosti i trajnosti. Iako je u siječnju zabilježen pad izvoza satova, taj sektor i dalje ima snažan udio u ukupnom izvozu robe više dodane vrijednosti.

Švicarski satovi često se promatraju ne samo kao potrošački proizvod, već i kao investicija te simbol statusa, što im osigurava stabilnu potražnju na globalnom tržištu, osobito u Aziji i Sjedinjenim Američkim Državama.

OBALA BJELOKOSTI RAZMATRA SNIŽAVANJE CIJENE KAKAOVCA

Obala Bjelokosti navodno bi mogla sniziti otkupne cijene kakaovca kako bi uskladila politiku s Ganom u razdoblju krize u sektoru. Ove dvije države čine oko 60 posto svjetske proizvodnje.

“Sve su opcije na stolu i vlada raspravlja treba li slijediti primjer Gane koja je već snizila otkupnu cijenu za 28,6 posto

za ostatak sezone 2025./2026., kako bi se prilagodila trendovima na svjetskim tržištima.” — rekli su dužnosnici Obale Bjelokosti.

Inicijativa za kakao Obale Bjelokosti i Gane (ICCI) istaknula je da blisko koordiniraju mjere od početka krize, prenosi Reuters.

Gana i Obala Bjelokosti prilagođavaju se naglom preokretu na tržištu, i poduzele su mjere kako bi spriječile strukturnu štetu, rekao je izvršni tajnik ICCI-a Alex Assanvo, dodajući da su trgovinski odjeli Vijeća za kavu i kakao (CCC) te ganskog odbora COCOBOD-a u redovitom kontaktu.

Dužnosnik ICCI-a branio je istodobno inicijativu Living Income Differential (LID) iz 2019. godine, koja poljoprivrednicima želi zajamčiti pristojan prihod, rekavši da upravo nestabilnost i oscilacije cijena kakaovca pokazuju zašto je to važno.

ICCI priprema sastanak Gane i Obale Bjelokosti kako bi se poboljšala koordinacija i ublažio teret za poljoprivrednike koji su se našli u financijskim problemima.

“Organizacija će i dalje koordinirati mjere u dvjema zemljama.” — rekao je Assanvo, dodajući da će svi sudionici u sektoru biti pozvani na sastanak kako bi ocijenili razvoj tržišta i predložili poboljšanja mehanizama stabilizacije cijena.

Izvoznici i kupci procjenjuju da je samo pitanje vremena kad će Obala Bjelokosti sniziti otkupne cijene, prenosi Hina.

ZASTUPNIČKI DOM KONGRESA GLASAO ZA UKIDANJE TRUMPOVIH CARINA KANADI

Američki Zastupnički dom tijesno je podržao mjeru protiv carina koje je Donald Trump nametnuo Kanadi, što je rijedak primjer otpora donjeg doma Kongresa američkom predsjedniku. Zastupnici su, piše Hina, s 219 glasova “za” i 211 “protiv” glasali za rezoluciju o okončanju trgovinskih mjera na kanadsku robu, pri čemu se demokratima pridružilo šestoro republikanaca.

Trumpova stranka drži tijesnu većinu od 218 naprema 214 zastupnika u donjem domu Kongresa.

Rezolucija ima dobre izgleda za usvajanje i u Senatu, koji je već dvaput



FOTO: PIXABAY

glasao za blokiranje Trumpovog uvođenja carina Kanadi, unatoč tome što njegovi republikanci i tamo drže više mandata.

Usprkos tome, malo je vjerojatno da će rezolucija postati zakon, jer bi za naglasavanje očekivanog Trumpova veta bila potrebna dvotrećinska većina u oba doma, a većina republikanaca dosad se nije željela otvoreno suprotstaviti predsjednikovoj politici.

Trump je od povratka u Bijelu kuću uveo niz carina sjevernoj susjedi, a nedavno je zaprijetio carinama od sto posto zbog prijedloga trgovinskog sporazuma između Ottawe i Pekinga.

Za vrijeme glasanja u donjem domu je na svojoj društvenoj mreži napisao da će “svaki republikanac koji glasa protiv carina ozbiljno snositi posljedice kad dođu izbori”. Trumpove trgovinske mjere razmatra i američki Vrhovni sud, koji će uskoro presuditi je li predsjednik uopće imao pravne ovlasti za njihovo uvođenje.

HRVATSKA TURISTIČKA PONUDA NA VAŽNOM SAJMU U MÜNCHENU

Hrvatska je od 18. do 22. veljače, na međunarodnom turističkom sajmu f.re.e u Münchenu predstavila svoju turističku ponudu, s porukom da je raznolika i održiva destinacija koja nudi vrijednost za novac, najavilo je Ministarstvo turizma i sporta.

Uoči toga sajma namijenjenog širokoj publici, najvećega u Bavarskoj odakle u Hrvatsku dolazi oko 40 posto svih njemačkih turista, ministar turizma Tonči Glavina istaknuo je kako je Njemačka najvažnije emitivno tržište za hrvatski turizam, odakle dolazi najviše turista, s visokom stopom ponovnih dolazaka i izraženom lojalnošću destinaciji.

“Na sajmu u Münchenu predstaviti ćemo sve najbolje što Hrvatska nudi, koristeći naše komparativne prednosti: od toga da smo za Nijemce auto-destinacija, pa do naše izvrsne ponude kampova i obiteljskog smještaja. Ključni kriterij za odabir destinacije ostaje vrijednost za novac, pa želimo poslati jasnu poruku da je Hrvatska i dalje destinacija koja to Nijemcima nudi i u kojoj cijele godine mogu pronaći kvalitetu, sigurnost i bogatstvo sadržaja.” – najavio je Glavina.

Iznio je i da Hrvatska priliku za daljnji održivi rast i na tom tržištu vidi u pred- i posezoni, koje, prema istraživanjima Europske putničke komisije ETC, sve više turista bira za putovanja što, po njemu, potvrđuje ispravnost hrvatskog strateškog smjera.

Godine 2025. iz Njemačke je u Hrvatsku došlo više od 3,1 milijun turista, ili jedan posto manje nego 2024., s 22,3 milijuna noćenja, čime u ukupnim noćenjima stranih turista Nijemci drže više su posjećivali Istru i Kvarner, a rado borave i u kampovima u kojima su lani ostvarili 37 posto ukupnih noćenja i 31 posto svih dolazaka turista. Vjetar u leđa tome su nagrade i ocjene njemačkog autokluba ADAC, prema kojima su hrvatski kampovi u europskom vrhu po kvaliteti ponude.

Od početka godine do sredine veljače hrvatski turizam je ostvario oko devet posto više dolazaka njemačkih turista u odnosu na isto lanjsko razdoblje, a Ministarstvo turizma smatra da to jasno pokazuje jačanje prometa u predsezoni. Na sajmu putovanja i rasonode f.re.e hrvatsku turističku ponudu predstavila je Hrvatska turistička zajednica (HTZ) i još trideset drugih izlagača među ukupno njih 850 iz pedeset zemalja. Ministar Glavina je ondje boravio 18. i 19. veljače, a uz posjet hrvatskom štandu obavio je i niz sastanaka, među kojima i tradicionalni s predstavnicima njemačkog auto kluba ADAC te s državnom ministricom Bavarske za prehranu, poljoprivredu, šumarstvo i turizam Michaelom Kaniber.

PROCJENE ECB-A: TRAJNO POSKUPLJENJE STRUJE MOGLO BI IZBRISATI DO DVA POSTO RADNIH MJESTA U ENERGETSKOJ PROIZVODNJI

Europska industrija sve glasnije upozorava da joj je hitno potreban izlaz iz duboke energetske krize koja potkopava njezinu konkurentnost i dugoročnu održivost. Kontinent koji je desetljećima bio sinonim za snažnu industrijsku proizvodnju danas se suočava s ozbiljnim izazovima zbog visokih i globalno konkurentnih cijena električne energije.

Posebno je pogođena kemijska industrija. U proteklih godinu dana, zbog

rasta troškova energije i smanjene profitabilnosti, diljem Europe zatvoren je 101 industrijski pogon, a oko 75 tisuća radnih mjesta je ugašeno. Riječ je o sektoru koji je temelj mnogih drugih proizvodnih lanaca, pa posljedice ne ostaju ograničene samo na jednu granu, već se prelijevaju na šire gospodarstvo.

No, pod pritiskom nisu samo proizvođači kemikalija. Sličan scenarij zahvaća i druge energetske intenzivne industrije.

Proizvođači čelika, cementa, aluminijske i keramike suočavaju se s istim obrascem: prisilna zatvaranja pogona i odgađanje planiranih investicija. Takvi potezi ne znače samo kratkoročne gubitke, već i dugoročno slabljenje industrijske baze Europe.

“Europa gubi industrijske kapacitete brzinom kakvu nikada prije nismo vidjeli. Ovo nije privremeni pad, to je strukturni pomak konkurentnosti koji utječe na sve proizvodne sektore.” – rekao je Markus Kamieth, izvršni direktor kemijskog diva BASF-a.

Visoke cijene energije u Europi uporavaju energetske intenzivne industrije, i Europska unija mora poduzeti hitne mjere kako bi smanjila troškove energije, zatražili su čelnici europskih industrijskih poduzeća nakon summita koji se održao sredinom veljače u Antwerpenu.

Procjene Europske središnje banke (ECB) pokazuju da bi trajno desetpostotno poskupljenje struje moglo izbrisati do dva posto radnih mjesta u energetske intenzivnoj proizvodnji. U sektoru usluga na svako izgubljeno industrijsko radno mjesto gasi se do pet radnih mjesta. Cijene koje su prije energetske krize 2022. iznosile oko 75 eura po megavatsatu, sada prelaze stotinu eura, a u nekim su zemljama čak premašile 190 eura po megavatsatu, što je dvostruko više od razine od prije četiri godine, upozorili su ekonomisti ECB-a.

“Cijene električne energije u EU i dalje su više unutar Europe nego u konkurentskim zemljama. Troškovi ugljika jedinstveni su za Europu, a sustav je osmišljen tako da povećava troškove iz godine u godinu.” – stoji u deklaraciji koju je potpisalo više od stotinu čelnika poduzeća iz industrijskog sektora. Deklaracija je objavljena samo nekoliko tjedana prije najavljenih rasprava čelnika EU-a u

ožujku. Prema najavama, EU je spremna revidirati sustav određivanja cijena električne energije u kojem je veleprodajna cijena struje i dalje snažno povezana s cijenom plina.

OTP GRUPA U PROŠLOJ GODINI OSTVARILA 2,88 MILIJARDI EURA DOBITI

OTP Grupa je u prošloj godini ostvarila izvanredne rezultate koje su potaknuli snažno poslovanje osnovnog bankarskog segmenta i disciplinirana provedba strategije. Dobit nakon oporezivanja dosegla je 2,88 milijardi eura, što predstavlja povrat na kapital od 21,6 posto.

Tijekom godine cijena dionice dosegla je nove povijesne vrhunce. OTP je isplatio rekordnu dividendu te nastavio s otkupom vlastitih dionica, dok je novi glavni izvršni direktor potvrdio prethodno definiran strateški smjer.

Na razini cijele godine dobit prije oporezivanja porasla je osam posto, potaknuta rastom od 10 posto operativne dobiti. Ukupni prihodi povećani su 11 posto u forintama, odnosno 12 posto organski i prilagođeno za tečajni utjecaj (isključujući učinak prodaje poslovanja u Rumunjskoj 2024. godine).

Unutar osnovnih bankarskih prihoda, neto prihod od kamata porastao je devet posto na godišnjoj razini (10 posto organski i prilagođeno za tečajni utjecaj), prvenstveno zahvaljujući rastu poslovnih volumena.

Neto kamatna marža povećana je za sedam baznih bodova na 4,34 posto, navodi se u priopćenju, a neto prihodi od naknada i provizija rasli su 11 posto uz potporu većeg volumena poslovanja i transakcijskih aktivnosti. Taj rast djelomično je ublažen povećanjem stopa poreza na financijske transakcije u Mađarskoj od kolovoza 2024. te uvođenjem nove naknade na konverziju deviza od listopada iste godine.

Operativni troškovi porasli su 14 posto organski i prilagođeno za tečajni utjecaj. Troškovi zaposlenika i amortizacija rasli su dvoznamenkastim stopama, ponajviše zbog povećanja plaća koje je u pravilu bilo veće od inflacije (CPI), jedan posto većeg prosječnog broja zaposlenih te rastuće amortizacije povezane s kapitalnim investicijama u informacijske tehnologije.



Raspodjela kapitala i dalje je usmjerena na podršku profitabilnom organskom rastu, dok Grupa nastavlja procjenjivati mogućnosti akvizicija koje stvaraju vrijednost.

Uprava u ovoj godini ne očekuje značajne promjene u operativnom okruženju, uz nastavak geopolitičkih neizvjesnosti. U 2026. se organski rast kredita u urednoj otplati, nakon prilagodbe za tečaj, može kretati oko razine iz 2025. (15 posto), dok bi neto kamatna marža mogla ostati blizu prošlogodišnje od 4,34 posto.

Omjer troškova i prihoda mogao bi biti nešto viši nego lani (41,7 posto), dok bi profil rizika i stopa troška kreditnog rizika mogli ostati slični prethodnoj godini.

DOBIT ARENA HOSPITALITY GROUPA LANI PORASLA ZA 108 POSTO

Hotelska grupacija Arena Hospitality Group u 2025. je ostvarila je 144,5 milijuna eura ukupnih prihoda ili 1,5 posto više na godišnjoj razini. Dobit prije oporezivanja rasla je čak 108 posto, na 18,1 milijun eura, otkrivaju podaci iz godišnjeg konsolidiranog financijskog izvješća grupacije.

Prihodi od smještaja u grupaciji porasli su za dva posto, na 120 milijuna eura zbog, kako navode iz te kompanije, povećanja razine popunjenosti na 51,6 posto, s 48,8 koliko je bila 2024., kao i veće

prosječne cijene smještaja za 2,3 posto, na 115,4 eura.

Ostvarena je i 1,4 posto veća EBITDA, 35,5 milijuna eura, dok za neto dobit ističu da je dodatno poboljšana ranijim raskidom ugovora o zakupu hotela Park Plaza Wallstreet Berlin Mitte u Njemačkoj (četiri mjeseca prije planiranog isteka), čime je ostvareno dodatnih 2,4 milijuna eura kroz niže najamnine i smanjene troškove vraćanja prostora u prvobitno stanje.

“Sveukupno, naše poslovanje na razini portfelja bilo je nešto ispod inflacije Europske unije, izuzev Hrvatske, gdje smo ostvarili iznadprosječne rezultate. Grupa nastavlja optimizirati svoju troškovnu bazu, a stanje novca i kratkoročnih depozita na kraju godine iznosilo je 25,7 milijuna eura”, naglašava u izvješću predsjednik uprave grupacije Reuel Slonim.

Operativni troškovi rasli su s većom razinom aktivnosti, a najizraženiji negativni učinci inflacije odnosili su se na troškove hrane i pića, što se djelomično ublažilo smanjenjem troškova režija i nižim cijenama električne energije.

Zahvaljujući tome je i EBITDA značajno porasla, na 29,2 milijuna eura s 25,4 milijuna eura u 2024.

Portfelj Arena Hospitality Group čini 28 objekata u vlasništvu, suvlasništvu, zakupu ili pod upravljanjem, s oko 10.000 smještajnih jedinica u Hrvatskoj, Austriji i velikim gradovima Njemačke i CEE regije poput Beograda, Berlina, Budimpešte, Kölna, Nürnberga i Zagreba.



JamesHardie®

Vaš partner za ventilirane fasade



BulumCore

Slavonska avenija 17 10000 Zagreb
Tel. 098 277 154
E-mail: mihael@bulumcore.com
www.jameshardie.de

KAVRO

Kavran 104, 52207 Kavran
091/760-1323
kavro.obrt@gmail.com

ZEMLJANI RADovi
ISKOPi
RUŠENJE OBJEKATA

HIDROIZOLACIJE
IZOLACIJE KROVIŠTA

BRANE IZOLACIJA

Škurinjskih žrtava 14 51000 Rijeka
098/835-701
branimir.andricevic@gmail.com



solventa
SERVICES

RAČUNOVODSTVO I KNJIGOVODSTVO

Ulica Tome Bakača 20
33000 Virovitica
095 51 49 404
solventa.usluge@gmail.com

otvaranje tvrtki (jdo, doo) i obrta

računovodstveno knjigovodstveni poslovi za tvrtke, obrte, udruge

pristup programu za izradu ponuda, izlaznih računa, fiskalizaciji

POS kase, računovodstveni programi

izrada završnih računa za tvrtke, obrte i paušaliste

usluge izrade revizije poslovanja



R.P. PNEUMATIK d.o.o.
centriranje trapa i
vulkanizerske usluge

099 532 05 93

rppneumatik@gmail.com



PIRAKO
INFORMATIKA

Pirakovec 4 A, 10340 Pirakovec
www.pirakoinformatika.com.hr

POREZNE OBVEZE U VELJAČI

POSLOVNE SUBJEKTE U VELJAČI OČEKIVALI SU BROJNI POREZNI I ADMINISTRATIVNI ROKOVI.

8. veljače

- Dnevno i mjesečno izvješće o obračunatoj trošarini.

15. veljače

- Izvješća o posebnim porezima — mjesečna

20. veljače

- Dnevno i mjesečno izvješće o obračunatoj trošarini.
- Obrazac PP-MI-PO/uplata do 28. 2.



28. veljače

- PDV obrazac, mjesečni/uplata do 28. 2.
- ZP, PDV-S.
- Doprinos HOK-u (I. tromjesečje).
- Izjava o fiskalnoj odgovornosti.
- Predujam poreza na dohodak i dobit.
- Predujam spomeničke rente za prethodni mjesec.
- Članarina HGK za tekući mjesec.
- Mjesečno izvješće o posebnim porezima na kavu (MI-K) i bezalkoholna pića (MI-BAP).
- Predujam za turističku članarinu za tekući mjesec (društva i fizičke osobe).
- Obrazac DOH za obveznike poreza na dohodak, ujedno i rok za plaćanje razlike.
- Obrazac ZPP-DOH.
- Godišnji obrasci TZ 1 i SR za obrtnike, slobodna zanimanja i ostale fizičke osobe.
- Mjesečno izvješće o grijanim duhanskim proizvodima, e-tekućini i novim duhanskim proizvodima.
- OPZ-STAT-1 za 2025. (dohodaši).
- Mjesečna izvješća o posebnim porezima/trošarinama.

KERAMIČARSKI OBRT KRAMAR

UGRADNJA KERAMIKE I KAMENA
ADAPTACIJE

Donji Pustakovec 105, 40323 Prelog

098 600 139

drazen.kramar@gmail.com



Zivtov trg 3
49210 Zabok

info@ecoconsulting.hr

Montaža specijalnih strojeva i opreme
u automatiziranim industrijskim
postrojenjima

Savjetovanje u području zaštite okoliša
i gospodarenja otpadom

Izrada projekata, elaborata i planova
gospodarenja otpadom

lovačko društvo
VEPAR

Kolovoz 4/1, 52428 Oprtalj
098/ 194 37 80, 099/ 489 99 24
ldvepar.oprtalj@gmail.com



ARX PRIMUS

20
GGODINA
S VAMA

Ljubljana sporni št.
zagrebški naključnik

Joakima Rakovca 7
52470 Umag

+385 91 193 91 08
+385 91 549 34 22

info@arx-primus.hr
www.arx-primus.hr




Nikole Tesle 40
10410 Velika Gorica

095/ 50 49 613
pakerizolacije@gmail.com

SANACIJE OD PRODORA VODE U OBJEKTE
INJEKTIRANJE BETONSKIH ZIDOVA
HIDROIZOLACIJE NA BALKONIMA
IZRADU FASADNOG SUSTAVA
IZRADA HIDROIZOLACIJE OBJEKATA

PAKER IZOLACIJE d.o.o.



Creska 33
51550 Mali Lošinj
098/ 644 024
ivan.toic33@gmail.com

VODINSTALATER
TOIĆ

VODINSTALATERSKI RADOVI
ODČEPLJIVANJE ODVODA
PREGLED KAMEROM
ADAPTACIJA VODINSTALACIJA
TRAŽENJE PROPUŠTANJA CIJEVI VODE
ČIŠĆENJE CIJEVI VODE OD KAMENCA



HRVATSKA PRED VRATIMA OECD-A

SAMO VEĆE EKONOMSKE SLOBODE MOGU UBRZATI RAST

BEZ SNAŽNIJIH EKONOMSKIH SLOBODA, UČINKOVITIJEJ JAVNOG SEKTORA I STRUKTURNIH REFORMI, GOSPODARSKI RAST NEĆE BITI DUGOROČNO ODRŽIV, NITI DOVOLJAN ZA ULAZAK MEĐU NAJRAZVIJENIJE ZEMLJE, UPOZORAVAJU U HRVATSKOM THINK TANKU

Organizacija za gospodarsku suradnju i razvoj (OECD) objavila je najnoviji Ekonomski pregled za Hrvatsku za 2026. godinu, u kojoj se

analizira makroekonomska stanje, pitanja stambenog zbrinjavanja, uključujući i energetske učinkovitost i zelenu tranziciju. Posebno poglavlje posvećeno je

starenju stanovništva i demografskim izazovima.

U ovom trenutku Hrvatska je na korak do punopravnog članstva u klubu razvi-



FOTO: PIXABAY

jenih zemalja, a ulazak u OECD jedan je od glavnih strateških ciljeva vanjske politike Hrvatske. Očekuje se da bi se to moglo dogoditi do kraja 2026. godine.

Koji su glavni zaključci OECD-ove analize, kao i preporuke za daljnje reforme – razgovarali smo s Emilom Pavićem, potpredsjednikom Centra za javne politike i ekonomske analize, hrvatskog think tanka koji se zalaže za donošenje javnih politika temeljenih na činjenicama i klasičnim vrijednostima slobode. U Hrvatskoj su predvodnik očuvanja zajedničke zapadne baštine transatlantskih vrijednosti i poticanja komparativnih politika.

U kojoj mjeri OECD ocjenjuje da su pozitivni makroekonomski trendovi u Hrvatskoj rezultat održivih strukturnih promjena, a u kojim segmentima i dalje postoje fiskalni i razvojni rizici?

Primjeri pozitivnih iskoraka koje OECD navodi su gospodarski rezultati, unatoč uzastopnim vanjskim šokovima, povećanje poreznih olakšica za istraživanje i razvoj, te i administrativno rasterećenje gospodarstva s ciljem daljnje optimizacije i digitalizacije administrativnih procesa.

Svakako je veliko postignuće stalni rast BDP-a. Ipak, treba i donekle kritički sagledati strukturne rizike koji utječu na

kvalitetu rasta i u kojoj je razini to posljedica dubokih strukturnih reformi s ciljem jačanja produktivnosti. Iako imamo i rast investicija i izvoza, imamo i veliko oslanjanje na pomoći iz EU fondova. Također, ključno je pitanje možemo li rasti bez velikog oslanjanja na europski javni novac i bez visokog udjela turizma u BDP-u. Tu imamo opasnost od “nizozemske bolesti”, gdje je jedan dio zemlje de facto ovisan o turističkom prihodu, što u budućnosti treba svakako mijenjati, prije svega na društvenoj razini. Kako imamo stalan rast i priljev sredstava, imamo i snažnu potražnju koja generira rast cijena i inflaciju, gdje smo nažalost



Emil Pavić

pri samom vrhu Europske unije, unatoč mjerama koje su poduzete i unatoč stalnim i neuspješnim pozivima na racionalnost u državnoj potrošnji.

Kako bismo doista postali bolji i kretali se prema najboljima na svijetu, potrebno je sustavno ubrzati rad i povećati učinkovitost javnog sektora, pogotovo pravosudnih procesa koji često neopravdano traju godinama. Treba uvesti meritokraciju za javni sektor, kako bi se povećanju javnih plaća pristupilo selektivno, prema učinku. Naime, dosadašnja praksa stalnog kolektivnog povećavanja materijalnih prava duboko je nepravedna, jer se prava povećavaju svima, neovisno o kvaliteti isporučenog rada i radu na reformama.

Koje reforme u području fiskalne politike, javnog sektora i plaća OECD preporučuje Hrvatskoj kako bi se potaknuo održiv i produktivan gospodarski rast?

Među izazovima spominje se ekspanzivna fiskalna politika, zajedno s povišenom inflacijom. Stoga se predlaže povratak razboritoj fiskalnoj politici, kako bi se podržao proces dezinflacije, obnovile

KAO MALO TRŽIŠTE MI NEMAMO ŠTO TRAŽITI U MASOVNOJ PROIZVODNJI DOBARA S NISKOM DODANOM VRIJEDNOSTI. STOGA SE TREBAMO POTPUNO OKRENUTI VISOKIM TEHNOLOGIJAMA I SLIJEDITI POZITIVNE PRIMJERE MALIH USPJEŠNIH DRŽAVA - PRIMJERICE NIZOZEMSKJE, DANSKE, ŠVEDSKE, FINSKE, IZRAELA, ŠVICARSKE, AUSTRIJE... TAKOĐER TO ZAHTJEVA POTPUNU PRILAGODBU OBRAZOVNOG SUSTAVA GDJE KOLOKVIJALNO REČENO „DJECA TREBAJU ZNATI ŠTO SU TUNDRA“

fiskalne rezerve i pripremlilo za srednjoročne i dugoročne pritiske na potrošnju države. Predlaže se redovito provođenje sveobuhvatnih pregleda rashoda, racionalizaciju radne snage u javnom sektoru, privatizacije te jačanje okvira za borbu protiv korupcije i javni integritet. To podržavamo, jer je ovdje riječ o važnim pitanjima ekonomske slobode.

