



ANTE VLAHOVIĆ

Adris se nakon prodaje TDR-a usredotočuje na turizam, marikulturu i osiguravateljski biznis te planira izlazak i na Londonsku burzu

10.

POSLOVNA SCENA

ISTARSKE ŽUPANIJE

Istarska industrija jača i od jakog istarskog turizma

Okosnica je gospodarstva čak 99,1 posto malih poduzeća. Istrom tako danas dominiraju industrija i mali poduzetnici. Najviše zaposlenih radi u prerađivačkoj industriji, a tek nakon toga u trgovini i sektoru pružanja usluga smještaja i ugostiteljstva ➔

pišu **SANJA MIKOLČEVIĆ PETRUŠIĆ** i **KSENIJA PUŠKARIĆ**

lider@lider.media

GLAVNI AKTERI



GIANNI ROSSANDA
ULJANIK GRUPA

Brodogradilišta u Puli i Rijeci specijaliziraju se za posebne brodove, knjiga narudžbi popunjena je do 2018.

ŽELJKO KUKURIN
VALAMAR RIVIERA

Planira intenzivirati ulagačke aktivnosti i do 2020. investirati još 1,5 do dvije milijarde kuna; nedavno kupio Imperial Rab.



RAM ADDANKI
TDR

Novi vlasnik BAT planira uložiti u TDR kako bi dignuo proizvodnju sa 7,2 milijarde cigareta godišnje na 16 do 17 milijardi cigareta.

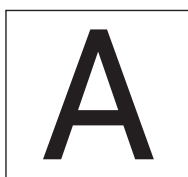


VELJKO OSTOJIĆ
AGROLAGUNA

Agrokorova 'istarska ispostava' na 1200 hektara proizvodi vino, maslinovo ulje, sir, a počinje se baviti i turizmom.

ALEN ŠIŠINAČKI
HOLCIM

Imaju vlastiti Centar za inovacije i projekte koji je na tržište lansirao i cement koji ne treba ni vaditi iz vreća.



Ako je ijedna hrvatska regija progresivna, onda je to Istra. Iako se na prvu ruku ne čini tako zbog masovnosti turističke ponude, no naš najveći poluotok, povezan s ostatkom države samo jednom ci-

jevi tunela Učke, što je za mnoge stanovnike itekako ponižavajuće, zapravo je prije svega razvijena industrijska regija u koju se već desetljećima doseljavaju ljudi iz cijele Hrvatske radi posla. Teško je zamisliti da je Istra sve do sredine prošlog stoljeća bila veoma siromašna i da su se ljudi iz nje iseljavali u druge krajeve trbuhom za kruhom. Sve se počelo mijenjati sredinom 60-ih godina prošlog stoljeća kad počinje turistički uzlet regije koja svoj vrhunac doživljava sredinom 80-ih godina prošlog stoljeća, kada se gotovo sva mjesta na zapadnoj obali razvijaju u prave turističke gradove.

No, uz turizam, u Istri se oduvijek radilo, uglavnom u industriji, a nije manjkalo ni dobrih poduzetničkih ideja. Prema posljednjim dostupnim informacijama, u lipnju 2016. u Istarskoj županiji zabilježen je 16.791 aktivni poslovni subjekt, a po udjelu malih poduzeća hrvatski je rekorder, pa tako u Istarskoj županiji tvrde da okosnicu gospodarstva čini čak 99,1 posto malih poduzeća.

Istrom tako danas zapravo ne dominira turizam, već industrija i mali poduzetnici, pa najveći broj zapo-

slenih na poluotoku radi u prerađivačkoj industriji, a tek nakon toga u trgovini i sektoru pružanja usluga smještaja i ugostiteljstva.

