

S O U T H E A S T E U R O P E

REAL ESTATE

MAGAZIN
O TRŽIŠTU
NEKRETNINA

VOLUME I4 | GODINA 2019.

www.realestate-magazin.rs



TEMA BROJA

Procedure u zemljama regionala jugoistočne Europe

**ZA GRAĐEVINSKU DOZVOLU
OD 91 DO 247 DANA**

NOVI 100% ELEKTRIČNI JAGUAR I-PACE

NEKI ČEKAJU NA PROMENU, A POJEDINI JE VEĆ VOZE.



Konačno je ovde! I-PACE je novi Jaguarov električni automobil sa pet sedišta i predstavlja inovativnu promenu na koju ste čekali.

Bez emisije izduvnih gasova sa radijusom kretanja do 480 km (298 milja).* Poseduje besprekorni multimedijalni sistem Touch Pro Duo*** i objedinjuje karakteristike sportskog automobila sa specifičnostima tradicionalnog Jaguarovog luksuznog umeća. Poslovni automobil budućnosti je već stigao.

BRITISH MOTORS

Zrenjaninski put 11, 11000 Beograd

srbia.jaguar.com

THE ART OF PERFORMANCE

CO₂ emisija: 0 (g/m). EV radijus: do 470km (289 milja). Podaci o opsegu EV bazirani su na proizvodnom vozilu na standardizovanoj ruti. Ostvareni radijus zavisiće od samog vozila, stanja baterije, stvarne rute, okruženja kao i načina vožnje.

*WLTP (Worldwide harmonised Light vehicle Test Procedure) je novi proces, započet 2017., koji meri gorivo, potrošnju energije, opseg motora i emisiju gasova putničkih vozila u Evropi sa ciljem da prikaže cifre približne vožnji u stvarnim uslovima. Testira vozila sa opcionalnom opremom zahtevnijim procedurama i stilovima vožnje.** Sve karakteristike u unutrašnjosti vozila su predviđene za korišćenje od strane vozača samo kada je to bezbedno. Vozači su dužni da imaju vozilo pod kontrolom u svakom trenutku.



WINNER
WORLD CAR AWARDS
2018 WORLD CAR OF THE YEAR
2018 WORLD CAR DESIGN OF THE YEAR
2018 WORLD GREEN CAR



56

USPON MIKRO INVESTICIJA U EVROPI

Investiranje



25 ZA GRAĐEVINSKU DOZVOLU OD 91 DO 247 DANA

Tema broja

34 PRIMENA NOVIH ZNANJA KAO KOMPARATIVNA PREDNOST

ZORANA BURLIĆ

Generalni direktor,
Delta Real Estate

39 NEOPHODAN FLEKSIBILAN PRAVNI OKVIR

IVAN PETROVIĆ

Janković Popović Mitić
advokatska kancelarija

54 SRBIJI TREBA VIŠE NEKRETNINA

Tržiste

58 COWORKING — NOVA FORMA RADNIH PROSTORA

VESNA KRIZMANIĆ, dia
Archinova

62 ENERGETSKA (NE)EFIKASNOST REGIONA

U fokusu

72 JAPANDI — MINIMALIZAM SA KARAKTEROM

Enterijer

20

TRGOVINSKE PRODAVNICE KOJE „OSLUŠKUJU“ POTREBE KUPACA I ZAPOSLENIH

**ANA PETROVIĆ,
DURĐICA KUJUNDŽIĆ,
JELENA ŠPANOVIĆ**
Lidl Srbija



68

POVRATAK VELIKOM PLAVETNILU

Boje



MAGAZIN

VOLUME 14 | GODINA 2019.

Real Estate magazin Vam pruža uvid u svet nekretnina, arhitekture, dizajna, ali pokriva i mnoge druge aspekte života - od mode i umetnosti, gastronomije i putovanja do prestižnih brendova.

DIREKTOR
Vladimir Popović
vladimir.popovic@realestate-magazin.rs

GLAVNI I ODGOVORNI UREDNIK
Ivana Lakić
ivana.lakic@realestate-magazin.rs

ART DIREKTOR
Ilija Petrović
Indigo * Child
designamites@gmail.com

DIZAJNER
Aleksandar Kostić
designamites@gmail.com

SALES MANAGER
Maja Busarčević
maja.b@realestate-magazin.rs

REDAKCIJA
Radmila Petković
Vladimir Mitić
Ksenija Mijatović
Iva Mihajlović

+381 11 246-32-74
redakcija@realestate-magazin.rs

LEKTURA
Milena Naumović

PREVOD
Pavle Đukić

FOTOGRAFIJE
Zoran Petrović
zrn.ptr@gmail.com

ŠTAMPA
Zlatna Knjiga Jagodina
Bagrdanski put bb, Jagodina

IZDAVAČ
West Media World
Baba Višnjina 38
Vračar, Beograd

Izdavač ne odgovara za sadržaj objavljenih oglasa.
Dinamika izlaženja: kvartalno
www.realestate-magazin.rs

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Narodna biblioteka Srbije, Beograd

659

REAL Estate magazin: magazin o svetu nekretnina / glavni i odgovorni urednik Ivana Lakić... Vol. I, no. I (2016)... Beograd : West Media World, 2016. (Jagodina : Zlatna knjiga). - 28 cm

Tromesecno.
ISSN 2466-4170 – Real Estate magazin
COBISS.SR-ID 222705952



HOTEL INVESTMENT
PLATFORM
CEE & CAUCASUS

Find out why real estate developers must consider hotels in SEE

Register now for € 295+VAT, use the code **viprealestatesee** at check out

HOTCO is featuring

Liam Brown

President & Managing Director Europe
Marriott International

Franck Gervais

CEO Europe
Accor

Martin S. Smura

CEO
Kempinski

How to Maximise ROI
throughout the Hotel Development
and Ownership Cycle

BUDAPEST
20-21 JANUARY 2020

REGISTER NOW

HOTCONF.COM

GODINA VELIKIH PLANOVА

Specijalno izdanje REAL ESTATE magazina predstaviće investicione potencijale Srbije na najvećem sajmu nekretnina u svetu

Kao što se obično sumiraju utisci krajem godine, tako i decembarsko izdanje sumira godinu dana poslovanja nemačkog trgovinskog lanca u Srbiji kroz razgovor sa rukovodiocima sektora ekspanzije ovog brenda, poslovne odluke dokazanih profesionalaca da pređu u preduzetničke vode, poruke sa trećeg po redu okruglog stola koji je naša medijska kuća organizovala, a koji je po prvi put imao i regionalni aspekt, kao i presek stanja u regionu kada se radi o izdavanju građevinskih dozvola.



Možemo se pohvaliti ostvarenim partnerstvom sa Property Forumom zahvaljujući kojem donosimo izveštaj sa treće po redu konferencije koje su organizovali u Beogradu, ali i da najavimo predstojeći CEE Property Forum koji će se održati u Beču 22 – 23. septembra 2020. godine, kao i novosti koje ćemo vam predstaviti sa ove konferencije. Takođe, REAL ESTATE magazin postao je i jedini medijski partner iz našeg regiona HOTCO konferencije posvećene hotelijerstvu u organizaciji kompanije Horwath HTL.

Uveliko radimo na pripremama za predstojeći najveći sajam nekretnina MIPIM, koji se održava od 10-13. marta 2020. okupljujući najveće svetske igrače sektora nekretnina u Kanu. Za ovu priliku pripremamo posebno izdanje „Serbia – Europe's Hot Spot“ koje će predstaviti investicione potencijale Srbije međunarodnom tržištu. Stoga u prvom izdanju naredne godine, martovskom, očekujte opsežan izveštaj sa najvažnijeg događaja u svetu nekretnina.

Imajući u vidu brojne pohvale nakon svakog održanog okruglog stola, posebnu pažnju posvetićemo tome da unapredimo dosadašnji format događaja i razmenu iskustava i ideja svih učesnika sektora nekretnina.

I dalje ćemo nastaviti da slušamo vaše predloge o temama koje biste želeli da istražimo, a poziv da se aktivno uključite u REAL ESTATE magazin i portal i da nam šaljete informacije o novostima i aktuelnostima u vašoj firmi i poslovanju i dalje je otvoren.

Redakcija Real Estate magazina



**PRIJAVITE SE BESPLATNO NA
DISTRIBUTIVNU LISTU REAL ESTATE
MAGAZINA JEDNOSTAVNIM
SKENIRANJEM QR KODA**

HRVATSKA OSTAJE BEZ INVESTICIJE OD 500 MILIONA DOLARA

HRVATSKA – Blackard Global, međunarodna kompanija koja je u prošlosti investirala više od dve milijarde dolara u nekretnine širom sveta, odustala je od 500 miliona vredne investicije na ostrvu Pašman, gde je trebalo da razviju lussznu rivijeru i turistički kompleks sa 5.000 kreveta, marinom sa 250 vezova i brojnim drugim sadržajima.

Kompanija tvrdi da nisu znali da finansijske obaveze koje su kao investitor morali da podmire prevazilaze sumu od deset miliona evra. Iako je pregovorima taj iznos smanjen na oko dva i po mili-



ona evra, to je još uvek preveliki investicioni rizik, navodi Blackard Global. Dodatni problemi su i što golf teren u okviru projekta još uvek nije uvršten u prostorni plan Zadarske županije, koncesije na marinu i plažu nisu osigurane za kompaniju Pašman rivijera, a ne po-

stoji ni urbanistički plan uređenja pa je deo zemljišta i dalje u rukama privatnih vlasnika. Kako navode, ovakvo ulaganje bilo bi preveliki rizik, pogotovo što opština nije bila u mogućnosti da obezbedi bilo kakvu garanciju za Blackard Global kao investitora.



BANJALUKA DOBIJA EKSKLUZIVNI STAMBENO- POSLOVNI KOMPLEKS

REPUBLIKA SRPSKA – Banjaluka će krajem 2020. godine dobiti ekskluzivni stambeno-poslovni kompleks Grand Trade Centar. Izgradnja kompleksa u samom centru grada je u toku, i to dve lamele od čega stambenog prostora oko 10.300 kvadrata, odnosno oko 120 stanova. U okviru objekata za poslovni prostor predviđena je površina od oko 1.700 kvadratnih metara. Planirano je da garažni prostor bude smešten u tri podzemne etaže koje se prostiru ispod svih sadašnjih, ali i budućih objekata ovog kompleksa.

Objekat koji je na ovoj lokaciji ranije završen, kompanija Grand Trade prodala je prošle godine kompaniji M:tel.

OTVOREN HOTEL MONA PLAZA U BEOGRADU

SRBIJA – Novi projekat kompanije Mona Hotel Management, hotel Mona Plaza, otvoren je sredinom decembra u Beogradu. Gostovi novog zdanja sa četiri zvezdice, smeštenog na Dorćolu, na raspolaaganju je 170 soba i apartmana modernog enterijera, prilagođenog potreba ma savremenih putnika.

Sa konferencijsko-izložbenim prostorom koji se prostire na tri nivoa i na više od 2.000 kvadratnih metara, Mona Plaza predstavlja najveći kongresni centar u ovom delu grada sa dostupnim parkingom i garažom na dva nivoa ispod zemlje.

Svečano otvaranje hotela predviđeno je na proleće 2020. godine.



B23 OFFICE PARK PRODAT NA LICITACIJI ZA 19 MILIONA EVRA

SRBIJA – Novi vlasnik B23 Office Park kompleksa, dobro poznate zgrade sa heidromom koja više od deset godina stoji nedovršena kraj auto-puta prekoputa beogradske Arene, je Institucija za izgradnju i upravljanje nekretninama doo Beograd. Kompanija je osnovana u avgustu 2019. godine, a kao jedini vlasnik pravnog lica naveden je Zvonko Gobeljić koji je nedavno kupio Industriju Motora Rakovica u Beogradu gde će na 75.000 m² graditi poseban kompleks mešovite namene.



Imovina Beta 23, objekat u izgradnji površine približno 60.000 m², prodата је на трећој licitaciji po početnoj ceni od 2,3 milijarde dinara (oko 19,2 miliona evra). Kompanija Verano Motors najavila је izgradnju ovog objekta 2007. godine, а са радовима отпочето је 2009, али како је предузећу Verano Motors уведен стечај 2015. године,

B 23 Office Park никада nije завршен. Tri godine kasnije, 2018. Agencija за licenciranje stečajnih upravnika objavila је прву, затим и другу продју, али купаца nije bilo.

Prema pisanju beogradskih medija у наредних годину дана у опремање ovog objekta и прilagođavanje nameni biće uloženo 30 miliona evra.



OTVOREN BIG FASHION PARK U BEOGRADU

SRBIJA - Nakon dve i po godine od otvaranja BIG Fashion centra u Beogradu, na lokaciji pored ovog objekta otvoren je BIG Fashion Park koji se prostire na 15.000 kvadratnih metara, a u okviru kog se nalazi i Decathlon, prva radnja francuskog sportskog brenda u Srbiji.

BIG Fashion Park је peti maloprodajni objekat investitora BIG CEE u Srbiji, а директор ове kompanije Robert Jahav, najavio је ће у 2020. nastaviti širenje у različitim granama tržista nekretnina. U sledećem periodu kompaniju очекује izgradnja 1.100 stambenih jedinica iznad BIG Fashion Parka, као и objekata за poslovni prostor.

USVOJENE URBANISTIČKE IZMENE ZA SKI TOWER

BIH - Šest meseci nakon što je Avaz grupacija predstavila megaprojekat „Ski Tower“ napravljeni su prvi koraci ka urbanističkim izmenama neophodnim za gradnju nebodera vrednog 100 miliona evra. Sarajevska opština Centar usvojila је Nacrt odluke o usvajanju ali i Nacrt o sprovodenju izmena i dopuna urbanističkog projekta Centrotrans - Alhos I faza.

Novi toranj biće visok 250 metara, а planirana lokacija је uz postojeći Avazov Twist Tower. U okviru kule planirani su kancelarijski prostori, stanovi, hotel i rotirajući restoran na krovu.



DELTA GRADI NOVI POSLOVNI OBJEKAT U BEOGRADU

SRBIJA – Delta Holding početkom decembra započela je izgradnju budućeg sedišta kompanije i nove poslovne zgrade Delta House. Investicija u vrednosti od 40 miliona evra na površini od skoro 23.000 m² nalaziće se u bloku 19 na Novom Beogradu, između hotela Crowne Plaza i Geneks apartmana.

Prvih pet spratova novog poslovnog objekta biće namenjeno izdavanju, dok su poslednja tri rezervisana za kompanije u okviru Delta Holding grupe. Poslovni objekat Delta House projektovan je u skladu sa LEED standardima, koji garantuju primenu najviših ekoloških



standarda u domenu gradnje i održavanja. U prizemlju objekta nalaziće se restoran, teretana, prostor za odmor i opuštanje zaposlenih, kao i 188 parking mesta.

„Novo sedište naše kompanije biće projekat A klase i poslovni prostor viške kategorije koji se maksimalno

prilagođava zakupcima. Pored nove poslovne zgrade, u planu nam je i izgradnja još tri projekta u Srbiji – Delta Planet Autokomanda, Delta Planet Niš i Delta Centar“, izjavila je Zorana Burlić, generalni direktor Delta Real Estate-a.



OBEZBEĐENO FINANSIRANJE ZA ZAGREBAČKI MATRIX OFFICE PARK

HRVATSKA – Erste & Steiermarkische banka osiguraće finansiranje završetka izgradnje poslovnog kompleksa Matrix Office Park kompanije GTC. Projekat poslovnog kompleksa u Zagrebu sastoji se od dva objekta koji se grade u skladu sa najvišim standardima zelene gradnje, LEED Platinum. Očekuje se da će druga poslovna zgrada otvoriti vrata zakupcima na proleće 2020. godine.

Tim za bankarstvo i finansijsko pravo advokatske kancelarije Divjak, Topić & Bahtijarević posredovao je u zaključenju finansijske transakcije, a bili su savetnici GTC-a i u prvoj fazi finansiranja poslovnog centra Matrix.

PORTO BUDVA SKORO RASPRODAT GODINU I PO PRE OTVARANJA

CRNA GORA – U okviru stambeno-poslovnog kompleksa Porto Budva od 300 apartamana ostalo je slobodno svega šest odsto, a neizdatog poslovnog prostora 40 odsto. Prema rečima Ane Golubović, menadžerke prodaje ovog projekta, veliko interesovanje vlada zbog mogućnosti povrata investicije za samo pet godina. Kompleks vredan 80 miliona evra koji se nalazi u samom centru Budve, biće završen do sredine 2021., a do sada je završeno oko 60 odsto radova.

U okviru kompleksa čiji je investitor kompanija Alart Centar, planirana je izgradnja spa centra od 3.500 m² sa otvorenim i zatvorenim bazenom, kao i šoping centar od 8.000 m².



PROJEKAT JARUN PANORAMA VREDAN 150 MILIONA EVRA TRAŽI PARTNERE-INVESTITORE

HRVATSKA – Posle 12 godina projekat Jarun Panorama čija se vrednost procenjuje na 150 miliona evra je pred realizacijom tvrdi investitor, norveški fond Croatian development property II AS u čijem je vlasništvu hrvatska kompanija Rotor Jug. Reč je o greenfield projektu čija je gradnja predviđena na lokaciji u blizini zagrebačkog rotora, nedaleko od reke Save i jezera Jarun. Prema zamisli norveškog investitora na površini od 35.000 m² planirana je izgradnja 340 stanova, dve poslovne



zgrade, od kojih je jedna sa 38 spratova i potencijalno najviša zgrada u Hrvatskoj, zatim hotel sa četiri zvezdice i 240 soba, konferencijska dvorana i propratni sadržaji. Jarun Panorama poseduje dve lokacijske dozvole, idejni projekat i aktivno se traži partner-investitor, u čemu norveški fond zastupa konsultantska kuća Colliers International. U ovom trenutku razgovara se sa pet ciljanih partnera za razvoj

projekta. Pored lokalnih kompanija, potencijalni investitori dolaze iz Arapskih Emirata, Sjedinjenih Američkih Država i sa prostora uže regije centralne i jugoistočne Evrope.

Gradnja projekta Jarun Panorama mogla bi da otpočne za godinu do dve dana, rečeno je na predstavljanju projekta na nedavno održanom sajmu investicija Rexpo.



U CTPARKU NOVI SAD INVESTICIJA OD 15 MILIONA EVRA

SRBIJA – Holandska kompanija CTP Invest za jednog od najvećih proizvođača turbina u svetu BMTS Technology, gradi fabriku u okviru CTParka Novi Sad. Objekat buduće fabrike biće ukupne površine 24.350 kvadratnih metara, a planirana je i izgradnja Razvojnog istraživačkog centra. CTP Invest će direktno investirati u objekat i zemljište ukupno 15 miliona evra.

„Izgradnja jako dobro napreduje, a otvaranje jedne od najmodernejih fabrika u Srbiji planirano je u aprilu 2020. godine“, istakao je Vlatko Đuriček, direktor kompanije CTP Invest za Srbiju. Novi Sad je treći grad u Srbiji u kom CTP Invest razvija industrijske parkove A klase.

REGIONALNO PRIZNANJE ZA CBS INTERNATIONAL

SRBIJA – CBS International, konsultantska kuća za nekretnine koja je deo Cushman & Wakefield grupe, na ovogodišnjoj dodeli regionalnih nagrada „CIJ Awards Serbia & CEE 2019“, dobila je tri priznanja u kategorijama: „Najbolja konsultantska kuća za nekretnine Jugoistočne Evrope“, „Najbolja konsultantska kuća za nekretnine u Srbiji“ i „Najbolja kompanija za upravljanje projektima“. Pored kompanijskih nagrada u najbitnijim kategorijama, CBS International se može pohvaliti i nagradama koje su njegovi partneri dobili za projekte na kojima su zajedno radili.





aruba

Pametnom gradnjom do
prvoklasnog Wi-Fi iskustva

Mi smo tu da Vam pomognemo

SAZNAJTE VIŠE NA
WWW.ARUBANETWORKS.COM

aruba

SLOVAČKA INVESTICIJA OD 45 MILIONA EVRA U LJUBLJANI

SLOVENIJA – Izgradnja stambenog naselja u ljubljanskem kvartu Šiška, investicije slovačke kompanije Corwin vredne 45 miliona evra, mogla bi da počne u prvoj polovini 2020. godine, a useljenje prvih stanara može se očekivati krajem 2022.

Stambeno naselje Kvartet gradiće Šiška Residence, slovenačka kompanija u vlasništvu slovačkog Corwina, koji je inače osnovan pre deset godina u Bratislavi i vodeći je investitor u Slovačkoj.

Novo naselje, za čije projektovanje je bio zadužen ljubljanski arhitekton-



ski studio Ofis Arhitekti, imaće četiri kule sa 16 spratova i ukupno 221 stan, prostor za oko 500 bicikala i podzemnu garažu za oko 300 automobila. Na zelenim površinama oko zgrada planirana su igrališta za decu i prostor za druženje stanara. Kvartet će ponuditi stanove jednosobnih, dvosobnih i četvorosobnih

struktura, dok su 33 stana projektovana shodno potrebama starijih ili osoba sa invaliditetom.

Corwin je zemljište od 7.000 kvadrata na kome će se graditi naselje Kvartet kupio u martu 2018. od slovenačke banke, nakon bankrota velike izvođačke kompanije GPG Inženjering.