S druge strane, ne podržavamo preporuku za praćenje utjecaja reforme poreza na dohodak na ukupnu progresivnost poreznog sustava i izbjegavanje pada prihoda lokalnih samouprava zbog, kako tvrde, štetne porezne konkurencije. Naš Centar za javne politike i ekonomske analize snažno podržava sva porezna rasterećenja i činjenicu da se Hrvatska efektivno približila flat tax sustavu u pogledu dohotka. Protiv smo progresivnosti oporezivanja, dok podržavamo lokalnu poreznu konkurenciju, gdje dobre rezultate u sniženju poreznih stopa pokazuju Bjelovar, Samobor i Sveta Nedelja.

Učinkovitost javnog sektora, koji generira veliki broj radnih mjesta, odnosno preko petine zaposlenosti, važan je čimbenik. Mi se u CEA-i zalažemo za visoku razinu ekonomskih sloboda, što će sigurno donijeti brži razvoj zemlje, i to na temelju produktivnosti rada. Kao malo tržište mi nemamo što tražiti u masovnoj proizvodnji dobara s niskom dodanom vrijednosti. Stoga se trebamo potpuno okrenuti visokim tehnologijama i slijediti pozitivne primjere malih uspješnih država – Nizozemske, Danske, Švedske, Finske, Izraela, Švicarske, Austrije... To također zahtijeva potpunu prilagodbu obrazovnog sustava u kojem, kolokvijalno rečeno, "djeca trebaju znati što su tundre". Ipak, znaju li izračunati režije, znaju li razlikovati potrošnju radi

zadovoljstva ili potrebe, te niz drugih životnih pitanja? Financijska pismenost učenika je nešto što će odrediti našu budućnost. Trebamo stvoriti generaciju ulagača i poduzetnika koji će onda s idejama moći zapošljavati ljude i generirati dohodak koji će se koristiti i za naše mirovine.

OECD navodi da su rezultati državnih poduzeća slabi. Koje je reforme potrebno provesti? Koja je zemlja u Europskoj uniji u pogledu upravljanja državnim poduzećima postigla dobre rezultate i kako su to postigli?

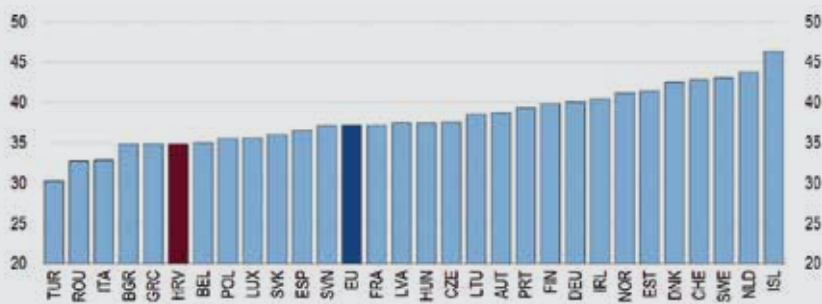
OECD navodi kako državna poduzeća i dalje imaju veliku ekonomsku ulogu, sa sedam posto ukupne zaposlenosti i imovinom vrijednom oko 45 posto BDP-a, što je mnogo veći udio nego u većini OECD-ovih i drugih usporedivih ekonomija. Navode kako državna vlasništva postoje u mnogim sektorima, s posebno velikim udjelom zaposlenosti u prometu, električnoj energiji i plinskim poslovima, telekomunikacijama, građevinarstvu i financijama. OECD navodi kako državna poduzeća postižu loše rezultate, primjerice mjerena povratom na kapital, te kako državna poduzeća s niskom produktivnošću zadržavaju radnike i kapital koji bi privatni sektor potencijalno mogao produktivnije koristiti. Stoga OECD zagovara privatizaciju, pogotovo u inherentno konkurentnim sektorima, dok je za ostala potrebno ojačati korporativno upravljanje.

Ovdje se može istaknuti kako se u Hrvatskoj, uz podršku OECD-a i EU-a, već provodi reforma korporativnog upravljanja državnim poduzećima. Važno je da se to odnosi samo na ograničen broj strateški važnih poduzeća (trenutno ih je 36) u sektorima infrastrukture i ener-

FOTO: PRIVATNA ARHIVA

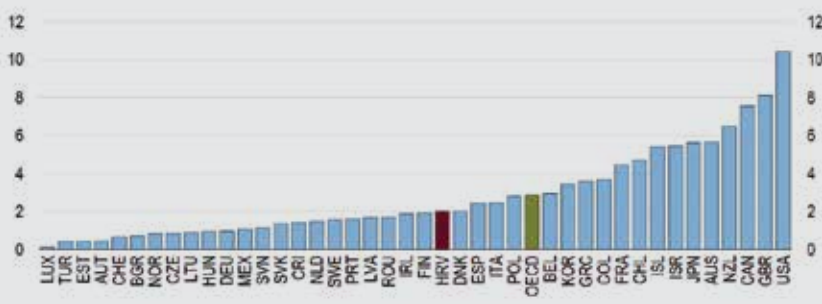
IZVOR: EUROSTAT

Radni vijek stanovnika



Učinkovitost državnih tvrtki

IZVOR: OECD REVENUE STATISTIC



getike, gledajući i iz perspektive nacionalne sigurnosti. Bitno je privatizirati portfelj Centra za restrukturiranje i prodaju (CERP).

Ključno je uspostaviti snažnu i profesionalnu nadzornu i upravljačku strukturu u državnim poduzećima, uz minimiziranje političkog utjecaja. Nedavno medijsko istraživanje pokazalo je da su u više od polovice državnog portfelja provedena imenovanja uprava koja su usko povezana s politikom, što jasno ukazuje na prisutnost snažnog političkog

čimbenika u upravljanju. Ostaje nam vidjeti hoće li nakon aktualne reforme, koja teži većoj profesionalizaciji i transparentnosti, takve “slučajnosti” i dalje ostati pravilo, ili će postati iznimka.

Nama trebaju najbolji i najposposobniji ljudi koji će raditi za dobro zemlje. Oni također trebaju biti adekvatno nagrađeni i trebaju pronaći svoj interes u tome. Sve treba biti jasno, definirano i transparentno.

Koje su preporuke OECD-a u pogledu mjera pomoći za energiju i hranu?

Protiv smo ideologije dekarbonizacije koja bi istiskivala fosilna goriva. Takve se politike promiču u Europskoj uniji i primjerice u Kaliforniji. Umjesto toga, snažno podržavamo slobodu za fosilna goriva, stratešku ulogu LNG terminala koji je bitan u transatlantskom okviru i dugoročni plan ulaganja u nuklearnu energiju.

Primjerice, OECD predlaže ubrzanje izdavanja dozvola za obnovljive izvore energije povećanjem administrativnih kapaciteta, dok se ne spominje općenito ubrzanje dozvola, odnosno i za fosilna goriva, na čije se vađenje dugo čeka.

S obzirom na inflaciju koja je u Hrvatskoj veća nego u ostatku eurozone, možemo li očekivati ukidanje mjera pomoći i subvencija za fosilna goriva?

CEA je protiv subvencija, i stoga podržavamo njihovo ukidanje, sve radi potencijala za povećanje ekonomske slobode. Ipak, ne slažemo se s kritikom subvencija za fosilna goriva. Naime, država ionako kroz trošarine za benzin znatno poskupljuje cijenu benzina, koja je i dvostruko viša nego u Sjedinjenim Američkim Državama. S druge strane, nema kritike poticaja za obnovljive izvore energije, koji proizlaze iz velikog nameta iz cijene struje koju plaćamo.

Mi svakako trebamo stremiti k diversifikaciji izvora električne energije, ali pritom trebamo jako paziti na svoje interese, jer samo jeftina i dostupna energija može generirati rast. Skupi energenti su jednim dijelom Europsku uniju i doveli u položaj u kojem gubi konkurentnost. Primjeri Kine i Sjedinjenih Američkih Država jasno govore u prilog tome. Mala zemlja poput naše ima prednost u nominalno manjim količinama koje su joj potrebne, pa stoga u budućnosti treba pripaziti na diversifikaciju izvora energije i svakako paziti da porezi i regulacije ne “ubijaju” konkurentnost.

Prognoza je da će se radno sposobno stanovništvo u Hrvatskoj smanjiti za 25 posto do 2050. godine. Problem je to s kojim se susreću mnoge razvijene zemlje. Kako očuvati stabilnost mirovinskog sustava?

Primarno održivo rješenje je ono vrlo nepopularno, a ekonomski vrlo nužno:

Također, OECD predlaže preusmjeravanje ulaganja s cestovne infrastrukture na “održive” načine prijevoza poput javnog prijevoza, biciklizma i hodanja, navodeći kako su ulaganja u prometnu infrastrukturu dala prednost cestovnom i zračnom prometu u odnosu na održivije načine prijevoza. Dodaju kako je vozni park stariji i više onečišćuje nego u drugim zemljama EU-a, te kako porezi na motorna vozila pogoduju starim automobilima. Umjesto navedenog, CEA se zalaže za nastavak čuvanja našeg dosadašnjeg načina života, bez uskraćivanja ekonomske slobode za vozače automobila. Dakle, pojedinci će donositi odluke, a ne netko drugi umjesto njih.

PLURALIZAM IZVORA ENERGIJE

Kako Hrvatska stoji u pogledu zelene tranzicije? Kako pomiriti ciljeve dekarbonizacije s potrebom za zaštitom standarda građana od energetske šokova?

CEA je za energetske mikse, odnosno inkluzivnost i pluralizam izvora energije. Nema ništa protiv alternativnih izvora, dokle god su na slobodnom tržištu zajedno s ostalima. To znači bez nameta i ograničenja za fosilna goriva, odnosno bez subvencija i favoriziranja obnovljivih.



FOTO: PIXABAY

povećanje dobi umirovljenja. CEA se pritom zalaže za barem 66 godina kao prag, a realno ekonomski će nas jedva održati prag od 70 godina. U širem pogledu, CEA je za mirovinsku reformu čiji će prvi stup biti dobrovoljni, umjesto da je treći. U konačnici, stabilnost mirovinskog sustava nije jedini čimbenik financijske stabilnosti pojedinaca, već i naše pravodobne odluke o ulaganjima u zlato, srebro, ETF-ove, dionice, fondove...

Rješenje je sada krenuti opismeniti generaciju koja dolazi i krenuti od osnovne škole. Trebamo učiti djecu što je novac, kredit, imovina, ulaganja — kako bi već pri punoljetnosti bili svjesni da će se u svojem radnom vijeku morati brinuti za sebe te štedjeti, ulagati i čuvati imovinu. Treba ih učiti izbjegavati neracionalnu potrošnju i kratkoročna zadovoljstva. Sve to utjecat će na stabilnost mirovinskog sustava i naših osobnih financija.

Hrvatska drastično zaostaje za prosjekom EU-a u zapošljavanju osoba s invaliditetom. Što država mora konkretno promijeniti u sustavu kako bi se

KLJUČNO JE USPOSTAVITI SNAŽNU I PROFESIONALNU NADZORNU I UPRAVLJAČKU STRUKTURU U DRŽAVNIM PODUZEĆIMA UZ MINIMIZIRANJE POLITIČKOG UTJECAJA. NEDAVNO MEDIJSKO ISTRAŽIVANJE POKAZALO JE DA SU U VIŠE OD POLOVICE DRŽAVNOG PORTFELJA PROVEDENA IMENOVANJA UPRAVA KOJA SU USKO POVEZANA S POLITIKOM, ŠTO JASNO UKAZUJE NA PRISUTNOST SNAŽNOG POLITIČKOG FAKTORA U UPRAVLJANJU

osobe s invaliditetom učinkovito integrirale na tržište rada?

To je primjer javne politike u kojoj država treba imati opravdanu socijalnu ulogu za razliku od dijela drugih područja socijalne politike. Ipak, nije sve stvar države, već i izgradnje društva koje ima obzir prema osobama s invaliditetom, o čemu ovise i prilike za zapošljavanje. Treba napomenuti da su se okolnosti svakako pozitivno promijenile i da je danas ipak bolje stanje. Naša zemlja, kao zajednica odgovornih građana, treba paziti na sve svoje građane, a ugroženim skupinama,

kao što su osobe s invaliditetom, pružiti sve što je moguće kako bi imali dostojanstvo u svojem životu i kako se ne bi osjećali isključeni iz zajednice. To nije samo ekonomsko, već pitanje socijalne etike. Uspješna zemlja generira blagostanje, iz kojeg je onda moguće podizati prava svih ugroženih skupina.

Posebno se analizira i stambeni fond u Hrvatskoj, kao i povećanje cijena nekretnina. U desetogodišnjem razdoblju od 2015. do 2025. godine, cijene su porasle za 66 posto, dok je prosječna stopa rasta

cijena u zemljama OECD-a iznosila 34 posto. Koje su preporuke u pogledu poreza na nekretnine i drugih mjera kojima bi se osiguralo priuštivo stanovanje?

Važno je istaknuti kako su visoke cijene posljedica i birokratske složenosti, i troškova vremena čekanja na građevinsku dozvolu, počevši od administracije Grada Zagreba. Valja preispitati i ograničenja u prostornim planovima na širenja gradnje na nova predgrađa i male gradove, tako da se potiču ulaganja privatnih developera. Time bi se potaknula veća konkurencija i ponuda, što je mnogo veći čimbenik za priuštivo stanovanje od pitanja poreza na nekretnine, koji se može uzimati u obzir samo u okviru većeg neto smanjenja ukupnog poreznog opterećenja (u BDP-u), i to na konto poreza na dohodak.

Ipak, kod nas nekretnine imaju i jednu drugu sociološku dimenziju, a to je da smo zbog desetljeća nestabilnog ekonomskog sustava bili prisiljeni svoju štednju ulagati u nekretnine, jer se to tradicionalno smatralo sigurnim ulaganjem i zaštitom od inflacije. Zato mnogima nije pravedno ponovno oporezivanje nečega što je toliko oporezovano. U-

stalom, mi smo i prije uvođenja poreza na nekretnine imali nekoliko davanja koja se de facto svode na oporezivanje nekretnina. Stoga je realno pitanje više stvar administrativne zamjene.

Vlastiti prostor za život nije definirano ljudsko pravo, ali je u našoj kulturi nešto važno, jer osjećaj da nikada nisi vlasnik onoga gdje stanuješ stvara stres i onemogućuje mladima planiranje obitelji i djecu. Republika Hrvatska ima dovoljno resursa da svima bude dobro, ali je potrebna učinkovitost, znanje, etika i svijest o zajedničkom dobru. U tom kontekstu, i OECD predlaže reformu politike korištenja zemljišta, pojednostavljenje postupaka izdavanja građevinskih dozvola i povećanje produktivnosti u građevinskom sektoru, kako bi se proširila ponuda stanova.

Je li realno za očekivati da će provedba tih mjera dati rezultata u roku od deset godina, do 2035. godine?

Desetogodišnje razdoblje je veliko. Mnogo se toga može samo uz ambiciozne reforme, i da re-start krene što prije. Naš Centar za javne politike i ekonomske analize (CEA) ima projekt Hrvatska 2030,

u okviru kojega donosimo vrlo konkretne strukturne reforme i mjere koje se tek trebaju početi provoditi. Pritom su to reforme usmjerene na povećanje ekonomske slobode. Dakle, tu nema poticaja i ideologije koji su gorivo mnogim domaćim i globalnim političarima za progresiju državnog intervencionizma. Naš je smjer suprotan. Mi nikako da izađemo iz okova prošlosti, i vrlo se rado već desetljećima vraćamo u njih. Važan je ovaj trenutak i važna je budućnost. Deset godina je veliko razdoblje, i uz mudro javno upravljanje i sve do sada navedeno, nema razloga da na dugi rok ne budemo među najrazvijenijim državama svijeta.

Kada očekujete da će Hrvatska postati punopravnom članicom, te koje će prednosti gospodarstvu donijeti ulazak u klub razvijenih zemalja?

Predviđa se 2026. Prednosti će biti u mogućnosti da prije svega javna uprava uči dobre prakse javnih politika. Treba pritom usvajati politike koje vode povećanju ekonomske slobode, a ne prihvaćati preporuke oko dekarbonizacije i progresivnosti oporezivanja dohotka.

 **IVANKA BUKULIN ZLATOVIĆ**



FOTO: PIXABAY



Narodni trg 1, Pula
091/1200-524
052/223-284
splendidpula@gmail.com



domaća jela • self-service • catering



Dr. BLAŽENKA NEKIĆ
POLIKLINIKA
ZA FIZIKALNU MEDICINU
I REHABILITACIJU

Dalmatinska 3
10000 Zagreb
014848080
poliklinika.nekic@gmail.com
www.poliklinika-blazenka-nekic.hr



**Chinese Southeast
European Business Association**

Gospodarska i finansijska suradnja
između Kine i zemalja jugoistočne Europe



Unska 2C, 10000 Zagreb +385 1 409 5070 +385 1 409 5071 office@cseba.eu <https://titan-union.eu/>

OPTIKA RAUŠ

Vaše oči i vid
zaslužuju samo najbolje!

Augusta Šenoa 8, 42000 Varaždin | Tel: 042 302 380

info@optika-raus.hr | optikaraus@gmail.com

www.optika-raus.hr



DARKO & DAVOR

Srijemska 14, 21000 Split
098/265-235
davor.vrdoljak1@gmail.com

suha gradnja
adaptacije
sanacije
objekata





MINIMALNA PLAĆA RASTE, ALI STANDARD NE

IAKO RAST MINIMALNE PLAĆE U HRVATSKOJ ZNAČI POZITIVAN POMAK U SMJERU POBOLJŠANJA RADNIČKIH UVJETA, PODACI IZ HNB-A I DZS-A JASNO POKAZUJU DA BEZ NADZORA CIJENA I STRATEŠKIH POLITIKA USMJERENIH NA SMANJENJE OSNOVNIH TROŠKOVA ŽIVOTA, NOMINALNO VEĆE PLAĆE NE JAMČE AUTOMATSKO POBOLJŠANJE ŽIVOTNOG STANDARDARDA. REALNI ŽIVOT RADNIKA NA MINIMALCU I DALJE JE POD VELIKIM PRITISKOM TROŠKOVA STANOVANJA, HRANE I DRUGIH OSNOVNIH IZDATAKA, ŠTO GOVORI DA JE PITANJE STANDARDARDA I DALJE OTVORENO

Minimalna bruto plaća u Hrvatskoj od 1. siječnja 2026. iznosi 1.050 eura (oko 750–760 eura neto), što je povećanje od 80 eura u odnosu na 2025. Takvo povećanje, koje je usvojila Vlada Republike Hrvatske, nastavak je trenda rasta. No, inflacija mjerenjena harmoniziranim indeksom potrošačkih cijena (HIPC) u Hrvatskoj ostaje povišena.

Podaci Hrvatske narodne banke (HNB) pokazuju da se inflacija u 2025. godini, ovisno o mjesecu, kretala oko 4,3 do 4,6 posto, s najvećim doprinosom cijena usluga i hrane. To znači da se troškovi osnovnih dobara i usluga povećavaju brže nego što bi se očekivalo samo na temelju rasta plaća, pa nominalno više plaće često ne znače i veći realni standard.

Ovaj nesrazmjer nameće pitanje kamo zapravo odlazi razlika između nominalno većih plaća i realnog života radnika. Čini se da najveći gutači mjesečnog budžeta ostaju troškovi stanovanja, režija i hrane. Cijene stanarina i režijskih usluga porasle su više nego opća razina inflacije, a neprestano rastuće cijene hrane posebno pogađaju kućanstva s nižim primanjima, čiji udio potrošnje na prehranu čini veći dio ukupnih troškova.

Danijel Nestić, doktor ekonomskih znanosti s Ekonomskog instituta Zagreb, u razgovoru za Financije.hr razjasnio je koliki je stvarni učinak rasta minimalne plaće na životni standard građana.

Minimalna plaća u Hrvatskoj posljednjih godina nominalno raste, ali građani kažu da žive sve teže. Što kažu podaci, je li rast minimalne plaće doveo do rasta kupovne moći zaposlenika koji

primaju takvu plaću, ili je sve "pojela" inflacija?

Posljednjih godina svjedoci smo vrlo aktivne politike minimalne plaće od strane Vlade, tako da je u bruto iznosu ona od početka ove godine povećana 8,2 posto; prošle godine porasla je za 15,5 posto, a prethodne 20,0 posto. U posljednjih pet godina minimalna plaća povećana je 86 posto. U isto vrijeme, od siječnja 2021. do siječnja 2026. godine, inflacija je kumulativno iznosila 33 posto. To znači da se za minimalnu plaću sada može kupiti oko 40 posto više proizvoda i usluga nego prije pet godina.

Istina, građani imaju osjećaj da su cijene rasle puno više nego što to pokazuje službena statistika, i protiv takvog osjećaja se teško boriti. Više od prosjeka rale su cijene hrane i bezalkoholnih pića, 47 posto, a upravo hrana čini najveći dio potrošačke košarice siromašnijih građana, pa odatle i osjećaj da je inflacija "pojela" cijeli rast plaća. No podaci pokazuju da nije i da doista imamo rast kupovne moći plaća, kako prosječnih plaća tako i minimalne plaće.

Znamo kako sama brojka minimalne plaće ne odražava sve troškove koje radnik ima u životu. Bruto iznos koji se najčešće spominje u javnosti nije jednak svoti koju radnik stvarno dobije na račun. Razlika između bruto i neto plaće odlazi na poreze i doprinose; za mirovinsko i zdravstveno osiguranje te porez na dohodak, pa dio svakog povećanja zapravo završava u javnim i socijalnim fondovima, a ne izravno u raspoloživom dohotku radnika. Iako su porezne izmjenne posljednjih godina donekle rasteretile niže plaće, ukupno opterećenje rada i dalje znači da neto rast nije jednak bruto rastu.

Individualna situacija ipak može biti znatno drukčija od kućanstva do kućanstva?

Minimalna plaća ne govori ništa o drugim obveznim i stvarnim troškovima života koji nisu vidljivi u samoj statistici plaća — poput stanarine, prijevoza na posao, dopunskog zdravstvenog osiguranja ili troškova skrbi za djecu. Ako ti izdaci rastu brže od opće inflacije, radnik može imati osjećaj da mu povećanje minimalca ne donosi stvarno olakšanje. Drugim riječima, i kad podaci pokazuju realni rast kupovne moći, individualna situacija može biti znatno drukčija, ovisno o strukturi kućnog budžeta i lokalnim troškovima života.

Dodatno, valja imati na umu da je službena stopa inflacije prosjek za prosječno kućanstvo, dok kućanstva s minimalnim primanjima imaju bitno drukčiju strukturu potrošnje. Veći udio njihovih prihoda odlazi na osnovne potrebe kao što su hrana, režija i stanovanje, a manji na proizvode i usluge čije su cijene rasle sporije ili su čak stagnirale. Zbog toga njihova "osobna inflacija" može biti viša od službenog prosjeka. U takvim okolnostima i realni rast plaće na razini cijelog gospodarstva ne mora automatski značiti i jednako poboljšanje životnog standarda za svakog pojedinog radnika, osobito ako živi u sredini s iznadprosječnim troškovima stanovanja ili komunalnih usluga.

Stanovanje se često navodi kao ključni problem: jesu li cijene najma i nekretnina postale glavni razlog zašto minimalna plaća ne može pokriti osnovne potrebe?

Moramo znati da minimalna plaća nije instrument socijalne politike namijenjen podmirivanju osnovnih



životnih potreba. Minimalna plaća je instrument tržišta rada, i njegova prva uloga je sprečavanje iskorištavanja radnika, odnosno omogućavanje da svaki radnik za svoj rad dobije najmanji iznos koji se u tom trenutku smatra najnižom društveno prihvatljivom razinom za redovan rad. I zato se kao pokazatelj primjerenosti minimalne plaće obično uzima njezin odnos prema prosječnoj plaći ili medijanu. Hrvatska tu ne stoji tako loše, jer je ona sada u neto iznosu više od 50 posto prosječne plaće i više od 60 posto medijana, što je u skladu s nekim međunarodnim preporukama. Iako je minimalna plaća povezana s lošim socijalnim stanjem, ona nije najbolja mjera za borbu protiv siromaštva.

Postoje mnoge kategorije stanovništva koje ne rade, a siromašne su. Najčešće nemaju nikakvih prihoda, ili su oni iznimno niski, a često su to stari, bolesni i nesposobni za rad. Borba protiv siromaštva počinje identifikacijom siromašnih osoba, i onda se reagira mjerama za poboljšanje njihovog statusa. Minimalna plaća pomaže samo radnicima. Ona, ako se odredi na primjerenom razini, onoj koja ne ugrožava zapošljavanje, a omogućava minimalnu društveno prihvatljivu plaću, ima brojne prednosti — između ostalog poboljšava socijalni status radnika koji primaju takvu plaću.