Adrisovi investicijski planovi Govoriti o Istri, a ne spomenuti Adris, gotovo je blasfemično. Rovinjska kompanija, nastala na duhanskom biznisu, kojeg se prošle godine i riješila, danas je treća najveća tvrtka u Hrvatskoj čiji su osnovni biznis turizam, marikultura i osiguranje. O Adrisu se sve zna, kao i to da je prošle godine ostvario najveći rast među 10 najvećih hrvatskih tvrtki od čak 58 posto, odnosno od 8,67 milijardi kuna, koji treba zahvaliti upravo prodaji TDR-a.

– Adris grupa danas posluje s godišnjim prihodom većim od tri milijarde kuna, a u državni proračun dnevno uplaćuje 12 milijuna kuna – poručuju iz Adrisa koji u iduće tri godine planira novi investicijski ciklus od čak četiri milijarde kuna, pogotovo kroz Maistru, šestu kompaniju po prihodima na poluotoku. Zainteresirani su i za privatizaciju ACI-ja, a sve se više šuška da izlaze i na Londonsku burzu, za što tvrtku navodno priprema američki JP Morgan. No sve je upitno dok se ne razriješiti tko će upravljati kompanijom, s obzirom na to da se u kuloarima govori da će se Ante Vlahović povući s čela Adrisa. A British American Tobacco (BAT) prošle je godine za 550 milijuna eura od Adris Grupe kupio TDR, što je bila i svojevrsna slatka osveta jer je ta tvrtka svojedobno

ZELENA ISTRA DOMAĆA HRANA POTIČE TURIZAM

Hrvatska Toskana, kako Istri tepaju strani novinari, položila je ispit prelaska iz kategorije masovnog turizma koji se bazira na ponudi 'sunca i mora' u istinsku destinaciju. Danas je kontinentalni dio, 'zelena Istra' od Grožnjana, Motovuna, Svetvinčenta pa sve do Labina, bogat kulturnim sadržajem, ali i dobrom

hranom i vinom, zbog čega turista na obali i u unutrašnjosti ima cijele godine. Prekrasni krajolici, ugodna klima, blizina mora i, što je najvažnije, blizina europskih metropola, razlozi su zašto je Istra postala domom i brojnom europskom jet-setu. Vilama u unutrašnjosti Istre, pa čak i u selima pokraj turističkih središta, najviše se čudio zadarski dio Liderove ekipe, jer u tom kraju nitko iz grada ne želi na selo, dok je u Istri obrnuto.

A ponuda kontinentalnog turizma, možemo i tako reći, kao da je počela u restoranu Giancarla Zigantea u Livadama, u kojem ćete usred radnog dana u studenome zateći grlatu gru-



pu Amerikanaca, mirne Nijemce i bar jednu do dvije grupe Talijana koji se goste – tartufima.

– Prvo sam otvorio trgovinu tartufa u Livadama, a zatim i restoran, prvi ugostiteljski objekt u Istri u kojem je gost mogao pojesti svježe tartufe iz Motovunske šume – kaže Zigante i dodaje kako na tome nije stao, nego je pokrenuo i vlastiti pogon za prerađivanje maslina, pa danas ima i svoje ulje, a proizvodi i svoja vina. Investicije broji u milijunima eura, sve mu se vratilo, a o koristi za lokalnu zajednicu da ne govorimo.

A gdje ćete zateći usred studenog mladog uljara čija maslinova ulja



osvajaju nagrade diljem svijeta nego u berbi maslina. Sandija Chiavalona, odnosno njegovo Ex Albis ekstraprevičansko maslinovo ulje, proglasila je organizacija World Best Olive Oils jednim od 25 najjačih svjetskih proizvođača maslinova ulja iz ekološkog uzgoja. To mu je, kaže, najdraže priznanje otkad je kao 13-godišnjak zasadio prve masline, a priznanja niže već desetak godina. Većinu proizvodnje izvozi, a potražnja raste, pa će se za njega daleko čuti.