POSEIDON GROUP STIGLA U ZADAR

HRVATSKA – Početkom decembra otvoren je Zadar Shopping Capitol, novi retail centar koji se prostire na površini od 6.400 kvadratnih metara. U pitanju je poslednji u nizu objekata koji je kompanija Poseidon Group otvorila ove godine na području Hrvatske. Kako su poručili iz Poseidon Grupe, nova kombinacija zakupaca značajno će povećati iskustvo kupovinu stanovnika Zadra.

Pod kapom kompanije Poseidon Group nalazi se porodica Shopping Capitol i Capitol Park trgovачkih centara, prisutnih na tržištu Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Slovenije i Srbije, a portfelj kompanije čini 310.000 m² izgrađenih retail parkova širom Jugoistočne Evrope.

PRIZNANJA ZA BELGRADE WATERFRONT

SRBIJA – Kompanija Belgrade Waterfront drugu godinu za redom osvojila je prestižnu međunarodnu nagradu European Property Award u kategoriji „Najbolji projekat mešovite namene“. Na ovaj način nezavisni žiri od 80 stručnjaka iz oblasti nekretnina, direktno je nominovao projekat u Beogradu za nagradu International Property Award, za koju će se dalje takmičiti sa nagrađenim projektima iz drugih regiona širom sveta.

Kompanija je početkom decembra osvojila i prestižnu regionalnu CIJ nagradu u kategoriji „Najbolji projekat u izgradnji“ za Kulu Beograd koja će biti dom prvih stanova u Evropi ekskluzivnog brenda St. Regis.



ZAGREB DOBIJA PRVE ODRŽIVE ZELENE ZGRADE

HRVATSKA – U samom centru Zagreba uskoro kreće realizacija novog zelenog projekta kompanije VMD Model. U pitanju je stambeni kompleks čija je glavna ideja „novi park, a ne kvart“, a na konkursu je pobedio idejni projekat studija 3LHD.

Karakteristika projekta koji će biti otvorenog tipa su tišina i zelenilo. Na zgradama će se naći prve zagrebačke vertikalne baštne, koje će osim povećanja vrednosti prirodnog ambijenta, smanjiti efekat urbanog toplotnog ostrva, buke i emisije CO₂.

Projekat obuhvata nekoliko različitih stambenih tipologija – od dvoetaž-



nih kuća u nizu sa pred-vrtom, do stanova sa većim terasama. Predviđena je izgradnja vrtića, a sam kompleks ponudiće i druge sadržaje poput poslovnih prostora i zona za rekreaciju. Prostor za parkiranje i odlaganje smeća skriven je pod zemljom. Projekat će se nalaziti

na prostoru stambenog i industrijskog bloka bivše fabrike trikotaže Nada Dimić i fabrike olovaka. Poslednjih godina za ovu zonu urađeno je nekoliko projekata koji su predviđali znatno veću izgrađenosť parcele u odnosu na aktuelni projekat kompanije VMD Model.



BIG CEE AKVIZIRAO NOVI RETAIL PARK

SRBIJA - Kompanija BIG CEE postala je novi vlasnik Capitol Parka Rakovica vrednog 32,5 miliona evra. Ovo je za BIG CEE kupovina četvrte nekretnine od početka 2019. godine, kako navode u kompaniji, a ovom transakcijom maloprodajni prostor koji BIG poseduje u Srbiji povećao se na 130.000 kvadratnih metara i to na pet različitih lokacija. Kada je u pitanju Beograd, ovom akvizicijom kompanija je svoj ideo u modernom maloprodajnom prostoru povećala na 13,93 odsto.

Početkom juna ove godine kompanija BIG CEE kupila je 67,5 odsto deonica Fashion Park Outleta u Indiji čime je postala većinski vlasnik, dok je Fashion Company zadržao u svom vlasništvu preostali kapital od 27,5 odsto.

RENOVIRAN ZAGREBAČKI BRANIMIR MINGLE MALL

HRVATSKA - Nakon dve godine završena je potpuna rekonstrukcija Branimir mangle malla u Zagrebu kojom je ovaj centar, izgrađen 2003. godine dobio novi enterijer, eksterijer i vizuelni identitet. Kako bi povratila atraktivnost centra Supernova Grupa, koja je preuzeo Branimir 2017. godine, uložila je pet miliona evra u rekonstrukciju 25.000 kvadratnih metara ovog objekta.

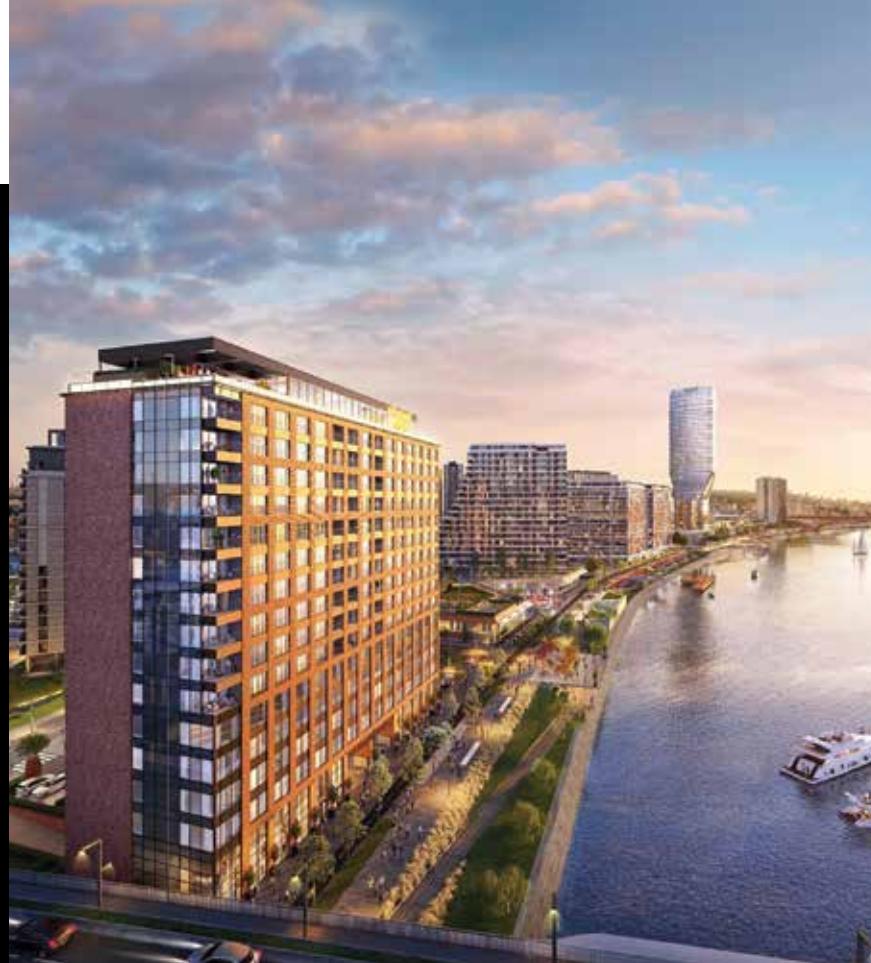
U okviru novog koncepta otvoren je ekskluzivni hotel Canopy by Hilton sa 150 soba, što Supernova Grupa ocenjuje kao prvi korak ka uspešnoj revitalizaciji ovog zagrebačkog centra. Pored već postojećeg bioskopa, najposećenijeg u Zagrebu, kazina, dečje igraonice i kafića, u okviru centra otvoreni su fitnes centar i brojni restorani.



W RESIDENCES STIŽU U BEOGRAD

SRBIJA – Kompanija Belgrade Waterfront zvanično je objavila dolazak W Belgrade hotela i prestižnih W Residences Belgrade stanova. „Belgrade Waterfront prvi u Srbiju donosi trend brendiranih stanova, u okviru kojih stanari mogu da uživaju u uslugama hotela istog brenda, ali u privatnosti svog doma“, istakao je Nikola Nedeljković, generalni direktor kompanije Belgrade Waterfront.

Beogradski W hotel i W Residences Belgrade nalaziće se na samoj obali Save. Vezu sa rekom pojačaće jedinstveni rooftop koncept sa infinity bazenom i barom na vrhu zgrade, koji će biti na raspolaganju gostima hotela i vlasnicima



brendiranih stanova. Poseban kuriozitet predstavlja to što će se gosti u hotel prijavljivati upravo na krovu zgrade, do kojeg će dolaziti posebnim liftom koji će ih voziti direktno do vrha.

W Residences su u Sjedinjenim Američkim Državama prisutne na osam na-

jatraktivnijih lokacija, dok na starom kontinentu postoje samo u Londonu i u Portugaliji.

U okviru projekta Belgrade Waterfront prodat je i jubilarni 2000. stan, a u pitanju je jedan od prvih prodatih brendiranih W stanova.

NELTOVA NOVA SKLADIŠNA HALA U ISTOČNOM SARAJEVU

BiH - Kompanija Nelt tokom oktobra zvanično je otvorila novu skladišnu halu u Istočnom Sarajevu. Uz investiciju od četiri miliona evra uloženih u novu skladišnu halu, infrastrukturu kompanije u Bosni i Hercegovini sada čini 3.400 kvadrata kancelarijskog i preko 11.000 m² skladišnog prostora u ambijentalnom, hladnom i smrznutom režimu. „Investiranje u nove kapacitete rezultat je organskog rasta kompanije i potreba tržišta i naših klijenata“, istakao je Goran Cerovina, izvršni direktor Nelta na tržištu Bosne i Hercegovine.

Kompanija Nelt inače je i ovogodišnji dobitnik prestižne regionalne nagrade „Sarajevo Business Bridge Awards 2019“ u kategoriji „Business of the Year“.



ČETVRTI ROĐENDAN IMMOFINANZA U SRBIJI

SRBIJA - Austrijski IMMOFINANZ, vodeća kompanija za nekretnine, investiranje i razvoj u Centralnoj i Istočnoj Evropi proslavila je četiri godine uspešnog poslovanja u Srbiji. Od 2015. godine kompanija je otvorila 10 ritejl parkova na prostoru Srbije, ukupne površine 90.000 m².

„Kada smo otvorili prvi STOP SHOP u Srbiji, u Čačku, obećali smo da ćemo u Srbiju investirati 60 miliona evra. Na otvaranju našeg desetog ritejl parka, u Sremskoj Mitrovici, u avgustu 2019. objavili smo da je IMMOFINANZ-ova investicija u Srbiji porasla na 112 miliona evra“, istakao je Joško Piteša, menadžer operacija kompanije IMMOFINANZ u Srbiji, Sloveniji i Hrvatskoj.

SUPREME S77 PHOS

Alumil
MILJAMA ISPRED



Savršenstvo u svakom detalju



- / Izuzetan dizajn uz samo 67 mm širine vidljivog aluminijuma.
- / Maksimalna ušteda energije zahvaljujući visokom nivou toplotne izolacije $U = 0.95 \text{ W/m}^2\text{K}$ za otvore dimenzija $1.60 \times 2.40 \text{ m}$.
- / Maksimalni nivo vodonepropustljivosti i nepropustljivosti vazduha zahvaljujući visoko izoržljivim zaplovkama.
- / Specijalno dizajniran niski prag za vrata, radi lakšeg pristupa osoba sa posebnim potrebama, starijim i dece.

www.alumil.rs

projektbiro@alumil.com

PROJEKTNI BIRO – IZLOŽBENI SALON

GTC Square

Milutina Milankovića 11b

11070 Novi Beograd

T: 011/ 614 92 10

F: 011/ 614 92 11



INVESTICIONI CIKLUS MK GROUP OD PET MILIONA EVRA U ISTRI

HRVATSKA - Kompanija MK Group najavila je ulaganja u visini od dva miliona evra tokom naredne godine u vile Skipper Resorta u Savudriji u Istri. „Ideemo u susret trendovima i zahtevima savremenog turizma i želimo da ovaj deo Jadrana učinimo prvim izborom, ne samo za goste iz regiona, već i iz drugih evropskih i svetskih zemalja“, istakao je Kai Behrens, generalni direktor Kempinski Hotela Adriatic u Savudriji.

Skipper Resort kompleks prostire se na preko 200.000 m² i obuhvata Kem-



pinski Hotel Adriatic, 21 luksuznu vilu, golf teren i apartmane ukupne površine preko 15.000 kvadrata. Od 2017. u vlasništvu je kompanije MK Group koja je u ovaj kompleks već uložila više od tri miliona evra i to u renoviranje hotela Kempinski Adriatic, plaže hotela, rezidencije Skipper, VIP plaže kao i restoranog dela.

Kompanija MK Group u većinskom i manjinskom vlasništvu posede 14 hotela u Srbiji, Sloveniji, Hrvatskoj i Crnoj Gori, aerodrom Portorož i golf teren u Savudriji. Poseban značaj za diviziju turizma u okviru MK Group ima saradnja sa renomiranim svetskim brendovima kao što su Kempinski i Sheraton.



15 GODINA KONSTRUKTOR GRUPE

SRBIJA - Gala proslavom Konstruktor Grupa obeležila je 15 godina postojanja kompanije u novoizgrađenom logističkom centru „KLP“ u Šimanovcima koji je tom prilikom i svečano otvoren. Od momenta osnivanja 2004. godine, Konstruktor je nesumnjivo učvrstio poziciju lidera u inžinjeringu privrednih objekata, gradnje industrijskih i logističkih centara, ritejl parkova, modernih poslovnih i stambenih zgrada sa reputacijom pouzdanog partnera posvećenog ciljevima klijenata. Portfolio kompanije krasи više od 250 objekata najrazličitijih tipova i namene širom regiona.

Faza I logističkog centra „KLP“, površine 17.000 kvadratnih metara, u okviru kog je svečanost i održana, predstavlja veliki pomak logističkih standarda u Srbiji.

OSMA KNAUF AKADEMIIA ODRŽANA U SLOVENIJI

SLOVENIJA - Organizatori Knauf Akademije, firme Knauf Zemun, Knauf Insulation Beograd i Knauf AMF osmi put za redom okupili su oko 100 arhitekata i gradevinaca iz Srbije i regiona u Knauf Insulation Experience Centru u Škofja Luki.

Dogadjaj je održan u nedavno otvorenoj prvoj 'zelenoj' zgradi u Sloveniji, koja nosi prestižni DGNB Platinum sertifikat. Gosti Akademije su imali priliku da se bolje upoznaju sa procesom DGNB sertifikacije, a centralni deo Akademije je bio rezervisan za praktične prezentacije u savršeno opremljenom trening centru, gde su posetioци mogli na realnim modelima da vide primenu različitih Knauf proizvoda, a upriličena je i poseta proizvodnom pogonu fabrike kamene vune u Škofja Luki.



POČELA IZGRADNJA PRVE SLOVENAČKE IKEE

SLOVENIJA – Krajem oktobra polaganjem kamena temeljca u Ljubljani započeta je izgradnja prve IKEA robne kuće u Sloveniji. Celokupna investicija švedske kompanije iznosi oko 90 miliona evra, a objekat koji se gradi u okviru kompleksa ljubljanskog trgovачkog centra BTC, prostiraće se na 30.000 kvadratnih metara, sa hiljadu parking mesta, 170 parkirališta za bicikle i restoranom kapaciteta 450 mesta. Izgradnja robne kuće koja će ponuditi oko 10.000 proizvoda trajaće oko godinu dana.



Prvi memorandum o nameri izgradnje IKEA je sa gradskim vlastima u Ljubljani potpisala još 2008. godine, ali se početak projekta odužio zbog problema oko dobijanja zemljišta, a kasnije i pribavljanja dozvola za početak gradnje.

Objekat u Ljubljani će 90 odsto energije potrebne za rad obezbeđivati iz obnovljivih izvora, uključujući solarne panele na krovu i geotermalnu energiju. Vršiće se odvajanje 23 različite vrste otpada, dok će tretman otpadnih voda biti obezbeđen pomoću „smart“ sistema.



NOVI KONCEPT LOBIJA HOLIDAY INN HOTELA

SRBIJA - Shodno najavama kompanije Delta Holding nakon akvizicije hotela Holiday Inn u Beogradu i BelExpo centra da će uložiti 2,5 miliona evra u renoviranje ovih objekata, Holiday Inn hotel dobio je novi lobi ove jeseni. Pored osavremenjenog izgleda novi koncept „Open Lobby“ omogućava svim gostima i posetiocima da borave u prijatnom i komfornom prostoru u kome mogu da se opuste, rade, uživaju u hrani i piću i osećaju se kao kod kuće. Hotel je ujedno ponudio i nove atraktivne sadržaje i usluge, poput Take In usluge poručivanja hrane, To Go Cafe-a, putne kozmetike dostupne na recepciji hotela.

OTVORENA TREĆA LOKACIJA NOVA ISKRA COWORKING PROSTORA

SRBIJA - Nova Iskra Workspace powered by Rent24 zvanično je sredinom septembra otvorila svoj najnoviji coworking prostor u Beogradu. Moderno opremljeni prostor površine 1.200 m² na gornjem Dorćolu pruža se na nekoliko nivoa i čine ga multifunkcionalni interaktivni prostor za konferencije, projekcije i meetup događaje, sale za sastanke, „open space“ radni prostor, privatne kancelarije, zona za zabavu i opuštanje, krovna terasa, restoran i bar, kao i centralni (ulazni) prostor u kome se nalazi urbani vrt. Lokacija na Dorćolu izdvaja se i novitetima u vidu restorana i bara, čime je postala prvi coworking prostor u Beogradu koji poseduje ovakve sadržaje



SVEĆANO OTVORENA ACO AKADEMIIJA I IZLOŽBENI PROSTOR

SRBIJA – Posle 16 godina poslovanja u Srbiji i Crnoj Gori, kompanija ACO je krajem oktobra, uz prisustvo mnogo brojnih partnera i saradnika, svećano otvorila svoj novi izložbeni prostor, čime je i zvanično označila početak rada ACO Akademije.

Kao koncept ACO Akademija pruža priliku partnerima i saradnicima kompanije, projektantima, arhitektama i izvođačima, da nauče više o načinu na koji im rešenja kompanije ACO mogu pomoći prilikom izvođenja projekata.



Motivi i eksponati prisutni u celom enterijeru novootvorenog objekta neguju vezu savremene umetnosti, NordArt-a i industrije, koji igraju veoma važnu ulogu u vrednostima i načinu rada kompanije koja je jedan od svetskih lidera u razvoju i proizvodnji ino-

vativnih rešenja u oblasti upravljanja površinskim vodama i vodama unutar objekata. Ovim će posetioci, porez upoznavanja sa rešenjima kompanije ACO, imati priliku i da se bliže upoznaju sa njenom filozofijom, kao i motivima koji je pokreću.



CARGO-PARTNER OBELEŽIO OTVARANJE LOGISTIČKOG CENTRA

SLOVENIJA – Posle jedanaestomesečne faze izgradnje, kompanija cargo-partner krajem septembra svećano je obeležila otvaranje svog iLogističkog kompleksa u blizini aerodroma u Ljubljani. Moderni kompleks, koji je ujedno i novo sedište kompanije, počeo je sa radom još u avgustu.

Investicija vredna 28 miliona evra prostire se na ukupnoj površini od 25.000 m² što iLogistički centar Ljubljana svrstava u jedan od najvećih skladišnih kompleksa u zemlji. Kompanija pruža dijapazon ugovornih logističkih usluga u novom objektu, a u kasnijoj fazi može da dodati dopunska skladišna zgrada od 8.000 m² uz postojeće skladište.

PRVA NAGRADA ZA ZABRISKIE STUDIO

SRBIJA – Prvu nagradu na arhitektonskom konkursu za idejno rešenje nove zgrade Ansambla narodnih igara i pesama Srbije „Kolo”, odneo je mladi šestočlani tim arhitekata projektanskog biroa Zabriskie iz Beograda, predveden arhitektom Milkom Gnjato.

Projekat „Venac baštine“ posebno se izdvojio po rešenju spoljne scene, koja se fizički nastavlja na zatvorenu scenu, a koju je po potrebi moguće povezati, a posebno je uzet u obzir i značaj lokacije Kosančićevog venca, na kom će se objekat nalaziti, kao simboličkog mesta prepoznavanja Beograda. Izgradnja kuće za „Kolo“ mogla bi da počne krajem 2020. ili početkom 2021. godine.