No, radnici na minimalnoj plaći ne moraju nužno biti siromašni; mogu imati bračne partnere s visokim prihodima, ili mogu imati druge prihode nevezane uz rad. Stopa siromaštva

među radnicima u Hrvatskoj je jedna od nižih u Europskoj uniji. Ipak, od minimalne plaće se očekuje da omogućava pokrivanje osnovnih potreba. Stanovanje, posebno u velikim gradovima, ako nemate vlastitu nekretninu već morate unajmljivati stan, postaje nepremostiva prepreka za samostalan život osobe s minimalnom plaćom. No taj se problem rješava drugim politikama. Sada se puno priča o priuštivom stanovanju i mjerama koje bi ga trebale omogućiti.

Koliko porezno opterećenje potrošnje (PDV, trošarine) utječe na realnu kupovnu moć radnika s minimalnom plaćom?

Ako govorimo o porezu na potrošnju, poput PDV-a, on naravno utječe na kupovnu moć radnika s minimalnom plaćom, ali jednako tako utječe i na kupovnu moć svakog drugog građanina. Hrvatska ima visoku standardnu stopu PDV-a od 25 posto, uz manji broj proizvoda na sniženim stopama, i tako u prosjeku vrlo snažno oporezuje potrošnju, što se onda odražava na cijenama proizvoda, često više nego u drugim zemljama. To znači da za istu plaću ili mirovinu možemo kupiti manje nego drugdje.

No, kad govorimo o minimalnoj plaći, važno je osvrnuti se na oporezivanje dohotka, odnosno oporezivanje te plaće. U zadnjih desetak godina iz minimalne plaće se izdvajao doprinos za mirovinsko osiguranje od dvadeset posto, ali nakon toga nije bilo obveze plaćanja poreza na dohodak, jer

je osobni odbitak bio veći od porezne osnovice. No, od 2024. godine osobni odbitak za osobu na minimalnoj plaći, a bez uzdržanih članova obitelji, je manji od porezne osnovice, i sada je potrebno platiti porez na dohodak. I taj je porez povećan 2025. i dodatno 2026., jer je osobni odbitak rastao sporije od minimalne plaće. Istina, od te 2024. je smanjena stopa doprinosa za prvi mirovinski stup za plaće ispod 1.300 eura bruto, ali to nije bitno promijenilo stvar.

Tako u 2026. godini imamo bruto minimalnu plaću od 1.050 eura, pri čemu osoba bez uzdržanih članova obitelji u Zagrebu dobije 799 eura neto, a ako ima prijavljene uzdržavane članove obitelji, može dobiti najviše 859 eura neto. U odnosu na prošlu godinu, osobni odbitak nije promijenjen, tako da je to značilo i veće porezno opterećenje minimalne plaće. Prošle godine je ona iznosila 970 eura. Na to je poslodavac morao platiti još 16,5 posto doprinosa za zdravstveno osiguranje, što znači da je za njega trošak iznosio 1.130 eura. Ove godine je minimalna plaća 1.050 eura bruto, a trošak za poslodavca je 1.223 eura.

Jesu li rast kamata i kreditna zaduženost dodatni čimbenik koji "pojede" rast plaća, osobito kod mladih kućanstava?

Pretpostavljam da osobe na minimalnoj plaći nisu kreditno zadužene, osim možda minusima na tekućem računu, što i nije pravi kredit. One naprosto svojom plaćom ne mogu dobiti bilo kakav kredit u ozbiljnijem iznosu, a vjerojatno i same izbjegavaju opteretiti se njime.

Može li se problem životnog standarda radnika na minimalnoj plaći riješiti samo daljnjim povećanjem minimalne plaće, ili su nužne šire mjere — primjerice porezna rasterećenja, kontrola cijena stanovanja ili socijalne politike?

Pitanje osiguranja primjerenog životnog standarda za najsiromašnije osobe rješava se drugim politikama, prije svega socijalnom politikom usmjerenom na pomoć onima koji su najugroženiji. Tu su i dodatne politike poput politike za mlade, stambene, potpore roditeljstvu i slično. Minimalna plaća treba spriječiti iskorištavanje radnika.

NETO IZNOS MINIMALNE PLAĆE TREBA BITI JEDNAK U CIJELOJ HRVATSKOJ

Rast troška radnika na minimalnoj plaći za poslodavca je iznosio 93 eura. No, nakon plaćanja poreza i doprinosa, radnik bez uzdržanih članova obitelji u Zagrebu će dobiti samo 45 eura više u 2026. godini. To znači da je korist od propisivanja više minimalne plaće u takvom slučaju bila veća za državni i lokalni proračun nego za radnika. Nadalje, s obzirom na različite porezne stope po lokalnim jedinicama, imamo i različite neto iznose minimalne plaće. Iako razlika nije velika, ona postoji i čini se da ima učinak koji je suprotan od željenog. Naime, minimalna neto plaća u Zagrebu za osobu bez uzdržanih članova je 799 eura, a u većini ostalih gradova i općina s poreznim stopama od 20 i 30 posto, ona je 807 eura. Znači, neto minimalna plaća u Zagrebu je osam eura manja nego drugdje, iako je život zasigurno skuplji. Pitanje oporezivanja minimalne plaće se mora riješiti tako da se takva situacija izbjegne i u najmanju ruku omogući da neto iznos minimalne plaće bude jednak u cijeloj Hrvatskoj — objašnjava dr. Danijel Nestić.



FOTO: UNSPLASH

Ako se trend nastavi, kakve dugoročne posljedice možemo očekivati za tržište rada, iseljavanje i socijalne nejednakosti u Hrvatskoj?

Iako ovo pitanje vjerojatno cilja na pretpostavljeno stanje, gdje se sve teže živi s minimalnom plaćom i gdje ona zaostaje za rastom troškova života, trendovi zadnjih godina su upravo suprotni, pa su učinci takve politike minimalne plaće pozitivni i doprinose poboljšanju stanja.

Spomenuli smo da je rast minimalne plaće bio veći od rasta cijena. A u zadnjih deset godina minimalna plaća raste brže i od prosječne plaće, a tržište rada je u takvoj situaciji da se to nije negativno odrazilo na zapošljavanje. Razmjerno mali dio zaposlenih, ispod

pet posto po nekim procjenama, prima minimalnu plaću. Posljednjih godina postoje i potpore za poslodavce iz prerađivačke industrije koji bi mogli biti ugroženi rastom minimalne plaće, pa i to pomaže. Ubrzani rast plaća zadnjih godina zasigurno pomaže u smanjivanju iseljavanja, štoviše omogućuje povratak, ali i potiče dolazak stranih radnika.

Rast minimalne plaće je važan za strane radnike, to im je prva informacija o tržištu rada, jer znaju da za redovan rad ne mogu biti plaćeni manje od minimalne plaće. Njezin rast je zasigurno jedan od glavnih razloga smanjivanja nejednakosti plaća. Ako se gleda plaća deset posto radnika s najnižim prihodom i uspoređi s prosječnom plaćom ili medijanom, vidimo da je plaća radnika

s najnižim plaćama rasla brže od prosjeka, odnosno da se relativna razlika između najmanjih i prosječnih plaća smanjuje.

Zaključno, iako rast minimalne plaće u Hrvatskoj predstavlja pozitivan pomak u smjeru poboljšanja radničkih uvjeta, podaci iz HNB-a i DZS-a jasno pokazuju da bez nadzora cijena i strateških politika usmjerenih na smanjenje osnovnih troškova života, nominalno veće plaće ne jamče automatsko poboljšanje životnog standarda. Realni život radnika na minimalcu i dalje je pod velikim pritiskom troškova stanovanja, hrane i drugih osnovnih izdataka, što govori da je pitanje standarda i dalje otvoreno.

 KRISTINA ŠERIĆ SMOLČEC



HRVATSKI TURIZAM JE DANAS U FAZI ZRELOSTI

SADA SE SVE JASNIJE VIDI DA JE ŠPICA SEZONE, UZ VISOKE CIJENE, DOSEGLA PLAFON. TA DVA LJETNA MJESECA NOSE GLAVNINU PROMETA I UVELIKE ODREĐUJU USPJEŠNOST GODINE. DIO RASTA CIJENA JE TROŠKOVNO UVJETOVAN, ULAZNOU INFLACIJOM, ALI KOD NAS SE TO POJAČAVA STRUKTUROM SEZONE, ODNOSNO: KAD ŽELITE OSTVARITI GODIŠNJE CILJEVE U KRATKOM RAZDOBLJU, PRITISAK NA CIJENE JE VEĆI. I TU SE KOD DIJELA PONUDE VIDI NEŠTO KAO MIKROSTAGFLACIJA, ŠTO ZNAČI DA TROŠKOVI RASTU, A REALNA VRIJEDNOST DOŽIVLJAJA NE RASTE ISTIM TEMPOM, PA SE DIO TRŽIŠTA PRECIJENIO

Hladniji mjeseci su na izmaku i hrvatski turizam ponovno izlazi iz svojevrsnog zimskog sna kako se približava predsezona, čiji početak tradicionalno obilježavaju uskršnji blagdani koji ove godine padaju na početak travnja. S obzirom na važnost po udjelu u bruto društvenom proizvodu koji, kad se uključe i neizravni učinci, dolazi i blizu dvadeset posto, logično je da je turizam zapravo vječna i cjelogodišnja tema.

O tome u kojem je sada turizam razvojnom trenutku, što ga karakterizira i što se može očekivati u idućim godinama Financije.hr su razgovarale s jednim od najistaknutijih domaćih stručnjaka za taj sektor, Josipom Mikulićem, profesorom na katedri za turizam na zagrebačkom Ekonomskom fakultetu.

Kako bi se najbolje mogla opisati trenutna razvojna faza hrvatskoga turizma u usporedbi sa samim sobom iz proteklih godina te u usporedbi s najvažnijim mediteranskim konkurentima?

Hrvatski turizam je danas u fazi zrelosti. To znači da smo ozbiljna i poželjna destinacija, ali se više ne možemo oslanjati na automatski rast. U zreloj fazi tržište postaje zahtjevnije, a pogreške skuplje.

Sada se sve jasnije vidi da je špica sezone, uz visoke cijene, dosegla plafon. Ta dva ljetna mjeseca nose glavninu prometa i uvelike određuju uspješnost godine. Dio rasta cijena je troškovno uvjetovan, ulaznom inflacijom, ali kod nas se to pojačava strukturom sezone, odnosno kad želite ostvariti godišnje ciljeve u kratkom razdoblju, pritisak na cijene je veći. I tu se kod dijela ponude vidi nešto kao mikrostagflacija, što znači da troškovi rastu, a realna vrijednost doživljaja ne raste istim tempom, pa se dio tržišta precijenio.

Zato se prostor napretka seli na strukturu i produktivnost, pa postaje sve važnije što nudimo, kome nudimo, koliko vrijednosti ostaje u gospodarstvu i koliko je sustav održiv za prostor i lokalnu zajednicu. Mjerilo uspjeha više nije novi rekord dolazaka ili noćenja, nego stabilnost kvalitete i odnosa cijene i vrijednosti, te funkcioniranje destinacija i izvan sezone kupanja.

U usporedbi s glavnim mediteranskim konkurentima Hrvatska je i dalje vrlo konkurentna po resursima, sigurnosti i doživljaju. Ali smo ranjiviji po modelu. Previše smo sezonalni i previše oslonjeni na privatni smještaj. Konkurenti s većim hotelskim udjelom imaju stabilniju okosnicu sustava i lakše razvijaju cjelogodišnje segmente.

Upravlja li Hrvatska dovoljno svojim turističkim sektorom, ili se neki procesi u turizmu odvijaju mimo, uvjetno rečeno, nadzora ili želje sektorskih donositelja odluka i turističkih djelatnika?

Upravljanje postoji, ali je predugo bilo preslabo baš tamo gdje se posljedice najviše vide — u prostoru, kapacitetima i odnosu s lokalnom zajednicom. Dobar dio našeg turizma razvijao se tržišnom inercijom. To je donosilo brze rezultate, ali i troškove koje danas tek ozbiljno zbrajamo. Često se kaže da se turizam razvija stihijski, i složio bih se da je dugi niz godina bilo tako.

No, to ne znači da je sve loše, nego je puno toga bilo, a i dalje jest, nekoordinirano. Kao u prometu: bez jasnih pravila i provedbe brzo može nastati kaos. S turizmom je slično. Tržište dovodi u ravnotežu ponudu i potražnju, ali ne rješava samo po sebi prostorne i društvene posljedice.

Kvalitetno upravljanje se svodi na vrlo konkretne stvari: zoniranje, nosive ka-

pacitete, standarde kvalitete, fiskalnu disciplinu i provedbu. Svijest o tome raste i politika je počela adresirati dio problema. Loše je što su mnoge stvari već nategnute, a ravnoteža se, kad izmakne, vraća sporo i skupo.

Hrvatska je poznata po manjku hotelskih kapaciteta u turističkom smještaju. Što govore brojke u usporedbi s glavnim konkurentima i koliko je taj nedostatak zapravo velika razvojna prepreka? Što bi trebalo učiniti da se stvari promijene?

Hrvatska ima strukturu smještaja neobičajeno nagnutu prema privatnom segmentu, a hotelski udio je niži nego kod većine glavnih konkurenata. To nije problem prestiža, nego funkcije u sustavu. Hotel je platforma — lakše nosi kvalitetu i sadržaje, dulje radi i lakše profesionalizira uslugu. Kad prevladava privatni smještaj, kvaliteta je neujednačenija, a reputacija osjetljivija. Dovoljan je dio ponude koji ne drži standard, da se priča o destinaciji počne mijenjati.

Ne trebaju nam hoteli svugdje, nego tamo gdje imaju smisla i gdje ih prostor može podnijeti. Trebamo brže procedure, ali uz jasne kriterije što projekt donosi destinaciji, koliko radi izvan sezone i kakav lanac vrijednosti stvara. Posebno je važno razlikovati turizam od prodaje kvadrata. Naime, ako se projekt isplati samo kroz masovnu prodaju jedinica, to je primarno nekretninski projekt.

Kako vidite ovogodišnju turističku sezonu? Što se može očekivati u smislu rezultata u odnosu na prošlu ili protekle dvije godine? Koji su glavni izazovi?

Za 2026. godinu očekujem da će špica ponovno biti solidna, jer Hrvatska i dalje ima snažan ljetni proizvod i stabilnu



FOTO: FREEPIK

potražnju. Ali moguće je da u špici bude stagnacija ili blaži minus, kao i lani, posebno tamo gdje je cijena brže rasla od onoga što gost dobiva. Predsezonu će vjerojatno biti teže ponoviti jer su lani blagdani i praznici bili povoljnije posloženi na važnim tržištima.

Najvažnije pitanje više nije hoće li biti gostiju, nego kakav će dojam odnijeti. Gosti su racionalniji, kraće borave, više uspoređuju i češće odlučuju u zadnji tren. Visoka cijena pritom sama po sebi nije problem ako se može realizirati i opravdati. Problem je kad cijena raste brže od vrijednosti koju gost vidi i osjeti. To ne ruši sezonu, ali mijenja navike, odnosno sve više se traže alternative, krata boravci, štedi se na potrošnji u destinaciji, a osjetljivost na sitnice u usluzi raste.

Špica je i stres-test. U ta dva mjeseca se vidi organizacija destinacije, spremnost infrastrukture, stabilnost usluge i realnost odnosa cijene i vrijednosti. Ako sve to prođe dobro, reputacija se učvršćuje. Ako ne, reputacija se narušava brže nego što mnogi misle. Zato 2026. vidim kao godinu još jače diferencijacije — kvalitetni i korektni prolaziti će dobro, a precijenjeni će opet prvi osjetiti pritisak.

Kako bi se mogla ocijeniti kvaliteta promidžbe hrvatskoga turizma?

Ima li i koliko prostora da se stvari poboljšaju, poglavito u kontekstu postojanja novih digitalnih pomagala i promjene načina na koji se do informacija dolazi?

Promidžba hrvatskog turizma je načelno profesionalna i prati trendove. No, institucionalna promidžba danas više nije glavni motor usmjeravanja turističkih tokova, nego pojačalo. Digitalni kanali su reputaciju učinili transparentnom, brzo se uspoređuju cijene, iskustva i recenzije. Možete dovesti gosta prvi put kampanjom, drugi put dolazi samo ako je doživljaj bio dobar i fer u odnosu na cijenu.

Prostor za poboljšanje vidim u preciznijem pozicioniranju s manje univerzalnih poruka, a više jasnih obećanja po interesima i segmentima. Hrvatsku treba postupno jače najavljivati i kao "lifestyle" destinaciju; znači našu gastronomiju, kulturu, događanja, aktivni odmor, wellness, prirodu i gradove. Sunce i more će uvijek ostati čvrst temelj, ali za jaču predsezonu i poseznu moramo dosljednije obznanjivati i ono što nudimo izvan špice. Ključno je i usklađivanje promidžbe i isporuke. Naime, premium pozicija i premium cijene traže i konzistentnu premium isporuku.

Pitanje učinka kratkoročnog turističkog najma na lokalnu zajednicu muči mnoge turističke zemlje. Kako Hrvatska stoji u tom kontekstu? Koliko je taj sektor dobro reguliran, odnosno koliko je regulatorni okvir dobro postavljen?

Kratkoročni najam u Hrvatskoj treba gledati bez ideologije. Ima realnu korist, mnogim kućanstvima donosi značajne prihode i uopće mogućnost ljetovanja na vlastitom moru. Ali ima i realan trošak. U dijelu destinacija utječe na stanovanje, mijenja funkciju kvartova i prazni mjesta izvan sezone. To je danas jedna od najosjetljivijih tema.

Regulacija ide prema strožem režimu, što nije popularno, ali je dobro, čak nužno. No ključ nije samo strože, nego i diferencirano. Nije isto povremeni obiteljski najam, i profesionalizirani portfelji koji realno funkcioniraju kao poslovni sustavi. U osjetljivim zonama rješenja su prije svega prostorna i upravljačka: zoniranje, kvote, standardi i provedba. Ako turizam počne ozbiljno narušavati dostupnost stanovanja i svakodnevno funkcioniranje mjesta, raste društvena napetost, što dugoročno šteti i turizmu.

Uz to, kod nas se često u javnosti sve svodi na komercijalni kratkoročni najam, a pritom se zaboravlja da je danas najveći

dio ukupnih kapaciteta u nekomercijalnom smještaju, odnosno kućama i stano-
vima za odmor koji se službeno vode kao
privatno korištenje. To je segment koji je
razvojno važan iz dva razloga. Prvo, do-
datno pojačava pritisak na prostor i sta-
novanje. Drugo, zbog naravi korištenja
i slabijeg nadzora baš se tu lakše može
događati i neprijavljeni turizam. Zato je
za ozbiljno upravljanje sustavom važno
da politika i provedba ne gledaju samo
komercijalni dio, nego ukupnu sliku ka-
paciteta i stvarnog korištenja.

**Kad se u Hrvatskoj govori o turizmu,
obično se misli na Jadransku obalu.
No, kako stvari stoje s perspektivama
drugih dijelova Hrvatske? Kakvi su tu
pomaci i koliki je razvojni prostor?**

Jadran će uvijek ostati okosnica hr-
vatskog turizma, i to je normalno: 95
posto turističke aktivnosti se odvija u
primorskim županijama. Ali to ne znači
da kontinent nema perspektivu. Dapače,
kontinent može profitirati i od obalnog
turizma, jer dio gostiju traži kombina-
cije i izlete, a dio traži sasvim drukčije
motive dolaska. Kontinent nije “mala
obala”. To je drugi proizvod, s drugim
očekivanjima, i tu mu je prilika.

Kontinent ima logiku cjelogodišnjih se-
gmenata kao što su “city break”, kultura,
enogastro, “outdoor”, zdravstveni i well-
ness turizam, događanja i poslovni turi-
zam. Pomaci postoje, ali glavni izazovi su
i dalje infrastruktura, sadržaji i kritična
masa ponude. Realno, uz more je podu-
zetnički interes lakše mobilizirati, jer je
potražnja zajamčena u špicima; dok se na
kontinentu proizvod mora graditi strplji-
vo i sustavno. Kontinentalni turizam zato
ide sporije i ne počiva na zakonu velikih
brojki. Ali kad se radi dobro, može biti
razvojno vrlo zdrav. Donosi dodanu vri-
jednost, produljuje sezonu na razini dr-

žave, i u pravilu ne stvara isti tip pritiska
na prostor i stanovanje kakav vidimo u
dijelu obale.

**Jedna od vječnih tema je pitanje
produljenja sezone. Koliko je na tome
učinjeno, a koliko se moglo ili može
učiniti? Je li u tom segmentu ključan
problem nedostatak dobre ponude
za turiste izvan sezone, odnosno
nedostatak poduzetničke inicijative
koja bi povećala paletu mogućih
turističkih aktivnosti i atrakcija?
Ili smo mi naprosto percipirani
uglavnom kao ljetna destinacija?**

Sezonalnost je uobičajena pojava,
ali kod Hrvatske je problem što je ek-
stremna. U dva mjeseca sustav radi na
maksimumu, a veći dio godine je pra-
zan ili poluprazan. Cilj nije cjelogodišnji
turizam kao ravna crta svih dvanaest
mjeseci, što je nemoguće, nego jačanje
predsezone i posezone te, gdje se može,
i dijela zime. Pritom kočnice nisu samo
ponuda, nego i dostupnost. Izvan sezo-
ne putovanja su kraća, i bez jače zrač-
ne povezanosti teško je napraviti veći
iskorak. Domaća i regionalna potražnja
pomažu, ali ne mogu same nositi razinu
kapaciteta koju imamo.

Zaključak je naizgled jednostavan. Tre-
ba poticati sadržaje i bolju dostupnost
za predsezona i posezona, ali istodobno
prestati gurati rast kapaciteta koji izvan
kupališne sezone objektivno nemaju što
raditi. Sunce i more ostaju temelj, no špi-
ca se mora pametno voditi da ne pojede
kvalitetu, prostor i reputaciju.

**U što bi se ponajprije trebale u
doglednom razdoblju usmjeriti
investicije kad je riječ o hrvatskom
turizmu?**

Usmjerenje investicija mora biti na
produktivnosti i otpornosti, a ne na pu-

kom širenju kapaciteta. To znači kvali-
tetne hotelske projekte tamo gdje imaju
smisla, modernizaciju kampova, sadržaje
za predsezona i posezona te ulaganja
u infrastrukturu i zaštitu okoliša. Poseb-
no naglašavam ljude: uvjeti rada, eduka-
cija, stanovanje radnika i stabilnost rad-
ne snage. Kvaliteta usluge ne može rasti
ako se sustav svake godine “resetira”.

Ne smijemo zanemariti ni privatni
smještaj, jer čini najveći dio sustava, ali
je fragmentiran. Tu su potrebne investi-
cije u profesionalizaciju, jasniji standardi
i nadzor kvalitete, bolja kategorizacija i
digitalizacija te poticaji da se dio ponude
pomakne prema višoj kvaliteti i većoj ak-
tivnosti izvan špice.

I još nešto vrlo važno: jačanje doma-
ćih dobavnih lanaca. Turizam ne smije
biti protočni bojler u kojem velik dio
potrošnje curi van. Poanta turizma je da
što više vrijednosti ostane u našem gos-
podarstvu i da vuče druge sektore. Kako
bi se taj potencijal ostvarivao, sve više
vrijedi ulagati u podatke i koordinaciju
na razini destinacija, jer bez dobrih po-
dataka i bez koordinacije u praksi uvijek
radimo isto. U špicima gasimo požare, a
izvan sezone improviziramo. A to je naj-
skuplji mogući pristup.

**Ima li Hrvatska dobar razvojni plan
za turizam, odnosno što bi se moglo
očekivati u idućih nekoliko godina
što se daljnjih kretanja u hrvatskom
turističkom sektoru tiče?**

Planovi postoje, no kao u svemu —
ključ je provedba. U idućim godinama
odlučivat će se na tri područja. To su
prostor i kratkoročni najam, zatim re-
putacija vrijednosti za novac te investi-
cijski zaokret prema cjelogodišnjim se-
gmentima i produktivnosti.

Ako to napravimo pametno, hrvatski
turizam može dugoročno ostati snažan,
i gospodarski i društveno. Ako ostanemo
u logici kratkoročnog maksimiziranja
prihoda bez upravljanja prostorom i kva-
litetom, rizik nije slom, nego polagana
erozija, što znači sve više nervoze, više
pritiska i manje zadovoljstva, i gostiju i
domaćih. A to je najskuplji mogući put
jer ga često prepoznate tek kad se repu-
tacija već promijenila. Zato je ključno da
se odluke donose unaprijed, čak i kad su
nepopularne, jer je kasna korekcija uvi-
jek skuplja od pravodobnog upravljanja.

 IGOR ILIĆ



FOTO: FREEPIK



GOST DANAS NE TRAŽI NAJJEFTINIJE, NEGO NAJPOŠTENIJI ODNOS VRIJEDNOSTI I CIJENE

PRIVATNI SMJEŠTAJ DANAS ČINI NAJVEĆI UDIO U UKUPNIM SMJEŠTAJNIM KAPACITETIMA HRVATSKE. GOVORIMO O OKO 130.000 REGISTRIRANIH IZNAJMLJIVAČA, A UNUTAR TOG BROJA OBITELJSKI SMJEŠTAJ ČINI VELIKU VEĆINU. TO ZNAČI DA JE UPRAVO ON JEDAN OD KLJUČNIH NOSITELJA HRVATSKOG TURISTIČKOG MODELA KOJI OMOGUĆUJE DA PRIHODI OSTAJU U OBITELJIMA I LOKALNIM ZAJEDNICAMA, TE DAJE STABILNOST MNOGIM SREDINAMA KOJE NE TREBAJU IMATI VELIKE HOTELSKE SUSTAVE

Krajem veljače u Splitu je održan peti Kongres obiteljskog smještaja, u organizaciji Hrvatske udruge obiteljskog smještaja (HUOS) pod geslom: “E-iznajmljivač – od domaćina do poduzetnika”. Digitalni svijet ulazi u sve pore i aktivnosti društva, a jedna od bitnih tema na kongresu bila je i novi pravni okvir za obiteljski smještaj u kontekstu borbe protiv neregistrirane djelatnosti.