Ovo nisu usamljeni primjeri. Istra se upravo autohtonim proizvodima brendira na turističkoj karti. A takav prihod od turizma ima dvostruku vrijednost.

i otjerala BAT iz Hrvatske. Integracija ide dobro, u što se svakodnevno može uvjeriti i svaki pušač TDR-ovih cigareta koje se polako pretvaraju u BAT-ove brendove, pa za kupnju omiljenih dimilica treba vodič za snalaženje. Novi vlasnik planira uložiti ne samo u brendove nego i u tehnološku nadogradnju tvornice u istarskom Kanfanaru 150 milijuna kuna, a plan je da TDR umjesto dosadašnjih 7,2 milijarde cigareta godišnje proizvodi od 16 do 17 milijardi cigareta koje se planiraju plasirati na tržište cijele regije, posebice Srbije.

– Naši su ciljevi ovdje dugoročni i mislimo da će nam se isplatiti – rekao je **Ram Addanki**, predsjednik Uprave TDR-a i BAT-ov globalni menadžer.

Specijalizacija Uljanika Uljanik grupa ušla je u ritam proizvodnje i u istoimenom brodogradilištu u Puli i u riječkom 3. maju. Nedavno su isporučili prvi od tri ugovorena trajekta za prijevoz automobila i teških vozila, a preostala dva dovršit će do kraja ove i iduće godine, kad počinje i gradnja luksuznog istraživačkog kruzera za Južni i Sjeverni pol koji može primiti 500 putnika. Grade i najveći jaružar na svijetu, vrijedan 150 milijuna eura. Knjiga narudžbi je popunjena do 2018., dokad moraju isporučiti čak 21 brod, pa je zadovoljan i predsjednik Uprave **Gianni Rossanda**.

– Upravo u specijaliziranim brodovima i vidimo svoju

priliku na međunarodnom tržištu – kažu u Uljaniku te navode da je najveći problem pronaći kvalitetne radnike, pa se okreću ukrajinskoj radnoj snazi. Inače, simbol Pule, Uljanikove dizalice koje dominiraju gradom, osvijetlio je poznati svjetski svjetlosni dizajner **Dean Skira** s čak 16 tisuća kombinacija različitih boja, pa su 'svijetleći divovi' postali i turistička atrakcija najvećega grada u Istri.

Valamar Riviera, treća najjača tvrtka u Istarskoj županiji, koja upravlja s čak 10 posto ukupnoga kategoriziranog smještaja u Hrvatskoj, jedan od najaktivnijih i najvećih ulagača u hrvatski turizam.

– Planiramo dodatno intenzivirati ulagačke aktivnosti i do 2020., u podizanje i repozicioniranje portfelja investirati još 1,5 do dvije milijarde kuna – kaže predsjednik Uprave Valamara **Željko Kukurin**. Iduće godine investicijski ciklus Valamar pokreće u Rapcu, a očekuje se da će uskoro dio sredstava uložiti i u Imperial na Rabu, njihovu najnoviju akviziciju, s AZ-om. Plava laguna Poreč i Istraturist Umag dvije su turističke tvrtke u vlasništvu Grupacije Lukšić, koje također čine okosnicu istarskog turizma. Plava laguna dio je **Lukšićeva** koncerna od 2000., a Istraturist od 2014. godine. Plava laguna, peta najjača tvrtka u Istri, prošle je godine ostvarila prihode od 1,04 milijarde kuna, a Istraturist, deveti na listi, 522 milijuna kuna, no njihovi financijski rezultati još nisu konsolidirani. ➔

tehnomont d.d.

proizvodnja i nautički turizam
bm • marina veruda



TEHNOMONT MARINA
VERUDA
PULA/HRVATSKA
www.facebook.com/marina.veruda



Cesta prekomorskih brigada 12, 52100 Pula
Tel: +385 52 224 034
Fax: + 385 52 211 194
E-mail: marina-veruda@pu.t-com.hr
www.marina-veruda.hr



Tehnomont Brodogradilište Pula d.o.o. , 52100 Pula, Fizela 6, Hrvatska
Tel.: +385(0) 52 386 923
Fax: +385(0) 52 386 328
E-mail: info@tehnomont.hr,
www.tehnomont.hr

GLAVNI AKTERI



IVAN ŠTIGLIĆ
BIFIX

Jedan je od najvećih proizvođača bojila i aditiva za plastične mase u ovom dijelu Europe koji svoje proizvode uglavnom izvozi.