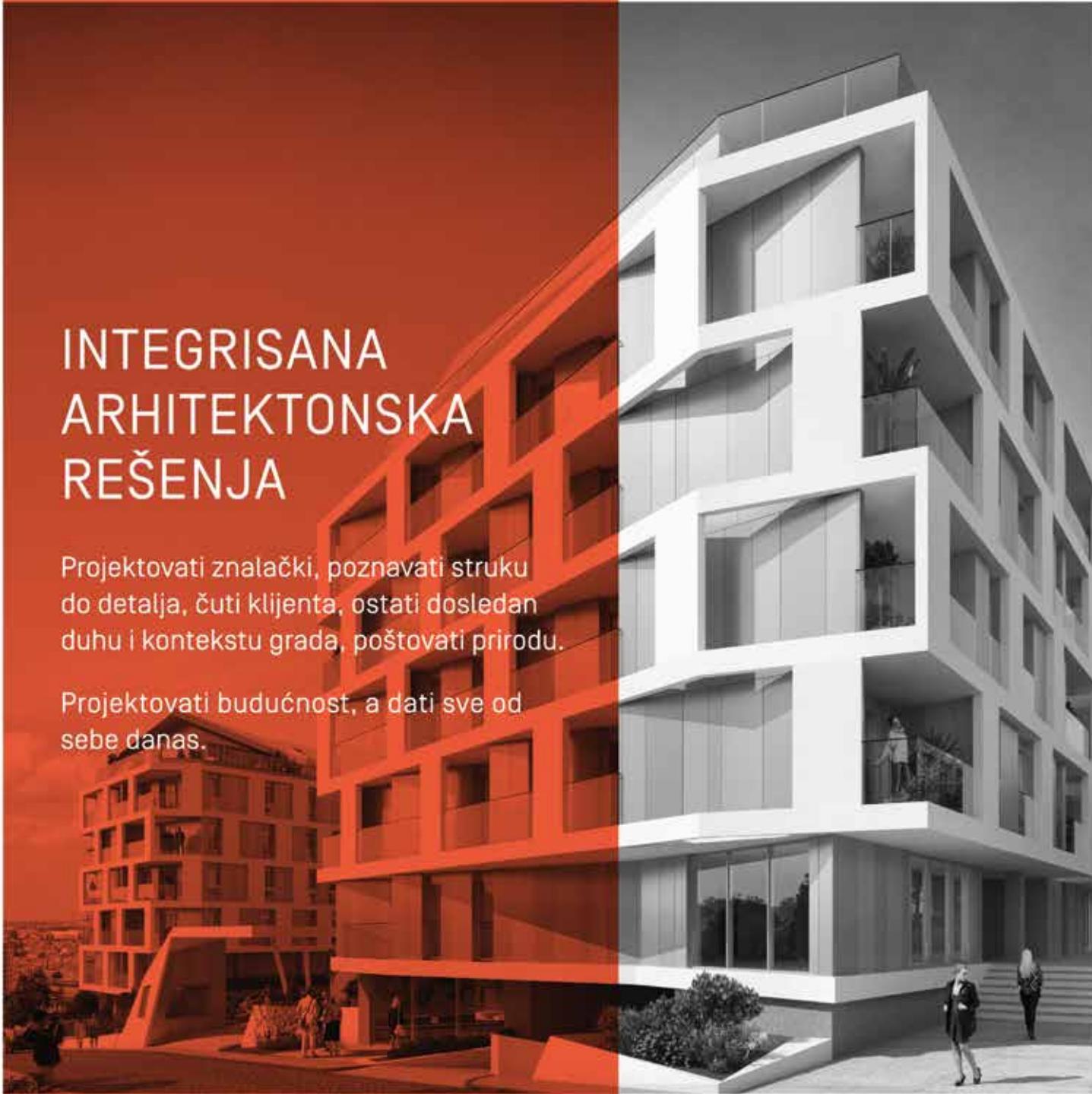


ZABRISKIE
STUDIO

INTEGRISANA ARHITEKTONSKA REŠENJA

Projektovati znalački, poznavati struku do detalja, čuti klijenta, ostati dosledan duhu i kontekstu grada, poštovati prirodu.

Projektovati budućnost, a dati sve od sebe danas.



www.zabriskie.rs

Kneza od Semberije 10a
11000 Beograd
+381 11 2440 376
office@zabriskie.rs



TRGOVINSKE PRODAVNICE KOJE „OSLUŠKUJU“ POTREBE KUPAČA I ZAPOSLENIH

Prilikom projektovanja prodavnica Lidl se vodi time da zaposlenima olakša svakodnevni posao, potrošačima omogući komforну kupovinu, a obavezan standard odnosi se na energetsku efikasnost objekta

TEKST

Ivana Lakić



Q ANA PETROVIĆ

Rukovodilac sektora
Nekretnine za regiju
Beograd, Lidl Srbija

Q ĐURĐICA KUJUNDŽIĆ

Rukovodilac sektora
Nekretnine za regiju
Centralna Srbija, Lidl
Srbija

Q JELENA ŠPANOVIĆ

Rukovodilac sektora
Nekretnine za regiju
Vojvodina, Lidl Srbija

Jedan od najvažnijih zadataka svakako je bio odabir lokacija. Šta su bili najveći izazovi u ovom segmentu?

Đurđica: Jako smo zadovoljni i mogu slobodno da kažem, ponosni na dosadašnje lokacije Lidl prodavnica u Srbiji. Prilikom odabira i kupovine parcela do sada nismo nailazili na poteskoće, koje nisu standardne za oblast kojom se bavimo. Istakla bih da je za mene najveći izazov bio da se iskordinišu svi preduslovi – urbanistički, tehnički, administrativni i finansijski u dogovorenim rokovima.

Ana: Mi tražimo parcele najboljeg kvaliteta. Po Lidlovim standardima uglavnom se insistira da budemo vlasnici nepokretnosti, kao i da sami projektujemo i gradimo svoje prodavnice. To je ono po čemu smo jedinstveni, što je određena vrsta izazova. Gde god da otvaramo prodavnicu trudimo se da dodatno unapredimo okolinu i saobraćajno rešenje, a pohvalila bih spremnost na saradnju i sračnost ljudi u lokalnim samoupravama i zahvalila se na dobrodošlici koju smo osetili u svakom gradu.

Jelena: Za naše potrošače želimo najbolje i to je naš izazov. Pored odabranog asortimana koji nudimo sa najboljim odnosom cene i kvaliteta, Lidl prodavnice su na dobroj lokaciji u gradu, lepo vidljive i dostupne potrošačima. Parcele su prostrane i svaka prodavnica poseduje parking, jer znamo koliko je našim potrošačima bitna komforntost prilikom kupovine.

Da li se i koliko proces pribavljanja i pripreme lokacije za izgradnju razlikuje u zavisnosti od regionala naše zemlje?

Jelena: Lidl Srbija uvek poštuje zakonske regulative, pa se sam proces pribavljanja i pripreme

SAMA IZGRADNJA PRODAVNICE OKVIRNO TRAJE OD ŠEST DO DEVET MESECI



Lidl je na tržištu Srbije prisutan malo duže od godinu dana. Na dugoočekivani dan, 11. oktobra 2018. godine, 16 prodavnica ovog trgovačkog lanca otvorilo je svoja vrata u 12 gradova Srbije. Danas ih je 37 raspoređenih u 26 gradova. Koliki je izazov bio napraviti strategiju ekspanzije i pripremiti lokacije za izgradnju, možda najbolje govori staž koji rukovodioci sektora Nekretnine imaju u kompaniji Lidl Srbija, a koji iznosi sedam i više godina.

O tome kakvo je Srbija tržište iz ugla grifild investitora, kako teče proces ekspanzije jednog trgovačkog lanca u poslovnoj klimi Srbije, ali i o trendovima u daljem razvoju ovog tipa nekretnina, zanimljivo je da smo razgovarali sa tri dame: Anom Petrović, rukovodiocem sektora Nekretnine za regiju Beograd, Đurđicom Kujundžić, rukovodiocem sektora Nekretnine za regiju Centralna Srbija i Jelenom Španović, rukovodiocem sektora Nekretnine za regiju Vojvodina.

lokacije za izgradnju ne razlikuje puno u različitim regionima naše zemlje. Jedino gde mogu da se jave varijacije je vremenski okvir za dovođenje objekta do kompletne funkcionalnosti.

Durdica: U Beogradu je malo specifičnija situacija pa se papiri prikupljaju nešto duže, dok je u centralnoj Srbiji i Vojvodini prosek između dve i tri godine. Tome doprinose i naši procesi koji tehnički zahtevaju određeno vreme, a sama izgradnja prodavnice okvirno traje od šest do devet meseci.

Kako iz ugla grinfeld investitora ocenujete tržište Srbije?

Ana: Vrlo atraktivno. Sa aspekta grinfeld investicija naše iskustvo, kroz koje smo prošli tokom prethodnih osam godina je veoma pozitivno. Uspeli smo da pronađemo odlične lokacije za naše prodavnice, steknemo dobru saradnju sa lokalnim samoupravama i građevinskim firmama.

Jelena: Tržište nekretnina u Srbiji je veoma pogodno. Mi se trudimo da pronalazimo lokacije koje možemo da prilagodimo našim uslovima i standardima, i to svakako, nakon otvorenih 37 prodavnica u Srbiji uspevamo. Naš cilj je zadovoljenje potreba potrošača i oni su nam uvek prvi na pameti prilikom odabira.

Lidl ima nekoliko tipova svojih objekata. U čemu leže njihove osnovne razlike?

Jelena: Lidl na internacionalnom nivou stalno radi na modernizaciji svojih prodavnica i razvijanju novih tipova. Zato, kod nas potrošači ne mogu naići na prodavnice kakve su možda navikli da vide u Nemačkoj ili Grčkoj. U svim



Za godinu dana
postojanja u Srbiji,
Lidl broji

37

prodavnica
raspoređenih u 26
gradova

zemljama Lidl radi na njihovoj rekonstrukciji, a kod nas su sve otvorene prodavnice novijeg tipa. One su modernije po izgledu i opremi, više fokusirane na komfornu kupovinu i energetsku efikasnost. Osluškuju se povratne informacije zaposlenih i prodavnice se prilagođavaju tome da budu što prijatnije mesto za rad.

U Srbiji su trenutno zastupljena dva tipa Lidl prodavnica. Zašto ste se odlučili baš za njih i da li planirate uvođenje i drugih tipova prodajnih objekata?

Ana: Svake godine imamo određen tip inovacija kada je u pitanju izgradnja prodavnica. Uvek pratimo trendove i jedino po čemu se dosadašnje Lidl prodavnice u Srbiji razlikuju je arhitektura, odnosno spoljašnji izgled prodavnice. Zbog prilagođavanja okruženju, u Beogradu imamo prodavnice na sprat, kod kojih je parking na nultom nivou ispod prodavnice. Međutim, unutrašnji prodajni prostor ne razlikuje se od ostalih Lidl prodavnica i raspored kategorija je gotovo identičan, što snalaženje čini jednostavnijim, a kupovinu bržom. Da se odlučimo za ovakve objekte doprinela je naša težnja da budu energetski efikasni, prijatni za kupovinu i rad.

Čime se vodite pri projektovanju prodavnica?

Ana: Vodimo se standardima koji važe za sve Lidl zemlje, a oni se prvenstveno odnose na energetsku efikasnost objekta. Stoga nam je prilikom gradnje i rada naših prodavnica stalo do primene održivih građevinskih materijala, zato koristimo one sa CE sertifikatom. Uz pomoć efikasne topotlne izolacije smanjuje se rasipanje energije, a u slučaju kada je potrebna rasveta, koristi se energetski efikasna upotreba održive LED rasvete koja omogućava dobru prezentaciju robe. Naš sistem hlađenja ne koristi štetne rashladne fluide, čime čuvamo atmosferu, a dodatno imamo i filetre za kanalizaciju, koji prerađuju atmosfersku vodu, pa u kanalizaciju ispuštamo vodu prečišćenu od ulja i masti. Specifični smo i po tome što se dostava proizvoda obavlja na našem placu, a ne na javnoj površini, te ne ugrožavamo funkcionisanje redovnog saobraćaja.

Durdica: Takođe, objekat u potpunosti funkcioniše „sam za sebe“ preko Building management sistem-a (BMS) koji u potpunosti upravlja objektom i svim njegovim funkcijama kao što

su kontrola kvaliteta svežeg vazduha, automatsko grejanje i hlađenje, kontrola zaključavanja / protivprovale, kontrola rasvete, kontrola potrošnje i ostalo.

Ono što bih dodatno istakla, jeste da se prilikom projektovanja vodimo i time da kolegama olakšamo svakodnevni posao, a potrošačima omogućimo komforntnu kupovinu u našim prodavnicama. Velika staklena površina omogućava prođor dnevnog svetla koje prostor čini prijatnim, ujedno smanjujući potrošnju energije. Pažljivom raspodelom kategorija skraćuju se putevi hoda kroz prodavnicu. Moguća je dostava robe i kada nema zaposlenih u samoj prodavnici, što pruža bolje opcije kod planiranja i skladištenja robe, a za potrošače obezbeđuje svakodnevnu svežinu. Svaka Lidl prodavnica poseduje zajedničke prostorije za odmor i obuke zaposlenih.

Jelena: Pored svega navedenog, uvek vodimo računa i da objekat, kao i cela naša parcela budu uklopljeni u ambijent u kome se nalaze. Tako na primer, gradimo pešačke staze do naših prodavnica, vodeći računa o tome kojim sve putem potrošači mogu doći do nas. Ukoliko je u blizini prodavnice autobusko stajalište i naselje, sa svake strane će postojati staza do prodavnice. Takođe, naše parcele su uvek „licem“ okrenute prema potrošačima, bez barijera, ograda ili drugih objekata na placu.

Koliki je bio izazov izgraditi ovakve objekte u Srbiji?

Durdica: Do sada najveći izazov za nas tri bila je koordinacija i praćenje svih rokova za otvaranje prvih 16 prodavnica u Srbiji u istom minutu. U mnogome su nam pomogli saradnici, domaće građevinske firme, koje su se pokazale kao izuzetni partneri u primeni naših interna-



Đurdica Kujundžić,
Ana Petrović,
Jelena Španović

cionalnih standarda. Za svaku parcelu i prodavnici primenjujemo isti kvalitet gradnje i uređenja. Ponosni smo što i posle otvorenih 37 prodavnica možemo da održimo isti kvalitet i za sve buduće, jer to potrošači i lokalne zajednice zaslužuju. Međutim, za nas to ne predstavlja izazov, već zadovoljstvo.

Kada govorimo o shopping i retail centrima, trendovi ukazuju da je neophodno ponuditi znatno više od same kupovine. Kakvi trendovi vladaju kada govorimo o prehrambenim trgovinskim objektima?

Ana: Slažemo se da je potrebno ponuditi i nešto više od same kupovine, i to je definitivno ono na čemu mi svakodnevno radimo. Pored proizvoda sa najboljim odnosom cene i kvaliteta, potrošačima Lidla nudimo ugodnu i brzu kupovinu uz lak pristup i komforntno parkiranje.

Durdica: Jednostavnost i ušteda vremena, to je ono što se danas traži. Obaviti kupovinu lako i ostaviti više vremena za uživanje sa porodicom i prijateljima. Na takve potrebe potrošača odgovaramo probranin assortimanom od oko 1.600 proizvoda, brzim prolazom kroz kase bez čekanja u redovima i pravovremenim obaveštanjem potrošača o akcijama.

Jelena: Izdvojila bih i prijatnu kupovinu, a tome u Lidlu doprinosi, pored brzine, fino osvetljen

LIDL UPRAVNA ZGRADA
NOSILAC LEED PLATINUM
SERTIFIKATA

Upravna zgrada kompanije Lidl Srbija prva je zgrada u Srbiji sa LEED Platinum sertifikatom, priznanjem koje se dodeljuje objektima građenim u skladu sa najvišim standardima industrije i uz poštovanje ključnih principa održivosti. Ovim prestižnim sertifikatom potvrđuje se da je Upravna zgrada Lidl u Novoj Pazovi izgrađena na mestu gde su građevinski radovi najmanje uticali na ekosistem i vodene tokove, kao i da su upotrebljavani reciklirani i održivi materijali, sa ciljem da se smanji negativan uticaj na okolinu.

Lista razloga zbog kojih se Lidlova Upravna zgrada našla na poziciji predvodnika održive gradnje u zemlji uključuje i implementiranu tehnologiju za efikasnu uštedu vode i topotlnu izolaciju, kao i instalaciju osvetljenja koje štedi električnu energiju. Posebna pažnja u izgradnji posvećena je dobrobiti zaposlenih, tako što se u velikoj meri vodilo računa o kvalitetu vazduha unutar objekta.

LEED sertifikati (Leadership in Energy and Environmental Design) uključuju nezavisnu procenu zelenih elemenata gradnje određenog objekta, a LEED Platinum je, u ovoj sistematizaciji, najviša ocena koja se može dobiti.



SA ASPEKTA GRINFILD INVESTICIJA NAŠE ISKUSTVO, KROZ KOJE SMO PROŠLI TOKOM PRETHODNIH OSAM GODINA JE VEOMA POZITIVNO

prostor, sa dosta dnevne svetlosti, velika površina između polica za neometano kretanje i pregledno izloženi proizvodi.

Koliko ste zadovoljni dosadašnjim poslovanjem u Srbiji i kakvi su planovi za naredni period?

Ana: Radimo na planovima i nastavljemo dalje sa širenjem mreže kako bismo što većem broju stanovnika u Srbiji bili dostupni.

Durdica: Kao i naši potrošači koji su nas išekivali, i mi smo jedva čekali otvaranje prvih prodavnica. Otvaranje je bilo kruna našeg višegodišnjeg rada, a uspešno otvaranje je dokaz da je posao godinama unazad dobro obavljen. Cilj nam je da tako nastavimo.

Jelena: Dosadašnji kupci su nas ohrabrili da nastavimo sa širenjem mreže i u gradovima u kojima nas nema. Njihova dobrodošlica u svakom gradu nam je dodatni motiv.

Šta za vas predstavlja rad u internacionalnoj kompaniji kao što je Lidl? Da li imate neki savet za nove generacije u sektoru nekretnina?

Ana: Iako sam tokom studija zamišljala da će raditi u sektoru prodaje ili nabavke, zaljubila sam se u nekretnine. Tome je doprinela činjenica, da sam imala veliku sreću da svoju karijeru započnem u Lidlu i ostanem u kompaniji, sada već osam godina. Sektor nekretnina u Srbiji je jako zanimljiv, atraktivan i izazovan. Nijedna parcela nije ista, a samim tim i nijedna kupovina, i to je ono što me u kombinaciji sa sjajnim timom i pozitivnom atmosferom iz dana u dan vraća na posao sa osmehom.

Durdica: Mladima koji su zainteresovani za rad u ovom sektoru bih savetovala da se razvijaju na više polja. Širina interesovanja u ovom poslu je jako bitna, jer u jednom danu rešavamo i pravna i građevinska i ekomska pitanja. Potrebno je da budemo u toku sa zakonima, trendovima, inovacijama u gradnji, kao i da pratimo potrebe i navike potrošača. Zato, ne budite opredeljenja da se isključivo usko specijalizujete, već prikupljajte znanja, razvijajte se i interesujte se na više polja.

Jelena: Više od sedam godina rada u kompaniji Lidl Srbija pokazuje da mi se ovde dopada. Svoj posao sam započela od osnovnih pozicija, ali kompanija ima sluha i podržava razvoj zaposlenih. Istakla bih da je u poslu nekretnina timski rad jako bitan. Često se susrećemo sa novinama, poput onih u zakonu, regulativama i trendovima, ali mi podržavamo okrenutnost ka izazovima. Razvijamo se tako što ne stajemo pred situacijama koje su nam nepoznate, nego ih sagledamo iz svih uglova i pronađemo odgovarajuće rešenje. Tu je timski rad ključ, a to je ono što naša kompanija neguje, jer zna da Lidl pokreće ljudi.



LIDL LOGISTIČKI
CENTAR NOSILAC
LEED GOLD
SERTIFIKATA



Logistički centar Lidl Srbija je nosilac LEED Gold sertifikata. To znači da su prilikom gradnje poštovani principi održivosti - efikasna upotreba vode, smanjenje otpada kao i korišćenje održivih građevinskih materijala. Ušteda energije na ovom Logističkom centru u odnosu na standardne objekte ovog formata iznosi 32%; potrošnja vode, upotreboom posebne vrste slavina i tuševa, smanjuje se za 20%, a koristi se i sistem kišne kanalizacije.

Po svojoj površini ovo je jedan od najvećih objekata u jugoistočnoj Evropi sa LEED Gold sertifikatom. Takođe, prvi i jedini Logistički centar sa ovim sertifikatom u Srbiji.

ZA GRAĐEVINSKU DOZVOLU OD 91 DO 247 DANA

Koja zemlja regiona je uspela da obezbedi najjednostavniji i najbrži proces izdavanja dozvola?

TEKST | *Vladimir Mitić*



Ukoliko govorimo o razvoju građevinske industrije i privlačenju investicija u sektoru gradnje, procedura izdavanja građevinskih dozvola jedan je od bitnijih faktora. Ovo je ujedno i jedna od najčešćih tema u Srbiji kada na red dođu rezultati Doing busi-

ness liste, izveštaja Svetske banke o uslovima poslovanja, jer je u ovom domenu ostvaren najveći napredak. Ove godine posebnu pažnju medija, ali i struke izazvala je Hrvatska, gde je, sudeći po naslovima, „izdavanje dozvola gorući problem“, iako je ova zemlja na listi Svetske banke poboljšala prošlogodišnji pad.



Pre svega treba imati u vidu da se za sve zemlje uzima jedan te isti primer koji se ove godine odnosio na projekat skladišta koje se nalazi na periferiji glavnog ili velikog grada i podrazumeva se da je ta zona u potpunosti opremljena infrastrukturom, da postoji urbanistička regulativa koja omogućava izdavanje građevinske dozvole, a onda se primenom zakona i podzakonskih akata izračunava broj dana neophodnih za izdavanje građevinske dozvole. Treba imati u vidu da je situacija u praksi daleko od ovih idealnih uslova.

PRVO MESTO U REGIONU

Među deset indikatora koje Svetska banka ocenjuje, prvo mesto i dalje drži izdavanje građevinskih dozvola kada govorimo o Srbiji, koja je prema najnovijem izveštaju najbolje rangirana do sad po ovom kriterijumu i nalazi se na devetom mestu. Za izdavanje dozvole neophodno je 99,5 dana i ukupno 11 procedura, a troškovi izdavanja dozvole iznose 1,4% investicije. Najveće unapređenje postignuto je kroz Zakon o republičkim administrativnim taksama, čijim je izmenama gotovo prepovoljena taksa za dobijanje lokacijskih uslova.