Ministar turizma i sporta Tonči Glavina, koji je sudjelovao u radu skupa, najavio je da će do svibnja u proceduru biti upućen novi Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, kojim će se omogućiti pojačani nadzor objekata za iznajmljivanje. Po njegovim riječima, tim zakonom utjecat će se u digitalnom smislu na neregistriranu djelatnost tako što će se provoditi europske uredbe o kratkoročnom najmu. Na platformama se neće moći pojaviti iznajmljivači koji nisu registrirani i koji nemaju rješenje o pružanju usluga.

U svakom slučaju, obiteljski smještaj je važan segment hrvatskoga turizma, i svakako zaslužuje stalnu pozornost i praćenje. Zbog toga smo razgovarali s predsjednicom HUOS-a Barbarom Marković, o tome kakvo je trenutačno stanje i što se može očekivati u dogledno vrijeme.

Koliki je u hrvatskom turizmu udio privatnog smještaja i gdje je tu obiteljski smještaj?

Privatni smještaj danas čini najveći udio u ukupnim smještajnim kapacitetima Hrvatske. Govorimo o oko 130.000 registriranih iznajmljivača, a unutar tog broja obiteljski smještaj čini veliku većinu. To znači da je upravo obiteljski smještaj jedan od ključnih nositelja Hrvat-

skog turističkog modela. On omogućuje da prihodi ostaju u obiteljima i lokalnim zajednicama te daje stabilnost mnogim sredinama koje ne trebaju imati velike hotelske sustave.

Koliki je broj objekata i ljudi uključenih u obiteljski smještaj?

Procjenjuje se da je oko 300.000 ljudi izravno uključeno u ovaj segment, najčešće cijele obitelji koje zajedno upravljaju smještajem. U podizanje kvalitete privatnog smještaja aktivno sam krenula 2013. godine, kada je pokrenut edukacijski ciklus “Domaćin u turizmu”, prva edukacija takve vrste za privatne iznajmljivače. Tada gotovo da nije postojala sustavna edukacija domaćina niti ozbiljna rasprava o profesionalizaciji obiteljskog smještaja. Od tada neprestano radimo na podizanju kvalitete, brendiranju i profesionalizaciji sektora. Kroz rad Udruge organiziramo besplatne

edukacije i zagovaramo jasnija pravila, jer smatramo da je znanje temelj dugoročne stabilnosti.

Koje su regije najjače i gdje ima prostora za daljnji razvoj?

Istra i Dalmacija su i dalje najjače regije. Dubrovnik je primjer kako obala može razvijati cjelogodišnji turizam, ali takav razvoj mora biti pažljivo planiran kako bi se očuvao suživot s lokalnim stanovništvom. Istodobno, sve snažnije se razvijaju Dalmatinska zagora, Lika, Slavonija, Zagorje i Međimurje. Upravo tu vidimo prostor za ravnomjerniji razvoj i rasterećenje najopterećenijih destinacija.

Koliko je rastao segment obiteljskog smještaja posljednjih godina?

Bilježili smo rast od oko 23.000 novih ležajeva godišnje. Iz godine u godinu zanimanje je sve više raslo, ali postalo je jasno kako daljnji nekontrolirani rast

HRVATSKA PRODULJUJE TURISTIČKU SEZONU

Hrvatska ostvaruje više od polovine turističkih noćenja u samoj špici turističke sezone, u mjesecima srpnju i kolovozu. U prošloj je godini kumulativno u srpnju i kolovozu ostvareno 54,5 posto od ukupnog broja noćenja u čitavoj godini. Pritom na kolovoz otpada 28,2 posto, a na srpanj 26,3 posto ukupnog broja ostvarenih noćenja. Usprkos izraženoj sezonalnosti, trendovi idu u prilog njezinom smanjivanju.

Hrvatska je u protekloj godini uspjela ostvariti snažan rast noćenja na godišnjoj razini u lipnju i rujnu. Naročito uspješan bio je lipanj. U tom je mjesecu broj noćenja na godišnjoj razini povećan za 1,8 milijuna ili 14,5 posto. Istodobno, rast broja noćenja u rujnu iznosio je 701 tisuću ili 6,3 posto.

Osim u lipnju i rujnu, relativni međugodišnji porast broja noćenja zabilježen je i u drugim mjesecima koji su izvan ljetne sezone, i to u travnju za 18,4 posto, u siječnju za 9,5 posto, u prosincu za sedam posto, u listopadu za 2,4 posto i u veljači za 0,7 posto. U srpnju i kolovozu je došlo do blagog smanjenja broja noćenja na godišnjoj razini. Pritom se broj noćenja u srpnju smanjio za 0,8 posto, a u kolovozu za 1,7 posto. Opisani trendovi potvrđuju nastavak smanjivanja sezonalnosti hrvatskog turizma u 2025. godini.

ISTRA - PREDVODNICA HRVATSKOG TURIZMA

S ostvarenih pet milijuna dolazaka i 28,3 milijuna noćenja, Istarska županija se i u 2025. godini potvrdila šampionom hrvatskog turizma. Ta županija čini 24,1 posto ukupnog broja turističkih dolazaka u Hrvatskoj, te je u njoj ostvareno 29,9 posto ukupnih noćenja. Iza Istre, na drugom mjestu je Splitsko-dalmatinska županija, s udjelom u ukupnom broju noćenja Hrvatske od 19,4 posto, dok je na trećem mjestu Primorsko-goranska županija s udjelom od 16,3 posto. Kumulativno, u obalnim županijama ostvareno je 94,3 posto ukupnog broja noćenja Hrvatske.

nije održiv te da mi nismo i ne možemo biti destinacija masovnog turizma. Sada se više nego ikada usmjerenje mora pomaknuti s kvantitete na kvalitetu. Održivi turizam znači ravnotežu između ponude i potražnje, ali i između turizma i kvalitete života lokalne zajednice.

Koja je razlika između obiteljskog i komercijalnog modela, odnosno je li regulacija u tom smislu jasna?

Snažnija regulacija započela je 1. siječnja 2025. godine, i sve je jasnije da se mora razlikovati obiteljski model poslovanja od investicijskog modela s većim brojem jedinica. Upravljanje količinom i vrstom smještaja dano je destinacijama. Upravo destinacija mora procijeniti što joj nedostaje, a čega ima previše, te sukladno tome planirati daljnji razvoj. Bez strateškog upravljanja nema održivosti.

Kako stoje stvari s novim pravnim okvirom i borbom protiv neregistriranih djelatnosti?

Borba protiv sive ekonomije postaje prioritet. Registracijski broj, koji će se implementirati do lipnja 2026., važno je pomagalo za uspostavljanje reda na tržištu. No, administrativne mjere nisu dovoljne bez nadzora na licu mjesta i dosljedne primjene zakona. Oni koji posluju legalno, očekuju jednaka pravila za sve. Koliko je ta tema važna, pokazao je i peti Kongres obiteljskog smještaja u Splitu, na kojem smo imali okrugli stol "Borba protiv neregistrirane djelatnosti", a na kojoj su sudjelovali predstavnici Ministarstva turizma i sporta, Ministarstva financija i Državni inspektorat. Tu su predstavljeni svi budući stroži potezi na temu borbe protiv neloyalne konkurencije, odnosno onih koji rade na crno. Na samom kongresu sudjelovalo je oko osam stotina vlasnika privatnog smještaja iz cijele Hrvatske. Kongres je danas važna platforma dijaloga između institucija i domaćina. Na njima se ne govori o iznajmljivačima, nego s njima.

Kako dodatno podići kvalitetu i prilagoditi se tržištu?

Sezona u Hrvatskoj realno počinje oko Uskrsa. Iskustvo pokazuje da kad Uskrs padne ranije, dolazi do oscilacija popunjenosti u predsezoni. Zato je važno pametno oblikovati cijene i dodatno osnažiti sadržaj destinacije kako ne bi bilo "rupa". Tržište se promijenilo. Gosti su oprezniji i racionalniji. Ne gledaju samo cijenu noćenja, nego ukupni trošak boravka, od prijevoza, restorana, izleta do svih dodatnih usluga. Cijene u privatnom smještaju su uglavnom stabilne, što smatram odgovornim pristupom vlasnika privatnog smještaja. Tržište više ne prihvaća rast cijena bez dodane vrijednosti. Iznajmljivači su shvatili da treba ulagati u kvalitetu, obnovu interijera, dodatne sadržaje, fleksibilnije uvjete rezervacija i suradnju s lokalnim ponuđačima doživljaja, jer danas se ne prodaje samo smještaj, nego cjelokupni doživljaj.

Kako stvari stoje s kategorizacijom obiteljskog smještaja?

Sustav kategorizacije postoji, ali ga treba modernizirati kako bi realno pratio kvalitetu na terenu, gdje imamo najviše kategoriziranog smještaja s tri zvjezdice. Ako uzmemo u obzir kako Hrvatska ima jedan od kvalitetnijih obiteljskih smještaja na Mediteranu, onda sama kategorizacija mora biti stvarna potvrda kvalitete.



Kako se zapravo uspješno dolazi do gostiju i što oni ponajprije očekuju?

Digitalne platforme su i dalje prevladavajući kanal prodaje, ali najvredniji su nam oni gosti koji se vraćaju. Najvažnija emitivna tržišta ostaju Njemačka, Slovenija, Poljska, Austrija i Češka. Gosti prije svega traže vrijednost za novac. Ne promatraju samo cijenu noćenja, nego ukupni trošak odmora. Uspoređuju destinacije i vrlo točno procjenjuju gdje za svoj novac dobivaju najviše. Važno je naglasiti da, procijeni li potencijalni gost da za isti iznos može dobiti više u drugoj zemlji, odabrat će drugu destinaciju. Upravo zato je ključno da ukupna ponuda bude konkurentna i kvalitetna.

Je li promidžba obiteljskog smještaja dovoljno kvalitetna?

Obiteljski smještaj još uvijek nije proporcionalno zastupljen u nacionalnoj i međunarodnoj promidžbi, iako čini najveći dio smještajnih kapaciteta. Mi želimo veću zastupljenost obiteljskog smještaja na turističkim sajmovima i međunarodnim nastupima. Ako je obiteljski smještaj temelj hrvatskog turističkog modela, onda mora biti i vidljiviji dio promidžbenih aktivnosti. Primjerice, idealan je projekt Local Host, koji je pokrenut u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom. Upravo je on važan korak u tom smjeru, jer daje jasne kriterije kvalitete i profesionalnosti domaćina.

U kojoj je mjeri uopće kratkoročni najam konkurencija?

U većim gradovima svakako jest, ali riječ je o drukčijem tržišnom modelu i drukčijoj strukturi smještaja. To samo po sebi nije problem dok je potražnja stabilna i iznad ponude. Problem nastaje u trenutku kad potražnja padne. Tada se vrlo često kao prva mjera koristi snižavanje cijena smještaja. Takav pristup kratkoročno može donijeti popunjenost, ali dugoročno smanjuje percepciju vrijednosti i same destinacije. Mi nismo za smanjivanje cijena, posebice u visokoj sezoni. Smatramo da je održiviji pristup dodavanje vrijednosti postojećoj cijeni, i to kroz dodatne usluge, sadržaj i kvalitetu. To je ono što zovemo vrijednost za novac, odnosno pošten odnos kvalitete i cijene. Gost neće nužno tražiti najnižu cijenu, ali



će tražiti opravdanje za ono što plaća. A upravo ovdje obiteljski smještaj ima prostora da pokaže svoju snagu.

Kakav razvoj događanja s cijenama očekujete ove godine?

Očekujem stabilne cijene u privatnom smještaju. Tržište je vrlo osjetljivo i gosti pažljivo uspoređuju ponude, ne samo unutar Hrvatske, nego i s drugim mediteranskim destinacijama. Ne očekujem značajnije podizanje cijena u obiteljskom smještaju, što smo vidjeli i prošle godine. Upravo su privatni iznajmljivači pokazali odgovornost i razumijevanje tržišta. Potražnja za obiteljskim smještajem i dalje je visoka, ali to ne znači da postoji prostor za nerealno podizanje cijena. Rast bez dodane vrijednosti teško je održiv. Važno je naglasiti kako karakterizacija Hrvatske kao skuplje destinacije često ne proizlazi iz privatnog smještaja, nego iz ukupnog troška boravka – od ugostiteljskih usluga, dodatnih sadržaja, do pratećih troškova. Turizam je lanac

vrijednosti i sve karike zajedno oblikuju konačnu sliku.

Što su sve glavni izazovi za ovogodišnju sezonu?

Glavni izazov ove sezone nije samo broj dolazaka, nego zrelost i iskrenost turističkog sustava. Hrvatski turizam ušao je u fazu u kojoj više ne možemo računati na automatski rast. Tržište je stabilizirano, konkurencija je snažna i svaka destinacija mora znati što želi biti i kako želi upravljati svojim razvojem. Izazov je održati ravnotežu, i to između turizma i kvalitete života lokalnog stanovništva, između rasta i održivosti, između kratkoročnog interesa i dugoročne stabilnosti. Također, važno je da svi segmenti turističkog lanca djeluju usklađeno. Ako jedan dio sustava šalje pogrešnu poruku, moramo shvatiti da upravo to utječe na ukupnu sliku destinacije. Gost danas ne traži najjeftinije, nego najpošteniji odnos vrijednosti i cijene.

 IGOR ILIĆ

PROJEKCIJE ZA 2026.

Prema projekcijama Svjetske turističke organizacije, u 2026. godini očekuje se rast međunarodnog turizma između tri i četiri posto na godišnjoj razini. Projekcije su rađene uz pretpostavku da globalni gospodarski uvjeti ostanu povoljni, cijene turističkih usluga nastavle padati te da geopolitički sukobi ne eskaliraju. Dok bi pozitivni izgledi za globalno gospodarstvo i niže cijene nafte mogli pogodovati turističkim rezultatima u 2026. godini, geopolitički rizici, tekući sukobi i trgovinske napetosti spadaju među najveće rizike za turizam u 2026. godini. Ne treba ni izostaviti negativne učinke klimatskih promjena. Prema projekcijama Europske komisije za putovanja (ETC), međunarodni dolasci u Europu u 2026. porast će oko šest posto na međugodišnjoj razini. Pritom se očekuje pojačani doprinos dalekih tržišta ukupnim turističkim kretanjima. Očekuje se povećan dolazak gostiju iz Kine i Indije.

AMBICIOZAN NACIONALNI PLAN STAMBENE POLITIKE DO 2030. GODINE

DRŽAVA OSIGURAVA KROV NAD GLAVOM ZA 20.000 OBITELJI

PREMA NAJNOVIJIM PODACIMA, STANJE NA TRŽIŠTU NEKRETNINA JE ALARMANTNO. ČAK ČETRDESET POSTO STAMBENOG FONDA NE KORISTI SE ZA STANOVANJE — OKO 958.000 STANOVA. OD TOGA JE ČETVRTINA STAMBENOG FONDA — OKO 595.000 STANOVA — PRAZNO, DOK 363.000 SLUŽI ZA NAJAM U TURIZMU. DA SE DO KROVA NAD GLAVOM TEŠKO DOLAZI, POKAZUJE I INDEKS PRIUŠTIVOSTI STANOVANJA — NAJMANJA JE PRIUŠTIVOST STANA U PRIOBALNOM DIJELU ZEMLJE

Stambeno pitanje u Hrvatskoj posljednjih je godina od privatnog problema pojedinaca prerastalo u strukturalnu društvenu krizu. Ono što je još prije desetljeća bilo ograničeno uglavnom na veće gradove, danas zahvaća gotovo cijelu zemlju: od turističkih središta na obali, do kontinentalnih urbanih područja koja bilježe snažan rast cijena nekretnina.

Usporedimo li se s drugim razvijenim zemljama, podaci su zabrinjavajući. Prema podacima Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD), cijene nekretnina u Hrvatskoj u desetogodišnjem razdoblju, od 2015. do 2025. godine, porasle su 66 posto, dok je prosječna stopa rasta u zemljama OECD-a iznosila 34 posto.

Do toga je došlo zbog snažnog gospodarskog rasta, rasta prihoda i smanjenja

nezaposlenosti, kao i procvata turizma. Dodatno je snažnom uzletu cijena pridonio i ulazak Hrvatske u eurozonu i Schengen. Nasuprot snažnoj potražnji, tržište se suočilo s ograničenim brojem stanova dostupnih za kupnju ili stanovanje, ističe se u OECD-ovoj analizi.

Godinama se ulaganje u nekretnine smatralo najatraktivnijim oblikom štednje, a inflacija je utjecala i na vrtoglavi



FOTO: STOCK/CAKE

rast cijena građevinskog materijala, kao i usluga. I tržište najma je u Hrvatskoj slabo regulirano, pa se trenutačno do stana na kraći ili srednji rok teško može doći. Velik dio ugovora sklapa se bez prijave, a podstanari nemaju dugoročnu sigurnost stanovanja.

Prema najnovijim podacima, koji su bili temelj za izradu Nacionalnog plana stambene politike do 2030. godine, stanje na tržištu nekretnina je alarmantno. Čak 40 posto stambenog fonda ne koristi se za stanovanje — oko 958.000 stanova. Od toga je četvrtina stambenog fonda — oko 595.000 stanova — prazno, dok 363.000 služi za najam u turizmu.

Kad se ti podaci koreliraju s potrebama kućanstava, dolazi se do pojma "stambenog jaza". Međunarodni monetarni fond (MMF) procjenjuje da Hrvatskoj nedostaje 232.750 stambenih jedinica, dok su procjene konzultantske kuće PwC još crnje i penju se do 286.005 jedinica. Ekonomski institut procjenjuje da Hrvatskoj nedostaje 236.731 stambenih jedinica.

Posljedica toga je visoka stopa prenapučenosti kućanstava, koja u Hrvatskoj iznosi 34,4 posto, što je dvostruko više od prosjeka Europske unije, gdje ta stopa iznosi 17,3 posto. Tako mladi u Hrvatskoj roditeljski dom napuštaju tek s 33,4 godine, što nas, uz Portugal, svrstava na sam vrh Europske unije i predstavlja golemu demografsku prepreku.

Da se do krova nad glavom teško dolazi, pokazuje i indeks priuštivosti stanovanja. Najteže, točnije najmanja je priuštivost stana u priobalnom dijelu zemlje. Tako vrijednosti indeksa priuštivosti veće od 30 posto, koje ukazuju da je za jedan četvorni metar stana potrebno izdvojiti više od 30 posto godišnjeg dohotka, bilježe Baška Voda, Rovinj, Hvar, Gradac, Baška, Murter-Kornati, Malinska-Dubašnica, Krk, Novalja, Dubrovnik, Vrbnik, Bol, Funta, Okrug i Vrsar.

S druge pak strane, najpriuštiviji stanovi su u Vukovaru, u kojem je indeks priuštivosti iznosio 2,0, te zatim u Strahonincu, Đurđevcu, Brdovcu, Vrbovskom, Čabru, Pakracu, Belom Manastiru, Bistri, Kninu, Đurđenovcu i Dardi.

Grad Zagreb bilježi vrijednost indeksa priuštivosti od 17,1, a njegovi stanovnici su za prosječan godišnji neto dohodak mogli kupiti 5,9 četvornih metara stambenog prostora.

O ovom će indeksu priuštivosti ovisiti i s kojim će iznosima država financijski podupirati stambeno zbrinjavanje svojih građana.

Kako bi se suzbili takvi negativni trendovi, Vlada Republike Hrvatske je kroz Nacionalni plan stambene politike do 2030. godine definirala tri ključna cilja: priuštivo stanovanje, održivo stanovanje i stavljanje prostora u funkciju stanovanja. Strategija se oslanja na četiri poluge: financijsku, poreznu, zemljišnu i ekološko-energetsku.

Uz to što će graditi stanove i dugoročno ih iznajmljivati, država namjerava

vlasnike praznih stanova poticati da ih dugoročno iznajme uz pomoć države, koja će najmodavce isplaćivati unaprijed. S druge strane, vlasnike praznih stanova pritisnut će i drugom polugom: poreznom. Uveden je porez na nekretnine koji se plaća u baš svakoj jedinici lokalne samouprave, te za sve one nekretnine koje ne služe stanovanju.

Porezna uprava već je 2025. uočila pozitivan trend: zaustavljen je nagli rast broja obveznika poreza po osnovi iznajmljivanja u turizmu, a povećan je broj obveznika koji se bave dugoročnim iznajmljivanjem.

Novih 20.200 stanova i kuća

Država u sljedeće četiri godine namjerava izgraditi i obnoviti 20.200 stanova i obiteljskih kuća, među kojima se 8.000 odnosi na nove stanove koji se grade putem Agencije za pravni promet i posredovanje nekretninama (APN), a 9.000 tisuća stanova namjerava se staviti u funkciju priuštivog stanovanja aktivacijom praznih stanova.

Kad govorimo o stanovima u vlasništvu države, namjerava ih se obnoviti oko 1.200. Tome treba dodati i stanove u vlasništvu javnog sektora poput HZMO-a, HZZO-a, HŽ-a i HP-a. Najavljeno je da bi se na taj način u Splitu i Rijeci moglo osigurati dodatnih tristo stanova.

U Hrvatskoj postoje građevine, poput HŽ-ovog nebodera u Rijeci, koji već sada imaju mikro stambene jedinice koje mogu poslužiti za privremeni priuštivi najam, primjerice za samce ili mladi par. Plan obnove i korištenja mikrostanova nadahnut je postupcima iz zapadnoeuropskih zemalja poput Njemačke i Austrije. U tim zemljama mladi ljudi mogu privremeno boraviti u malim stanovima, do najviše šest godina, dok ne steknu uvjete za kupnju ili najam većih. Cilj je osigurati pristupačno i fleksibilno stanovanje za mlađe generacije te smanjiti pritisak na tržište nekretnina u gradovima.

Uz to, država namjerava graditi čak 8.000 stanova do 2030. godine, u suradnji s jedinicama lokalne samouprave. Program POS-a doživjet će značajne promjene. Novi Zakon o poticanoj stanogradnji pretvorit će APN u središnje tijelo za provedbu ne samo gradnje, već i priuštivog najma.



Gradit će se potpuno nova stambena naselja, a u zgradama koje imaju više od deset stanova, 50 posto bit će za prodaju, a 50 posto za priuštivi najam. Tamo gdje je stanova manje od 10, niti jedan stan neće ići u prodaju.

Od 8.000 stanova, čak 2.000 bit će na potpomognutim područjima. Smatra se da je to ambiciozan plan, ali ostvariv, dodajući kako je u dvadeset i četiri godine postojanja POS-a izgrađeno 9.000 stanova. Uz to, sufinancirat će se i gradnja i obnova obiteljskih kuća.

Kako bi Zakon zaživio u svakodnevici, bit će nužna dobra suradnja državne, lokalne i regionalne vlasti. Gradnja će ići po ubrzanom modelu: uvodi se novi alat: urbanistički projekt, kojim se olakšava procedura izdavanja lokacijske dozvole, što bi trebalo ubrzati izgradnju zgrada. Bez lokalne samouprave nema promjene namjene prostornih planova, jer oni odlučuju gdje će se graditi zgrade za priuštivo stanovanje.

Gradnja novih stambenih zgrada za priuštivo stanovanje moguća je u svim oblicima investiranja: javno, privatno i javno-privatno partnerstvo, kao i korištenjem instrumenata prava građenja, predviđeno je u Nacionalnom planu stambene politike. Jedinice lokalne samouprave imaju obvezu izraditi programe stanovanja.

Priuštiva kupnja ili najam — za koga i pod kojim uvjetima

Jedan od bitnijih kriterija za kupnju priuštivog stana su prihodi. Limit je 2,5 medijalne lokalne plaće. S obzirom da se, ovisno o području, medijalna plaća kreće oko 1.400 do 1.500 eura, procjenjuje se da će Zakonom o priuštivom stanovanju biti obuhvaćen velik dio građana. Kako je prosječna medijalna neto plaća u Hrvatskoj lani iznosila 1.278 eura, to znači da bi samac s neto plaćom nižom od 3.195 eura mogao kupiti stan.

Za svakog dodatnog člana obitelji prag se diže za još pola medijalne plaće po osobi. Tako će, recimo, par s jednim djetetom moći kupiti stan ako zarađuje najviše 4.473 eura mjesečno. Ti će se prago vi s godinama povećavati, jer se očekuje i rast plaća.

Obveze potencijalnih vlasnika priuštivih stanova su jednostavne. Kako su za tu vrstu stanovanja predviđene i povoljne kreditne linije, s kamatama od samo jedan posto, potrebno je otplaćivati rate, najprije banci, a onda i državi. Uz to, vlasnici priuštivih stanova neće ih smjeti prodati niti iznajmiti u roku od 35 godina, osim ako dođe do rastave braka, smrti, bolesti ili preseljenja. U tom slučaju stan najprije mora biti ponuđen APN-u.