ONI KOJI DOLAZE

GRACIANO RUDAN
RUDAN

Bavi se energetsom učinkovitošću, od nadzora potrošnje energije i vode, izvođenja strojar-skih radova i slično; popis klijenata raste.



IVAN ĐANI STOJNIĆ
S. I. C.

Planira nova ulaganja u proizvodnju i prera-du ribe, kako bi nakon zapadnog izašao i na istočno mediteransko tržište.

➔ Kakva će biti sudbina PPC-a Buzet, zasad je neizvjesno. Ta tvrtka ima novog vlasnika, talijanski TCH Cogeme, kojim upravlja fond Palladio Finanziaria. Talijani su kupili slovensku grupaciju Cimos iz Kopra za 110 milijuna eura, a prvi potezi Talijana očekuju se u prvom tromjesečju 2017. kada će transakcija i biti završena. Zasad se samo najavljuje dokapitalizacija od 20 milijuna eura za potporu planiranim investicijama u modernizaciji tvrtke i zaključivanju procesa restrukturiranja, kako u Sloveniji, tako i u Hrvatskoj.

Kamena vuna i cement A premda među top 10 najjaćih tvrtki u Istri prednjače turističke tvrtke, gospodarstvo u Istri ima i druge adute. Prihodi tvornice kamene vune Rockwool Adriatic u Industrijskoj zoni Pićan iznosili su prošle godine 422,5 milijuna kuna i rastu iz godine u godinu. Rastu i prihodi pulskog Calucema, drugog po veličini svjetskog proizvođača specijalnog aluminatnog cementa koji godinama izvozi u više od 60 zemalja diljem svijeta. Cement se proizvodi i u Holcimovoj tvornici u Koromačnu, koja je u jeku krize osnovala vlastiti Centar za inovacije i projekte, koji je među novim proizvodima na tržište lansirao i cement koji ne treba ni vaditi iz vreća. I kemijsko-prerađivačka tvrtka Bifix iz Buja, malo je kome poznato, jedna je od najvećih proizvođača bojila i aditiva za plas-

tične mase u ovom dijelu Europe. – Gotovo 90 posto proizvedenih količina plasira se u zemlje EU, Italiju, Sloveniju, Francusku, Njemačku, Češku, Poljsku, Portugal, Španjolsku, ali i u Srbiju, BIH, Maroko, Alžir – kaže direktor **Ivan Štiglić**.

Osim konzumovih trgovina, Agrokor je u Istri i preko svoje tvrtke Agrolaguna, čije je vođenje nedavno preuzeo **Veljko Ostojić**, bivši ministar turizma. Agrolaguna obrađuje 1200 hektara vinograda, maslinika i pašnjaka namijenjenih za stočarstvo. Nije to jedina uspješna agrotvrtka u Istri, i pulski Betoven **Miodraga Grbića**, specijaliziran za distribuciju mlijeka i mliječnih proizvoda ušao je u proizvodnju i prihodi mu rastu.

Dobre rezultate niže i S.I.C. iz Višnjana, koji se bavi preradom ribe. Vlasnik i direktor **Ivan Đani Stojnić** kaže da je više od 90 posto proizvodnje namijenjeno izvozu svježe i prerađene ribe. Planira nova ulaganja u proizvodne procese, skladišta hladnjače, kako bi proširio asortiman, a glavna je strategija tvrtke do 2020. proširiti se i na istočno mediteransko tržište, kazao je Stojnić za Lider.