Kako je prilikom predstavljanja rezultata Svetske banke istakla Zorana Mihajlović, ministar građevinarstva, saobraćaja i infrastrukture, svako pomeranje na ovoj listi utoliko je važnije jer znači da je Srbija iza sebe ostavila zemlje koje već imaju veoma dobro poslovno okruženje. „Deveto mesto na svetu u građevinskim dozvolama, kao i napredak sa 48. na 44. mesto u ukupnom skoru obavezuju nas da još efikasnije sprovodimo reforme i u drugim oblastima, kako bismo iduće godine dodatno popravili naš rejting“, istakla je tom prilikom Mihajlovićeva koja je ujedno i predsednik Zajedničke grupe za unapređenje pozicije Repu-

Srbija je prva u regionu i

9.

u svetu po izdavanju građevinskih dozvola

blike Srbije na rang-listi Svetske banke.

Inače, bitna novina je i da su zahvaljujući novom Statutu Beograda gradske opštine od 1. novembra 2019. preuzele izdavanje građevinskih dozvola do 1.500, a prigradske do 5.000 kvadrata. Ovim je 60 odsto predmeta iz oblasti urbanizma vraćeno opštinama glavnog grada, a izdavanje dozvola kroz objedinjenu proceduru, koja uključuje izdavanje građevinske dozvole, prijavu radova, pribavljanje saglasnosti na tehničku dokumentaciju, izdavanje upotrebnih dozvola, uslova za projektovanje, kao i priključenje objekata na infrastrukturnu mrežu, obavlja se isključivo elektronskim putem.

DUGOGODIŠNJA ČVRSTA POZICIJA

Poredeći situaciju u zemljama regiona, po izdavanju građevinskih dozvola sledi Severna Makedonija koja zauzima 15. mesto sa 91 danom neophodnim za izdavanje dozvole, svega devet procedura i troškovima u iznosu od 3,5% investicije. Ova država je inače od izveštaja za 2015. godinu među prvih 15 zemalja od 190 koje se nalaze na listi, sa izuzetkom izveštaja za 2018. kada je bila na 26. mestu. Makedonija je inače jedna od retkih zemalja u Evropi koja



RAZMIMO ILAŽENJA U PRAKSI



Željka Jurković ističe da digitalizacija u građevinskom sektoru Hrvatske nije u potpunosti sprovedena i da investitori putem eDozvola ne mogu poslati zahtev za izdavanje građevinske dozvole. „Ukoliko je investitor fizičko lice i ima elektronsku ličnu kartu, onda može predati zahtev u sistemu e-Dozvole.“

Predsednica Hrvatske komore aritekata ističe da postoje i razlike u brzini izdavanja građevinskih dozvola u lokalnim samoupravama. Predlog nadležnom ministarstvu je bio da se pojača kontrola postupaka izdavanja dozvole, ali kako navodi Jurkovićeva „odgovor je uvek bio ‘da je to nadležnost lokalne samouprave.’“

Kao rešenje problema navodi da bi trebalo usvojiti predloge struke, aritekata koji se praktično suočavaju sa sistemom i problemima.

„Najveći red i najveća brzina u izdavanju dozvola bila je kada smo do 2014. godine imali tri logične i komplementarne faze izrade projekata i izdavanja dozvola: Idejni projekat – Lokacijska dozvola, Glavni projekat – Građevinska dozvola, Projekat izvodjenja – Upotrebljena dozvola. Kada se od strane Ministarstva počeo uvođiti haos u taj logičan sistem, a sve u ime „pojednostavljenja procedura“ dogodilo se upravo suprotno: prolongiranje. Na to godinama upozoravamo“, zaključuje Jurkovićeva.

je preuzeila elektronski sistem izdavanja građevinskih dozvola iz Singapura. Sistem koriste sve opštine, od najmanjih do najvećih, a sve je dokumentovano na taj način da svaki investitor može sam da prati dokle se stiglo sa dozvolama.

SITUACIJA U REGIONU

Slovenija zauzima 119. mesto ostvarujući napredak za jedno mesto u odnosu na prošlu godinu, a za dobijanje građevinske dozvole neophodno je čak 247,5 dana, najviše u odnosu na zemlje regionala, i čak 17 različitih procedura. Troškovi izdavanja dozvole po metodologiji Svetske banke iznose 2,7% investicije.

Crna Gora se penje sa 165. mesta koje je imala u izveštaju za 2014. na 40. mesto prema najnovijem izveštaju za 2020. Broj neophodnih procedura je kao u Severnoj Makedoniji devet, dok se na referentnom primeru dozvola dobija za 102 dana, a troškovi iznose 4,9% investicije.

Bosna i Hercegovina nalazi se na začelju regionala i zauzima 173. mesto, za izdavanje dozvole neophodno je 180 dana i 17 procedura i ovo je najgori rezultat ove zemlje još od izveštaja za 2014. Troškovi izdavanja građevinske dozvole su najviši u regionu i iznose 20,3% investicije. Određene promene mogu se nazretić u sistemu ove države, imajući u vidu da je nayanljeno da će Banjaluka biti jedan od prvih gradova u BiH koji će, od naredne godine, početi sa izdavanjem elektronskih građevinskih dozvola.

NOVI SISTEM IZDAVANJA DOZVOLA U HRVATSKOJ

Hrvatska se prema izveštajima za period od 2015-2018. nalazila među 130 zemalja po izdavanju građevinskih dozvola, da bi prošle godine zabeležila drastičan pad sa 126. na 159. mesto što je najgori rezultat od 2014. godine kada je bila pri samom kraju liste na 185. mestu. Prema najnovijem izveštaju Hrvatska se kotira na 150. poziciji, a za dobijanje građevinske dozvole neophodno je 146 dana i savladavanje briokratije koja podrazumeva 22 različite procedure.

Ovakav rezultat izazvao je veliku pažnju, ako je sudeći po naslovima u hrvatskim medijima. Ove godine usvojene su izmene Zakona o gradnji i Zakona o prostornom uređenju kako bi se stvorio efikasniji i jeftiniji sistem izdavanja dozvola. S druge strane struka kaže da se uzrok pada rejtinga nalazi u tome što resorno ministarstvo ne sluša praktičare.

„Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja uvodi nove procedure birokratski, kao što je to slučaj sa e-Dozvolama“, tvrdi Željko Jurković, predsednica Hrvatske komore arhitekata. „Ako nemate red u državi i red u sistemu, tu neće pomoći digitalni alat, jer je on upravo to - alat.“ Kako objašnjava Jurkovićeva problem je u tome što projektanti u sistemu e-Dozvola podnesu zahtev za izdavanjem posebnih uslova potrebnih za projektovanje, a zastoj nastaje već tu jer referenti te zahteve nedeljama ne

DIGITALIZACIJA

Severna
Makedonija je jedna
od retkih zemalja
u Evropi koja je
preuzeila elektronski
sistem izdavanja
građevinskih
dozvola iz
Singapura

WP
WEST PROPERTIES

NOVO

Svaki naš kupac
na POKLON dobija idejno
rešenje uređenja enterijera.

prosleđuju javnopravnim telima koja izdaju tražene uslove. „Jedan od naših predloga je bio da se broj javnopravnih tela smanji, ali se to nije desilo. Ministarstvo nije usvojilo ni naš predlog da referent na početku postupka da mišljenje da li je zahvat u prostoru u skladu sa prostornim planom, već se to radi na samom kraju postupka, kada su već izrađeni svi glavni projekti za građevinsku dozvolu.“

Komentarišući najnovije izmene Zakona koje bi trebalo da obezbede efikasniji sistem, Danijel Meštrić, državni sekretar Ministarstva graditeljstva i prostornoga uređenja Republike Hrvatske, kaže da se datim izmenama obezbeđuje brži i jeftiniji sistem izdavanja dozvola, a u korist građana i investitora.

„Pojednostavljujemo, ubrzavamo i olakšavamo postupak izdavanja građevinskih i upotrebnih dozvola, ali i samu gradnju. Nema više pečata i šetnje po šalterima.“ Kako ističe Meštrić tri su ključne promene: smanjenje broja procesa za izdavanje dozvola, pojeftinjenje izdavanja dozvola i ograničavanje rokova javnim službama za izdavanje.

„Velika novost je da projektant preuzima sve obaveze investitora za pribavljanje dozvola. Elektronskim potpisom ulazi u sve procese i prati predmet u stvarnom vremenu. Do sada je trebalo samo za jednu kuću odštampati i doneti 10 kompleta po pet kilograma papira, a sada to više nije slučaj jer se dokumentacija



POGODNOST ZA STRANE INVESTITORE



„Zasigurno će reforme koje sprovodimo neposredno privući i investitore da ulažu u Hrvatsku. Od nedavno je uvedena nova funkcionalnost sistema za izdavanje eDozvola koja stranim građanima omogućava da uz pomoć akreditiva iz svojih država pristupaju sistemu i imaju uvid u celokupan postupak i sva prava kao i građani Republike Hrvatske. Za sada su to građani Belgije, Luksemburga, Estonije i Holandije, a nadamo se da će se uskoro priključiti i ostale zemlje“, ističe Danijel Meštrić.

podnosi digitalno.

Ključna izmena zakonskih okvira je uvođenje sistema eKonferencije putem koje se od sada odvija komunikacija službi za izdavanje dozvola sa svim javnopravnim telima. Elektronski postupak smanjuje „šetnju“ investitora od šaltera do šaltera institucija koje moraju izdati potvrde jer službenik prikuplja te potvrde elektronski“, objašnjava državni sekretar Ministarstva graditeljstva i prostornoga uređenja.

Uvođenje sistema eKonferencije posebno je bitno. U praksi to znači da investitor dolazi u kancelariju svog projektanta sa zahtevom za izradu glavnog projekta. Projektant u ime investitora ili sam investitor podnosi zahtev za izdavanje dozvole s glavnim projektom u elektronskom obliku. Zahtev prima služba koja saziva e-konferenciju, odnosno traži od svih institucija koje treba da potvrde glavni projekat, da se u roku od 15 dana izjasne o usklađenosti s posebnim propisima. Ukoliko u roku od 15 dana nema odgovora, smatra se da je odgovor pozitivan. Kroz elektronski sistem izdaje se građevinska dozvola i može početi gradnja. Stranke u postupku i projektant imaju uvid u stanje predmeta čime se povećava transparentnost postupka izdavanja dozvole.

„Uvođenjem ovog sistema broj procedura u postupku smanjujemo sa 22 na deset. Na ovaj način objedinili smo devet procedura koje su iziskivale odlazak na više šaltera. Samo za ilustraciju, EU prosek prema Doing Business metodologiji je 12,7 procedura“, objašnjava Meštrić.

Kao posebne benefite ovakvog sistema naš sagovornik navodi i da postupak koji je zbog čutanja administracije mogao potrajati i do šest meseci, skraćuju se na samo dve nedelje, ali i da je ostvareno smanjenje troškova izdavanja dozvola sa 10,9% vrednosti investicije na 3,7% investicije. „Smanjene su sve naknade koje su u nadležnosti resornog ministarstva, promjenjena je Uredba o tarifi upravnih taksi i smanjena cena dozvole, ograničeni su dodatni nameti“, kaže Meštrić napominjući da prosek u EU u skladu sa Doing Business metodologijom iznosi 4% vrednosti investicije.



Komentarišući 150. mesto Hrvatske na Doing business listi u kategoriji izdavanja građevinskih dozvola Meštrić navodi da je ostvaren pomak u odnosu na prošlogodišnji izveštaj. „Valja napomenuti i kako je ovogodišnji slučaj izdavanja građevinske dozvole bio Grad Zagreb, koji nažalost još nije uključen u sistem eDozvole, a uvođenje eKonferencije u Gradu Zagrebu je u toku, stoga prikazani rezultati nisu reprezentativni za čitavo područje Republike Hrvatske koje je u sistemu Ministarstva. Isto tako valja napomenuti kako smo u zadnjem izveštaju postigli pozitivne rezultate u brzini izdavanja dozvole i kvalitetu gradnje dok još moramo da poradimo broju procedura (što se rešava eKonferencijom i digitalnim potpisivanjem) i visini troškova (tačnije visini komunalnog doprinosa) ali to nije deo koji se reguliše Zakonom o gradnji.“

Pomenute zakonske izmene pred-

stavljaju nadogradnju postojećeg sistema e-dozvola, a kako bi se u ovom segmentu obezbedilo u potpunosti elektronsko poslovanje, nastavlja se sa razvojem digitalnog sistema i s dodatnim rasterećenjima od birokratije i nameta.

„Cilj je na jednom mestu okupiti sve prostorne planove i sve intervencije u prostoru. U smislu razvoja elektronskih usluga, Ministarstvo graditeljstva i prostornoga uređenja predvodnik je u odnosu na ostatak e-uprave u Hrvatskoj, a da bi uistinu zaživila kvalitetna i moderna administracija, nužno je uspostavljanje kompatibilnog sistema svih usluga koje pružaju tela javne vlasti, odnosno nužna je interoperabilnost s drugim ministarstvima kao i javnopravnim telima čemu uveliko doprinosi digitalno potpisivanje koje je uvedeno“, objašnjava Meštrić.

Državni sekretar Ministarstva graditeljstva i prostornog uređenja Republike Hrvatske za sledeću godinu najavljuje modernizaciju sistema. „Informatizaciju i digitalizaciju, odnosno reformu prostorno zemljiste administracije radićemo sledeće godine i uz pomoć sredstava iz fondova EU. U narednoj fazi e-razvoja, te efikasnoj izradi i implementaciji e-planova druge generacije, e-investicija, e-arhiva i ostalih e-modula koje razvijamo u sklopu rasterećenja privrede i nacionalnih reformi, Ministarstvo će uz podršku struke osigurati građanima da napokon imaju javnu upravu kao svoj servis“, zaključuje Meštrić.

GRAĐEVINSKA DOZVOLA SE NAJVİŞE ĆEKA U SLOVENIJI, ČAK 247,5 DANA

An advertisement for CompanyWall business. The top half features the company name "CompanyWall" in large, bold letters, with "business" in red below it. Below the text is a photograph of two people in business attire, one in a suit and tie, the other in a white shirt, both holding pens over a document they are signing. The bottom right corner of the photo contains the letters "AA+" in a stylized font. A blue call-to-action box in the lower right corner contains the text: "ZATRAŽITE DEMO PRISTUP", "REGISTRIRAJTE SE UZ DEMO KOD", and "REALESTATE2019". Below this box is the website address "www.companywall.rs".

BUDITE U CENTRU NAJVAŽNIJIH DEŠAVANJA!

Novi poslovni prostor - BUSINESS CENTRE 29



**BUSINESS CENTRE
29 IZDAJE SE
KOMPLETNO
NAMEŠTEN, PO
SISTEMU „KLJUČ
U RUKE“**

▼
Pošaljite upit
skeniranjem QR koda



eden od tehnološki najnaprednijih i najkvalitetnijih poslovnih objekata, Business Centre 29, smešten je u samom centru Beograda, u Bulevaru despota Stefana.

Kancelarijski prostor A+ klase projektovan je tako da može da zadovolji potrebe jednog zakupca, ali i da svaka od šest etaža, okvirne površine 200-300 m², može da funkcioniše kao zasebna celina. Prostor je koncipiran kao open space, sa posebnom salom za sastanke, ali i kancelarijama namenjenim upravi kompanije.

Na poslednjim etažama Business Centre 29 smeštena su dva poslovna apartmana, a svaki od njih poseduje direktni pristup putem lifta, kao i privatne terase na krovu objekta.

Recepција sa kontrolom pristupa 24/7, dva lifta, savremeni sistemi grejanja i hlađenja objekta koji obezbeđuju 70% uštede električne energije u odnosu na obične sisteme, kao i oprema enterijera od kvalitetnih trajnih materijala, renomiranih evropskih proizvođača, samo su neke od prednosti koje vam donosi rad u okviru Business Centre 29.

U prizemlju objekta nalaziće se i restoran kapaciteta oko 100 mesta, kao i kongresna sala kapaciteta oko 70 mesta. Na raspolaganju su i parking mesta smeštena u podzemnoj garaži.

Business Centre 29 zadovoljice sve potrebe korisnika u funkcionalnom, tehnološkom, ekonomskom i ekološkom pogledu.

KONTAKT

Saznajte sve prednosti ove poslovne zgrade!

Tel: +381 60 07 19 271

E-mail: milan.m@westproperties.rs



REAL ESTATE

S P E C I J A L N O I Z D A N J E

TREĆI
OKRUGLI STO

OKTOBAR | GODINA 2019

www.realestate-magazin.rs

NOVA PRAVILA

NOVA PRAVILA VLADAJU TRŽIŠTEM

Promena načina života uslovljena digitalizacijom, informacijama, raznolikošću u zahtevima, bez obzira na kategoriju korisnika, nužno zahteva promene i u sektoru nekretnina

TEKST **Ivana Lakić**

Foto: Zoran Petrović

Promene i prilagođavanje potreba kupaca i korisnika, bilo da se radi o rezidencijalnim, poslovnim, retail ili nekretninama u hotelijerskom sektoru, glavna su vodilja u daljem razvoju ovih segmentata, zaključak je prvog panela okruglog stola „REAL ESTATE – NOVA PRAVILA“.

Novi investicioni ciklus koji je primetan u Srbiji, posebno u Beogradu, ali i regionu, kao i inovacije u sektoru gradnje bile su u fokusu drugog po redu okruglog stola u organizaciji Real Estate magazina, koji je po prvi put ugovorio i učesnike iz regiona.

Prateći neke od najznačajnijih vesti u toku 2019. o prodaji najatraktivnijih lokacija u Beogradu, posebna tema bio je njihov dalji razvoj.

Dijana Ivanova, direktor Kopernikus Gradske, kompanije koja je kupila zemljište u novobeogradskom Bloku 43, istakla je da će prateći razvoj grada na ovoj lokaciji uložiti sredstva u izgradnju objekta ukupne površine od preko 100.000 kvadratnih metara.

„Planovi za gradnju su ambiciozni, planiramo realizaciju nebodera, Kopernikus Tower, zgradu koja će promeniti izgled celog novobeogradskog kvarta i grada. Kompleks je zamišljen kao savremeni poslovno-stambeni centar. Programski, planiramo izgradnju poslovnih sadržaja, stambenog prostora, kao i zone za šoping. Akcenat stavljamo na inovaciju i inspiraciju, centar u kome su sadržaji, nivo i obim usluga, tehnički i tehnološki standardi, komoditet i komfor na najvišem nivou i takvi da ne nude samo kvadratne, već jedan stil života“, istakla je Ivanova.

Kopernikus će graditi i stambeni kompleks od 90.000 kvadrata u Borči, na lokaciji koja uglavnom nije u fokusu velikih investitora. „Shodno



aktivaciji sadržaja „Trećeg Beograda“ na levoj obali Dunava i naša kompanija pronašla je interes u gradnji stambeno-poslovnog kompleksa u okviru nove razvojne teritorije grada. Donekle izolovan položaj u odnosu na ostatak grada naseo nas je da kreiramo destinaciju prepoznatljivu po svom karakteru, kao kompleks u kome se korisnicima nudi atraktivan urbani ambijent sa naglaskom na društveni kontekst konzumiranja novog mesta prepoznatljivog identiteta. U tom smislu, pored kvaliteta i komfora koji se korisnicima nudi u okviru samog bloka, nastojaćemo da izgradnjom našeg kompleksa postavimo standarde koji će biti regulator razvoja budućeg urbanog sadržaja u okruženju.“

Osvrćući se na trenutne trendove na tržištu, Ivanova je istakla da promena načina života uslovljena digitalizacijom, informacijama, raznolikošću u zahtevima, bilo da se radi o stanari, zaposlenima ili bilo kojoj drugoj kategoriji korisnika, nužno zahteva promene i u sektoru nekretnina. „Jedna od osnovnih premissa koja odlikuje projekte koje trenutno realizujemo i one čiju gradnju planiramo, jeste definisanje koncepta života i rada koji se korisniku nudi i njegovo prepoznavanje kroz različite servise, usluge i stil života.“

REGULATIVA

Zbog složene regulative investitori pre svega polaze od pitanja ko najbrže i najlakše može da im obezbedi dozvolu

Na neophodno prilagođavanje promenama zahteva potrošača ukazala je i Zorana Burlić, generalni direktor kompanije Delta Real Estate.

„U budućnosti će opstati dominantni šoping prostori koji će ponuditi više od same kupovine. Online trgovina postaje sve značajniji kanal prodaje za retailere, a najveće trendove u oblasti šoping molova diktiraju upravo retaileri. Projektujemo šoping molove u smislu formata i sadržaja u skladu sa svetskim trendovima koje zakupci donose na naše tržište. Trend je i dalje na leisure sadržajima koji su nekada zauzimali svega 5%, a danas 30-40% prostora tržnih centara.“

Burlić je skrenula pažnju da je neophodno razmišljati unapred, jer prostor koji se projektuje danas, za dve godine već može biti prevaziđen. „Prostora za retail ima, ali moramo biti mnogo inovativniji, moramo ponuditi ono što je neophodno sutrašnjem potrošaču.“

Osvrćući se na otvaranje Delta Planet šoping molova u Banjaluci i Varni ove godine, Burlićeva je istakla razlike koje postoje na ovim tržištima, i da je prilikom implementacije globalnih trendova na lokalnu neophodno uvažiti mentalitet i način na koji lokalno stanovništvo živi.