Što se tiče cijena tih stanova, oni će biti znatno povoljniji od trenutnih tržišnih cijena, ali i od POS-a. Naime u programu priuštivog stanovanja Hrvatska će biti podijeljena na osam područja razvijenosti, u kojima će biti postavljeni različiti cjenovni pragovi. Tako će, recimo, u najmanje razvijenim područjima, poput Hrvatske Kostajnice, Knina, Benkovca ili Gline, kvadrat priuštivog stana stajati najviše 1.262 eura, a u najrazvijenijim gradovima, poput Zagreba, Dubrovnika, Opatije ili Rovinja, iznositi će 2.104 eura.

Ako nisu zainteresirani za kupnju, građani se mogu prijaviti za dugoročni najam. Program je već krenuo u primjenu, a odnosi se na aktiviranje stanova u privatnom vlasništvu, koji su posljednje dvije godine bili prazni. Za dugoročno iznajmljivanje praznih stanova zainteresirano je 880 vlasnika praznih stanova, pokazao je završen poziv u veljači 2026. godine.

Vlasnici koji odluče dati nekretninu državi na upravljanje, mogu računati na dugoročni najam od tri do deset godina, sigurnost isplate, i to — umjesto mjesečnih isplata, u dvije rate. To je vjerojatno mnoge i pokrenulo na takav korak. Oni ostvaruju pravo na naknadu u visini lokalne medijalne najamnine, koja se isplaćuje 60 posto odmah nakon predaje nekretnine APN-u, a preostalih 40 posto nakon isteka polovice ugovorenog razdoblja.

Što pokazuje računica, koliko će za stan dobiti vlasnik koji ga unazad dvije godine nije iznajmljivao? Primjerice, za stan od 60 četvornih metara u Zagrebu s ugovorom na pet godina, medijalna najamnina iznosi 660 eura mjesečno. To je 7.920 eura godišnje, odnosno 39.600 eura za pet godina. Prva isplata iznosila bi 23.760 eura, a druga 15.840 eura. Uz financijsku stimulaciju, država jamči da će stan biti vraćen u istom stanju u kojem je preuzet, a APN preuzima sve administrativne obveze i nadzor nad nekretninom.

Vlasnik nekretnine koju želi staviti u najam treba dokazati da je stan bio prazan dvije godine. Uz račune HEP-a za dokaz će se uzimati i računi drugih operatera. Ugovor o davanju stana na uporabu sklapa APN s vlasnikom, nakon odabira najmpromca, dok se ugovor o najmu sklapa između APN-a i najmpromca.

SUSTAV BODOVANJA

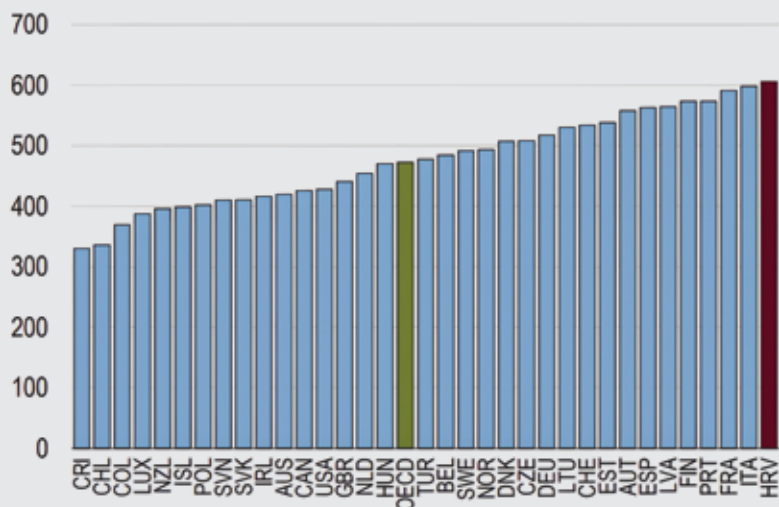
Kad je riječ o bodovanju prihoda najmpromca, ako oni iznose od jedne do jedne i pol minimalne plaće, ostvaruju maksimalni broj bodova, njih 10. Za prihode od jedne i pol do dvije minimalne plaće dobiva se sedam bodova, njih pet ako su prihodi od dvije do tri minimalne plaće, tri boda ako je riječ o prihodima od tri do četiri minimalne plaće, a ako su prihodi veći od četiri do pet minimalnih plaća ostvaruje se jedan bod. Gradacija u bodovanju odnosi se i na broj članova uže obitelji. Ako je riječ o samcu, ta osoba dobiva jedan bod, a ako ima pet i više članova, ostvaruje maksimalnih devet bodova. Dodatna dva boda mogu se dobiti ako je najmpromac samohrani roditelj, posvojitelj, ili ako je član jednoroditeljske obitelji. Za svako dijete najmpromcu pripadaju tri boda.

Kad je u pitanju utvrđeni stupanj i težina invaliditeta najmpromca ili člana njegove uže obitelji, 10 bodova dobiva se za dijete s poteškoćama u razvoju, osam bodova za stopostotni invaliditet, šest bodova za invaliditet ili oštećenje organizma od 80 do 100 posto, a za onaj od 50 do 80 posto — četiri boda.

Dodatnih osam bodova mogu ostvariti podnositelji zahtjeva ako su osobe bez odgovarajuće roditeljske skrbi, osobe do tridesete godine života koje izlaze iz sustava socijalne i alternativne skrbi, djeca smrtno stradalog ili nestalog hrvatskog branitelja iz Domovinskog rata.

Prema životnoj dobi najveći broj bodova, njih 12, ostvaruju najmpromci od navršene 25. do navršene 45. godine života, osam bodova dobivaju oni od 18. do 25. godine života, šest bodova osobe od 45. do 55. godine, a oni iznad 55. godine imaju pravo na četiri boda.

Dostupnost stanova u Hr i OECD



IZVOR: OECD

Ciljne skupine su kućanstva koja nemaju riješeno stambeno pitanje niti posjeduju vlastitu stambenu nekretninu, kućanstva s minimalnim do prosječnim prihodima, mlade osobe i obitelji s više djece, osobe s invaliditetom te osobe čija su zanimanja na popisu deficitarnih.

Program će provoditi Agencija za pravni promet i posredovanje nekretninama (APN) dok će jedinice lokalne samouprave dostavljati APN-u podatke o potrebama na svojem području i popise deficitarnih zanimanja, na temelju čega će APN objavljivati javne pozive za vlasnike praznih stanova i zainteresirane najmoprimce u sredstvima javnog informiranja i na svojim mrežnim stranicama.

Priuštiva najamnina — važan dohodak kućanstva

Priuštiva najamnina plaća se Agenciji za pravni promet i posredovanje nekretn-

ninama, i ne smije prelaziti 30 posto mjesečnih prihoda kućanstva, umanjeno za režijske troškove. Razliku do tržišne cijene pokriva država. Vlasnici stanova ostvaruju naknadu u visini lokalne medijalne najamnine, isplaćenu u dvije rate.

Primjerice, obitelj s ukupnim prihodima od 2.000 eura, za stan od 60 četvornih metara u konačnici bi plaćala oko 450 eura mjesečno, izračunali su u Ministarstvu prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine. Ako bi im prihodi rasli, rasla bi i najamnina, dok bi u slučaju smanjenja primanja obitelj imala pravo zatražiti korekciju. Razliku do iznosa koji dobiva vlasnik stana, najmodavcu bi nadoknadio APN.

Tko su obitelji koje su potencijalni korisnici Programa priuštivog najma? Kriteriji za bodovanje kod prijave za najmoprimca su prihodi i broj članova uže obitelji, broj djece predškolske dobi i djece na redovitom školovanju,

životna dob najmoprimca, stručna sprema, invaliditet najmoprimca ili člana njegove obitelji, prebivalište, te potrebe za deficitarnim zanimanjima na području jedinice lokalne samouprave.

Jedinice lokalne samouprave mogu odrediti dvije kategorije deficitarnih zanimanja, pa se za prvu kategoriju može dobiti osam, a za drugu kategoriju šest bodova. Pola boda dobiva se i za svaku godinu prebivanja na području jedinice lokalne samouprave u kojoj žele najam, ali ukupno najviše deset bodova.

Prednost u odnosu na ostale najmoprimce, u slučaju da imaju isti broj bodova, imaju članovi obitelji ubijenih i nestalih hrvatskih branitelja, ratni vojni invalidi, dragovoljci i branitelji.

APN će najmanje jednom godišnje od Porezne uprave prikupiti podatke o ukupnom dohotku u prethodnoj godini za najmoprimca i sve članove uže obitelji. Ako se najmoprimcu ili njegovim članovima uže obitelji povećaju neto prihodi za više od 15 posto godišnje, najmoprimac je obavezan obavijestiti APN o novom stanju prihoda u roku od 30 dana od dana povećanja prihoda.

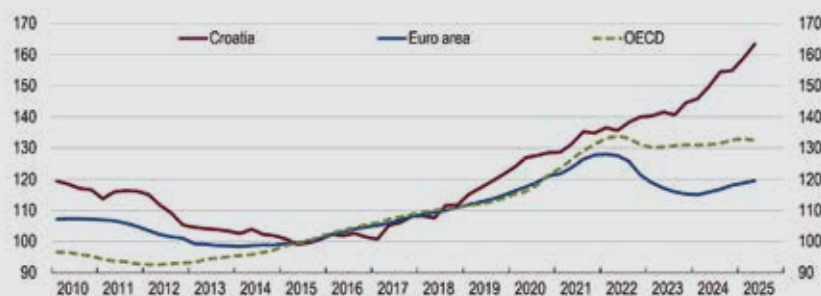
Od 1. siječnja prošle godine već je krenula mjera kojom država olakšava kupnju prve nekretnine, barem kad je u pitanju porez. Osobe mlađe od 45 godina, koje kupuju ili grade prvu nekretninu, mogu ostvariti povrat do 50 posto plaćenog PDV-a (novogradnja) ili cijeli iznos poreza na promet (tri posto).

APN je do veljače 2026. zaprimio više od 4.300 zahtjeva za povrat poreza na prvu nekretninu, od čega je do početka godine odobreno 2.340 zahtjeva u vrijednosti od oko 17,95 milijuna eura. Riječ je o trajnoj mjeri potpore mladima do 45 godina, s najviše zahtjeva iz Zagrebačke i Splitsko-dalmatinske županije.

Sve te mjere podupirat će se novcem iz europskih fondova, državnog proračuna te proračuna lokalne samouprave. Plan je do 2030. godine uložiti oko dvije milijarde eura te dodatnih 3,5 milijarde do 2034. godine. Financiranje se planira putem revolving fonda u koji će se ulagati sredstva državnog proračuna, fondova EU, zajma banaka, kao i financijskim sredstvima koja će građani uplaćivati kroz korištenje mjera priuštivog stanovanja.

IVANKA BUKULIN ZLATOVIĆ

Usporedba HR i OECD cijene nekretnina



IZVOR: OECD

ZAŠTITA NAČELA RAVNOPRAVNOSTI ŽENA I MUŠKARACA

ŠTO JE DIREKTIVA EU O TRANSPARENTNOSTI PLAĆA I ZAŠTO JE VAŽNA?

POSLODAVCI U HRVATSKOJ POKAZUJU RAZLIČITU RAZINU SPREMNOSTI. VELIKE TVRTKE, OSOBITO ONE S VIŠE OD 250 RADNIKA, KAO I ONE KOJE SU DIO MULTINACIONALNIH KORPORACIJA, VEĆ SU ZAPOČELE PRIPREME ILI OTPRIJE IMAJU USPOSTAVLJENU ARHITEKTURU I STRUKTURU PLAĆA KOJA ĆE OMOGUĆITI JEDNOSTAVNIJU PRILAGODBU

Direktiva Europske unije o transparentnosti plaća (Direktiva EU 2023/970) donesena je s ciljem zaštite načela ravnopravnosti žena i muškaraca, koje se smatra jednom od ključnih vrijednosti Unije. Usmjeren je na suzbijanje diskriminacije temeljem spola u ostvarivanju prava na jednaku naknadu za jednak rad ili rad jednake vrijednosti.

Prije donošenja te Direktive, načelo jednakih plaća bilo je propisano zakonodavstvom EU i uključeno u hrvatsko radno-pravno zakonodavstvo, primarno Zakon o radu. No primjena tog načela u praksi bila je otežana zbog nedostatka konkretnih i obvezujućih mehanizama. Direktivom se nastoje otkloniti ti nedostaci uvođenjem jasnih obveza poslodavaca, standardiziranih mehanizama za objavu, provjeru podataka te učinkovitih provedbenih alata.

Ključno je napomenuti da transparentnost bez sadržaja ne znači ništa — organizacije ne mogu jednostavno objaviti raspone plaća i razlike među spolovima bez odgovora na temeljno pitanje: Kako se odlučuje koja radna mjesta zaslužuju iste, odnosno različite plaće? Odgovor na to pitanje može dati samo uspostava kvalitetnog sustava evaluacije složenosti radnih mjesta.

Tko su obveznici i koji su rokovi?

Direktiva se odnosi na poslodavce u javnom i privatnom sektoru te na sve radnike koji imaju sklopljen ugovor o radu ili su u radnom odnosu. Krajnji rok

za implementaciju u nacionalne pravne sustave država članica je 7. lipnja 2026. godine. Hrvatska je krenula s priprema za implementaciju kroz izmjene Zakona o radu.

Što se tiče izvještavanja o razlikama u plaćama, poslodavci s više od 250 radnika bit će obvezni izvješćivati na godišnjoj razini, pri čemu prva obveza nastupa već u odnosu na 2026. godinu, s rokom objave izvještaja do 7. lipnja 2027. Poslodavci sa 100 do 249 radnika bit će obvezni izvješćivati svake tri godine.

S obzirom na to da će prvo izvješćivanje za velike poslodavce biti obvezno već za 2026. godinu, nema prostora za odgađanje priprema.

Kakvo je stanje u Hrvatskoj i tko je već usklađen?

Poslodavci u Hrvatskoj pokazuju različitu razinu spremnosti. Velike tvrtke, osobito one s više od 250 radnika, kao i one koje su dio multinacionalnih korporacija, već su započele pripreme ili od prije imaju uspostavljenu arhitekturu i strukturu plaća koja će omogućiti jednostavniju prilagodbu.

Poslodavci s razvijenim HR odjelima svjesni su kako će implementacija biti zahtjevna, posebice ako njihove dosadašnje platne strukture nisu jasno odražavale načelo jednake plaće za jednak rad ili rad jednake vrijednosti.

Bez jasne metodologije za evaluaciju složenosti radnih mjesta, kompanije riskiraju donošenje nedosljednih odluka o plaćama. Samo objektivnim definiranjem



FOTO: FREEMK

njem relativne vrijednosti i kompleksnosti obavljanja različitih poslova, tvrtke mogu osigurati usklađenost i izgraditi pravedno radno okruženje.

Koji su prvi koraci koje kompanija treba poduzeti?

Da bi se pripremile za usklađenost s Direktivom, organizacije trebaju započeti pripreme već danas. Nekoliko je ključnih koraka:

— Revizija i sistematizacija radnih mjesta: procjenjivanje postojećih



pozicija i kompenzacijskih politika, odnosno procjena jesu li strukture definicije uloga, načini ocjenjivanja te struktura plaća i platnih razreda usklađeni s načelima rodno neutralne evaluacije.

– Uspostava sustava evaluacije složenosti radnih mjesta: primjena metodologije kojom se objektivno ocjenjuje složenost pozicija temeljem objektivnih, rodno neutralnih kriterija kao što su kompetencije, razina autonomije i odgovornosti, složenost radnog okruženja i slično.

Usklađivanje sustava nagrađivanja uključuje sustav osnovnih plaća (struktura platnih razreda i varijabilne naknade) te sustav upravljanja učinkom radnika sa strategijom za poticanje i napredovanje.

Evaluacija složenosti radnih mjesta postaje ne samo pomagalo odjela za ljudske resurse, nego i nužnost regulativne usklađenosti cijele organizacije. Odjeli za ljudske resurse imaju središnju ulogu, no proces zahtijeva suradnju s menadžmentom i predstavnicima radnika, ako postoje unutar tvrtke. Vrlo je važno u evaluaciji složenosti radnih

mjesta uključiti predstavnike radnika. Time se gradi kredibilitet i usklađenost sa smjernicama Direktive o socijalnom dijalogu.

Uz to, s obzirom na složenost regulatornog okvira, ključna je i suradnja s pravnim stručnjacima koji posjeduju potrebna znanja i vještine za tumačenje odredbi Direktive, nacionalnog zakonodavstva i ostalih relevantnih propisa te sudske i upravne prakse. Pravni stručnjaci mogu pomoći u osiguravanju da interno uspostavljeni sustavi i dokumentacija budu u potpunosti usklađeni



FOTO: PIXABAY

s pravnim zahtjevima, kao i u prevenciji potencijalnih sporova i izloženosti sankcijama.

Što se tiče stručnjaka u Hrvatskoj, postoji rastuća potreba za konzultantskim uslugama u tom području. Tvrtke koje ulaze u transparentne sustave ocjenjivanja pozicioniraju se kao poželjni poslodavci na sve konkurentnijem tržištu rada.

Koja je uloga konzultanata?

Konzultanti mogu pomoći u nekoliko ključnih područja. To su procjena spremnosti za primjenu Direktive, (Re) dizajniranje sustava evaluacije i kategorizacije radnih mjesta — dosljednom klasifikacijom radnih mjesta organizacije mogu bolje uskladiti strategije plaća s radnim učinkom, razvojem vještina i planiranjem radne snage, zatim usklađivanje sustava plaća i varijabilnih naknada s obvezama iz Direktive, kao i tehnička pomoć i obuka — Direktiva izričito prepoznaje važnost tehničke pomoći i obuke za mala i srednja poduzeća.

Pravni stručnjaci, s druge strane, pružaju podršku u tumačenju i primjeni pravnih odredbi, izradi ili reviziji internih akata (pravilnici o radu, pravilnici o plaćama, ugovori o radu), savjetovanju o usklađenosti s antidiskriminacijskim propisima te zastupanju u slučaju spорова pred nadležnim tijelima.

Uvođenje sustava evaluacije radnih mjesta nije bez prepreka. Otpor je moguć, posebno u organizacijama s neformalnim praksama kompenzacija i

nagrađivanja. Manjim poduzećima moguća je nedostatnost resursa za usvajanje metodologije evaluacije. U tom će smislu biti zanimljivo vidjeti hoće li zakonodavac manjim poslodavcima staviti na raspolaganje pomagala za jednostavniju prilagodbu, a što je kao mogućnost predviđeno Direktivom.

Koja su prava radnika i što će biti javno dostupno?

Radnici će već od lipnja 2026. imati sljedeća prava:

- Pravo na informaciju o plaći prije zaposlenja: poslodavci su dužni navesti početni iznos ili raspon plaće u oglasima za posao, ili najkasnije prije razgovora za posao.

- Zabrana pitanja o prethodnim primanjima: poslodavcima je zabranjeno tražiti podatke o prethodnim plaćama kandidata.

- Pristup kriterijima za određivanje plaća: radnici moraju imati lak pristup kriterijima koji se koriste za određivanje plaća, platnih razreda i povećanja plaća. Ti kriteriji moraju biti objektivni i rodno neutralni.

- Pravo na informacije o prosječnim plaćama: radnici mogu zatražiti informacije o prosječnim razinama plaća, raščlanjeno po spolu, za kategorije radnika koji obavljaju jednak rad ili rad jednake vrijednosti.

Pritom valja naglasiti da Direktiva ne zahtijeva objavu individualnih plaća pojedinih radnika. Riječ je o prosječnim

vrijednostima po kategorijama radnih mjesta.

Direktiva izričito zabranjuje klauzule o tajnosti plaća u ugovorima o radu koje bi radnicima onemogućile otkrivanje informacija o vlastitoj plaći. Međutim, to ne znači da će sve informacije o plaćama biti javne.

Transparentnost se odnosi na raspone plaća za radna mjesta, kriterije za određivanje plaća i napredovanje, prosječne plaće po kategorijama radnih mjesta, raščlanjeno po spolu, i izvještaje o razlikama u plaćama među spolovima.

Pojedinačne plaće radnika i dalje mogu ostati povjerljive. Cilj je osigurati da sustav određivanja plaća bude transparentan i objektivan, a ne nužno da svaki radnik zna točnu plaću svakog kolege.

Kako dugoročno spriječiti nastanak novih razlika?

Za održivu usklađenost ključno je uspostaviti kvalitetan sustav evaluacije složenosti radnih mjesta kao trajno pomagalo, a ne kao jednokratni projekt. Isto tako, potrebno je redovito revidirati sustav plaća i osigurati da novi zaposlenici, napredovanja i promjene uloga budu u skladu s uspostavljenim kriterijima.

Važno je učinkovito uključiti predstavnike radnika, ako ih tvrtka ima u formalnom obliku, u procjenu rada i sustava plaća. Osim toga, ako rodna razlika u plaćama prelazi pet posto, a poslodavac je nije jasno obrazložio i uklonio, bit će obavezan provesti zajedničku reviziju plaća u suradnji s predstavnicima radnika.

Poslodavci bi trebali uspostaviti interne mehanizme za rješavanje pritužbi te dokumentirati odluke o plaćama. Transparentnost strukture plaća umanjuje sumnju u pristranost, što je jedan od čimbenika koji utječe na zadovoljstvo zaposlenika i njihovu odluku o ostanku kod poslodavca.

Direktiva Europske unije o transparentnosti plaća označava početak nove ere jednakosti u plaćama. Za organizacije koje se rano uključe u proces usklađivanja, ona predstavlja priliku da se pozicioniraju kao poželjni poslodavci te da izgrade pravednije, transparentnije i konkurentnije radno okruženje.

 IVANKA BUKULIN ZLATOVIĆ

Helio
BAZENI

Ivana Viteza od Sredne 9
23000 Zadar

095 865 97 59. helio.bazeni@gmail.com

f Helio bazeni

IZGRADNJA I ODRŽAVANJE BAZENA

LJEKARNE ŠVALJEK

Kralja Tomislava 24
49246 Marija Bistrica

049 469 593
info@švaljek.hr

www.ljekarnesvaljek.com

PLASTIKA GORIČKI

MEDICINSKA AMBALAŽA

Kaptol 18, 10000 Zagreb
091 518 8631
01 4813 771 - 01 4811 791
kaplast18@outlook.com
www.plastika-goricki.hr

SAKRALNI SUVENIRI

HRVATSKI STARTUP KONKURIRA GLOBALNIM FP&A DIVOVIMA

PRVO CILJAMO TRŽIŠTA ZAPADNE EUROPE I SJEVERNE AMERIKE

OSNOVANA 2020. GODINE, TVRTKA FARSEER SE DANAS MOŽE POHVALITI S VIŠE OD ŠEZDESET KLIJENATA KOJI KORISTE NJIHOV SOFTVER ZA FINACIJSKO MODELIRANJE, PLANIRANJE I ANALITIKU

Platforma za financijsko planiranje Farseer nedavno je zaključila Series A investicijsku rundu u vrijednosti 7,2 milijuna dolara, čime će dodatno ojačati svoju prisutnost na međunarodnom tržištu. U što sve namjeravaju uložiti prikupljeni novac, što im znači priznanje Deloittea te kakvi su trendovi u financijskom upravljanju otkrila nam je Matija Nakić, suosnivačica i glavna izvršna direktorica tvrtke.

Nedavno ste prikupili 7,2 milijuna dolara u velikoj Series A rundi. Novac je, kako se moglo pročitati u medijima, među ostalim namijenjen i globalnom širenju vaše tvrtke. Na koja tržišta prvo ciljate?

Prvo ciljamo tržišta Zapadne Europe i Sjeverne Amerike. To nisu ambicije “reda radi”, nego tržišta gdje je problem koji rješavamo najizraženiji i gdje postoji jasna spremnost kupaca da uđu u modernizaciju financija. Velike organizacije već godinama ulažu u ERP, podatkovni spremnik (data warehouse) i BI, ali financije i dalje troše previše vremena na ručno usklađivanje definicija, pripremu brojki i obranu “koja je verzija istine”. Taj porez usklađivanja je stvaran trošak — u ljudima, vremenu i riziku — i to je razlog zašto postoji tržište za sustav koji povezuje podatke, poslovnu logiku i financijske procese na jednim definicijama.

U praksi idemo usmjereno, ne “svagdje odjednom”. Enterprise rast traži disciplinu i dubinu, ne širinu. Radimo tržišno prioritetiziranje prema nekoliko jasnih kriterija: gdje imamo najbolju podudarnost između idealnog profila klijenta (ICP) i naših poslovnih scenarija, gdje možemo izgraditi ponovljiv pristup izlasku na tržište, gdje imamo do-

bar ekosustav partnera i gdje se najbrže vidi vrijednost nakon puštanja u rad (go live).

S obzirom na to da smo već zatvorili prve klijente u SAD-u i da sve više radimo u Zapadnoj Europi, to nam daje dobar znak da smjer nije samo plan, nego stvarnost koja se već događa.

Osim toga, u što još planirate usmeriti sredstva prikupljena investicijom?