Jedna od tvrtki za koju će se tek čuti jest i pazinski Filix koji se bavi proizvodnjom LED rasvjete, a oko 90 posto svojih prihoda ostvaruju na inozemnom tržištu. Među njihovim su referencama, kaže direktor **Marko Jurman**, sjedišta NASA-e i Facebooka te niz luksuznih hotela i

A

Alphera

marketing • pr
events • design

Alphera d.o.o.
Gervaisova 42
52100 Pula
www.alphera.hr

PETAR BANKO

ALDEN

Proizvode i prodaju balakar u hrvatskim, slovenskim i talijanskim supermarketima, a najavljuju i nove investicije.

JELENA ŠIMUNOVIĆ I SEAN POROPAT

STUDIO SONDA

Kreativna tvrtka iz Vižinade s impresivnim referencijama i nagradama čiji se najkreativniji zamasi tek očekuju.

**MARKO JURMAN**

FILIX

Proizvodi LED rasvjetu za sjedišta NASA-e i Facebooka te niz luksuznih hotela i poslovnih zgrada od Singapura i Dubaija do Londona.

poslovnih zgrada od Singapura, Hong Konga, Dubaija i Londona. Tvrtka je već dobila niz nagrada i priznanja za svoje rješenja osvijetljena diljem svijeta, a kao najposebnije izdvajaju tri nagrade za osvijetljene šetnice u Sidneyju u Australiji.

Energetičari iz Žminja

I Rudan iz Žminja **Graciana Rudana** nova je istarska uzdanica. Pruža rješenja na području energetske učinkovitosti, od usluga nadzora potrošnje energije i vode, preko izvođenja strojarških radova i raznih projekata za povećanje energetske efikasnosti, savjetovanja i pripreme za uvođenje ISO50001 norme pa do kompletnih energetskih obnova prema ESCO modelu na najvećim objektima u državi. Danas Rudan ima dugoročan poslovni odnos s više od 150 tvrtki, među kojima su i najuspješnije velike hrvatske kompanije. S Uljanikom su počeli projekte energetske obnove, nedavno su energetski obnovili bolnicu Karlovac, a treći takav projekt bit će im bolnica Firule u Splitu. – Bolnica Karlovac investiciju od 64 milijuna kuna, od čega je 38 milijuna kuna naših sredstava, otplatit će u idućih 14 godina ostvarenim uštedama u potrošnji energije – ističe Rudan.

Sonda, kreativni studio za dizajn i komunikacije iz Vižinade, najnagrađivaniji je kreativni studio u regiji. Okosnica su Sonde **Jelena Šimunović i Sean Poropat**

koji kažu da su im klijenti raznoliki, od globalnih kompanija do malih proizvođača, od kampanja i proizvoda koji se prodaju diljem svijeta, poput Elanovih skija, pa sve do malih lokalnih proizvođača i njihovih ambalaža koje su jednako tako zahvaljujući dizajnu obišle svijet. Uskoro pokreću Sonda školu, gdje će kreativnosti podučavati sve generacije.

Coin iz Pule poznata je konzultantska tvrtka u Istri koja se bavi konzaltingom u razvoju i realizaciji investicija, u poslovanju i interaktivnim vizualizacijama i alatima za poslovnu analitiku.

– Od samih početaka Coin je sudjelovao u razvoju i realizaciji svih većih turističkih i infrastrukturnih projekata u Istri, od projekata razvoja i izgradnje marina, golfa, luksuznih turističkih resorta, plinifikacije Istarske županije, stvaranja Istarske razvojne agencije i slično – kaže **Lorena Gambin Veljović**, čijim se uslugama BI reportinga koristi javni i privatni sektor.

Od vina do bakalara Istarska vinarska scena jedna je od najvažnijih i najdinamičnijih u Hrvatskoj. Renomiranim vinarima **Kozloviću, Matoševiću, Coronici...** stalno se pridružuju novi. Jedan od onih koji dolaze svakako je i mladi vinar **Ivan Damjanić** iz Fuškulina pokraj Poreča. On na hrvatskoj, točnije istarskoj, vinarskoj sceni i nije to-

SWOT ANALIZA**SNAGA**

- resursi za turizam, gospodarstvo i poljoprivredu
- povoljan geografski položaj i blaga klima
- radišno stanovništvo s poduzetničkim duhom
- dobra energetska infrastruktura