Vladimir Đorić, partner i konslating direktor u arhitektonskom birou Zabriskie, istakao je posledice koje se javljaju usled nedostatka raspoloživih lokacija, pre svega u starom delu Beograda, a to je činjenica da su u današnjim uslovima arhitekte u najvećem broju slučajeva investitorima postale servis za dobijanje građevinske dozvole. Na pitanje kako izbeći ovu situaciju Đorić kaže da je problematika malo šira i tiče se nedostatka neke šire strategije države na polju arhitekture i urbanizma, opšte kulture stanovanja, standarda i svesti građana o značaju arhitekture.

„Nažalost i zakonska procedura i praksa su takve da zbog složene regulative investitori pre svega polaze od pitanja ko najbrže i najlakše može da im obezbedi dozvolu, a potpuno sekundarno pitanje je kakvu će im arhitekturu neko obezbediti. Na kraju tržište je danas takvo da šta god se izgradi i kako god da izgleda to ima svog kupca, još uvek nemamo situaciju da kvalitetna arhitektura „pravi razliku“ u komercijalnom smislu. Koliko će takvo stanje potrajati nisam siguran, ali ono što znam da se događa u regionu je nešto što mi uliva nadu da će se stvari i kod nas promeniti. Naprosto neki globalni tokovi su takvi da hteli mi ili ne

nećemo moći da zaobiđemo uspostavljanje nekakvih standarda. Na kraju krajeva i na našem je tržištu sve više stranih developera koji po prirodi svog posla donose neke standarde i kvalitetu koji već postoje na drugim tržištima.“

Zaokružujući priču u smeru promena koje će obezbediti dalji rast ovog segmenta industrije Ivan Petrović, partner u advokatskoj kancelariji Janković Popović Mitić, istakao je da na tržištu glavnu reč vodi ekonomija, a da bi zakonodavni okvir trebalo da pruži podršku da se svi procesi odvijaju na najbrži i najefikasniji mogući način. „Smatram da je potrebno praviti propise koji će se lakše prilagođavati novim zahtevima tržišta, koji će dozvoliti lakšu promenu u načinu primene, a neophodna je i konstantna edukacija lica koja se bave primenom Zakona o planiranju i izgradnji. Podzakonski akti daju nam jasnu sliku kako i šta treba da se odvija u jednom procesu, što nam ostavlja mogućnost da zakon uopštimo i time postavimo fleksibilnije osnove za prilagođavanje novonastalim situacijama“, zaključio je Petrović.

Leisure sadržaji su nekada zauzimali svega

5%

a danas 30-40% prostora tržnih centara



PREDSTAVLJANJA ▶

Na okruglom stolu ispred kompanije Baumit Srbija, Boris Antonijević predstavio je viziju zdravih, energetski efikasnih i lepih domova i na koji način se u skladu sa ovim ciljevima kreiraju proizvodi kompanije. Radomir Vučković, direktor kompanije Arteracotta, osvrnuo se na prednosti jednog od najstarijih građevinskih materijala, opeku, kao i brojne mogućnosti koje ovaj materijal pruža u savremenoj arhitekturi.

PRIMENA NOVIH ZNANJA KAO KOMPARATIVNA PREDNOST

Jedan od najvećih izazova u real estate industriji je praćenje trendova

TEKST Iva Mihajlović

Poznato je da su naša nacionalna tržišta u regionu veoma mala za velike globalne igrače u real estate industriji i prema mišljenju Zorane Burlić, generalnog direktora kompanije Delta Real Estate, upravo ovo je jedan od osnovnih izazova daljeg razvoja ovog sektora. Kako navodi naša sagovornica potrebno je da poslovanje u regionu bude bez ekonomskih barijera, da veliki regionalni investitori grade međunarodni portfolio, jer je to jedini put da zainteresujemo najveće svetske fondove i investitore.

„Naravno da je jedan od najvećih izazova i praćenje trendova, odnosno neprekidno donošenje najnovijih znanja o real estate industriji. Delta Real Estate je na sreću povezan sa vodećim globalnim kompanijama u ovoj oblasti, kao što je recimo InterContinental Hotels Group, i to je za nas velika komparativna prednost na tržištu“, ističe Burlić.

Da li su se trendovi u retail sektoru promenili u poslednjih godinu dana? Kakvo je stanje na tržištu Srbije?

— Kao i u svakoj industriji, i u retailu vidimo mnogo promena. Najveće su u domenu navika potrošača. Živimo u digitalnom dobu, tako da je sada internet kupovina uzela maha i u svetu postaje dominantna u odnosu na kupovinu u objektima. Zbog toga se i šoping molovi menjaju u smjeru da moraju da ponude mnogo više od samo običnog šoppinga. Zato su zone za zabavu sve veće i kreativnije i šoping centri postaju mesto različitih događaja, ne samo kupovine. Srbija prati taj trend samo mnogo sporije. Kod nas internet kupovina nije jednako razvijena kao na zapadu i naše tržište još uvek ima prostora i potrebu za šoping molovima. Sve će to nastaviti da se menja. Mnogi brendovi se sada okreću ka veoma velikim formatima radnji ume-



ZORANA
BURLIĆ

Generalni direktor,
Delta Real Estate

**DELTA REAL
ESTATE JE VODEĆI
REGIONALNI IGRAČ
I TU POZICIJU ŽELI
DA OJAČA NOVIM
ULAGANJIMA**

sto da imaju više manjih i to je nešto o čemu treba voditi računa pri izgradnji novih molova.

Ostvarili ste zavidan podvig ove godine – otvaranje dva tržna centra u roku od nekoliko dana. Gde leže sličnosti, a gde razlike između razvoja ova dva šoping mola?

— Razlike su velike, jer je reč o dva veoma različita tržišta. Delta Planet u Banjaluci je jedini šoping mol u tom gradu. Banjaluci i celoj regiji bio je potreban ovakav objekat, jer je reč o velikom regionalnom centru, puno ljudi traži prostor za šetnju, druženje, uživanje, za nabavku svetskih brendova. Mi smo u Delta Planet doveli više od 40 novih svetskih marki i on je zaista rekordnom brzinom postao nezaobilazno mesto za Banjalucane. Sa druge strane, Varna je veliko turističko mesto na Crnom moru. Grad ima pored našeg i još jedan šoping mol tako da konkurenca postoji. Zbog toga smo morali da

se diferenciramo i ponudimo nešto što drugi nemaju, a to smo uradili stavljanjem velikog akcenta na zabavu i sadržaje za porodicu u šoping molu. U Delta Planetu u Varni imamo drvo visine 14 metara oko kojeg su tobogani i mreže za igru. Imamo i vrlo atraktivni planetarijum u kojem se nalazi svojevrsni avantura park za decu. Uspeli smo da u ovaj grad dovedemo 30 novih brendova kao i jedini 4D bioskop u Varni. Ovaj šoping mol je znatno veći od mola u Banjaluci, ali su sličnosti u fokusu na velike zone za zabavu unutar mola, što je već postao trend u retail svetu.

Koliko se proces razvoja projekata na ovim tržištima, pre svega pribavljanje i priprema lokacija za izgradnju razlikuje od onog u Srbiji?

— Ako govorimo iz našeg iskustva, dobijanje uslova za gradnju u zemljama Evropske unije išlo je mnogo brže nego u Srbiji. U Varni smo sa partnerom kupili već postojeći objekat koji nije bio dovršen. Sa druge strane, imamo iskustvo iz Ljubljane, gde smo izgradili hotel InterContinental i sve potrebne dozvole dobili najjednostavnije i u najkraćem mogućem roku. I u Banjaluci smo imali korektnu podršku i saradnju sa lokalnim vlastima, poštovali sve procedure i ceo proces je išao glatko. U Srbiji je sve dosta sporije.

Nedavno je Holiday Inn hotel u Beogradu dobio novi koncept. Kada govorimo o sektoru hoteljerstva – koji trendovi dominiraju?

— Hoteljerstvo se takođe menja. Vrhunska usluga se podrazumeva ali sada postaje dominantan trend da gosti treba da se osećaju prijatno i „kao kod kuće“. Naš Holiday Inn je promenio koncept upravo na osnovu IHG standarda za ovaj hotel po kojem gostima treba da bude udobno i da u hotelskom lobiju mogu da se osećaju kao u svojoj dnevnoj sobi, a da pri tom uživaju u izvanrednoj i profesionalnoj usluzi. Hoteljerstvo nije samo jedan trend, već svaki lanac razvija nešto posebno za svoju ciljnu grupu. Tako smo mi sa hotelom Crowne Plaza ponudili nešto novo poslovnom svetu, a videćete uskoro koliko će biti drugačiji naš hotel Indigo, u centru Beograda, koji prati sasvim drugačije trendove gradskih butik hotela.

Kako Delta Real Estate posluje širom regiona – koliko se razlikuje očekivani period za



Foto: Delta Planet Banjaluka

povrat investicije od zemlje do zemlje? Ima li značajnijih razlika?

— Moram da naglasim da su naše investicije u regionu rezultat pažljive analize. Pre nego što smo i počeli razvoj projekta, napravili smo procenu tržišta, platežne moći i konkurenциje. Posle svega toga mogu sa zadovoljstvom da primetim da su se naše analize ispostavile tačnim i svi naši objekti u regionu posluju odlično, mnogi i bolje od previđenog.

Kakvi su dalji planovi kompanije?

— Mi smo već sada vodeći regionalni igrač u real estate-u i tu poziciju želimo da ojačamo, novim ulaganjima. Aktivno tražimo mogućnost za investicije u regionu, u Hrvatskoj, Albaniji, ponovo u Sloveniji. Istovremeno smo spremni da gradimo i u Srbiji. Do kraja godine počinjemo izgradnju šoping mola Delta Planet u Nišu i izgradnju nove poslovne zgrade u Beogradu. Planiramo da počnemo da gradimo i šoping mol na Autokomandi i Delta Centar u okviru kojeg će se naći hotel InterContinental Beograd kao i poslovni i retail prostor.



Foto: Delta Planet Varna



Uodnosu arhitekte sa investitorom pre svega je važno međusobno razumevanje i poverenje, ističe Vladimir Đorić, partner i konsulting direktor arhitektonskog studija Zabriskie. „Pre svega mislim na to da arhitekte moraju razumeti i uvažavati faktor i logiku kapitala, interes investitora i njegove potrebe. Kada govorimo o poverenju, investitori vrlo retko dopuštaju potpunu slobodu u radu arhitektama, nekako se čini da postoji stalna potreba da i investitor bude po malo i projektant. Često u šali kažem da pomalo zavidim nekim drugim profesionalcima, na primer lekarima ili advokatima, moj utisak je da tu ima mnogo više poverenja u pogledu njihovog rada.“

Kako ističe Đorić veoma je čest slučaj na srpskom tržištu da neki sjajni projekti ne dožive realizaciju kakvu zaslužuju, ili pretrpe makar i male promene koje za krajnji rezultat nemaju „total dizajn“ proizvod. „Uglavnom investitori pre ili kasnije i sami zaključe da intervencije van originalnog projekta nisu bile dobre, ali tada je već kasno. Nešto o čemu u našem birou stalno diskutujemo je upravo to kako da na nivou struke unapredimo odnos arhitekta-investitor. Kao arhitekte svakako možemo da damo zamač kvalitativnom poboljšanju ovog odnosa.“

Kojim parametrima bi trebalo investitoru da se vode prilikom izbora arhitekte za njihov projekat?

VLADIMIR
ĐORIĆ

Partner i konsulting
direktor, Zabriskie

ZNAČAJ ARHITEKTURE

Dobra arhitektura
je ona koju prihvataju njeni korisnici, pa se time učrtava u svoj kontekst, koju prepoznaje stručna javnost i koja istovremeno obnavlja i proširuje kapital

NEOPHODNI SU NAM KONKURSI PRIVATNIH INVESTITORA

Ovakvim pristupom investitori mogu da preispitaju potpuno različita arhitektonska rešenja i pristupe i da budu sigurni da su izbrali najbolje

— Izbor je svakako njihova subjektivna procena na temu isplativog, racionalnog, lepog, ambijentalnog ili šta god. Meni tu zapravo nije pitanje čime bi investitori trebalo da se rukovode prilikom izbora arhitekata, već koje metode su im na raspolaganju a da ih investitori u Srbiji gotovo i ne koriste, ili ne znaju da ih imaju na raspolaganju. Ovo se tiče pre svega pozivnih arhitektonskih konkursa. To je sada već postalo standard, takav da na primer naše kolege iz Slovenije ili Hrvatske najveći broj poslova u Austriji, Belgiji, Švajcarskoj i sl. dobijaju upravo na temelju arhitektonskih konkursa. Situacija u Srbiji je i po ovom pitanju potpuno drugačija. Imamo javne arhitektonske konkurse koje u skladu sa važećom planskom dokumentacijom ili prema potrebi preispitivanja određenih prostornih potencijala raspisuju Gradske uprave, Direkcije, javne ustanove i sl. Po mojoj krajnje subjektivnoj proceni, tek jedan deseti deo konkursa završi kao realizacija, što je nažalost jedno neracionalno trošenje i novčanih sredstava i energije i vremena različitim arhitektonskim timovima. Poređenja radi, iako ne postoji neki zvaničan podatak, nije teško zaključiti da u evropskim zemljama procenat realizacije nakon konkursa ide i preko 70%.

Naši investitori imaju jedan važan resurs koji im stoji na raspolaganju, a koji ne koriste. Za relativno mala uložena sredstva (u odnosu na investiciju, zapravo zanemarljiva) mogu da preispitaju potpuno različite arhitektonске pri-

stupe i rešenja i da budu sigurni da su izabrali najbolje za sebe i svoje potrebe. Konkursi kod arhitektonskih timova i biroa izazivaju poseban stepen mobilnosti, entuzijazma i takmičarskog duha pa su samim tim i rezultati neuporedivo bolji od onih koje bi dali na osnovu proste narudžbine posla.

U okviru našeg biroa nedavno smo doneli odluku da prvi put učestvujemo na javnom arhitektonskom konkursu za rešenje nove zgrade Ansambla „Kolo“, na kome smo naknadno osvojili 1. nagradu. Odluku nismo doneli zato što nam nedostaje posla ili zato što imamo velika očekivanja u pogledu realizacije, već pre svega radi provere našeg kreativnog potencijala, održavanja kondicije, team buildinga, proširivanja profesionalnih kompetencija. Za



sve ove godine koje smo prisutni na projektantskom tržištu niko nas od privatnih investitora nije zvao da učestvujemo na nekom pozivnom konkursu, ne samo nas nego, već ne poznajem nijedan primer među kolegama. Štaviše, čest je slučaj da domaći investitori dovode strane arhitekte, a da prethodno nisu proverili šta bi mogle da im ponude domaće. Temu konkursa „reklamiramo“ kod naših klijenata čak i kada dobiju preporuku za naš biro, naprsto smo željni i zainteresovani za neku zdravu konkureniju i takmičenje.

Kolika je odgovornost leži na arhitektama kada govorimo o održivoj gradnji i mogu li oni biti jedan od „advokata“ ovog tipa gradnje na našim prostorima?

— Ja bih ovde bio vrlo realan i surovo iskren. Mnogo se priča i mnogo reklamira „održivo“ i „zeleno“. Nipošto ne umanjujući značaj razvoja

ove teme u nekom širem kontekstu, ipak bih se za početak fokusirao na dostizanje makar osnovnih minimalnih standarda koje kao tržište ili društvo još uvek nismo postigli. Trenutno na jednoj važnoj gradskoj lokaciji sa investitorom razmatramo implementiranje kompletne „zelene“ fasade na celom objektu. Ipak to je čista privilegija i izuzetak za tržište Srbije.

Da pojasnim konkretno. Za neku standardnu lokaciju u Beogradu je definisan maksimalni procenat zauzetosti lokacije pod garažama 85%. Ostaje dakle slobodnih 15% koje nisu pod garažama i na kome eventualno može da se zasadi neko drvo. Kada od tih 15% oduzmete pešačke i kolske pristupe, prostore neophodne za prolazak infrastrukture, skoro da nemate prostora da zasadite jedno jedino drvo. I to slika i prilika na velikoj većini građevinskih parcela u Beogradu.

Rešenje ne bih tražio u investitorima i očekivao neki poseban senzibilitet u pogledu javnog interesa ili altruizam u nekom širem kontekstu. Pre bih bio sklon tome da se založim za preispitivanje standarda u pogledu definisanja planskih rešenja po pitanju zelenila i njihovom upoređivanju sa praksom prilikom realizacije izgradnje objekata sa jedne strane i stimulisanju od strane države i lokalne uprave (u smislu poreza, taksi, naknada) za investitore koji u svojim projektima istinski implementiraju nekakve principe zelene, održive izgradnje.

Šta je po vama dobra arhitektura danas?

— Ovo je dosta široko pitanje, a odgovor zavisi iz kog konteksta se odgovara, da li iz pozicije stručne javnosti koja analizira posebne praktične, teorijske ili funkcionalne postavke i doprinose određenom projektu, da li iz pozicije investitora koji ceni raspoloživost i veličinu prodajnog prostora, racionalnost rešenja, ekonomsku isplativost ili iz pozicije šire javnosti koja na temelju nekog šireg kulturološkog ili civilizacijskog razvoja meri i usvaja ili odbacuje neke prostore, objekte, ambijente.

Za mene kao nekoga ko vodi projektni biro, da tako kažem ko živi od projektovanja i učestvuje na tržištu, dobra arhitektura je ona koja miri ili osvaja konsenzus stručne javnosti, koja obnavlja i proširuje kapital, koja ima komercijalnu vrednost i donosi zaradu investitoru (pa posredno i arhitektama) i na kraju, ali ne manje važno ona koju šira javnost prihvati, koja postane reper, toponim, beleg ili koja se ucrtava u obrisu grada.

**POTREBNO JE
DA ARHITEKTE
RAZUMEJU I
UVAŽE LOGIKU
KAPITALA, KAO
ŠTO JE POTREBNO
DA INVESTITORI
DAJU VIŠE
SLOBODE U RADU
ARHITEKTAMA**

BEOGRAD JE NAJATRAKTIVNIJA LOKACIJA ZA ULAGANJE

Imamo ozbiljne intervencije u prostoru sa preko pola miliona kvadrata koje već prepoznajemo u planovima koji su usvojeni, a ovaj tempo grad mora da isprati infrastrukturno

TEKST **Ivana Lakić**

Foto: Zoran Petrović



Marko Stojčić,
glavni urbanista
Grada Beograda

U ovom trenutku u Beogradu se realizuje oko dva miliona kvadrata, što je trenutno najveći rezultat po glavi stanovnika u Evropi i čini nas najatraktivnijom lokacijom za ulaganje. Ovo ujedno predstavlja i veliki izazov, jer dalji razvoj izgradnje koja je do sada na najvećem nivou u poslednjih nekoliko decenija, neophodno je ispratiti i odgovarajućom infrastrukturom, istakao je Marko Stojčić, glavni urbanista Grada Beograda, na samoj završnici okruglog stola „Nova pravila“.

„Do pre pet godina imali smo pokrivenost grada planovima detaljne regulacije od svega 30 odsto. Kao jedna od nus pojava ovakve si-

**OČEKUJEM DA JE
MOGUĆE DA KROZ
ČETIRI GODINE
OSTVARIMO
STOPOSTOTNU
POKRIVENOST
GRADA PLANOVIMA**

tuacije je i nelegalna gradnja koja danas pravi najveći problem i narušava koncept razvoja primeren jednom glavnom gradu u Evropi. To je najveća prepreka sa kojom pokušavamo da se izborimo“, istakao je Stojčić. Kako je naveo oko 20-25% teritorije koja nije izgrađena, a nalazi se u okviru građevinskog područja kako ga danas prepoznamo granicom Generalnog urbanističkog plana i Plana generalne regulacije za 20 celina koje obuhvataju sve gradske opštine, upravo je dobrim delom pod nelegalnom gradnjom.

„Još bar deceniju pred nama popunjavaćemo praznine u smislu nedostatka infrastrukture za ta neformalna naselja. Ipak, duboko verujem da je nelegalna gradnja iza nas. U ovom trenutku imamo oko 300 planova detaljne regulacije u nekoj fazi izrade. Očekujem da je moguće da kroz četiri godine ostvarimo stopostotnu pokrivenost planovima“, rekao je Stojčić i istakao da se s vremena na vreme javlja obaveza redefinisanja planova koji već postoje.

„Beograd kao veoma složen sistem mora da dobije pravi strateški dokument, koji će biti oslobođen nekih klasičnih urbanističkih elemenata, i koji će više predstavljati priručnik za upravljanje i razvoj grada koji će služiti svakoj gradskoj instituciji s jedne, a s druge strane biće značajna informacija svakom potencijalnom investitoru o tome šta je strategija grada u svakom segmentu razvoja.“

U dijalogu sa glavnim urbanistom dotakli smo se teme i najatraktivnijih lokacija u Beogradu i posebno osvrnuli na prenamenu zemljišta na prostoru nekadašnjeg IMT-a, čime će za investicije biti otvoreno najveće parče građevinskog zemljišta u Novom Beogradu od preko 70 hektara.