Najveći dio ide u ljude i u proizvod, i to s vrlo jasnim prioritetima. U proizvodu jačamo ono što čini razliku u enterprise svijetu: podatkovni sloj, izvješćivanje i analitiku, te AI koji je upotrebljiv u stvarnim financijskim procesima. To znači da dodatno jačamo način kako se podaci iz izvora standardiziraju u setove podataka spremne za donošenje odluka, uz upravljanje (governance), praćenje podrijetla podataka (lineage), kvalitetu i vidljivu svježinu. Za financijske timove to je ključno. AI može biti impresivan, ali bez tog temelja samo brže generira konfuziju. Zato osnovu stavljamo ispred svega.

Usporedno jačamo izvješćivanje i analitiku kao središnji dio platforme, tako da BI i FP&A rade na istim definicijama. To je golem praktičan benefit jer uklanja stalno usklađivanje između “brojeva iz BI-ja” i “brojeva iz planiranja”. Kad su definicije zajedničke, financijski tim se više ne bavi dokazivanjem brojki, nego upravljanjem.

Treći fokus je AI, ali AI koji je vezan uz model i radi na upravljanim podacima, ne AI kao dekoracija. Fokus nam je na konkretnim stvarima koje štede vrijeme i ubrzavaju odluke: objašnjavanje odstupanja, analiza pokretača, izrada izvještaja, simulacije scenarija — sve prema istim pravilima.





Farseer team

Kako je izgledao postupak prikupljanja Series A investicije i tko su bili najveći ulagači?

Postupak je bio intenzivan i temeljit, što je normalno za Series A. Mi smo ga promatrali kao provjeru usklađenosti, ne samo kao pregovore o valuaciji. Najviše su nas zanimala pitanja koja investitor postavlja, jer ta pitanja pokazuju razumije li enterprise SaaS, stvarnost isporuke (delivery) i koliko mu je bitna dugoročna platforma. U toj kategoriji nije dovoljno imati dobar pitch. Morate dokazati da imate ponovljiv pristup izlasku na tržište (go to market), da možete isporučiti vrijednost u realnim organizacijama i da se platforma može širiti nakon puštanja u rad.

Rundu je predvodio Aymo Ventures, uz sudjelovanje SQ Capitala, koji je uz nas od ranih faza, te Apertu Capitala. Nama je bilo bitno da ulagači razumiju naše enterprise usmjerenje i da podrže građenje platforme kao infrastrukture, a ne kratkoročne "trikove rasta". Također, htjeli smo investitore koji razumiju da AI u financijama nije chatbot. AI u financijama mora biti objašnjiv, mora raditi na upravljanim podacima i mora imati kontrolne mehanizme. To je način razmišljanja koji nam je važan i u daljnjem skaliranju.

U planu je također i širenje tima; o kojim pozicijama je riječ?

Širimo tim selektivno, s jasnim redoslijedom, jer želimo rasti brže bez pada kvalitete. Prvo jačamo pristup izlasku na tržište, prodaju, marketing i partnerske procese, jer sada možemo skalirati kanale i procese za koje već znamo da rade. Imamo vrlo jasne signale da možemo generirati pipeline, voditi enterprise poslove i zatvarati ih, i sada je pitanje pokrivenosti i ritma, a ne "hoće li raditi".

Drugo, jačamo isporuku i uspjeh kod klijenata (delivery i customer success), jer enterprise rast nije samo novi klijent. To je implementacija koja održava standard, brzo vrijeme do realizacije vrijednosti (time to value) i ekspanzija u postojećim sustavima. U enterprise okruženju dobar dobavljač se prepoznaje po tome što klijent nakon prve faze širi opseg, a to se događa samo kad isporuka i uspjeh kod klijenata drže kvalitetu.



Matija Nakić

Treće, nastavljamo jačati engineering i proizvod, posebno oko podatkovne platforme, izvještavanja i AI-ja. Tu tražimo ljude koji vole teške probleme, performanse, upravljanje, modeliranje i koji razumiju da je “enterprise ready” stvaran standard, a ne marketinška fraza. Ne zapošljavamo da narastemo u brojci. Zapošljavamo da možemo rasti brže, a da kvaliteta proizvoda i isporuke ostane visoka.

Osnovani ste 2020. godine, a u međuvremenu su vaš softver za financijsko modeliranje, planiranje i analitiku počele koristiti i velike tvrtke. Koliko imate klijenata i iz kojih sve zemalja dolaze?

Danas imamo više od šezdeset klijenata. Velik dio je u regiji, ali sve više radimo i izvan nje, u Zapadnoj Europi, a zatvorili smo i prve klijente u Sjedinjenim Američkim Državama. Nama je to važan znak, jer pokazuje da problem koji rje-

šavamo nije lokalna specifičnost. To je univerzalan problem enterprise financija. Bez obzira govorimo li o Hrvatskoj, Njemačkoj ili Sjedinjenim Američkim Državama, uzorak je isti. ERP služi za aktualne podatke, podatkovni spremnik (DWH) za konsolidaciju, BI za nadzorne ploče, FP&A za planiranje, a Excel postane ljepilo koje sve drži na okupu. I onda financijski tim plaća cijenu kroz ručni rad, usklađivanje i sporije odluke.

Ono što gledamo kao pravi dokaz nije samo broj klijenata, nego što se događa nakon puštanja u rad. Kad klijent dobije vrijednost, opseg se širi, dodaju se modeli, entiteti i timovi. To je najteži dio u enterprise okruženju, jer zahtijeva da proizvod i isporuka stvarno drže standard. I to je ono na čemu gradimo skaliranje.

Kako se rodila zamisao o tom softveru i u kojem trenutku ste spoznali da za takvim proizvodom postoji stvarna potreba na tržištu?

Zamisao je došla iz vrlo konkretnog iskustva rada u korporativnom okruženju. Nas četvero suosnivača — Zrinko Dolić, Luka Mijatović, Matej Trbara i ja — vidjeli smo iz prve ruke koliko vremena odlazi na ručno spajanje podataka, mirenje definicija i održavanje kompleksnih Excel modela. U jednom trenutku shvatite da financijski timovi ne pate zato što ne znaju raditi, nego zato što rade u sustavu koji ih usporava i uvodi rizik baš u trenutku kad treba brzina i jasnoća.

FINANCE.WEEKEND KAO ZAJEDNICA CFO-OVA

Farseer je i idejni pokretač Finance.Weekenda. Koji su ciljevi tog festivala, osim samog povezivanja stručnjaka u industriji?

Finance.Weekend postoji jer financije zaslužuju svoj event. Ne da bude odjel koji svima odobri trošak konferencije, a onda na kraju ni ne ode. Financije su često “backstage” funkcija. Drže tvrtku stabilnom, guraju disciplinu, brane rizik, zatvaraju mjesec, objašnjavaju rezultate i onda još slušaju kako “treba biti agilniji”, dok radi na sustavu koji je često krpan godinama. Htjeli smo ostvariti mjesto gdje financije nisu publika na tuđem eventu, nego glavna tema.

Drugi razlog je vrlo praktičan. Finance stack je danas paradoks. Svi imaju ERP za aktualnosti, data warehouse za konsolidaciju, BI za dashboards, FP&A alat za planiranje, ali financije i dalje troše previše vremena na ručno mirenje definicija, objašnjavanje neslaganja i ponovno stvaranje jedne verzije istine svaki mjesec. Taj “porez usklađivanja” je golem i najčešće nevidljiv. Plaća se kroz vrijeme najboljih ljudi, kroz sporije odluke i kroz rizik. Finance.Weekend je napravljen da o tom razgovaramo bez uljepšavanja, i da se usmjerimo na to kako to stvarno riješiti.

Zato je sadržaj postavljen oko tema koje su stvarno na stolu CFO-ovima i financijskim liderima. Kako spojiti BI, DWH i FP&A u jedan financijski operativni model, tako da planiranje i izvješćivanje koriste iste definicije? Kako postaviti upravljanje i mogućnost praćenja, da brojke budu brze, ali obranjive? Kako raditi neprestane prognoze i scenarije, a da svaki put ne počinješ od nule? I naravno, AI, ali realno. Gdje AI danas stvarno može preuzeti ručni rad, objašnjavanje odstupanja, analizu pokretača, izradu izvještaja, podršku scenarija, a gdje postaje rizičan ako radi na slabom temelju?

I treće, možda najvažnije, jest zajednica. CFO-ovi i ljudi iz financija često prolaze iste probleme u izolaciji. Svatko misli da je “njihova tvrtka posebna”, a zapravo su obrasci isti. Kad sjedneš s ljudima koji koriste isti sustav, imaju iste bolne točke i isti pritisak od uprave, dobiješ ono što ti nijedna prezentacija dobavljača ne može dati — iskreni razgovor. Što je funkcioniralo? Što nije? Gdje su brzi rezultati u idućih 90 dana? Gdje se ljudi najčešće zaletu? Koje kompromise vrijedi napraviti, a koje ne? Zato Finance.Weekend nije događaj za inspiraciju. To je događaj za ljude iz financija koji žele otići kući s konkretnim idejama, boljim benchmarkom, boljim kontaktima i jasnijim planom što napraviti da financije rade brže, sigurnije i s manje ručnog kaosa.

Krenuli smo kao FP&A platforma, jer je tu problem najjasniji i najskuplji, ali smo vrlo brzo uvidjeli da isti problem postoji šire kroz cijelu organizaciju. Podaci su razbacani, alati su nepovezani, definicije driftaju, a Excel postane sloj koji krpa sve rupe između ERP-a, DWH-a i BI-ja. I onda financije, umjesto da upravljaju, postaju "tim za usklađivanje".

Potvrdu tržišta dobili smo kroz ponašanje korisnika. Kad ljudi dobiju brzinu i nadzor nad jednim definicijama, ne žele se vraćati na stari način rada. Druga potvrda je bila pandemija. Kad su kompanije morale raditi scenarije i replanove iz dana u dan, tada se jasno vidjelo koliko "ručni pogon" puca baš kad je najpotrebniji. I to je trenutak kad mnogi shvate da planiranje nije godišnji ritual, nego sposobnost upravljanja.

Prošle jeseni našli ste se i na Deloitte-ovoj listi najbrže rastućih tehnoloških kompanija Srednje Europe. Koliko vam znači to priznanje po pitanju referenci za neke buduće poslove?

Takva priznanja su dobar znak tržištu, pogotovo za ljude koji vas još ne poznaju. U enterprise prodaji povjerenje je veliki dio posla i svaki kredibilni signal pomaže otvoriti vrata brže. Kad ste vendor u kategoriji koja ulazi u kritične procese, kupci uvijek traže znakove stabilnosti i ozbiljnosti. Deloitte lista je u tom smislu dobar "trust booster".

Ali iskreno, najveća referenca nam je i dalje ono što klijenti vide u praksi, brzina do vrijednosti, stabilnost isporuke i mogućnost da se platforma širi unutar organizacije. U enterpriseu je jedna dobra implementacija važna, ali pravo povjerenje dolazi kad druga i treća faza idu lakše, brže i šire. Zato Deloitte priznanje vidimo kao dodatni signal, ali dugoročno pobjeđuje samo isporuka.

Kakvi trendovi trenutno prevladavaju u financijskom upravljanju? U kojoj mjeri umjetna inteligencija utječe i mijenja način rada financijskih timova?

Najveći trend je pomak s periodičnog planiranja na kontinuirano upravljanje. Više scenarija, češća prognoza, brže odluke, manje "godišnjeg rituala budžetiranja". Drugi trend je spajanje planiranja i izvješćivanja na iste definicije, jer bez toga financijski timovi ostaju u modu usklađivanja. Treći je upravljanje i mogućnost praćenja, jer CFO-ovi žele brzinu, ali ne na račun nadziranja. Financije moraju biti i brze i objašnjive, i to je teško postići u složenom sustavu koji je fragmentiran.

AI ubrzava promjenu, ali i razotkriva slabosti. Kad imate čiste, modelirane i governane podatke, AI može stvarno pomoći, brže objašnjenje odstupanja, driver analysis, draftanje izvještaja i scenariji. Kad je temelj slab, AI samo brže generira konfuziju. Zato mi AI gradimo unutar platforme, na istom modelu i

istim definicijama, tako da ostane objašnjiv i pod nadzorom ljudi. U financijama AI mora biti pomoćnik koji ubrzava rad, ne "black box" koji stvara dodatni rizik.

Završno, koji su planovi za dalje? Kako vezano uz novac prikupljen spomenutom investicijom, tako i općenito?

Plan je jasan, ambiciozan, ali ne i širok. Prvo, skalirati se na ciljanim tržištima Zapadne Europe i Sjeverne Amerike uz disciplinu, usmjerenje i ponovljiv pristup izlasku na tržište. Ne želimo rasti kaotično. Želimo rasti predvidljivo, s jasnim ICP-om i jasnim potezima.

Drugo, namjeravamo ubrzati razvoj platforme, posebno data sloj, reporting i analitiku, te AI koji je vezan uz governane podatke i financijski model. To je smjer u kojem vidimo najveću dugoročnu diferencijaciju, jer financijski timovi ne žele još jedan alat. Žele operativni sustav koji povezuje sve i smanjuje ručni rad.

Treće, namjeravamo ojačati isporuku i uspjeh kod klijenata (delivery i customer success) kako bismo mogli rasti brže, bez pada kvalitete. U enterprise okruženju sve se vraća na reputaciju i sposobnost da isporučite ono što ste prodali, brzo i stabilno. Ne gradimo "još jedan alat". Gradimo enterprise operativni sustav za financije, a ova runda nam daje resurse da taj smjer ubrzamo i učinimo ga standardom.

 VEDRAN HARČA



Farseer team

DESET GODINA ULAGANJA U NOVE TVRTKE I INOVACIJE

DOBRIM STARTUPIMA NIKAD NIJE BILO TEŠKO PRIKUPITI NOVAC

FIL ROUGE CAPITAL JE LANI POKRENUO SVOJ TREĆI FOND I OTVORIO URED U RUMUNJSKOJ, A AMBICIOZNIH PLANOVA NE NEDOSTAJE IM NI OVE GODINE

Fil Rouge Capital, najaktivniji venture-capital fond u Hrvatskoj, već deset godina investira u startupe, kako u početnoj tako i u kasnijim fazama njihovog razvoja. Lani su pokrenuli svoj treći fond i otvorili ured u Bukureštu, što je bio povod za razgovor sa Stevićem Kuharskim, partnerom u Fil Rouge Capitalu, tijekom kojeg smo se dotakli i mnogih drugih tema poput planova fonda i stanja na hrvatskoj startup sceni.

Najavili ste kako će Fil Rouge Capital fond u ovoj godini uložiti između šest i osam milijuna eura, što je nešto manje nego tijekom 2025. Zašto ste odlučili malo usporiti tempo investiranja?

Ne bih rekao da smo usporili. Mi smo od kraja prošlog fonda Fil Rouge Capital 2 slagali portfelj tvrtki u koje ćemo investirati, tako da smo na početku prošle godine, točnije krajem trećeg mjeseca imali first closing, nakon čega smo jednostavno krenuli s investicijama u timove koje smo imali u tom portfelju. Isto je i sada, jer je naš portfelj dosta jak, s obzirom na to da primamo između 20 i 30 prijava startupa tjedno. U našoj strategiji je, što se deploymenta tiče, tih 7, 8, 9 milijuna eura linearno posloženo na svaku godinu.

U koliko tvrtki namjeravate investirati?

Dva su fonda, akceleratori i later stage, pri čemu je akceleratori puno manji te će u njemu biti između 20 i 25 tvrtki, a u VC dijelu četrdesetak.

Lani ste pokrenuli i vaš treći fond. Po čemu će se razlikovati od prethodnih fondova i na kakve će se investicije usmjeravati?

Prvi fond, sastavljen isključivo od privatnog kapitala, poslovao je od 2016. do 2018. godine. Drugi je posljedica CVCI ini-

cijative (Croatian venture capital initiative), a pokrenut je 2019. godine, što znači pet godina investicija. Ovaj treći fond u pravilu nema nekih razlika u odnosu na prošli, osim što je nešto veći. Veći su i ciljevi nego u prošlom fondu, dok strategija ostaje ista, kao i smjer i usmjerenje na targete, odnosno vertikalne. To su i dalje B2B, SaaS i pogotovo umjetna inteligencija, pri čemu tražimo eksperte u svojim područjima koji znaju koristiti AI u proizvodima koje rade. I startupi i proizvođači moraju rješavati prave probleme, moraju biti "need to have", a ne "nice to have".

Prošla godina bila je ujedno i godina vašeg povratka na tržište nakon stanke u 2024. godini. Što se sve događalo za vrijeme te stanke; jeste li prikupljali sredstva za pokretanje novog fonda?

Aktivno smo prikupljali sredstva, a odradili smo i dvije generacije akceleratora, gdje nismo investirali. Nismo stali s aktivnostima, već smo održali dva akceleratorijska modula u razmacima od šest mjeseci s desetak timova u svakom od njih. Timovima koji su bili najbolji rekli smo da želimo investirati u njih nakon završetka prikupljanja sredstava i pokretanja novog fonda. Sretni smo što su nam osnivači tih startupa dali povjerenje, iako nisu znali kad će dobiti novac. Drago mi je da su prepoznali našu dodanu vrijednost. Ima timova s kojima se čujem na dnevnoj osnovi, posebno kad su u fundraisingu. Postoje i dva tima kojima sam pomogao kodirati i testirati stvari. Znaju da mogu računati na nas.

Nedavno ste otvorili i ured u Bukureštu, zbog čega ste izabrali baš taj grad i namjeravate li u skorijoj budućnosti otvoriti urede u još nekim gradovima?

Rezultat CVCI inicijative je to da smo mi mandatni fond. U praksi to znači da kompanije moraju imati određenu

poveznicu s Hrvatskom, koja nam je primarno tržište. Osnivači iz zemalja u okruženju otvaraju kompanije u Hrvatskoj da bi ispunili taj uvjet. Rumunjska je, kao jedno od tržišta koja ciljamo, veliko i dovoljno razvijeno, s jako puno tech talenata. Zbog toga je bilo logično da budemo prisutni tamo. A u planu su nam sve zemlje u okruženju, što uključuje Kosovo, Albaniju, Srbiju...

Koji su najveći problemi s kojima se susreću naše startup tvrtke? Kako uopće kotira hrvatska startup scena na, primjerice, europskoj razini?



FOTO: FREEPIK



Da bismo mogli razumjeti cjelokupnu sliku, potrebno se vratiti petnaestak godina u prošlost. Hrvatska je uvijek bila puna tehničkih talenata s malim iskustvom u biznisu. U tih petnaest godina zabilježeni su određeni uspjesi što se tiče exita ili spajanja i širenja poslovanja. To su bile zvijezde i to je trebalo kompletnom ekosustavu da se dignu. Danas smo došli do toga da, uvjetno rečeno, imamo sve manje zvjezdica, ali je sve više onih koji uspijevaju na nešto višoj razini. Po mojem mišljenju, to znači da konačno imamo sustav koji radi i koji više ne generira zvijezde koje se brzo ugase.

Mislim da ćemo u idućih nekoliko godina imati sve više exita u manjim iznosima (10 do 40 milijuna eura) do kojih će se dolaziti relativno brzo. Prošle godine je primjer brzog exita bio SplexAI, a takvih ćemo situacija imati sve više. Zbog CVCI i CVCI 2 inicijativa, Hrvatska je jedna od najaktivnijih VC zemalja centralne i istočne Europe. Ne samo to, nego i hrvatski mirovinci mogu investirati u alternativne fondove, što nije slučaj u drugim zemljama u okruženju. To nam je golema prednost koja se ne vidi u razmjerno kratkoročnom razdoblju, do pet godina, ali od 2019. do danas je itekako primjetna.

A problemi naše startup scene su uvijek isti. Mislio sam da je strah od neuspjeha nešto što smo nadišli kao ekosustav, ali sam u posljednjih šest mjeseci bio na nekoliko konferencija gdje se puno govorilo o tome, što mi je bilo začuđujuće jer se o strahu od neuspjeha pričalo i prije petnaest godina. Prvo što osnivači startupa sebi trebaju definirati jest što je za njih uspjeh. Kad sami sebi odgovore na to pitanje, mogu ići dalje. Novca ima dovoljno, i za investicije u početnoj fazi i za kasnije, kao i iskustva, ali ono čega nema dovoljno je ambicija. Mislim da osnivači nisu svje-



Stevica Kuharski

FOTO: PRIVATNA ARHIVA

sni koliko je svjetsko tržište doista veliko i moćno. Cilj im treba biti razvijanje barem za europsko tržište, a potom i globalno. Tu dolazimo do jednog od većih problema, a to je da osnivači vrlo često ni sami ne znaju razliku između SME-ja i startupa. U klasičnom biznisu je rast od 100 posto godišnje sjajan, u startup svijetu baš i ne. Ono što u ranoj fazi smatramo dobrim rastom je 20 do 40 posto svakog mjeseca.

Prilikom odabira startupa u koji ćete investirati, što su vam najvažniji kriteriji?

U ranoj fazi je to isključivo tim koji mora biti koherentan, kompatibilan i ambiciozan. Idealan tim je troje ljudi koji pokrivaju biznis, tech i strategiju. Tehnologija se u pravilu može kupiti, a strategija naučiti uz pomoć investitora. Ono u čemu im mi puno pomažemo jest da im otvaramo vidike. Pomažemo im da shvate kako ne treba gledati tri ili šest mjeseci unaprijed, nego deset godina. Trebaju shvatiti da investicijska runda nije cilj, nego sredstvo. Ne želimo da sada čine pogreške koje će ugroziti rundu u budućnosti. U kasnijoj fazi je osim tima bitan i napredak, pri čemu govorimo o dvije stvari — tech playu i business/product playu. Business play ima brojke (koliko prihoda mjesečno, koliko kupaca...), dok se u drugom slučaju kladimo na tehnologiju i tim koji će tu tehnologiju pretvoriti u nešto veće. Trenutno u portfelju imamo tri tvrtke sa stvarima

koje, barem u teoriji, doista mogu promijeniti svijet.

S druge strane, što bi bile najčešće pogreške koje startupi rade tijekom pitcheva?

Potrebno je razlikovati startup scenu i startup ekosustav. Startup scena se ne razlikuje puno od glazbene scene — sastoji se od zvijezda, zvjezdica i ekipe koja radi hype. Netko tko je vrlo aktivan i vidljiv na startup sceni baš i nije target za investiciju. Oni koji se pojavljuju rijetko su skroz druga priča.

Po meni je najveća pogreška koju osnivači mogu napraviti — nerazumijevanje razlike između startup scene i ekosustava biznisa. Problem imamo i kad osnivač nije taj koji radi pitch, jer je on taj koji će prikupljati sredstva. Ako CEO nije u stanju to odraditi, lako se može steći dojam da je i tim loš. Ukoliko nema kapacitete, mora kao suosnivača dovesti nekoga tko to može odraditi.

Svim svojim osnivačima kažem da saznaju tko će slušati njihov pitch, tko je u žiriju, i da ciljaju izravno osobu koja im treba. Ne “pitchate” cijeloj publici.

Događa li se možda da puno startupa prebrzo odustane?

Moj stav je da treba biti uporan, ali ne tvrdoglav. Ako su osnivači tvrdoglavi i tri godine rade na istoj stvari, premda nema pomaka, oni samo gube vrijeme. Većina toga se danas može riješiti u mjesec dana i s vrlo malo novca, složiti MVP (“minimum viable product”), pustiti ga na tržište i testirati ga radi li. Agentski sustavi za kodiranje stoje šezdeset dolara, svatko može odvojiti četiri-pet sati dnevno i napraviti MVP gotovo svake biznis ideje u mjesec dana. Ukoliko to nije moguće, jer je potencijalni proizvod previše kompleksan, potrebno je ideju razbiti na puno manjih dijelova i vidjeti koji se problem doista pokušava riješiti.

Pokrenuti ste prije deset godina kao prvi venture capital fond s mandatom samo za Hrvatsku. Kako su izgledali vaši počeci i što biste izdvojili kao neke najvažnije trenutke ili tvrtke u prvom desetljeću Fil Rouge Capitala?

Jako puno ljudi i organizacija nije vjerovalo da Hrvatska može biti središnje mjesto za investicije u ranoj fazi. Naš posao je ulagati u hrvatske startupe i

oplemeniti taj novac za naše investitore. Ono što ne radimo jest da ne padamo pod utjecaj previsokih evaluacija ili želja koje nisu u skladu s našom strategijom, ili nisu na potrebnoj razini s komercijalne i poslovne strane. Nezahvalno je izdvajati tvrtke, no mogu reći kako smo ponosni na Native Teams i Bloq.it. Postoji još nekoliko primjera koji su kroz godine toliko rasli da ih je užitak gledati. Nisu oni rasli zbog nas, mi smo bili financijska injekcija, nego radi toga što su njihovi osnivači dovoljno slušali i bili dovoljno samostalni za odraditi ono što im preporučamo. Istaknuo bih da su, nakon naših investicija, tvrtke iz našeg portfelja reizdale 430 milijuna eura, što je zaista veliki iznos.

Kakva je situacija danas, je li teže ili lakše prikupiti kapital nego prije recimo pet godina?

Dobrim timovima s dobrim osnivačima, izvedbom i idejom nikad nije bilo teško prikupiti novac. Uvijek je bilo razmjerno lako osigurati investicije u ranom razdoblju, a u ozbiljnijem seudu teško. Mi smo kao startup tržište, startup ekosustav došli do toga da imamo sve više timova i biznisa koji nisu dovoljno dobri da bi osigurali ulaganja u kasnijim fazama. Njihov biznis i poslovni model ne raste dovoljno brzo da bi mogao privući dodatne investitore. Ali to je normalno, takvi biznisi se onda prodaju za pet, deset ili dvadeset milijuna eura. Oni i dalje posluju bolje od većine standardnih biznisa, no prestaju biti target za VC investicije.