PRILIKE

- ulaganja u ekološku proizvodnju i poljoprivredu
- gradnja hotela više kategorije
- ribolovni i nautički turizam
- malo i srednje poduzetništvo

SLABOSTI

- loša povezanost s ostatkom države
- sezonske oscilacije u turizmu
- razvojni pritisak na obalno područje
- nedostatak tehnološke infrastrukture

PRIJETNJE

- problemi u opskrbi vodom u ljetnim mjesecima
- nedostatak visokokvalificirane radne snage
- porast onečišćenja Jadrana
- pritisak kapitala na preizgrađenost obale

hrvatska **zajednica** županija

Glavna tema: financiranje jedinica lokalne i područne samouprave

Izmjene financiranja jedinica lokalne i područne samouprave jedan su od prijedloga nove vlade koje bi trebale stupiti na snagu u siječnju 2017. O tome su, među ostalim, razgovarali i svi župani u Vukovaru na 45. sjednici Izvršnog odbora Hrvatske zajednice županija.

– Kad je riječ o poreznoj reformi, prihvaćamo rasterećenje rada, ali smo oprezni u vezi s ukidanjem dijela prihoda iz poreza na dohodak. To će znatno smanjiti proračune gradova i županija. Nema razloga da ne vjerujem ministru **Mariću**, koji tvrdi da će nam do zadnje lipe sve neprihodovano iz dohotka biti vraćeno iz drugih izvora, ali očekujemo konkretne podatke iz kojih će se izvora, kako i kojim tempom namaknuti ta sredstva za županijske proračune – izjavio je **Goran Pauk**, šibensko-kninski župan i predsjednik Hrvatske zajednice županija.

Zabrinut je i krapinsko-zagorski župan **Željko Kolar**, čija je županija posljedice najavljenih porezne reforme osjetila već u sastavljanju prijedloga proračuna za 2017. godinu.

– Stanje je dugoročno mnogo ozbiljnije. Bojim se da sredstva za financiranje projekata EU nećemo imati iz izvornih prihoda, to će se dogoditi svima. Upravo zbog toga, radeći na proračunu za 2017., morali odustati od nekoliko odličnih i kvalitetnih projekata – naglasio je župan **Željko Kolar**. Članovi Izvršnog odbora raspravljali su i o Prijedlogu zakona o izmjenama i dopunama Zakona o regionalnom razvoju Republike Hrvatske. **■**

DESET NAJVEĆIH ISTARSKE ŽUPANIJE

	TVRTKA	PRIHOD		DOBIT		BROJ ZAPOSLENIH	
		2015. (mil. kn)	promjena	2015. (mil. kn)	promjena	2015.	promjena
1.	ADRI GRUPA d.d. , Rovinj*	8668,87	58,0%	1.394,17	333,6%	5418	-32,0%
2.	ULJANIK d.d. , Pula*	1882,67	21,4%	-70,58	**	3942	0,3%
3.	VALAMAR RIVIERA d.d. , Poreč*	1333,49	19,3%	105,46	105,2%	2365	6,0%
4.	TDR d.o.o. , Rovinj*	1214,87	-11,2%	51,63	-70,8%	1055	-2,5%
5.	PLAVA LAGUNA d.d. , Poreč*	1044,34	105,5%	172,76	101,3%	2009	-0,5%
6.	MAISTRA d.d. , Rovinj*	944,03	17,2%	109,21	10,7%	1529	11,0%
7.	TE PLOMIN d.o.o. , Plomin	658,77	-12,4%	4,55	-6,3%	0	-
8.	PPC BUZET d.o.o. , Buzet	533,29	6,7%	8,32	***	1290	3,9%
9.	ISTRATURIST UMAG d.d. , Umag*	522,62	12,0%	84,90	75,3%	1094	1,5%
10.	ROCKWOOL ADRIATIC d.o.o. , Kršan – Potpićan	422,51	11,5%	25,90	376,5%	127	12,4%

* konsolidirani rezultati grupe ** smanjen gubitak *** iz gubitka u dobit

➔ liko nov, no iznenađuje što je taj inženjer agronomije zapravo u proizvodnju vina krenuo sam, samo s nekoliko trsova vinograda malvazije i boronje, a danas je narastao na otprilike šest hektara.