„To je najznačajnija lokacija koja je preostala i tu će se graditi najveći broj kvadratnih metara što povlači za sobom temu nedostajeće infrastrukture. Predstoji nam arhitektonsko urbanistički konkurs koji očekujemo da će se realizovati u prvoj polovini 2020. godine. Verujem da će lokacija biti spremna za izgradnju za dve i po do tri i po godine. Namena će biti mešovita, a odnos komercijalnog i stambenog prostora će prvo dati konkursno rešenje, a zatim kada se pristupi razradi tog rešenja kroz izradu plana detaljne regulacije videćemo šta je moguće ostvariti u smislu kapaciteta imajući u vidu da se radi o broju stanovnika kao u manjem gradu.“

NEOPHODAN FLEKSIBILAN PRAVNI OKVIR

Zakonodavstvo i pravna regulativa moraju da izdrže sve promene koje se na tržištu nepokretnosti mogu desiti

Sektor nepokretnosti u Srbiji je u poslednje dve decenije pretrpeo značajne zakonodavne promene. Prvi cilj svih promena uvek je bilo rešavanje problema koji su postojali još iz perioda pre 2000, a tiču se svojinsko-pravnih odnosa i prava na građenje, a drugi cilj promena je bilo ubrzavanje i olakšavanje postupaka koji prate nepokretnosti. Posledica ovih promena trebalo je da bude privlačenje investicija kroz povećanje konkurenčnosti Republike Srbije na međunarodnom planu.

Glavno, a za sada izgleda i jedino, sredstvo za postizanje ovih ciljeva bile su promene zakona i ostalih propisa koji prate sektor nepokretnosti u Srbiji. Ovakav pristup, odnosno izmene zakona uz pokušaj da se u zakonske okvire, radi povećanja pravne sigurnosti, dovedu sve moguće i nemoguće životne situacije, rezultirao je prenormiranošću ove oblasti.

Praksa da se u zakonski okvir stavi što više zamišljenih životnih situacija je opasna i u budućnosti može onemogućiti državne službe da uopšte i primene zakon, ako ne mogu činjenice da podvedu pod normu koja im odgovara u svim detaljima. Na ovaj način sprečava se rad službenika koji podrazumeva podvođenje činjenica pod pravo i onemogućava se pravično i svrshodno odlučivanje. Zato je potrebno da se, u budućnosti, zakonodavstvo orijentiše ka promenama u smislu uopštavanja normi, dok se, sa druge strane, kroz aktivan dijalog vlasti i privrede, treba organizovati jasno i nedvosmisленo informisanje svih učesnika u primeni zakona o načinu na koji se određene norme imaju primeniti i tumačiti.

Zakonodavstvo, takođe, često uvodi i nova rešenja i nove pravne institute. Pojedina nova rešenja u pravnom sistemu Republike Srbije zaista su se pokazala uspešnim, a to je posebno objedinjena procedura. Sa druge strane pojedini novi instituti uvedeni u pravni sistem Republike Srbije, poput konverzije ili javnog beležništva još uvek nisu uspeli da se izbore sa „dečijim bolestima“ i još uvek nisu u celosti i adekvatno primenjeni.



IVAN PETROVIĆ

Janković Popović Mitić
advokatska kancelarija

**POJEDINA
NOVA REŠENJA
U PRAVNOM
SISTEMU ZAISTA
SU SE POKAZALA
USPEŠNIM,
A POSEBNO
OBJEDINJENA
PROCEDURA**

Izuzev uspeha postignutih povodom prime-ne objedinjene procedure, malo je novih zakonskih rešenja koja se mogu pohvaliti uspehom. Kao primer se može navesti divergentnost u praksi javnih beležnika koji često odbijaju da postupaju u skladu sa uputstvima datim u biltenima javnobeležničke prakse koje izdaje javnobeležnička komora.

Rast tržišta nepokretnosti u poslednjih nekoliko godina, očigledno nije rezultat zakonskih promena i unapređenja pravne regulative u oblasti nepokretnosti, već je rezultat uticaja drugih – ekonomskih, finansijskih i tehničkih faktora. Iz ovoga se može izvući pouka da je, suštinski, zakonodavstvo i pravna regulativa, samo podrška koja treba da usmerava dejstvo ovih vanpravnih faktora, uz očuvanje osnovnih pravnih i sistemskih vrednosti. Kroz odgovarajući dijalog svih učesnika na tržištu i postizanje kompromisa između zahteva različitih struka koje utiču na sektor nepokretnosti, potrebno je razviti odgovarajući i održivi pravni okvir koji će biti otporan i fleksibilan da izdrži sve promene koje se na tržištu nepokretnosti mogu desiti.

OBJEKTI „OTPORNI“ NA BUDUĆNOST

Neophodno je predvideti šta će se desiti sa objektom kroz protok određenog vremena i kakav će uticaj taj objekat imati na okolinu i njene korisnike

TEKST *Ivana Lakić*

Foto: Zoran Petrović



Složenost tehnologije u objektima se sve više povećava i stavlja pred izazov ne samo arhitekte, već sve učesnike u izgradnji, saglasni su učesnici drugog panela okruglog stola „Real Estate – Nova pravila“ koji je bio posvećen temi inovacija u gradnji.

„Neophodno je predvideti šta će se desiti sa objektom kroz protok određenog vremena i kakav će uticaj taj objekat imati na okolinu i njene korisnike“, istakao je Stevan Šašić, direktor kompanije arcoSITE. „Ovo je vrlo zahtevan zadatak jer imajući u vidu brzinu kojom se tehnologija menja, neophodno je predvideti upotrebu tehnologije u objektu koja će se koristiti u narednih 20-30 godina.“

Na sve prisutnije uvođenje tehnologija u prostore u kojima živimo i radimo utiču tri ključna trenda: globalizacija koja će u narednih 30 godina u gradove dovesti 2,5 milijarde ljudi, što će predstavljati poseban pritisak na prostor; digitalizacija kao već pristuan proces koji beleži eksponencijalni rast, a istraživanja

**U NEDOSTATKU
KVALITETNO
OBRAĐENIH
PODATAKA
FACILITY
MENADŽERI
OBJEKTIMA
UPRAVLJAJU
PRAKTIČNO
„NA SLEPO“**

govore da će 2020. broj povezanih uređaja koji se nalaze u zgradama porasti na preko 5,5 milijadi; i treći možda i najbitniji trend je svetska potreba za potrošnjom energije, posebno električne, gde konzervativna predviđanja govore o porastu za 60%.

„Ako znamo da su zgrade najveći potrošač električne energije onda smo svesni da upravo u oblasti zgradarstva možemo da postignemo i najveće uštede. Danas se zgrade projektuju, grade i koriste uglavnom po i dalje zastarelim metodama. Najveći deo podataka koji se mogu prikupiti nije ni prikupljen, podaci nisu generički dovoljno dobro obrađeni, što poseban problem predstavlja za facility menadžere koji upravljaju zgradama jer u nedostatku nedovoljno kvalitetnih podataka oni objektima upravljaju na slepo“, istakao je Dragan Buača iz kompanije Schneider Electric. Kako navodi ista je situacija i sa vlasnicima objekata kojima prikupljeni podaci mogu dati informacije o optimizaciji troškova svih vidova energetika i na taj način troškova održavanja.

Upravo zbog ovakvih kretanja izuzetno je važno obezbediti infrastrukturu koja će poslužiti za povezivanje svih uređaja i prikupljanje neophodnih podataka, a to je WiFi signal, odnosno internet veza.

„IT industrija nije do sada tako prisutna u arhitektonskim diskusijama, ali se to sve više menja. Osnovni principi vođenja arhitektonskih projekata svode se na iste elemente o kojima i mi iz IT-ja razgovaramo sa našim klijentima. Skica, plan i praćenje realizacije projekta. Postavlja se pitanje šta žele kupci, šta investitor, koliko je spreman da investira, koje je isto i kod arhitektonskog projekta i u IT-ju, s tom razlikom što IT po svojoj prirodi može da odgovori i na pitanje da li je objekat ili rešenje zaista i ispunilo očekivanja korisnika. Stoga je odgovor na pitanje u kojoj fazi realizacije projekta uključiti IT – u trenutku kada se pojavi potreba za izgradnjom“, objašnjava Duško Milošević, ARUBA Networks Sales Specialist, u kompaniji Hewlett Packard Enterprise operated by Selectium.

Značaj prikupljanja i obrade dostupnih podataka podvukao je još jednom Stevan Šašić ukazujući da velika ušteda vremena u procesu realizacije jednog projekta, koji najčešće prati linearnu realizaciju, može da se ostvari kroz upotrebu BIM-a (Building information modeling). „U sinergiji sa Internet of Things, upotreba BIM tehnologije može da nam pruži i odgovor na sve važnije pitanje uticaja jednog objekta na okolinu i njene korisnike, kao i kvalitet njihovog života u jednom objektu. BIM nije rezervisan samo za arhitekte, već pruža mogućnost saradnje svih učesnika u procesu projektovanja, ali i samih korisnika koji u jednom vremenskom procesu mogu da naprave virtualni



ODGOVORI

Upotreba BIM tehnologije može da nam pruži odgovor na sve važnije pitanje uticaja jednog objekta na okolinu i njene korisnike

model objekta i simulaciju uticaja na različite aspekte korišćenja, i samim tim izvrše neophodne intervensije još u fazi idejnog rešenja.“

Dragan Buača posebno je istakao i činjenicu da zahvaljujući današnjim tehnologijama svaki objekat može biti pametan. „Reinvestiranjem i rekonstrukcijom u već postojeće objekte i njih možemo učiniti pametnim kroz sveobuhvatna rešenja za oblast zgradarstva.“

Ono u čemu su se usaglasili svi učesnici panela je da osnovna misija svih koji čine lanac izgradnje jednog objekta mora biti projektovanje, građenje i održavanje zgrada na taj način da budu „future ready“, odnosno otporne na brojne i brze promene sa kojima se suočavamo već danas, a sve to može se postići samo pravilnim prikupljanjem i upotrebom podataka.

AKUSTIČKI DIZAJN KAO SEGMENT KOMFORA



Imajući u vidu trend urbanizacije posebna pažnja, kada govorimo o komforu koji određeni prostor pruža, usmerena je na zaštitu od buke. Duška Grujić istakla je da se Ecophon fokusira na probleme akustike.

„Neophodno je prilagoditi prostore velikom broju ljudi. Ako se zadržimo danas na problemu buke u kancelarijama, naročito u poslednje vreme aktuelnim kancelarijama otvorenog plana, neophodno je reći da je dobro zvučno okruženje odgovorno za dve najvažnije stavke, a to su udobnost (well-being) i lakoća komunikacije zaposlenih.“ Kako je objasnila, dobro akustično okruženje drastično može da poboljša motivaciju zaposlenih, njihove performanse i uštedi vreme.

Ukazujući na to koliko je ovo pitanje važno, Grujićeva ističe da je svetska zdravstvena organizacija buku proglašila za drugi najveći zagadivač zdravlja ljudi na planeti, a gotovo 57% ljudi ne radi na rešavanju problema sa bukom na radnom mestu, jer ne znaju da postoje rešenja za izlečenje prostora.

„Sisteme zvučne izolacije najbolje je uključiti u najranijoj fazи projekta. Mi to zovemo: Activity Based Acoustic Design, odnosno projektovanje akustičkih rešenja prema: aktivnostima, ljudima, prostoru.“

Ecophon nudi punu tehničku podršku i mnoge preporuke zasnovane na brojnim istraživanjima i dugogodišnjem iskustvu, a neophodno je voditi računa o akustičkom dizajnu celog prostora“, zaključuje Grujićeva.

KOLIKO JE IT PRISUTAN U GRAĐEVINARSTVU?

Građevinari imaju priliku da objekte pripreme za budućnost i da na osnovu preventivnog delovanja sebi obezbede profitne centre na mestima gde ranije nisu postojali

TEKST Duško Milošević, ARUBA Networks Sales Specialist

U svom radu u poslednjih desetak godina, prodajno orijentisani sa stanci su evoluirali od razgovora sa IT osobljem na početku, do razgovora i pregovora sa direktnim nosiocima poslovanja. Ja sam čovek koji prodaje IT, moji kupci se menjaju. Podizanje lestvice lanca odgovornosti poslovanja na mome sastancima sa klijentima je posledica integracije IT-ja u poslovne procese, a u poslednjih par godina se slobodno, i sa sigurnošću, može govoriti o integraciji poslovnih procesa u IT.

Od trenutka kada smo počeli da razgovaramo o integraciji poslovnih procesa u IT, prestali smo da pominjemo pojam tradicionalnih IT klijenata, naša klijentela su postali svi oni koji žele da unaprede svoje poslovanje automatizacijom poslovnih procesa i tako svoje usluge približe svojim korisnicima, internim ili eksternim.

Ja sam Duško Milošević ARUBA Networks Sales Specialist, i danas pokušavam da odgovorim na pitanje „Koliko je IT prisutan u građevinarstvu?“ Hajde da zajedno damo odgovor, zajedno smo jači.

Hajde da razložimo proces arhitektonskog rešenja nekog projekta. Na početku imamo razumevanje potreba. Ta potreba je uvek uslovljena rešavanjem određenog izazova. Neko želi da proširi kapacitet, da unapredi svoj život, da olakša određene stvari koje su mu danas problematične. Arhitekta kroz razgovor sa klijentom oseti trenutak kada razume potrebe, pravi šematski prikaz rešenja, i to je prelomni trenutak kada proces ulazi u drugu fazu. Druga faza je unapredavanje šematskog prikaza kroz dizajn infrastrukture, klijent odobri dizajn i treća faza predstavlja formiranje dokumentacije projekta koja podrazumeva detaljan prikaz i



objašnjenje svih komponenti rešenja. Četvrta faza je pregovaranje o cenama, budžetima i na kraju, peta faza predstavlja praćenje celog procesa implementacije, sve do trenutka kada klijent preuzme kompletno rešenje i arhitekta prelazi na sledeći projekat.

Da li je ovo građevinski projekat? Nije. Jeste. Možda. Ja sam objašnjavao svoj proces dizajna IT rešenja koje praktikujemo u razgovorima sa našim klijentima. Proces, kao takav je univerzalan recept za uspešno vođenje projekta. Šta se dešava sa građevinarstvom? Građevinarstvo, za nas koji smo laici u toj sferi predstavlja skup procedura i procesa koje treba ispoštovati, kombinacija napornog rada, kratkih rokova i građevinskog materijala u cilju da se kompromisno ispoštuje kombinacija želja klijenta, maštovitosti arhitekte i realnih fizičkih mogućnosti objekta, radnika i budžeta u čijim okvirima se krećemo.

Građevinarstvo je proces koji za rezultat ostavlja objekat u prostoru i vremenu. Čim govorimo o procesu, bilo kakve vrste, pozvalo bih se na definiciju procesa koja kaže da procesom nazivamo skstrukturirani set aktivnosti osmišljenih da izvršimo neki zadatak. Stoga, svaki proces mora imati zadatak i rezultat. Proces može uključivati i odabir uloga, odgovornosti, alata i nadzora i kontrole. Proces može definisati standarde, ciljeve, uputstva i opise radova ukoliko je potrebno. Definicija nije iz građevinskog udžbenika, ali dobro opisuje koncept samega posla. Opis važi i za kreiranje IT rešenja, nove kifle u pekari ili zamenu gume na bicikli.

**KLIJENTI DANAS
ŽELE PAMETNE
KUĆE, KONTROLU
USLOVA U
PROSTORIJAMA,
UDALJENI
PRISTUP SVOJIM
UREĐAJIMA,
BEZBEDNOST,
PREVENTIVU**



Vratimo se na kraj mog zaključka da građevinarstvo ostavlja objekat u vremenu i prostoru. Upravo taj zaključak, ma koliko bio nespretno formulisan i u krajnjoj liniji netačan, danas predstavlja postulat izazova za nekog ko se bavi rešenjima koja omogućavaju unapređenje životnih procesa ili ispunjavanjem očekivanja koja nam se nameću trendovima, potrebama i razvojem digitalne kulture. Kada građevinar svojim rešenjem ispunji prostor, to je kategorija koja se retko i teško menja, ali onaj deo ostavljanja rešenja u trenutku vremena donosi izazov koji stoji ispred nas. Vi ste Građevinar, ja sam čovek iz IT-ja i zajedno stojimo pred neizvesnom budućnošću koja izvesno dolazi. Kada je Paul Weller 1979. u svojoj pesmi rekao „Public gets what public wants“ verovatno nije ni sanjao da će ga 40 godina kasnije citirati u časopisu o građevini, no tačno je postavio ultimativni cilj na koji građevinarstvo mora da odgovori. Klijenti danas žele pametne kuće, kontrolu uslova u prostorijama, udaljeni pristup svojim uređajima, bezbednost, preventivu. Objekti zarobljeni u vremenu prestaju da budu objekti koje klijenti žele. Upravljanje pametnim telefonima, razvoj auto-industrije, tehnike i naravno pad cena tih proizvoda, masovnost dovodi do trendova koji traže od građevinara nove stvari.

Građevinari moraju da promene način razmišljanja. Tradicionalni pristup izgradnje gde je predaja objekta i kraj projekta (i finansiranja), prelazak na sledeći projekat, mora se prevazići. Objekti će u budućnosti predstavljati izvor prihoda na osnovu usluga koje pružaju rezidentima. To je trište u razvoju i to je tržište gde

konkurenca ne postoji. Građevinari imaju priliku da objekte pripreme za budućnost i da na osnovu preventivnog delovanja sebi obezbede profitne centre na mestima gde ranije nisu postojali. Pametne zgrade ne postaju takve jer se u šljunak dodaje pametni cement, već time što se u izgradnji koriste materijali koji će omogućiti da zgrada bude živi objekat u budućnosti. Ti materijali su aktivne komponente IT sistema koje zgradama daju mogućnost interakcije sa stanarima i okruženjem.

Interesantna stvar koja pokazuje značaj IT-ja u građevinskim projektima je situacija da se danas cela hotelijerska industrija bori za što bolji kvalitet interneta u svojim prostorijama. Ocena kvaliteta WiFi servisa na specijalizovanim portalima postaje odlučujući faktor klijenta pri odbiru hotela. Sutra, kvalitet i spremnost objekata da podrži zahteve kupca će biti odlučujući faktor u transakciji. Kako da znamo da li je objekat spreman? Dovedite jedno odeljenje petog razreda osnovne škole i anketirajte ih da li im je boravak komotan. Prvo pitanje će da bude pristup WiFi mreži, drugo pitanje je gde se nalazi toalet. Možda uopšte neće jesti, ali će komociju odrediti prema očekivanjima koja oni imaju od objekta. Tih trideset uređaja koji će istovremeno biti priključeni na mrežu su u mom primeru školarci, a sutra će biti bojler, radijatori, veš i maštine za pranje sudova, aprati za kafu, berne, zvučnici, kamere, satovi, detektori dima, alarmni uređaji, frižideri, brave, strujni osigurači, prekidači, vase i ukućani sa svojim uređajima. I svaki stan će da ima iste potrebe. I to se već dešava.

Koliko je IT prisutan u Građevinarstvu? Iskren odgovor je Nedovoljno, što je odlična početna pozicija gde nam je cilj odgovor Neophodno. I da se razumemo, svi vi čitaoci koji se uglavnom bavite građevinarstvom, ova evolutivna simbioza naše dve industrije nije uslovljena pozicioniranjem bilo koje od dve branše kao jednom važnijom od druge. U istoj meri kojoj građevinarstvu treba IT, toliko i IT-ju treba građevinarstvo. Paradoksalno zvuči, ali pravovremenost ostvarivanje saradnje između naše dve industrije ustvari predstavlja ulazak u komfornu zonu, jer svaka industrija sama po sebi trpi ogromne izazove, a zajedno možemo biti samo jači. Ukoliko saradnju ostvarimo u periodu „možemo“, bićemo daleko ispred konkurenca koja će to svakako uraditi u „moramo“ trenutku.

Naša vrata su za vas otvorena, uostalom vi ste ih i izgradili. Hajde da od sada gradimo zajedno.

U ISTOJ MERI KOJOJ GRAĐEVINARSTVU TREBA IT, TOLIKO I IT-JU TREBA GRAĐEVINARSTVO



NEOPHODNI NOVI OBLICI URBANOG RAZVOJA

Potrebna nam je prenamena objekata, koji će biti katalizator aktivnosti i multiplikator konkurentnosti

TEKST Radmila Petković

Globalizacija, ekonomski i socijalne promene menjaju funkcionalno i prostornu strukturu grada, a kako je predstavila Jadranka Veselić Bruvo, specijalni viši stručni savetnik u Zavodu za prostorno uređenje Grada Zagreba, sa tim izazovima suočava se i glavni grad Hrvatske.

„Privatizacija i deindustrializacija dovele su do velikih strukturalnih promena u samom gradskom jezgru. Sve više je napuštenih ili nedovoljno iskorišćenih industrijskih, vojnih i infrastrukturnih zona i za nas planere to su izuzetno veliki izazovi za budući razvoj.“

Kako je gošća iz Zagreba istakla na okruglom stolu „Nova pravila“ i pored detaljnih planova koji postoje, svesni su da su danas neophodni novi oblici urbanog upravljanja. Nova razvojna strategija „Zagreb 2000+“ prvi put je inauguirala novi alat i oblik upravljanja. Po uzoru na evropske gradove uvedeni su strateški gradski projekti koji bi trebalo da doprinesu razvoju grada, a u kojima se grad javlja kao partner u realizaciji bilo kao vlasnik zemljišta, bilo investitor. Ipak, zbog prevelike složenosti takav alat se za sada pokazao kao nedovoljno efikasan.