Koji su planovi za dalje? Na kakve startupe i koje faze razvoja trenutno imate usmjerenje?

U akceleratorском fondu možemo investirati do 300.000 eura po timu, a u VC-ju do tri milijuna. U ranoj fazi gledamo startupe koji imaju potencijal za rast, a u kasnijoj da taj rast bude vidljiv i da su osnivači doista sposobni sve to odraditi. Što se planova tiče, nastavljamo dalje u skladu sa strategijom, na dobrom smo putu; kompanije iz prošlog i ovog fonda rastu i opravdavaju investiciju. Do kraja godine imat ćemo bar još jedan closing za investicije. Međusobno povezujemo kompanije te na taj način radimo na vlastitom ekosustavu.

 VEDRAN HARČA



ORDINACIJA DENTALNE MEDICINE
DAMIR KIRLIĆ
dr. med. dent.

Augusta Cesarca 1
49218 Pregrada

049/377-937
damir.kirlic@gmail.com



KOVAC D.O.O.

KNJIGOVODSTVENI SERVIS POREZNO SAVJETOVANJE



Zlatka Sulentića 12, 10000 Zagreb 01 464 1104 info@kovacdoo.hr



Trans Avio Tim - TRANSPORT ABOUT TIME

Fabkovićeve 7
10000 Zagreb

099 816 7074
01 4562 581

export@transaviotim.com
www.transaviotim.com

Mi brinemo umjesto vas

- Prijevoz živih životinja
- Organizacija charter cargo prijevoza
- Organizacija cargo i zbirnih načina prijevoza
- Organizacija pakiranja i prijevoza opasnih tvari
- Carinjenja
- Vođenje intrastat dokumentacije
- Logistika - transport i skladištenje





AMERIČKE FARMACEUTSKE TVRTKE RAZMATRAJU OBUSTAVU ILI ODGODU LANSIRANJA LIJEKOVA U EUROPI

HOĆE LI EUROPSKI PACIJENTI MORATI PLAĆATI VIŠE?

KRAJEM 2025. GODINE TRUMPOVA ADMINISTRACIJA POKRENULA JE TRUMPRX.GOV, VLADINU WEB STRANICU KOJA POTROŠAČIMA OMOGUĆUJE IZRAVNU KUPNJU LIJEKOVA NA RECEPT. Taj potez dio je šire revizije američke farmaceutске politike, koja uključuje pisma poslana čelnicima sedamnaest velikih farmaceutskih tvrtki u kojima se navodi kako bi trebali smanjiti cijene lijekova na recept u SAD-u, kako bi se izjednačile s onima koje se plaćaju u inozemstvu

U hvaćene u sukobu s američkim predsjednikom, koji želi sniziti troškove medicinskih tretmana u Sjedinjenim Američkim Državama, farmaceutске tvrtke mogle bi povisiti cijene u Europi, ili odgoditi puštanje inovativnih lijekova na tržište. Hoće li europski pacijenti morati plaćati više za svoje lijekove?

Dok se Donald Trump bori za smanjenje troškova zdravstvene zaštite za pacijente u Sjedinjenim Američkim Država-

vama, diljem Europe raste zabrinutost. Njegov plan usklađivanja cijena lijekova u SAD-u s najnižim cijenama koje plaćaju druge razvijene zemlje, politika koju je nazvao određivanjem cijena "najpovlaštenije nacije" (MFN), izazvao je strahove da bi pristup medicinskim proizvodima u Europi, kao neizravna posljedica, mogao postati teži.

Krajem 2025. godine Trumpova administracija pokrenula je TrumpRx.gov, vladinu web stranicu koja potrošačima omo-

gućuje izravnu kupnju lijekova na recept. Taj potez dio je šire revizije američke farmaceutске politike, koja uključuje pisma poslana čelnicima sedamnaest velikih farmaceutskih tvrtki, u kojima se navodi kako bi trebali smanjiti cijene lijekova na recept u SAD-u, da bi se izjednačile s onima koje se plaćaju u inozemstvu.

"Europa će morati platiti malo više" – rekao je Donald Trump. "Ostatak svijeta morat će platiti malo više, a Amerika će platiti puno manje."



FOTO: FREEPIK

Generička farmaceutska industrija ima ključnu ulogu, jer omogućava značajne uštede za zdravstvene fondove, i time oslobađa financijski prostor za uvođenje novih, inovativnih terapija za pacijente kojima su one najpotrebnije.” rekla je.

U rujnu 2025. godine HBI je pokrio porast cijene Eli Lillyjevog Mounjaroa u Velikoj Britaniji za 170 posto, usred Trumpovog nastojanja da se cijene američkih lijekova snize. Novo Nordisk je slijedio taj primjer, najavljujući planove za izravnu prodaju svojih tretmana za mršavljenje Ozempic i Wegovy američkim potrošačima bez recepta.

Farmaceutski div Pfizer postao je prva velika tvrtka koja je pristala na cjenovni sporazum implementacijom DTC web stranice, kao i pridržavanjem MFN politike cijena za lijekove na recept pokrivena Medicaidom. Zauzvrat, Pfizer je dobio trogodišnje razdoblje odgode od američkih farmaceutskih tarifa. Dana 10. listopada 2025. farmaceutska tvrtka AstraZeneca također je pristala sniziti cijene Medicaida, kao i prodaju lijekova DTC na Trumpovoj web stranici, u zamjenu za trogodišnje ublažavanje carina.

Izvršni direktor Pfizera Albert Bourla, prvi farmaceutski šef koji je prošle godine najavio sporazum o cijenama s američkim predsjednikom Donaldom Trumpom, rekao je da je sporazum prisilio Pfizer da poveća cijene u inozemstvu.

“Kad izračunamo, hoćemo li smanjiti cijenu u SAD-u na razinu Francuske, ili prestati opskrbljivati Francusku? Prestat ćemo opskrbljivati Francusku.” — rekao je Bourla novinarima na godišnjoj konferenciji JPMorgana o zdravstvu. “Dakle, ostat će bez novih lijekova. Sustav će nas prisiliti da ne možemo prihvatiti niže cijene.”

Drugi farmaceutski rukovoditelji rekli su na konferenciji da tiho razmatraju zadržavanje ili odgađanje lansiranja lijekova u Europi.

Kako Hrvatska stoji s opskrbom lijekova, objasnili su iz Plive:

“U posljednjih deset godina Hrvatska bilježi pad dostupnosti kritičnih generičkih lijekova od oko 40 posto, što je iznad europskog prosjeka. Dodatna koncentracija vidljiva je i u činjenici da, kad se promatraju dobavljači s više od 60 posto tržišnog udjela, čak 91 posto kritičnih generičkih lijekova primarno ovisi o

jednom dobavljaču, osobito u područjima onkologije, kardiologije, lijekova za središnji živčani sustav i antibiotika.” — govori Sušan Šulentić za Financije.hr.

Podatak koji bi mogao potaknuti zabrinutost je da 68 posto generičkih lijekova s Popisa kritičnih lijekova Europske unije, u Hrvatskoj isporučuje samo jedan dobavljač. Tamara Sušan Šulentić, viša direktorica Komunikacija u Plivi otkrila je zašto je tome tako.

“Prema istraživanju koje je provela Teva Pharmaceuticals Europe, čija je Pliva članica iz Hrvatske, čak 68 posto generičkih lijekova s Popisa kritičnih lijekova Europske unije u Hrvatskoj danas isporučuje samo jedan dobavljač. Taj podatak jasno pokazuje koliko je opskrba određenim terapijama postala koncentrirana i posljedično ranjiva.” — kaže naša sugovornica.

“Razlog tome leži u dugogodišnjim strukturnim pritiscima na tržištu generičkih lijekova, stalnom pritisku na cijene, rastu regulatornih i proizvodnih troškova te snažnoj konsolidaciji proizvođača.” — objašnjava.

Diederik Stadij, sektorski ekonomist za TMT i zdravstvo u multinacionalnoj banci ING, rekao je da TrumpRx neće imati značajan utjecaj na cijene lijekova u SAD-u i da DTC kanal neće izazvati snažnu reakciju drugih zemalja.

“Za potrošače će utjecaj na cijene biti ograničen.” — rekao je Stadij. “Postoji pritisak na europske regulatore da povećaju cijene lijekova s robnim markama, što bi se moglo dogoditi postupno, ali za generičke lijekove učinci će biti ograničeni.”

Iz Plive govore kako su cijene lijekova pale u odnosu na ostale proizvode iz potrošačke košarice građana.

“Istraživanje pokazuje da su u posljednjem desetljeću prosječne cijene potrošačke košarice porasle oko 30 posto, cijena kruha oko 40 posto, dok su cijene lijekova pale za oko osam posto, što dodatno otežava ekonomsku održivost proizvodnje i opskrbe generičkim lijekovima.” — kaže Sušan Šulentić.

Izgleda da nas čeka razdoblje oblikovanja politika i strateškog reorganiziranja. Farmaceutske tvrtke mogu prilagoditi strukturu cijena na marginama, ali europski zdravstveni sustavi, sa svojim procjenama isplativosti i odgođenim lansiranjima, dobro su zaštićeni od

Trump je poslao pisma glavnim direktorima tvrtki Eli Lilly, Sanofi, Regeneron, Merck & Co, Johnson & Johnson i AstraZeneca, među ostalima, kako bi smanjile cijene lijekova. TrumpRx.gov predstavlja veliku promjenu politike. Izravnom prodajom potrošačima, administracija se nada zaobići posrednike i sniziti cijene za Amerikance. Ali taj potres se već širi globalnim farmaceutskim tržištem.

Tamara Sušan Šulentić, viša direktorica komunikacija Plive, objasnila je za Financije.hr kako njihova tvrtka gleda na aktualne rasprave o mogućem odgađanju ili obustavi lansiranja novih lijekova u Europi zbog cjenovnih pritisaka.

“U Plivi smatramo da su stabilnost i predvidivost zdravstvenih sustava ključni. Dugoročno održiv pristup mora istodobno štiti priuštivost lijekova i omogućiti ulaganja u razvoj i dostupnost novih terapija, što zahtijeva koordiniranu strategiju i suradnju svih dionika na razini Europske unije i država članica.



FOTO: PIXABAY

američkih cjenovnih šokova u kratko-ročnom razdoblju.

“Kako je zdravstvo u nacionalnoj domeni, unutar Europske unije svaka zemlja treba jasno definirati svoju zdravstvenu i farmaceutsku strategiju koja će balansirati dostupnost, održivost i poticanje inovacija. Važno je pritom naglasiti da regulatorno odobrenje lijeka ne znači automatski i njegovu dostupnost, koja u praksi ovisi o nacionalnim modelima financiranja, budžetima i odlukama zdravstvenih fondova.” – dodaje Tamara Sušan Šulentić.

Objasnila je postoji li rizik da bi europski pacijenti u budućnosti mogli kasnije dobiti inovativne terapije u odnosu na SAD.

“Kao dio vodeće globalne biofarmaceutске kompanije, stalno pratimo regulatorne i trgovinske rasprave, uključujući odnose između SAD-a i EU, te njihov mogući utjecaj na dostupnost lijekova i stabilnost opskrbe. Uloga Teve i Plive je osigurati stalnu dostupnost kvalitetnih lijekova i doprinositi zdravlju ljudi. Kao tvrtka koja svakodnevno opslužuje oko 150 milijuna pacijenata u šezdesetak zemalja, ostajemo usmjereni na odgovorno djelovanje za dobro pacijenata.

Američka vlada također je uvela carinu od petnaest posto na farmaceutske proizvode robnih marki uvezene iz EU, čime je poremećena dugogodišnja prak-

sa izuzeća lijekova od carina zbog njihove važnosti za javno zdravstvo.”

Analitičari tima za stratešku obavještajnu djelatnost farmaceutске industrije, GlobalData, komentirali su:

“U konačnici, nedavni trgovinski sporazum između SAD-a i EU-a povećao je razinu neizvjesnosti unutar farmaceutске industrije, izazivajući zabrinutost zbog potencijalnog povećanja carina za više od petnaest posto u budućnosti. Nekada zaštićeni sektor suočava se s geopolitičkim pomakom, ostavljajući farmaceutsku industriju ranjivom na globalnu volatilnost.”

Trump je krajem siječnja ove godine pozdravio sporazume kao mjere koje su prisilile Europu da poveća cijene.

“Dakle, prelazimo iz užasne situacije s lijekovima na recept, na najnižu cijenu bilo gdje u svijetu.” – rekao je.

Nakon što su dovršili svoje dogovore s Trumpom, farmaceutski direktori povećavaju pritisak na Europu i druge zemlje da povećaju cijene i uravnoteže potencijalne gubitke prihoda u SAD-u.

Prošle godine je Bristol Myers Squibb zaprijetio da će zaustaviti lansiranje svojeg popularnog lijeka za shizofreniju u Velikoj Britaniji, ako se ne povećaju cijene. U prosincu je Velika Britanija obećala povećati cijene lijekova u sporazumu sa SAD-om. Glavni direktor za komercijalizaciju BMS-a Adam Lenkowsky rekao je da sporazum s Ujedinjenim Kraljevstvom nije otišao dovoljno daleko.

Analitičari su rekli da je moguće da će napetosti dovesti do odgođenih lansiranja lijekova u Europi. Lijekovi se lansiraju u Europu otprilike godinu dana nakon što su lansirani u SAD-u, rekao je Will Humphrey, potpredsjednik tvrtke Capstone, specijalizirane za zdravstvenu politiku i savjetovanje.

“Kako bi se dugoročno osigurala stabilna dostupnost lijekova za pacijente, važno je razvijati nabavne modele koji uz cijenu vrednuju i sigurnost te održivost opskrbe, poticati proizvodnju unutar Europe te jačati suradnju među državama članicama u upravljanju zalihama. Kod kritičnih generičkih lijekova raznolika i pouzdana opskrba ključna je za otpornost zdravstvenog sustava i kontinuitet terapije za pacijente.” – zaključuje Sušan Šulentić iz Plive.

KRISTINA ŠERIĆ SMOLČEC

EUROPA ĆE SE MORATI PRILAGODITI TRUMPU

Povijesno gledano, europske zemlje s državnim zdravstvenim sustavima imale su moć prisiliti farmaceutске tvrtke da plaćaju niske cijene. Nasuprot tome, SAD ima privatne i javne pružatelje zdravstvenih usluga, koji međusobno ne pregovaraju o cijenama lijekova. Dok su farmaceutске tvrtke pozivale na više cijene, najveći njemački pružatelj javnog zdravstvenog osiguranja, Techniker Krankenkasse, rekao je da su cijene lijekova već previsoke.

“Mi u Njemačkoj očitno previše plaćamo.” – rekao je Jens Baas, glavni izvršni direktor TK-a. “Više cijene lijekova vjerojatno neće stimulirati gospodarstva u Njemačkoj ili Europi.”

“One samo povećavaju profitne marže farmaceutskih tvrtki i opterećuju one koji plaćaju u zakonski sustav zdravstvenog osiguranja. Sve me to podsjeća na način na koji se Trump odnosio prema NATO-u.” – rekao je, misleći na američku kampanju pritiska da prisili svoje saveznike da troše više na obranu.

“Europske nacije nemaju značajne proračunske viškove koje mogu iskoristiti za trenutačno povećanje rashoda za cijene lijekova. Morat će pronaći način da se prilagode nekim od ovih prioriteta Trumpove administracije, ili riskiraju da ti proizvođači lijekova odgode svoja lansiranja.”



Zdravi San

MADRACI I NADMADRACI
PO MJERI, ZA KAMIONE I PLOVILA
i ostali asortiman za spavanje

Kolodvorska 56, 44320 Kutina
044/625-206, 091/464-5254
info@madraci-zdravisan.com
www.madraci-zdravisan.com



ORDINACIJA
DENTALNE MEDICINE

Marina Mršić

dr.dent.med., specijalist kirurgije



Hrvatskog Sokola 59, Zagreb

01/3832-640

ordinacijamrsic@gmail.com



Zrno ljubavi

francuska pekara - slastičarna
svježi kruh, peciva, slastice od EKO brašna



Zrno ljubavi



zrnoljubavi_frenchbakery



Kroz Smrdečac 31, 21000 Split
095 516 2191

pekara.zrno.ljubavi@gmail.com

EUROPSKA INDUSTRIJA ORUŽJA

OD REGULACIJE DO GLOBALNOG IZVOZA

EUROPA NEMA SNAŽNU “KULTURU ORUŽJA”, ALI ODRŽAVA STROGE PROPISE. IPAK, KAO GLAVNI SVJETSKI PROIZVOĐAČ I IZVOZNIK ORUŽJA, REGULACIJA VLASNIŠTVA, LICENCIRANJA I PROVEDBE OSTAJE ODGOVORNOST POJEDINAČNIH ZEMALJA EUROPSKE UNIJE

Europa ima neke od najstrožih propisa o oružju na svijetu, a ujedno je i jedan od najvećih proizvođača i izvoznika vatrenog oružja. Vlasništvo je ograničeno, automatsko oružje je zabranjeno, a izdavanje dozvola se strogo nadzire. Ipak, europske tvornice proizvode puške, pištolje, streljivo i vojno oružje pod strogim propisima. To se oružje isporučuje daleko izvan Europske unije. Njemačka, Francuska, Italija, Poljska i Češka Republika predvode industriju.

S obzirom na nastavak rata u Ukrajini i rastuće sigurnosne napetosti diljem svijeta, europska proizvodnja oružja se povećava. Tvornice streljiva se šire, proizvodnja oružja raste, a Europska unija radi na jačanju svoje obrambene industrije kako bi smanjila ovisnost o uvozu iz SAD-a. Većina oružja europske proizvodnje prodaje se u inozemstvu. Oko 70 posto izvoznih dozvola ide kupcima izvan EU-a, posebno onima na Bliskom istoku, u Aziji i sjevernoj Africi.

Čak i uz stroga pravila Europske unije, ovo legalno izvezeno oružje često završi u područjima sukoba, ponekad nakon što je ponovno izvezeno. Europska komisija inzistira na tome da su njezini propisi učinkoviti, ali problemi s ilegalnom trgovinom i preusmjeravanjem oružja i dalje rastu.

Europa nema snažnu “kulturu oružja”, ali održava stroge propise. Ipak, kao glavni globalni proizvođač i izvoznik oružja, regulacija vlasništva, licenciranja i provedbe ostaje odgovornost pojedinačnih zemalja Europske unije. S obzirom na Münchensku sigurnosnu konferenciju koja se održala 13. veljače, i stalne napore Europe za proizvodnju streljiva i postizanje autonomije obrambene industrije, njezina industrija oružja zauzima središnje mjesto.

Čelnici EU-a spremaju se raspravljati o potrebi za trajnom proizvodnjom esencijalnog oružja i streljiva sa sjedištem u Europi. No povećanje proizvodnje donosi nove rizike. Izvoz vatrenog oružja u blok uključuje složenu interakciju između pravila na razini cijele EU i suverenih nacionalnih propisa, stvarajući rupe u zakonu koje izazivaju sigurnosne sumnje.

Bez javnog nadzora oružje se može slati u “neutralne” treće zemlje sa slabim propisima, koje ga zatim ponovno izvoze u područja sukoba. Unutar granica EU-a, zemlje se suočavaju s pojavom “pušaka duhova”: netradicionalnog vatrenog oružja, posebno 3D printanih pištolja (3DPF) i “80 posto jeftinijih” pištolja izrađenih od izoliranih dijelova. U napadu u sinagogi u Halleu 2019. godine, muškarac je ubio dvije osobe 3D printanim pištoljem.

Paralelno s Münchenskom sigurnosnom konferencijom, Globalna inicijativa protiv transnacionalnog organiziranog kriminala (GI-TOC) bila je domaćin rasprava o sve većoj pojavi krijumčarskih mreža, od kojih mnoge krijumčare vatreno oružje, te o mjerama za suzbijanje hibridnih napada koji često koriste ilegalno oružje ili oružje malog opsega za destabilizaciju europske sigurnosti.

Mozaik nacionalnih i EU propisa

Regulatorni okvir EU-a ograničava vlasništvo nad oružjem civilima i postavlja minimalne standarde za cirkulaciju oružja unutar jedinstvenog tržišta. Pravila definiraju dopuštene vrste, tehničke standarde, zahtjeve za sljedivost, kretanje unutar EU-a i postupke za uvoz, izvoz i tranzit sa zemljama izvan EU-a. Međutim, ti standardi nisu nadnacionalni, pa



FOTO: UNSPLASH

većinu politike o vatrenom oružju i dalje odlučuju pojedine države članice.

Europska komisija je prvi put predložila Direktivu o vatrenom oružju 1991. godine, kako bi vatreno oružje integrirala u jedinstveno tržište uz zaštitu javne sigurnosti. Godine 2015. Europska unija je ažurirala i pooštrila kontrole oružja na razini cijele unije, nakon terorističkih napada u Parizu, uvodeći zajedničke standarde kako bi se osiguralo da deaktivirano vatreno oružje ostane neupotrebljivo.

Daljnje ažuriranje iz 2021. godine donijelo je nova pravila za sljedivost, poboljšane prekogranične informacijske sustave i zabrane određenog poluautomatskog vatrenog oružja za civile. Međutim, provedba se i dalje razlikuje od zemlje do zemlje, uglavnom ovisno o dostupnim resursima i mogućnostima kibernetičke istrage. Trodimenzionalno tiskano vatreno oružje sve je veća politička zabrinutost. Iako revizija Direktive



iz 2021. godine čini takvo oružje ilegalnim, ona ne zabranjuje jasno posjedovanje ili dijeljenje digitalnih nacrti. Taj jaz omogućuje trgovcima da iskoriste razlike u nacionalnim zakonima.

Bez naknadnog zakonodavstva uključenog u Akcijski plan EU-a za razdoblje 2020.—2025., Europski parlament upozorio je na pad sljedivosti vatrenog oružja i pozvao Komisiju da regulira sve opasnije takozvano “tiho oružje”. Revizija Direktive o vatrenom oružju očekuje se 2026. godine. Planirana preinaka Direktive o vatrenom oružju u Bruxellesu, tekuća provedba Akcijskog plana EU-a o trgovini vatrenim oružjem za razdoblje 2020.—2025., te uredba Parlamenta i Vijeća iz 2025. o zatvaranju “rupa” u trgovini vatrenim oružjem pokazuju stalne napore EU-a da poostri pravila na razini cijele Europske unije.

Komisija također namjerava uvesti središnji, sigurni elektronički sustav izdavanja dozvola između 2027. i 2029., kako bi se poboljšala sljedivost oružja

i pomoglo državama članicama u dijeljenju informacija o odbijenim odobrenjima. Odvojeno, u tijeku su rasprave o širim ograničenjima upotrebe olova u lovu, sportskom streljaštvu i drugim aktivnostima na otvorenom.

Lobističke skupine, veliki proizvođači oružja i vlasnici oružja u zemljama s jačom kulturom oružja, poput Švedske ili Češke, protivili su se većoj regulaciji EU. Tvrde da stroža pravila ograničavaju legitimnu civilnu upotrebu i štete nacionalnim tradicijama. Češka je već 2017. godine podnijela pritužbe na pretjerana ograničenja oružja u EU.

Posjedovanje oružja u EU: gdje je legalno?

Prema Direktivi EU o vatrenom oružju, oružje je podijeljeno u tri kategorije. Vatrene oružje kategorije A, poput automatskog i određenog oružja vojnog tipa, zabranjeno je za civilnu upotrebu, iako sve države članice EU mogu izdati po-

sebna odobrenja pod strogim uvjetima. Češka je poznata po najpopustljivijim zakonima, uključujući dozvole za skriveno nošenje. Austrija, Poljska i Finska također su među najmanje restriktivnima.

Vatrene oružje kategorije B, uključujući većinu pištolja i poluautomatskih pušaka, ograničeno je i potrebno je pojedinačno odobrenje. Vatrene oružje kategorije C, uglavnom lovačke puške i sačmarice, dopušteno je, ali mora biti registrirano, posebno u zemljama s jakom lovačkom tradicijom poput Finske i Švedske.

Poluautomatsko oružje je legalno samo unutar određenih ograničenja, a deaktivirano vatrene oružje mora ispunjavati standarde EU-a. Replike i imitacije vatrenog oružja obično nisu obuhvaćene zakonodavstvom EU-a, pa ih reguliraju nacionalna tijela. Zbog toga se strogo nadziru u zemljama poput Ujedinjenog Kraljevstva, ali se drugdje široko prodaju u skladu sa zakonima o zaštiti potrošača.



REGULIRANO NA NACIONALNOJ RAZINI, TRGUJE SE PREKO GRANICA

Nadzor oružja u Europskoj uniji uglavnom se provodi na nacionalnoj razini. Svaka država članica odlučuje kako primjenjivati pravila EU-a, licencirati privatno vlasništvo oružja, postupati s ilegalnim posjedovanjem, provoditi zakone i kako štititi kulturna ili institucionalna prava.