– Roditelji su imali toliko povjerenja i vjerovali u mene da su dignuli hipoteku na obiteljsku kuću kako bih se počeo baviti vinarstvom – kaže danas uspješni vinar koji se u posao vinuo uoči krize koja je dotukla i neka druga renomirana istarska vinska imena. Trenutačno proizvodi oko 35.000 boca vina, a potražnja raste iz godine u godinu.

Nakon što je 'ušao' u hrvatske supermarkete, bakalar iz pogona Alden u Baderni počeo se širiti na Italiju i Sloveniju, a vlasnik **Petar Banko** najavljuje i nove investicije i poslovne izazove kako bi svoju omiljenu namirnicu uveo i na šire regionalno tržište.

Istra i Zagreb Progresivnost Istarske županije dokazuje i činjenica da ona, nakon Grada Zagreba i Zagrebačke županije, ima najveći postotak, čak 52,6 posto, aktivnih stanovnika starijih od 15 godina. I s ukupnim udjelom zaposlenih od 46 posto Istra je pri vrhu Hr-

vatske, zajedno sa Zagrebom. Nezaposlenost je ispod pet posto. Mladi se u Istru doseljavaju, pa broj stanovnika raste. Rastu i gospodarski pokazatelji. Prema podacima FINA-e, poslovna 2015. bila je vrlo uspješna za istarske poduzetnike, ostvarili su 30,7 milijardi kuna ukupnog prihoda, odnosno 12,8 posto više nego u 2014. Osim toga, evidentirano je povećanje poreza na dobit za 192,8 posto u odnosu na 2014.

Ipak, Istrijane najviše muči koliko njihova novca završava u BDP-u Hrvatske ili, kako oni kažu, 'u Zagrebu', a kako Državni zavod za statistiku objavljuje podatke o BDP-u za razinu županija s velikim odmakom, ti pokazatelji nisu realni. Trenutačno su dostupni podaci za 2013., kada je gospodarstvo Istre sudjelovalo u BDP-u Hrvatske sa 6,1 posto, iako se očekivalo da su u 2016. i veći. Zbog toga su priče o autonomiji uvijek popularan dio predizbornog folklor a i okidač za nezadovoljne Istrijane željne regionalizacije i decentralizacije. Ipak, treba priznati, Istra je neka druga Hrvatska, bolja, produktivnija i progresivnija, i nije pitanje želi li Istra u tom smjeru nastaviti, nego hoće li je Zagreb i ostatak Hrvatske slijediti. **L**

U SLJEDEĆEM BROJU:

Poslovna scena
Primorsko-goranske
županije

U inspekciju istarske poslovne scene Liderova novinarska ekipa otišla je Hyundai Elantrinom.

Za sve kupce novih Hyundaijevih vozila vrijedi
pet godina trostrukog jamstva bez ograničenja kilometraže.

POWERED BY
HYUNDAI



NAJUSPJEŠNIJA ISTARSKA I HRVATSKA TURISTIČKA KOMPANIJA U SEKTORU

Ključ je Unilineova uspjeha u visokomotiviranom i stručnom kadru, kontinuiranom praćenju trendova i tržišnih potreba te konstantnom ulaganju u razvoj i širenje turističke ponude