„Danas je situacija takva da u GUP-u imamo 58 strateških projekata, umesto da ih je svega 8-10, iz razloga što ti prostori nisu imali definisana urbana pravila. Pored njih postoji i niz drugih linijskih i sektorskih strateških projekata, što ukupno ne odgovara veličini grada kao što je Zagreb.“

Najznačajnijih pet strateških projekata prema mišljenju Jadranke Veselić Bruvo su: Blok Badel, bivša destilerija na prostoru od oko 3ha; prostor bivšeg Paromlina od 3,5ha, a u njegovom neposrednom kontaktu i napušteni prostor proizvodnje železničkih vagona koji ima najveći potencijal za razvoj i formiranje urbanog inovativnog gradskog jezgra. Tu je i



Foto: Zoran Petrović

Zagrepčanka, nekadašnja mesna industrija i stočna pijaca koji se prostiru na 12 hektara, kao i Velesajam na 60 hektara zemljišta koji je svojevremeno generisao razvoj novog dela grada, ali više nema istu funkciju.

Pored navođenja mogućih negativnih efekata procesa strateških gradskih projekata, kao što je pristuna bojazan stanovnika da ovakve vrste javno-privatnih partnerstava mogu dovesti do gentrififikacije pojedinih delova grada, Jadranka Veselić Bruvo čvrsto ističe da je mnogo više pozitivnih efekata.

„Potrebna nam je prenamena objekata, koji će privući i stanovnike, ali i turiste. Strateški gradski projekti moraju biti generator razvoja, katalizator aktivnosti i multiplikator konkurentnosti koji će privlačiti druge investicije. Da bi se to ostvarilo neophodno je ustanoviti kriterijume i jednostavnije procedure, a u celiom procesu interaktivno moraju biti uključeni predstavnici nauke, privrede, uprave, ali i sami građani, jer samo dijalogom i njegovim sinergijskim efektom možemo doći do dobrog rezultata“, zaključila je Veselić Bruvo.

**ZBOG PREVELIKE
SЛОŽENОСТИ
STRATEŠKI
GRADSKI
PROJEKTI KAO
ALAT NISU SE
POKAZALI KAO
DOVOLJNO
EFIKASNI**



FOKUS

Svetski trendovi
i zanimljivosti iz sveta nekretnina
i građevinarstva



Strane

46-66

WEST PROPERTIES NA NAJVEĆEM SAJMU NEKRETNINA U SVETU

Po prvi put na MIPIM-u naći će se i domaća kompanija za promet i usluge u sektoru nekretnina



Foto: MIPIM

MIPIM - najveći sajam nekretnina u svetu koji okuplja gotovo 30.000 učesnika, održće se u Kanu po 31. put od 10-13. marta 2020. godine. Među više od 3.500 izlagača po prvi put naći će se i domaća kompanija za promet i usluge u sektoru nekretnina, West Properties.

„Do sada nijedna kompanija iz Srbije koja posluje u našem segmentu industrije, a koja nema partnera na globalnom nivou, nije bila učesnik MIPIM-a. Stoga smatramo da je ovo veliki iskorak kojim jasno želimo da utvrdimo i unapredimo svoju poziciju na tržištu“, ističe Vladimir Vukićević, CEO West Properties-a.

PROMO

West Properties će svojim ekskluzivnim partnerima omogućiti posebnu promociju tokom manifestacije

Jedna ovakva odluka ujedno oslikava i stanje tržišta nekretnina u našoj zemlji, posebno u Beogradu koje se nalazi u jednoj od najvećih faza razvoja.

Shodno planiranom razvoju kompanije, ovo je strateški korak ka predstavljanju aktuelnih projekata, punog potencijala West Properties-a i otvaranju ka novim tržištima. „Imajući u vidu dijapazon projekata koje zastupamo i koji su tek u pripremi, sigurni smo da možemo da zainteresujemo i inostrane kupce, a određeni projekti privukli su pažnju investitora. To dokazuju već zakazani sastanci tokom ove manifestacije. Svakako, cilj nam je i da se posetiocima sajma Srbija predstavi kao jedan od najatraktivnijih

delova Evrope u koji vredi investirati“, nadovezuje se Vladimir Popović, generalni direktor kompanije West Properties.

Treba istaći da će West Properties svojim ekskluzivnim partnerima omogućiti i posebnu promociju tokom manifestacije, kao i mogućnost da sklope nove poslovne dogovore na svetskom nivou.

Pored B2B sastanaka tokom manifestacije planiran je niz događaja na samom štandu, kojim će se širi krug posetilaca MIPIM-a upoznati sa različitim aspektima sektora nekretnina u Srbiji. Specijalni gost West Properties-a u Kanu biće i Marko Stojčić, glavni urbanista Grada Beograda.

Ovakav planirani nastup reflektuje način na koji ova kompanija posluje već 18 godina, a to je pre svega cilj da uvek pruži bolje i više od standardnog i konvencionalnog načina poslovanja. Izgradili su zavidnu reputaciju zasnovanu na stručnosti, doslednosti i pouzdanosti.

Kompanija West Properties je jedina domaća kompanija koja gotovo dve decenije svojim klijentima obezbeđuje kompletну podršku na tržištu nekretnina - od posredovanja u prodaji i izdavanju različitih tipova nekretnina, upravljanja projektima, investicionog savetovanja i konsultanskih usluga, do procena, facility managementa i marketinga. West Properties je jedina kompanija iz Srbije koja ove godine nastupa na ovom prestižnom sajmu i upravo zbog ove činjenice važnost da pored predstavljanja svog rada, predstavi i potencijale Srbije za investiciona ulaganja iz oblasti sektora nekretnina, je još veća.



PODRŠKA U PREDSTAVLJANJU BIĆE I REAL ESTATE MAGAZIN SA POSEBNIM IZDANJEM KOJE SE KREIRA NAMENSKI ZA MIPIM

„Učešće na sajmu ovakvog tipa, doneće nam i uvid u najnovije tržišne uslove i trendove na svetskom nivou, ali i ideje kako da dodatno poboljšamo svoje poslovanje i svojim klijentima, pored već širokog spektra usluga i podrške, ponudimo nešto novo. Otvorenost u pravcu inovacija za nas nikad nije bila nepoznanica“, saglasni su direktori i vlasnici kompanije West Properties.

SPECIJALNO IZDANJE POSVEĆENO SRBIJI

Podrška u predstavljanju biće i Real Estate magazin sa posebnim izdanjem koje se kreira namenski za najveći sajam nekretnina, a koje će prezentovati kompletno tržište nekretnina, građevinarstva Srbije, kao i oblast arhitekture, uređenja i opremanja enterijera. „Serbia – Europe's Hot Spot“ predstaviće razvoj real estate tržišta u Srbiji u poslednjih deset godina kroz stručne tekstove o svakom segmentu od rezidencijalnih, poslovnih, retail nekretnina, do logističkih objekata i hoteljerstva. Daće uvid u rad najznačajnijih građevinskih kompanija, arhitektonskih biroa i kompanija koje se bave opremanjem enterijera, sa ciljem da potencijalnim investitorima koji bi došli u Srbiju pruži sve neophodne informacije koje mogu biti značajne u realizaciji investicije. Poseban osrvt daće i najviši državni zvaničnici, inostrani investitori koji već posluju na tržištu Srbije. Podrobno će biti predstavljena i pravna regulativa kao i poslovna klima Srbije, trendovi u gradnji i inovacije, tekući trendovi finansiranja na tržištu nekretnina, ali i potencijali lokalnih samouprava.

Isto tako, redovno martovsko izdanje Real Estate magazina predstaviće našem regionu najnovije trendove sa svetske scene, donoseći opširan izveštaj iz Kana i ekskluzivne intervjuje.



MIPIM PO 31. PUT

Glavna tema ovogodišnjeg programa MIPIM-a poručuje da budućnost leži u rukama čovečanstva. Prema podacima Ujedinjenih nacija do 2050. godine svet će imati 9,7 milijardi stanovnika, od kojih će čak 70% živeti u urbanim područjima.

Kao glavnog učesnika zvaničnog programa naredne godine MIPIM je najavio suosnivača kompanije Apple, Stiva Voznijaka, koji je uspeo da po kaže kako posao može uspešno da se transformiše i ostvari uspeh zahvaljujući inovacijama. Voznijak je odabran imajući u vidu da upravo lideri u svetu nekretnina moraju da predvide zahte-



**MIPIM okuplja
gotovo**
30.000
učesnika, 10.000
kompanija,
više od 6.000
investitora

Gradovi su pokretači poslovnih aktivnosti, zapošljavanja, obrazovanja i inovacija. Njihova uloga je presudna u promociji održivog rasta, ekonomskog i društvenog uključivanja, kao i u prevaziđenju ekoloških i društvenih izazova. Posvećenost svih stanovnika i korisnika gradova, koja održava čitav spektar jednog društva, izuzetno je važna za izgradnju zajedničkog cilja i slike, a to je sprovođenje održivih ciljeva i kretanje ka inkluzivnoj budućnosti. Lokalne vlasti, državne i regionalne vlade, kao i privatni sektor, bitne su komponente u dizajniranju naših gradova. Međutim, ljudi moraju biti u središtu svake strategije. Najvažnije je pitanje kako gradovi reaguju na pomenljive potrebe svojih građana i način na koji se ljudi odnose jedni prema drugima.

Učesnici tržišta nekretnina sve više uključuju socijalnu dimenziju u svoje projekte. Pre svega kako bi ojačali socijalnu interakciju, izgradili zajednice i osećaj pripadnosti, kao i kako bi se podržao poboljšani kvalitet života.



ve korisnika koji se brzo menjaju i da usvoje nove ideje, ukoliko žele da grade svoju budućnost. Ovakvi izazovi otvaraju dosta širok prostor za razvoj kreativnosti, podstiču inovacije i razmišljanje „van kutije“, gde tehnologija više nije opcija, već integrator celokupnog lanca vrednosti ekosistema nekretnina.



YOUR KEY TO THE RIGHT PROPERTY!

WEST PROPERTIES PRUŽA
PROFESIONALNE BROKERSKE I
KONSULTANTSKE USLUGE, UKLJUČUJUĆI:

- Usluge posredovanja u izdavanju i prodaji svih tipova nekretnina
- Usluge procene vrednosti i savetovanje
- Tržiste kapitala
- Upravljanje projektima
- Upravljanje i odrzavanje nepokretnosti
- Hoteli i ugostiteljstvo
- Marketing

WEST PROPERTIES PROVIDES
PROFFESIONAL BROKERAGE AND
CONSULTING SERVICES INCLUDING:

- Leasing agency and brokerage
- Valuation and Advisory services
- Capital Markets
- Project Management
- Facility and property management
- Hotels and hospitality
- Marketing

WP

WEST PROPERTIES

WEST PROPERTIES d.o.o.

📍 Baba Višnjina 38, 11000 Beograd, Srbija · Reg.br. 416 ☎ +381 11 32 43 274 📩 office@westproperties.rs 🌐 www.westproperties.rs



Beograd ima značajan potencijal daljeg razvoja retail segmenta, pogotovo što sa trenutnih 168 kvadrata komercijalnog retail prostora na 1.000 stanovnika došta zaostaje za gradovima u okruženju.

„Oko 150.000 kvadrata retail prostora je trenutno u izgradnji u glavnom gradu Srbije koje očekujemo na tržištu naredne godine. Mesta za dalji napredak svakako ima, ali će na dalji razvoj biznis modela ovog tipa nekretnina uticati promene navika potrošača, sve veći upliv online trgovine i omnichannel interakcije“, ukazuje Vladislav Lalić, koji je gotovo 30 godina svoje karijere posvetio upravo razvoju retail segmenta nekretnina, a dugi niz godina radio je na vodećim funkcijama u okviru Supply Chain-a.

Omnichannel, kao još uvek nedovoljno zastupljen model na tržištu regiona, ne predstavlja samo online kupovinu, već interakciju preko društvenih mreža koja je u nekim zemljama poput Kine daleko razvijenija, pa potrošačima omogućava i plaćanje putem same mreže, a pretpostavlja i postojanje radnje, odnosno fizičkog prostora za kupovinu. „Upravo ovakav tip interakcije sa kupcima na nekoliko različitih mesta usloviće nove biznis modele i donošenje odluka koliko će se ulagati u „cigle“, a koliko u

**Vладислав
ЛАЛИЋ**

CEO, Goodfaith
strategic advisory

VREDNOSTI

Goodfaith će biti fleksibilna, brza i transparentna kompanija koja se zasniva na određenim vrednostima koje imamo kao ljudi

NEIZBEŽNO KREIRANJE NOVIH BIZNIS MODELA

Alternativni načini kupovine preuzimaju sve veći primat i diktiraju promene retail industrije

TEKST **Ivana Lakić**

neke druge kanale“, objašnjava Lalić.

Novosnovana kompanija goodfaith strategic advisory na čijem je Lalić čelu, svojim klijentima pruža usluge razvoja ovakvog tipa komunikacije sa kupcima i postavljanje novih biznis modela koji će postati neizbežni usled promena na tržištu. „U narednih 3-5 godina ne verujem da će gradnja retail prostora biti u dosadašnjim gabaritim, pre svega jer će alternativni načini kupovine preuzimati sve veći primat“, smatra Lalić. „Ovakva kretanja definitivno će imati uticaj na poslovne modele, a goodfaith sa iskustvom koje posedujemo u ovom segmentu, može dosta da pomogne retailerima.“

Lalić se posle gotovo tri decenije koje je proveo na različitim pozicijama u okviru kompanije IKEA, odlučio na jedan veliki poslovni korak. Ideja vodilja prilikom osnivanja sopstvene kompanije sa još trojicom partnera bila je da njihovo iskustvo rada u preko 20 zemalja u jednoj svetskoj kompaniji i različita komplementarna znanja koja svako od njih unosi u tim, primene na jedan fleksibilniji način. „Povezali smo znanje i preduzetnički duh, a u želji da stranim, ali i domaćim investitorima, pružimo neophodnu podršku od trenutka donošenja odluke o investiranju u region, kao i da investiciju realizuju u najkraćem mogućem roku; da pomognemo oko

rešavanja svih izazova na jedan efikasan način, od administrativnih pitanja, pa do organizacione strukture, biznis plana, obuke kadrova ili izbora izvođača za gradnju objekta.“

Vladislav posebno iskustvo ima kada je u pitanju ulazak investitora na područje regiona, kojim se bavio poslednjih desetak godina na tržištu Jugoistočne Evrope, od Slovenije, Hrvatske, Srbije, Rumunije i Ukrajine, a kao član Upravnog odbora i potpredsednik Saveta stranih investitora mogao je i na jedan strukturiran način da prati promene u poslovnom ambijentu. Smatra da su u poslednjih pet godina u Srbiji ostvarena značajna poboljšanja. „U segmentu real estate-a značajno je ubrzan proces izdavanja građevinskih dozvola. Radi se na unapređivanju katastra, kroz objedinjenu proceduru postignuto je mnogo efikasnije rešavanje administrativno-birokratskih pitanja. Svakako postoji još izazova koje treba rešiti“, smatra naš sagovornik.

„Predviđljiva poslovna klima kao osnovni segment za bilo koju investiciju, bilo stranu, bilo domaću, mora biti na višem nivou. Izazovi se pre svega odnose na nepostojanje sprege i koordinacije različitih institucija što znatno usporava procese. Drugi problem je nepostojanje infrastrukture. Obično lokacije, pogotovo one izvan gradskog jezgra, nisu dovoljno infrastrukturno opremljene. Sa takvim problemima sam se suočavao ne samo u Srbiji, već i drugim zemljama, a kada postoje faktori ovog tipa, to direktno utiče na predviđljivost poslovanja, na predviđene planove realizacije i kašnjenja koje nijedan investitor ne želi.“

Imajući u vidu da su svi partneri kompanije goodfaith poslednjih godina radili u retail industriji, biće koncentrisani većim delom na taj segment poslovanja. „Iako nam je to primarni fokus, rekao bih da određeni poslovni postulati, znanje i iskustvo koje posedujemo, može da se primeni na širi dijapazon industrija“, kaže Lalić.

Svojim klijentima ponudiće širok dijapazon usluga kroz četiri osnovna postulata. Prvi od njih je „one stop shop“ za investitore koji podrzuje svu neophodnu pomoć prilikom realizacije investicije. Tu je i unapređenje poslovanja postojećih kompanija, koje bi želele da profesionalizuju svoje sisteme i ostvare maksimum svojih potencijala. „Ovo je situacija koju sam imao prilike da upoznam u Turskoj 2000-ih godina kada je postojao veliki broj kompanija koje su se jako brzo razvile iz porodičnog biznisa, pa je sa rastom bilo neophodno uspostavljeni

ti sistem i strukturu u skladu sa promenama. Imajući u vidu da i kod nas ekonomija beleži rast, makroekonomsku stabilnost, povećanje BDP-a, nisku inflaciju i stabilan kurs, postoji i postojaće velika potreba za korporatizacijom manjih kompanija, kako u Srbiji, tako i u regionu.“ U tom smislu goodfaith će takođe pružati neophodnu podršku u HR segmentu, u postavljanju i razvoju organizacione strukture, kao i plana za dalji razvoj kadra. Pored svega ovoga, isto tako bitan segment su i digitalna unapređenja, pre svega u smislu razvijanja novih poslovnih modela, o kojima je bilo reči.

„Goodfaith će biti fleksibilna, brza i transparentna kompanija koja se zasniva na određenim vrednostima koje imamo kao ljudi, a to su integritet, poštovanje, otvorenost, vrednosti koje ćemo implementirati u našem dnevnom poslovanju, po kojima želimo da naša nova kompanija bude prepoznata, kao i da pružimo usluge u duhu tih vrednosti, a tamo gde nismo eksperti obezbedili smo bliske i partnerske odnose sa kompanijama koje će ponuditi i taj segment usluga.“

Što se tiče ciljeva, Lalić naglašava da trenutno rade na određenim projektima, ali i da imaju ambiciozne planove za narednu godinu. „Mi smo nova i specijalizovana kompanija koja je tek u povoju, a višedecenijsko iskustvo nam govori da moramo imati realne planove koji su i ambiciozni i ostvarivi. Prognoze su optimistične, ali cilj nismo vezali samo za cifre i KPI-jeve. Cilj nam je da uživamo u onome što radimo, sa ljudima sa kojima volimo da radimo, a samim tim doći će i dobri rezultati“, zaključuje CEO kompanije goodfaith.

U narednih
3-5
godina ne verujem
da će gradnja
retail prostora biti
u dosadašnjim
gabaritima



ALUMIL MILJAMA ISPREĐ VEĆ TRI DECENIJE

Istraživanje i razvoj kao deo DNK kompanije ključ su za konstantni razvoj i napredak

TEKST Radmila Petković

Za Alumil Group 2019. godina ima poseban značaj, jer je kompanija obeležila 30 godina poslovanja, napretka i uspeha. Rezultat ove tri decenije je vodeća pozicija u regionu, Evropi i na svetskim tržištima, a sa Stylianosom Tsoktouridisom, novim generalnim direktorom Alumil YU Industry AD, razgovarali smo o tome šta je neophodno za održavanje liderske pozicije i u narednom periodu.

„Biti lider na tako konkurentnom i raznovrsnom tržištu izazov je sam po sebi. Svakako, Alumil je kompanija sa vizijom da bude lider u razvoju i proizvodnji aluminijumskih sistema za arhitektonsku primenu. Stoga se fokusiramo na proizvodnju visokokvalitetnih sistema koje dizajniramo i razvijamo u okviru našeg Odeljenja za istraživanje i razvoj, a koji su zatim testirani i sertifikovani od strane međunarodnih laboratorija i instituta. Istraživanje i razvoj deo su našeg DNK, i upravo takav pristup omogućava nam da kreiramo vrhunske



 **STYLIANOS
TSOKTOURIDIS**

Generalni direktor,
Alumil YU Industry AD

INVESTICIJE

Alumil YU Industry nastaviće da ulaže u svoje zaposlene, kao i najsvremeniju opremu i tehnologiju

arhitektonskie sisteme i prilagođena rešenja koja zadovoljavaju najzahtevnije potrebe i očekivanja naših kupaca.“

Na mesto generalnog direktora kompanije Alumil YU Industry AD došli ste pre gotovo pola godine. Kakav je vaš utisak o tržišnim trendovima?

— Na tržištu Srbije se posebno primećuje trend visokogradnje sa dominantnim staklenim površinama i zahtevnim visoko tehnološkim dizajnom. Alumil je vrlo dobro pripremljen za ovaj izazov pružajući napredne inženjerske i sertifikovane arhitektonskie sisteme, neprestano unapređujući svoje proizvodne pogoone, usluge i tehničke veštine. Podržavamo naše klijente na ovom tržištu kroz vertikalno integrisane proizvodne i logističke pogone u Novoj Pazovi, kao i kroz prodajne i distributivne centre na sedam različitih lokacija širom zemlje, osiguravajući na ovaj način pravovremene isporuke.



Šta smatrate najvećim izazovom na novoj poziciji koju ste preuzeли u kompaniji i koje ste ciljeve postavili?

— Moj lični cilj je razviti Alumil YU Industry u vodeću svetsku kompaniju za ekstrudiranje aluminijuma koju karakteriše profitabilni rast i vrhunska usluga za korisnike. Da nastavim smer razvoja kompanije koja se vodi inovacijama, kvalitetom i posvećenošću koja prevazilazi očekivanja kupaca, ispunjava i nagrađuje zapošljene, vrednuje dugoročne odnose sa kupcima i dobavljačima, ali i kompanije koja vodi računa i podržava društvenu odgovornost. U pitanju je vertikalno integrisana, potpuno automatizovana kompanija sa najsavremenijom tehnologijom i opremom koja pruža površinsku i preciznu obradu aluminijumskih sistema spremnih za upotrebu, a koji su namenjeni tržištima bivše Jugoslavije i zapadne Evrope.