Istodobno, industrija vatrenog oružja posluje preko granica. Prema ugovorima EU-a, oružje se smatra robom, što omogućuje licenciranim proizvođačima prodaju na jedinstvenom tržištu. To stvara napetost između javne sigurnosti, koja spada pod nacionalnu policijsku i ustavnu nadležnost, i usklađivanja s Europskom unijom. Rezultat je hibridni sustav: Bruxelles definira osnovna pravila za proizvodnju i cirkulaciju, ali politički nadzor nad civilnim pristupom i provedbom ostaje nacionalan. Takva struktura stvara pravne i operativne praznine, omogućujući legalno kretanje oružja preko granica, dok nadzor ostaje neravnomjeran.

Iskorištavane su razlike u pravilima izdavanja dozvola, ograničenjima spremnika, standardima deaktivacije i provjerama izvoza. Primjerice, civilno vatreno oružje kupljeno legalno u jednoj zemlji može se prokrijumčariti u drugu, dok se vojno oružje izvezeno uz nacionalne dozvole kasnije može zloupotrijebiti.

Posjedovanje oružja ograničeno je na osobe s dozvolom, kao što su lovci, sportski strijelci i priznati kolekcionari. Svi moraju dokazati legitimnu svrhu, proći provjeru prošlosti i liječničke provjere, te se pridržavati strogih pravila skladištenja i sljedivosti. Francuska i Italija imaju posebno strukturirane okvire za izdavanje dozvola. U praksi, nacionalna provedba varira. Poluautomatska puška koja je legalna za sportsko streljaštvo u Češkoj ili Austriji, može biti zabranjena u susjednim državama članicama.

“Puške duhova” napravljene od usamljenih dijelova

Online prodaja i prekogranični prijevoz dodatno kompliciraju praćenje oružja nakon što ono napusti zemlju podrijetla. Prema izvješću Europolu o procjeni ozbiljnih i organiziranih prijetnji iz 2025., kriminalne mreže sve više koriste platforme za e-trgovinu u svrhu prodaje dijelova i izbjegavanje tradicionalnih ca-

rinskih provjera. Rezultat su “puške duhova”, jedan od glavnih problema koje je EU nastojao riješiti svojom Direktivom o vatrenom oružju. Riječ je o privatno izrađenom vatrenom oružju kojemu nedostaju serijski brojevi i oznake proizvođača, što ga čini nemogućim za praćenje putem tradicionalnih sustava registracije i praćenja.

Iako zakonodavstvo EU-a općenito kriminalizira posjedovanje takvog oružja, ono ne regulira sveobuhvatno digitalne nacрте, online datoteke ili polugotove komponente koje se koriste za njihovu proizvodnju. Zbog toga pojedinci mogu legalno dobiti dizajn izrađen 3D printanjem i uvesti nedovršene dijelove koji postaju ilegalni tek nakon sastavljanja. Takva rupa u zakonu, uz nedosljednu provedbu zakona, ograničeno prikupljanje podataka i prekograničnu online trgovinu, omogućuje da takvo ilegalno oružje uđe u promet i ostane nevidljivo vlastima.

Osim toga, tehnologija neprestano napreduje i pogoršava problem: 3D prin-

teri i CDC strojevi učinili su još lakšom i jeftinijom proizvodnju funkcionalnog vatrenog oružja izvan reguliranih lanaca opskrbe.

Svi žele oružje iz EU

Europska industrija oružja obuhvaća malokalibarsko i lako naoružanje (SALW) proizvedeno za pojedince ili odrede. Ne uključuje tešku opremu poput tenkova, borbenih zrakoplova ili brodova, koju Europa još uvijek uglavnom nabavlja od saveznika. Trenutačno 64 posto glavnog uvoza oružja u članice NATO-a u Europi dolazi iz SAD-a.

U 2025. godini ukupna proizvodnja lakog oružja (SALW) u Europskoj uniji procijenjena je na četiri do pet milijuna jedinica, uključujući 2,5 do 3 milijuna civilnog ili sportskog vatrenog oružja te 1,5 do 2 milijuna vojnih ili policijskih komada. Proizvodnja streljiva naglo je porasla, a proizvodnja topničkih projektila dosegnula je oko dva milijuna, u odnosu na 300.000 u 2022. godini. Proizvođači oružja proširili su svoje tvornice za sedam milijuna četvornih metara u 150 pogona, što je otprilike trostruko više od mirnodopske stope proizvodnje u industriji.

Pet glavnih europskih proizvodnih središta čini većinu proizvodnje malog oružja u bloku, što podupire položaj Europe kao glavnog svjetskog izvoznika. U Italiji je Beretta Holding prijavio prihod od 1,668 milijardi eura u 2024. Njemački Heckler & Koch prijavio je prihod od 343,4 milijuna eura, dok je belgijski FN Browning iste godine ostvario prihod od 934 milijuna eura. Austrijska tvrtka Glock prijavila je prihod od 670,32 milijuna eura u 2024., a češka Colt CZ Group prodala je 633.739 komada vatrenog oružja.

Nabrojene tvrtke orijentirane su na svjetska tržišta. Na temelju financijskih izvješća za 2024.–2025., grupa procjenjuje da 55 do 65 posto ukupnih prihoda dolazi od izvoza izvan EU. Njihovi glavni kupci su SAD, Saudijska Arabija, Ujedinjeno Kraljevstvo, Egipat i Katar. To dovodi u pitanje transparentnost. Europski revizorski sud upozorio je da sve brži i složeniji novčani tokovi u financiranju obrane EU-a nadilaze postojeće sustave nadzora, dodajući da su neovisnost i pravodobnost revizije postale izazov u 2026. godini.



FOTO: UNSPLASH

 KRISTINA ŠERIĆ SMOLČEC

FOTO: DDC STUDIO



BITE ART

OD GALERIJE DO TANJURA: INOVATIVNI SUVENIRI KOJI MIJENJAJU DOŽIVLJAJ UMJETNOSTI

ANA ŠERIĆ PRETVARA TRADICIONALNI PAPERENJAK U NOSITELJA UMJETNIČKE PRIČE I POKAZUJE KAKO KREATIVNA IDEJA MOŽE OSVOJITI I DOMAĆE I MEĐUNARODNO TRŽIŠTE

Umjetnost se može doživjeti na bezbroj načina, i obično u ljudima pobuđuje duboke osjećaje. Danas je, međutim, moguće umjetnost i kušati. Upravo na toj zamisli temelji se projekt BITE ART, koji je 2016. godine pokrenula poduzetnica Ana Šerić. Riječ je o jedinstvenim suvenirima koji spajaju tradicionalni hrvatski paprenjak i reprodukcije djela poznatih umjetnika, približavajući umjetnost široj publici na nescakidajni način. Nakon što se paprenjak pojede, ambalaža se pretvara u okvir, a umjetničko djelo ostaje kao trajna uspomena – mali spoj dizajna, tradicije i suvremene kreativnosti.

“Veći dio profesionalnog života bavim se video produkcijom, a BITE ART je nastao kao nastavak mogeg umjetničkog djelovanja koje je započelo još na Akademiji likovnih umjetnosti. Oduvijek me zanimalo kako umjetnost približiti publici izvan galerijskog prostora. Zami-

sao da umjetnost prenesem na tradicionalni hrvatski paprenjak bila je možda neobičan, ali logičan korak. Ako ljude pozivate da zagrizu u vašu priču, tada jestiva umjetnost postaje snažno komunikacijsko pomagalo.” – rekla je Šerić za Financije.hr.

Uz standardne kolekcije i pakiranja s jednim paprenjakom te magnetom, BITE ART razvija i personalizirane poslovne poklone pod geslom “Personalizaciju smo pretvorili u umjetnost”.

Šerić ističe kako želi da sve što rade bude posebno. Ne voli rješenja na prvu – ni u jednoj, niti u drugoj branši kojom se bavi. Vjeruje da upravo ta posvećenost pojedinostima i konceptu stoji iza činjenice da opstaju i rastu sve te godine.

“Posebno bih izdvojila destinacijski suvenir BITE Zagreb, u kojem se pakiranje transformira u tanjurić za posluživanje, kao i kolekciju Croatian Tradition – Is a great idea, koja kroz dizajn ko-

municira hrvatsku inovaciju i identitet. Klijenti rado biraju i našu Love edition kolekciju, paprenjak i magnet s potpisom vječne romantičarke Ane Kolega, kao zahvalnice za vjenčanja. Nakon što se paprenjak pojede u pakiranju, ostaje magnet kao trajna uspomena na njihov dan. Naši proizvodi nisu klasični suvenir, oni su komunikacijsko pomagalo. Govore o tome da njihov vlasnik cijeni umjetnost, promišljen koncept i dizajn. Da je takav pristup prepoznat, potvrđuju i nagrade struke te brojna priznanja koja su naši proizvodi tijekom godina osvajali.” – rekla nam je poduzetnica.

Rok trajanja njezinih proizvoda je do dvanaest mjeseci, a zbog laganih i praktičnih pakiranja mogu se jednostavno spremirati u kofer i nositi na razna putovanja.

“U stalnoj ponudi surađujemo s hrvatskim umjetnicima, no imali smo priliku aplicirati i djela nekih od najvećih svjet-



FOTO: TOMISLAV MARIĆ

Ana Šerić

skih autora poput Amedea Modiglianija, Alexandera Rodchenka i Tamare de Lempicke. Posebno sam ponosna na suradnju s organizacijom YMCA, kroz koju su naši proizvodi bili ekskluzivan poklon na gala večeri u Metropolitan Museum of Art u New Yorku. Za njih smo također izradili i luksuzne VIP pozivnice.” — otkrila nam je Šerić.

“Iza svakog proizvoda stoji konkretna osoba, autentičan rukopis i odnos koji gradimo. Oduvijek mi je bilo bitno pokazati koliko je hrvatska likovna scena široka i raznolika. Od nježne, zaljubljene poetike Ane Kolega, preko figurativnog izraza Hrvoja Majera i apstraktnog Marka Tadića, pa sve do Vlahe Bukovca, čiji je senzibilitet i danas blizak mnogima. Tu je i street artist OKO za one koji vole urbanu energiju, kao i Ivan Večenaj, jedan od velikana hrvatske naive. Meni je najveće zadovoljstvo kad netko u toj raznolikosti

prepozna svojeg autora; kad se dogodi klik. A novih ideja i suradnji već ima u pripremi jer hrvatska umjetnost je živa, slojevita i neiscrpna. I uvijek nas tjera da idemo korak dalje.” — dodala je.

Ističe da su svi umjetnici s kojima surađuju ugledna imena hrvatske likovne scene, tako da ne postoji pogrešan odabir za ljude koji žele kušati njezinu ponudu. Kaže da oni koji su skloniji tradiciji često biraju Ivana Večenaja ili Vlahe Bukovca, dok ljubitelji suvremenog izraza posegnu za Markom Tadićem, hrvatskim predstavnikom na Venecijanskom bijenalu. Ima i ljudi koji vole grafiku te pomaknuta, zoomorfna rješenja, pa rado biraju OKO. A beskompromisni romantičari, osobito Dalmatinci, gotovo uvijek završe kod Ane Kolega.

“Na kraju dana, najpopularnije je ono djelo u kojem se netko osobno prepoznaje.” — kaže poduzetnica.

Paprenjake proizvodi slastičarnica M&M, obiteljska tvrtka s dugom tradicijom. Sama izrada paprenjaka odvija se prema tradicionalnoj recepturi, a nakon pečenja i hlađenja slijedi faza pakiranja i integracije dizajnerskog dijela proizvoda. Oslikavanje se ne radi ručno na svakom keksu, već kroz pažljivo osmišljen vizual koji je dio pakiranja i koncepta proizvoda, jer je i ambalaža ravnopravni dio umjetničke priče.

“S vlasnikom slastičarnice, Martinom Dumančić, sam tijekom godina izgradila odnos koji je prerastao klasičnu poslovnu suradnju — danas je to uhodan, partnerski i, rekla bih, prijateljski odnos. To mi je iznimno važno, jer bez povjerenja i zajedničkih standarda kvalitete ne možete graditi ozbiljan brend.” — rekla je Šerić.

Dodala je da sama proizvodnja keksa traje nekoliko dana, dok razvoj nove kolekcije, od ideje i suradnje s umjetnikom do završnog proizvoda, može trajati mjesecima.

“Ne volim rješenja na prvu. Svaka pojednost mora biti promišljena. U konačnici, najvažnije mi je da u cijelom procesu nema kompromisa kad je riječ o kvaliteti, i upravo zato biram suradnike koji dijele isto mjerilo.” — ispričala nam je Šerić.

Kaže da na početku nije htjela nuditi personalizirane proizvode jer se bojala da će postati još jedan brend koji samo primjenjuje logotip na proizvod, a to joj nije bio cilj. Preokret se dogodio kad su pronašli model koji im omogućuje da personalizaciji pristupe kreativno i konceptualno.

“Tada smo se jasno pozicionirali kao brend koji personalizaciju pretvara u umjetnost. To znači da klijentima ne nudimo samo prostor za ime ili logo, nego i ideju, vizual i priču. Najčešće traže da stavimo imena, datume, poruke za vjenčanja i korporativne događaje, ali sve češće i autorske interpretacije, nešto što će biti drukčije i pamtljivo. Jako pazimo da naši proizvodi nikada ne budu dosadni. Ako već radimo personalizaciju, ona mora imati karakter.” — ističe poduzetnica.

Objasnila nam je da je u kreiranju tih posebnih proizvoda nadahnjuju život, suradnje, zanimljivi ljudi i snažna djela, ali iznad svega umjetnost.

“Da mi je netko na Akademiji rekao da će se moji proizvodi jednog dana poklanjati u Metropolitanu, vjerojatno mu

CIJENE DOSTUPNE, ALI I ODRŽIVE

Cijene proizvoda Ane Šerić oblikuju se tako da budu dostupne, ali i održive. Iako ponekad smatra da stoje premalo, jer je iza svakog ozbiljan autorski rad, suradnja s umjetnicima, kvalitetna proizvodnja i pažljivo osmišljen dizajn. S druge strane, važno joj je da proizvodi ne postanu luksuz dostupan samo uskom krugu ljudi.

“Imam sreću da ne ovisim isključivo o toj marži za egzistenciju, pa si mogu dopustiti da mi prioritet bude priča, kvaliteta i dugoročna održivost, a ne kratkoročna zarada. Na cijenu utječe više čimbenika: autorska prava, kvaliteta sastojaka i proizvodnje, dizajn, pakiranje, male serije te činjenica da je riječ o suradnjama s priznatim umjetnicima. Ono što često nedostaje malim brendovima, pa tako i nama, jest kapital za snažniji iskorak, ozbiljniji marketing i dodatne ljude koji bi se bavili isključivo razvojem i promidžbom. To je, rekla bih, stvarnost mnogih kvalitetnih, ali malih hrvatskih brendova. Veliki igrači si mogu priuštiti timove i izdašne proračune, dok mali često opstaju na entuzijazmu, upornosti i vjeri u ideju. Ja sam svjesna tog izazova, ali vjerujem da dugoročno kvaliteta i autentičnost ipak pronađu svoj put.” — kaže ona.

ne bih vjerovala. A kad se to dogodilo, nekako je djelovalo potpuno prirodno. Kustosi Meta bili su oduševljeni našim paprenjacima, i tada sam shvatila koliko daleko jedna autentična, lokalna priča može dosegnuti. Kroz BITE ART želim nastaviti graditi most između hrvatske umjetnosti i suvremenog tržišta. Trenutačno smo usmjereni na širenje na europsko i svjetsko tržište, jer vjerujem u kolekciju Croatian Tradition — is a great idea. Smatram da ima svoje mjesto daleko izvan naših granica.” — zaključila je.

Prokomentirala je i zanimanje Hrvata za umjetnost. Smatra da bi zanimanje bilo veće kad bi umjetnost postala dio svakodnevice.

“Živimo u vremenu u kojem je pažnja najvrednija valuta. Sve je brzo, dostupno i površno: TikTok, YouTube, Instagram... U takvom okruženju umjetnost se teško natječe ako ostane zatvorena u ustanovama. Da bi ljudi danas razvili za-

nimanje, umjetnost im mora biti dostupna, vidljiva i dio svakodnevice. Mislim da nam nedostaje sustavniji kulturni odgoj. Moja generacija je kroz Glazbenu omladinu redovito odlazila u Hrvatsko narodno kazalište, gledala opere i balete. Danas djeca znaju globalne brendove i viralne trendove, ali nemaju stvarni kontakt s umjetnošću. To nije njihova krivnja, nego rezultat sustava i prioriteta.” — naglasila je.

Kaže da je upravo to njezina misija kroz BITE ART. Želi da umjetnost iziđe iz “hramova” i postane dio svakodnevice kroz proizvod, poklon, mali predmet koji nosi priču.

“Ako netko kroz naš rad prvi put upozna ime hrvatskog umjetnika, ili se zainteresira istražiti dalje, to je za mene uspjeh. Ne radim to samo zato da prodam proizvod. Radim to jer vjerujem da umjetnost mora ostati živa, prisutna i dostupna. I da svatko ima

pravo na svoj susret s njom.” — rekla nam je.

Na početku poslovanja najveći izazov joj je bio osigurati kapital, pa su ulagali kroz privatne kredite, jer su poslovni uvjeti bili vrlo nepovoljni. Dugoročno gledano, najveći izazov joj je bio pozicioniranje između sektora.

“Kad se prijavljujemo na natječaje iz kulture, često smo previše komercijalni. Kad se prijavljujemo na poduzetničke ili inovacijske linije, znamo biti previše umjetnički. Na neki način nalazimo se između dva sustava koji nemaju jasno mjesto za hibridne projekte poput našeg. Imamo kvalitetan proizvod i zanimanje međunarodnog tržišta, ali kad je riječ o ozbiljnijim potporama ili subvencijama, do sada ih nismo uspjeli ostvariti.” — rekla je Šerić.

“To usporava rast, posebno u segmentima poput marketinga i razvoja brenda. Angažman dodatnih stručnjaka, od brand managera do marketinških profesionalaca, zahtijeva investicije koje mali brendovi teško mogu podnijeti bez vanjske podrške. To je stvarnost mnogih malih, ali ambicioznih hrvatskih brendova. Mi se zasad oslanjamo na upornost, kvalitetu i dugoročno razmišljanje. Put je sporiji, ali vjerujem da je stabilniji.” — dodala je.

U budućnosti želi nastaviti graditi BITE ART strpljivo i dugoročno, širiti paletu proizvoda, razvijati nove suradnje s umjetnicima i ostati dosljedna zamisli da umjetnost može živjeti izvan galerijskih zidova. Sljedeći korak je snažnije međunarodno pozicioniranje.

Kaže da bi voljela da BITE ART u idućih pet do deset godina bude prisutan u relevantnim muzejskim shopovima i galerijama diljem Europe, ali i šire. Ne kao suvenir iz Hrvatske, nego kao primjer suvremenog i promišljenog spoja umjetnosti i dizajna.

“Dugoročno vidim BITE ART i kao platformu, prostor koji umjetnicima daje dodatnu vidljivost, a publici novi način susreta s umjetnošću. Ako pritom uspijemo dokazati da jedan mali autorski brend iz Hrvatske može igrati na međunarodnoj sceni, to će mi biti najveća potvrda da smo radili nešto ispravno. A investitori? Vjerujem da će prepoznati trenutak. I da ćemo jednog dana moći reći: Dobro je što nismo odustali.” — optimistična je Šerić.

 VLADANA KOVAČEVIĆ



FOTO: DGS STUDIO

NAJVEĆI EUROPSKI NOGOMETNI KLUBOVI ZAVRŠILI SU 2025. S MILIJARDU EURA GUBITKA

Nogometni klubovi iz najvećih europskih liga prošli su godinu završili s gubitkom većim od milijardu eura, otkrivaju podaci koje je objavila UEFA.

Ta informacija donekle iznenađuje, uzmemo li u obzir da su prihodi istih tih klubova, prema projekciji krovne europske nogometne organizacije, u 2025. dosegli rekordnih 30 milijardi eura, naspram 28,6 prethodne godine.

Skoro 50 posto tih prihoda ostvarilo je 25 najvećih klubova starog kontinenta, a Financial Times taj rast objašnjava većim sponzorskim ugovorima, transferima igrača i golemim iznosima koje su dobivali za sudjelovanje u paneuropskim natjecanjima.

S druge strane, rasli su operativni troškovi koji ponajprije uključuju mjesečna primanja nogometaša, a ona su, pak, u odnosu na 2024. bila veća za 4,8 posto.

Na vrhu liste klubova s najvećim gubicima nalazi se londonski Chelsea s 407 milijuna eura, ispred Lyona sa 196 i Tottenhama sa 148 milijuna. Chelsea je pritom bilježio i najveći rast troškova od čak 51 posto, ostavivši iza sebe gradske rivale iz Arsenala, čiji su troškovi porasli za 35 posto.

Vrijedi spomenuti da su sva tri kluba koja su lani poslovala s najvećim gubicima u vlasništvu Amerikanaca, kao što je private equity fonda Clearlake Capital, koji je većinski vlasnik Chelseaja.

UEFA-in izvještaj pokriva drugu godinu primjene novih financijskih pravila, koja ograničavaju potrošnju klubova na igrače vezano uz postotak njihovih prihoda. Engleska Premier liga planira uvesti sličan sustav sljedeće godine.

Andrea Traverso, Uefin direktor za financijsku održivost i istraživanja, rekao je da se klubovi "postupno vraćaju operativnoj profitabilnosti", ali je upozorio da će "nedostatak dosljednih financijskih regulativa na domaćoj razini" ograničiti mogućnost ostvarivanja dobiti na razini prije pandemije.

Treću godinu zaredom pao je i broj preuzimanja europskih nogometnih klubova kojih je 29 promijenilo vlasnika, odnosno jedan više nego 2022.

NETFLIX SE POVUKAO, PARAMOUNT NA KORAK DO PREUZIMANJA WARNER BROSA

Netflix je odustao od svojeg prijedloga za kupnju Warner Bros Discoveryja, čime je otvorio put da Paramount Skydance pobijedi u višemesečnoj borbi za jedan od najslavnijih holivudskih studija. Iz Warner Brosa su objavili da je najnovija ponuda Paramounta nadmašila Netflixovu, koji je potom odbio povećati ranije ponuđeni iznos.

Izvršni direktori Netflixa objasnili su da su odbili izjednačiti ponudu Paramounta Skydance, jer po toj cijeni preuzimanje "više nije financijski privlačno".

Pobjednik nadmetanja preuzeo bi nadzor nad legendarnim studijem, zajedno s njegovim filmovima i medijskim mrežama, što bi moglo značajno preoblikovati medijski krajolik.

Paramount je prije toga povećao svoju ponudu na dolar po dionici, podsjeća BBC.

"Transakcija koju smo dogovorili stvorila bi vrijednost za dioničare uz jasan put do regulatornog odobrenja." — istaknuli su izvršni direktori Netflixa, Ted Sarandos i Greg Peters, u priopćenju samo nekoliko sati nakon što je Sarandos posjetio Bijelu kuću.

Time se završava dramatična višemesečna saga koja bi — ako je regulatori odobre — mogla preoblikovati Hollywood. Naime, kalifornijski državni odvjetnik Rob Bonta upozorio je da ova akvizicija "nije gotova stvar".

"Dva holivudska titana nisu prošla regulatorni nadzor. Kalifornijski Odjel za pravosuđe ima otvorenu istragu i namjeravamo biti vrlo temeljiti u našem pregledu." — napisao je u objavi na društvenim mrežama.

Bonta je ranije ovog mjeseca naglasio da će njegov ured pregledati svaki dogovor koji uključuje Warner Bros, jer industrija zabave predstavlja "ključan sektor" gospodarstva Kalifornije. Paramount bi također trebao odobrenje američkog Ministarstva pravosuđa kao i europskih regulatora.



FOTO: WIKIMEDIA COMMONS

CNC

CIJEV NA CIJEV



PIPING DONE RIGHT

Cesta Sv. Katarine 3A
21201 Ljubitovica

091 798 3177
ivica.turkovic@cijevnacijev.hr



GRADNJA BRODOVA I
PLUTAJUĆIH OBJEKATA

Geo Tim



HORIZONTALNO BUŠENJE SA NAVOĐENJEM

Josifa Runjanina 75
31400 Đakovo

+385 (0) 31/ 81 62 29
+385 (0) 91/928 30 00
+385 (0) 91/228 30 00

www.geotim.hr
info@geotim.hr



AUTOMEHANIKA
AUTODIJAGNOSTIKA
VULKANIZACIJA
POVEĆANJE SNAGE

Poduzetnička zona II/26
33000 Virovitica
+385 33 728 342
www.predragovic-servis.hr
servis@predragovic-servis.hr



**PRIVATNA ORDINACIJA
DENTALNE MEDICINE
ČEOVIĆ**

Ivane Brlić Mažuranić 20,
10090 Zagreb

01 / 37 34 018

ordinacija@ordinacijaceovic.hr
www.ordinacijaceovic.hr

**CONTABILITA UNO
KONJIGOVODSTVENI SERVIS**

Brdine 20, 21251 Žrnovnica
091 97 13 139
snjezana@contabilitauno.com

Multiparking sustavi

Ako imate potrebe za dodatnim parkirnim mjestima

Prilaz Ivana Visine 3, 10020 Zagreb
098 207 575, info@multiparking.hr, www.multiparking.hr

PARKERI · PARKIRNI AUTOMATI · PARKIRNE PALETE
OKRETNJA PLOČA · AUTOMATSKI PARKERI · DODATNA OPREMA