Turistička kompanija Uniline godinama bilježi proporcionalno povećanje prihoda, a upravo strateški postavljeni ciljevi pridonose tim dobrim rezultatima. Kao rezultat navedenog ove godine našla se na vrhu i stekla status vodeće turističke kompanije u sektoru putničkih agencija i touroperatora. Ponajprije, ključ uspjeha može se pripisati visokomotiviranom i stručnom kadru, kontinuiranom praćenju trendova i tržišnih potreba te konstantnom ulaganju u razvoj i širenje turističke ponude. Upravo praćenje i kreiranje trendova dovelo je do toga da svojom lepezom usluga, odnosno cjelokupnom turističkom ponudom, kompanija pokriva sve potrebe privatnih, ali i poslovnih korisnika, čime se dodatno diferencira na tržištu. Neizostavno je spomenuti da u radu veliki naglasak stavlja na kvalitetu isporuke svih usluga, a sve s ciljem zadovoljstva svojih gostiju, koji se iz godine u godinu vraćaju i postaju lojalni korisnici kompanije.



Dvadeset uspješnih godina Iza kompanije Uniline stoji dvadesetogodišnja tradicija uspješnog poslovanja i postojanja, a njezina financijska stabilnost pridonosi konkurentnosti u odnosu na druge turističke agencije, čime ulijeva povjerenje poslovnim partnerima s kojima godinama uspješno surađuje. Kompaniji su partnerski odnosi iznimno važni, čime se ostvaruju zajednički postavljeni ciljevi. Također, kompanija se može pohvaliti izvrsnom suradnjom s cjelokupnom lokalnom zajednicom sve do suradnje na nacionalnoj razini. Iznimno dobro surađuje s Istarskom županijom, pulskim gradskim vlastima kao i Hrvatskom gospodarskom komorom, Županijskom komorom Pula.

Tijekom dvadeset godina poslovanja, kompanija Uniline je svoju prodajnu mrežu, osim tradicionalnih europskih tržišta, proširila i na druge europske zemlje, ali i tržišta Azije te Južne Amerike. Posljednjih godina veliki fokus stavlja na tržište SAD-a i Kanade te Australije, što predstavlja veliki izazov u poslovanju. Upravo je ti-

jekom tih 20 godina prisustva na tržištu kompanija bila svjedok velikih promjena u trendovima u turizmu kao i mijenjanja razloga putovanja. Promjene se događaju gotovo na dnevnoj razini, a tome svakako pridonose pojava interneta, razvoj tehnologije te popularizacija 'first' i 'last minute bookinga'.

Kreator promjena Prepoznajući te trendove, kompanija u 2017. godini planira velik i važan iskorak u pogledu nove informatičke platforme kojom će objediniti sve svoje usluge te povećati efikasnost i kvalitetu rada. Ostali, ali svakako ne manje važni planovi daljnje su jačanje destinacijskog menadžmenta u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i Ministarstvom turizma, akvizicije hotelskih objekata u menadžment ili vlasništvo te širenje i jačanje poslovanja u regiji s ciljem učvršćivanja pozicije vodeće kompanije u Hrvatskoj, ali i zauzimanja pozicije vodeće kompanije destinacijskog menadžmenta u regiji. Najvažnija investicija kom-

panije za 2017. godinu svakako je gradnja nove poslovne zgrade, gdje će na jednom mjestu okupiti cijeli pulske tim. U posljednjih nekoliko godina, događaji u svijetu znatno su utjecali na donošenje odluka o putovanju u krajnje destinacije, a povišili su se zahtjevi i kriteriji gostiju koje je potrebno zadovoljiti. Cijena više nije ključan i jedini faktor, već se u obzir uzima niz kriterija koji utječu na konačnu odluku, a neki su od njih sadržaj i ponuda pojedine destinacije, ali i kvaliteta usluge. Stoga, glavni je cilj kompanije omogućiti cjelokupan doživljaj destinacije, da gost doživi sve autotone specifičnosti, te da kao konsolidator jamči sigurnost, kvalitetu, ali i podršku. Konstantna ulaganja, praćenje trendova na tržištu i adekvatne prodajne aktivnosti garancija su uspjeha svake turističke kompanije, a koje su u kompaniji Uniline prepoznate na vrijeme, što je kompaniju i dovelo do liderske pozicije te svojim poslovanjem može biti uzor svima iz turističkog sektora. ■