Tokom svoje karijere već ste bili deo Alumil tima. Šta biste istakli kao osnovnu prednost kompanije? Šta Alumil znači za vas?

— Alumil je najsavremenija automatizovana i fleksibilna kompanija za ekstrudiranje aluminijuma, sposobna da na brz i ekonomičan način odgovori na sofisticirane zahteve naših kupaca za naprednim arhitektonskim sistemima, prilagođenim i precizno dizajniranim rešenjima od aluminijuma spremnim za upotrebu. Svojim

ALUMIL NA BRZ I EKONOMIČAN NAČIN MOŽE DA ODGOVORI NA SOFISTICIRANE ZAHTEVE KLIJENATA

prisustvom širom sveta, kompanija Alumil posvećena je izvozu svojih tehnološki naprednih proizvoda na inostrana tržišta.

Preko 17 godina rada u kompaniji Alumil, čini da se osećam više kao deo porodice, a ne kao deo preduzeća. Alumil mi omogućava da u potpunosti iskoristim svoje iskustvo i znanje, prihvatom nove izazove, sa ciljem daljeg razvoja kompanije, a u isto vreme obogatim svoje radno iskustvo. Na taj način rastemo i napredujemo zajedno.

Koji su pravci daljeg razvoja i poslovanja Alumila na tržištima za koja ste odgovorni?

— Alumil YU Industry će nastaviti da ulaže u svoje zaposlene pružajući im različite tipove obuke i dalje razvijajući njihove veštine. Daljim ulaganjima u najsavremeniju opremu i tehnologiju povećaćemo kapacitete ekstrudiranih i precizno obrađenih aluminijumskih proizvoda. Vodeći računa o svakom ovom segmentu unapređujemo našu uslugu i proizvode namenjene različitim tržištima kao što su tržište građevinske, automobilske, vojne i pomorske industrije.



Nakon tri decenije postojanja kompanija Alumil prisutna je u 60 zemalja, među kojima su Nemačka, Sjedinjene Američke Države, Rusija, Francuska, sa preko 10.000 partnera i 28 predstavništava. Na tržištu Srbije prisutni su više od 20 godina.

Kompanija Alumil u svom sastavu ima više fabrika u regionu sa najsavremenijom opremom koja pokriva celokupni proizvodni proces. Ovakav jedinstven proces proizvodnje od livnica i proizvodnje trupaca, preko ekstruzije profila, do svih tipova površinske zaštite, od velike je važnosti jer omogućava konstantan nadzor svih segmenata proizvodnog procesa čime kompanija Alumil garantuje kvalitetniji proizvod, ali pruža i mogućnost kraćih rokova isporuke koji je uvek važan parametar tokom planiranja i izvođenja objekata, naročito kada su u pitanju investicije većih razmara.

SRBIJI TREBA VIŠE NEKRETNINA

Balkans Property Forum pružio je detaljan pregled trendova na tržištu nekretnina Jugoistočne Evrope

Tržište nekretnina u Jugoistočnoj Evropi nastavlja da raste brže nego što se to očekivalo, a sve je veća potražnja za izgradnjom modernih kancelarija i maloprodajnih objekata. Strani investitori su posebno zainteresovani za tržište Srbije koja u narednim godinama može doživeti veliki rast u sektoru nekretnina, posebno u sektoru izgradnje logističkih centara, malih šoping centara, kancelarijskih prostora i stambenih kompleksa. Ali da bi se Srbija našla iznad konkurenčkih zemalja regiona, neophodno je umanjiti rizik po investitorima, tako što će se sprovoditi zakoni, poreske reforme, reforma javne uprave i smanjiti korupciju, zaključili su panelisti međunarodne konferencije o nekretninama „Balkans Property Forum 2019“, koju su organizovali, po treći put u Beogradu, Property Forum i Kraljevski institut ovlašćenih procenitelja (RICS).

„DIVLJI ZAPAD“ SA NEOGRANIČENIM POTENCIJALOM

„Srbija je jedno od najnerazvijenijih tržića u regionu, ali u godinama pred nama, nudi velike mogućnosti svima onima koji se bave razvojem nekretnina“, istakao je Srđan Teofilović iz CBS International Serbia, koja je deo Cushman & Wakefield Grupe.

Na konferenciji je istaknuto da potencijal za razvoj tržišta postoji, ali da je u Srbiji tržište nekretnina i dalje neinstitucionalizovano.

„Ako bi u Srbiju došao investitor iz Nemačke i rekao da hoće da kupi nekretnine za 100 miliona evra, ovde ne bi imao niti šta da kupi, niti od koga. Jednostavno ne postoje fondovi, kakvi kod njih postoje od pedesetih godina prošlog veka. Situacija je ovde, izvinite što to kažem, ‘Divlji Zapad’, ocenio je Matevz Men-



**TRENDOVI
NA TRŽIŠTU
NEKRETNINA
SLIČNI SU U
CELOM REGIONU,
A RAST JE BRŽI OD
OČEKIVANOG**

cak, direktor Fondova za nekretnine, Generali Investments LCC Slovenija.

„Ali situacija se polako menja, i sve je više projekata od 70 i 100 ili više miliona evra. Za razvoj finansiranja takvih projekata potrebno je naći dobrog lokalnog partnera i dobru banku koja se nalazi sa propisima i nadzorom NBS“, istakao je Hannes Wimmer iz Erste Group Bank. On je naglasio da banke vrlo rado podržavaju investitore, ali tek kada se uvere u njihovu finansijsku sposobnost da implemen-



tiraju projekat. Za njih su lokacija, tržišni rizik i protok novca, vrlo bitni, ali i procenat otplaćenosti nekretnina. Primera radi, kada je reč o investiranju u stambeni objekat, uslov je da 30 odsto nekretnine bude unapred prodato. Drugim rečima, banke ne žele da dele rizik sa investitorima, ali su spremne da podrže svaki projekat koji ispunjava date uslove.

DA LI SE OČEKUJE PAD CENA?

Trendovi na tržištu nekretnina slični su u celom regionu, zaključili su učesnici Property Foruma i istakli da tržište i dalje dinamično raste, naročito u Beogradu, pre svega stanogradnja i cene stambenih nekretnina. U Srbiji vlada povećana tražnja za kancelarijskim prostorom, raste zauzetost i cena rente, jer se mnogi iz šireg regiona sele upravo ovde.

„U Beogradu ima dosta aktivne gradnje u svim segmentima nekretnina i ponuda je indukovana realnom potražnjom. Primera radi, poslovne zgrade su 30 do 40 odsto izdate pre početka gradnje, a tokom 18-24 meseca dok traje gradnja zgrada bude u potpunosti izdata. Veliki stambeni objekti koji se trenutno grade u Beogradu su projektovani u fazama od po 100-nak stanova. Kada se proda oko 80 odsto stanova u prvoj fazi, kreće izgradnja druge faze, tako da

MALOPRODAJA JE PRILIČNO POPUNJENA U SVIM ZEMLJAMA REGIONA, OSIM U SRBIJI

ne očekujemo da će u nekom trenutku biti prevelika ponuda stanova koja bi dovela do pada cene“, istakao je Goran Živković, generalni direktor CBS International Serbia, deo Cushman & Wakefield Grupe.

Kada je reč o cenama, pad se ne može očekivati tek tako. „Očekujemo jaku tražnju i nadamo se da će zbog povećane ponude, cene usporiti sa rastom. Cilj je da usporimo rast, pa tek onda da pričamo o korekciji cena“, istakao je Nebojša Nešovanović, iz kosultantske kuće za nekretnine CBRE.

Maloprodaja je prilično popunjena u svim zemljama regiona, osim u Srbiji gde se ovaj segment nekretnina i dalje razvija i očekuje se da će biti popunjeno tek za godinu do dve.

Na panelima Balkans Property Forum razmatrana je i veća potreba za hotelima kao važnom klasom imovine za investitore, posebno imajući u vidu rast turizma u regionu Jugoistočne Evrope. Osvrt je dat i na tržišta Severne Makedonije, Albanije, Crne Gore i Bosne i Hercegovine, koje nude neiskorišćen potencijal investitorima koji su spremni da preuzmu veće rizike.



INFRASTRUKTURA OD VITALNOG ZNAČAJA



Dubravka Negre, direktorka Kancelarije za region Zapadnog Balkana u Evropskoj investicionoj banci (EIB) istakla je da je činjenica da ukoliko investitor može da bira pre će izabrati da ulaže novac u zemlje Evropske unije, jer je u tim zemljama njegova investicija sigurnija.

„To se mora promeniti, ali pre početka gradnje nekretnina moramo imati osnovu, tj. razvoj vitalne infrastrukture - puteve,

vodovod, kanalizaciju, tretman otpadnih voda, ne samo u Beogradu nego i van njega. Tek tada će se iskoristiti potencijal našeg tržišta“, istakla je Negre i naglasila da su ulaganja EIB-a i partnera u 2018. u sektor infrastrukture dostigla preko milijardu evra, dobrim delom u te svrhe. Negre je naglasila da Srbija kasni sa izgradnjom putne infrastrukture, ocenjujući izgradnju Koridora 10 kao jako bitnu za razvoj ekonomije.

USPON MIKRO INVESTICIJA U EVROPI

Tržište nekretnina i novi trendovi

TEKST *Filip Leskaroski, FinMedia Investments*

Estonija. Zemlja poznata po mogućnosti registracije elektronskog prebivališta digitalnih biznisa za državljane van Evropske unije, ali i po glasanju putem interneta još od 2005. i kao država iz koje potiče deo osnivača Skype-a.

Pored navedenog, ova baltička država je poznata i po nesvakidašnjem bumu na tržištu nekretnina između 2000. i 2007. godine nakon kojih je usledio jedan od najvećih slomova kada govorimo o cenama nepokretnosti u poslednjih nekoliko decenija i to ne samo u ovoj baltičkoj zemlji, nego i u evropskim razmerama.

PRETKRIZNA TRŽIŠNA SITUACIJA U ESTONIJI

Može se slobodno reći da je estonsko tržište nepokretnosti između 2000. i 2007. godine doživljavalo jedno od svojih zlatnih doba, što se može videti i po statističkim podacima.

Kada pogledamo rezidencijalne nekretnine, prosečna cena dvosobnog stana u prestonici Estonije, Talinu, porasla je između 2000. i 2007. godine neverovatnih 448.7%. Vrednost trosobnih jedinica u prestonici ove baltičke zemlje dostigla je takođe „nebeski rast“ svojim skokom od 412% u istom periodu.

Ovakav razvoj tržišta doveo je do porasta procenta stanovnika koji imaju svoju nekretninu sa 85% u 2002. godini na čak 96% u 2004. godini, istovremeno dovodeći do pada udela nepokretnosti pod zakupom sa 12% domaćinstava u 2002. na samo 4% u 2004. godini.

SLOM TRŽIŠTA I NOVE MOGUĆNOSTI

Međutim, zlatne godine estonskog tržišnog buma doživele su strašan nokaut od svetske ekonomске krize 2008. godine i cena nekretnina je u narednim godinama zabeležila jedan od najžećih padova ne samo na Baltiku, već i kada se pogledaju svetski okviri.

Prosečna cena nekretnina već 2007. pokazala



je naznake krize padom od 0.38%, da bi zatim usledile dve godine osetnog pada. Već sledeće godine nepokretnosti su izgubile 20.96% svoje vrednosti, da bi 2009. taj pad bio 32.11%. Poslednja godina u „crvenoj zoni“ bila je 2011. i tada se cena nekretnina spustila dodatnih 5.88%.

Ipak, od 2011. godine do danas traje neprekidni razvoj tržišta nepokretnosti u ovoj baltičkoj zemlji, što je u kombinaciji sa preduzetničkom orientacijom zemlje i podrškom startapima dovelo do razvoja jednog novog trenda na evropskom tržištu usvojenog iz SAD-a – tzv. crowd real estate investicije. Estonija je danas dom nekoliko rastućih startapa koji se bave upravo ovom vrstom mikro ulaganja.

Najčešći godišnji prihod od kamate koje mali ulagači dobijaju iznosi od šest do

20%
godišnje

ŠTA SU MIKRO INVESTICIJE U NEKRETNINE?

Crowd real estate investicije predstavljaju zapravo novac uložen u zajednički fond sa ostalim malim ulagačima kako bi veliki broj

manjih investitora omogućio građevinskoj ili drugoj razvojno-investitorskoj firmi izgradnju novih objekata ili izmenu namene postojećih.

Investicija se realizuje putem brokerskih onlajn platformi regulisanih najčešće u državama Evropske unije i Estonija je jedna od zemalja koja najsnažnije podržava novi trend među mikro ulagačima. Pomenute platforme investitorima zauzvrat donose pasivni prihod koji se razlikuje u zavisnosti od ugovora sa brokerom, tj. platformom.

Najčešći godišnji prihod od kamate koje mali ulagači dobijaju iznosi od 6% do 20% godišnje i to zavisi od mnogo faktora kao što su rizik, firma koja realizuje projekat, finansijski i građevinski plan, tim koji realizuje projekat i drugi.

U pojedinim slučajevima godišnja kamata na uloženi novac može biti i do 25% u najrizičnijim slučajevima, te visok godišnji prinos na investiciju često privuče veliki broj ljudi i brzo ispunji traženi iznos investicije.

Razlozi za rizik mogu biti različite prirode, poput ne toliko popularne četvrti u kojoj se nekretnina nalazi, grada u razvoju, slabije likvidnosti i prodaje na određenom tržištu nepokretnosti, pa sve do manje poznate građevinske firme koja radi projekat ili nekretnine koja nema tzv. buy-back guarantee program od strane samog brokera u slučaju problema sa realizacijom projekta.

KAKO FUNKCIONIŠE ULAGANJE?

Iz perspektive građevinske/investicione firme, projekti koje predlažu firme zainteresovane za povlačenje kapitala od mikro ulagača prolaze kontrolu same investicije, isplativosti, dokumentacije, finansiranja i pravno-imovinskih odnosa i ovaj deo posla na sebe preuzima broker, tj. platforma.

Ovde se može navesti zanimljiv podatak pojedinih platformi iz SAD-a koji kaže da čak 95% primljenih projekata ne prođe prvu selekciju kako bi uopšte bio dostupan potencijalnim mikro ulagačima.



UČEŠĆE

Kapital koji ulazu mali investitori se zapravo najčešće koristi za plaćanje učešća i stvaranje mogućnosti kako bi investor u banci preostali (veći) iznos za izgradnju

Pitanje koje se logično postavlja jeste za šta tačno firma koja traži novac od mikro investitora koristi isti?

Kapital koji ulazu mali investitori se zapravo najčešće koristi za plaćanje učešća i stvaranje mogućnosti kako bi investitor u banci preostali (veći) iznos za izgradnju, rekonstrukciju ili kupovinu nekretnina, ali nekada i za druge namene koje su u ugovoru sa brokerom i mikro investitorima transparentno predstavljene na platformama.

Treba napomenuti da brokeri preko kojih ulagači zapravo investiraju svoj novac često ne dopuštaju građevinskim firmama potražnju svih 100% učešća potrebnog za aplikaciju za kredit u banci, a to čine kako bi i sebe zaštitili od rizičnih ulaganja.

Iako ceo proces izgleda komplikovan, ovaj model investiranja pokazao se kao uspešan u mnogim zemljama i pomenuto tržište rapidno raste u SAD-u i Evropi.

To pokazuju i podaci. Prema rečima Petera Harisa, koautora knjige „Commercial Real Estate Investing For Dummies“, komercijalno crowd real estate tržište bilo je „teško“ 89-90 miliona dolara 2010. godine u SAD-u, da bi već 2013. godine ono pokrivalo kapital od pet milijardi dolara.

Estonija jeste jedna od zemalja iz koje dolazi veliki broj evropskih brokera i predvodnika novog talasa na tržištu nekretnina, ali veliki broj firmi posluje i regulisan je takođe u ostalim državama Evropske unije.

Pojedine firme u ovoj rastućoj industriji već su najavile širenje svog biznisa na region i to sa posebnim fokusom na balkanske države članice Evropske unije.

Recimo da je investitoru potrebno 10.000.000 evra za kupovinu zgrade sa stanovima i lokalima. Banka zahteva učešće same firme/investitora od 30%, što predstavlja 3.000.000 evra. Za preostalih 7.000.000 evra banka bi dala pozajmicu.

Broker, odnosno platforma, će investitoru dati manje od tih 3.000.000 evra za učešće kako bi sebe i male investitore osigurao od rizične situacije gde bi sa 100% iznosa bio jedini nosilac rizika tog učešća u banci.



POSLOVNI
PROSTOR

COWORKING – NOVA FORMA RADNIH PROSTORA

Simbioza biznis modela i
socijalnog inkubatora

Teritorije radnih mesta se transformišu, pre svega zbog promena radnih procesa u informacionom dobu u kojem se nalazimo. Ključna promena u razumevanju pojma i transformacije radnog mesta jeste upravo u transformaciji njegove teritorije – radno mesto postalo je fleksibilno, radni procesi i virtuelni, a teritorija dejstva dualnih karakteristika – fizičkih i virtuelnih. Informacione i komunikacione tehnologije su glavni uzroci preobražaja tržišta rada, kao i pojave fleksibilne radne snage. Nove forme radnih prostora koje su u usponu su fleksibilni prostori, a njima pripadaju coworking prostori kao forma novog biznis modela sa specifičnim karakteristikama socijalnog inkubatora.

KREATIVNA KLASA

Istraživanje prostornih transformacija i pojave coworking prostora nije moguće bez akcentovanja uspona i razvoja kreativne klase, takođe omogućene novim tehnologijama. Kreativna klasa ne obuhvata samo opšte poznate kreativne industrije (umetnost, dizajn, muzika, arhitektura, moda, mediji, zabava), već je definisana kao šira klasa – obuhvata softver stručnjake i inženjere, naučnike i konsultante. Alvin Tofler knjigom „Treći talas“ najavljuje period zasnovan na informaciji i znanju. Takozvana „prečutno znanje“ (tacit knowledge) – ono



**VESNA
KRIZMANIĆ, dia**
ARCHINOVA
www.archinova.rs

koje je u osnovi inovacija, koje pojedinac nosi u svom umu, dobija na značaju u informacionom društvu, zaokuplja pažnju ekonomskih geografa i postaje potencijal digitalnih prostornih inkubatora.

COWORKING - NOVA FORMA RADNIH PROSTORA

Prva upotreba termina coworking vezuje se za programera Breda Nojberga (Brad Neuberg) 2005. godine u San Francisku, koji je rentirajući prostor u Mission District-u, objavio poziv za fleksibilnu radnu snagu kreativne klase proklamujući novu formu kao rešenje za usamljenost rada od kuće usled nesocijalnog radnog okruženja. Za samo trinaest godina, do 2018. otvoreno je 18.900 prostora ovog koncepta, sa oko 1.690.000 korisnika (izvor: Deskmag 2018).

Za razliku od shared offices – koncepta iznaj-



Design: Archinova

mljivanja manje ili veće kancelarije u prostoru jednog operatera, coworking prostori nude drugačiji koncept – kroz „projektovane“ socijalne konekcije, interakciju i kolaborativne aktivnosti, najčešće se ističu sociološke i društvene promene i benefiti.

Kao sociološka i društvena praksa, usmjerena na komunikaciju i kolaborativnost, deli pre svega zajedničke sociološke (društvena kolaboracija), kulturološke (deljenje kao stav) i ekonomske (ušteda) principe koji spajaju korisnike. Međutim pored toga, coworking ima i nešto više - on je deo kreativnih platformi digitalnih ekonomija i industrije, koje stvara dinamično znanje i inovacije, kroz specifičnu organizaciju. Predstavlja stvaranje izazova organizacijama za strategiju stvaranja stvaralačkih uslova rada u kolektivnoj društvenoj organizaciji, i izazov socijalne distinkcije privatnog i zajedničkog prostora.

ZNAČAJAN RAST

Između 2014. i kraja 2018. godine, broj fleksibilnih lokacija radnog prostora se povećao za 205%, dok se broj operatora povećao za 138%

Primenjuje se kulturološki model koji promoviše pet vrednosti: zajednicu, saradnju, otvorenost, raznolikost i održivost. Ovaj „kolaborativni pristup“ uvek se podvlači kao specifična karakteristika koja razlikuje coworking od drugih oblika deljenih, fleksibilnih radnih ambijenata. Najčešće sebe promovišu kao udruženja-društva zasnovana na članstvu, a socijalne participacije se organizuju kroz različite platforme, povezujući i aktivno uključujući članove. Globalna istraživanja (Deskmag, 2013) pokazuju da je 58% saradnika koristilo rad kod kuće pre nego što se pridružilo zajedničkom radnom prostoru. Interakcija i komunikacija su jedan od najčešćih razloga za pridruživanje coworking prostoru. Saradnici tvrde da su „društvena interakcija“ (84%), „slučajni susreti i prilike“ (82%) i „razmena informacija i znanja“ (77%) karakteristike koje im se najviše sviđaju u njihovom prostoru za rad.

Prostori za coworking mogu se opisati kao bottom-up rešenje (odozdo prema gore) ili kao kolektivna kreativna strategija za suočavanje sa strukturnim promenama na opštem tržištu rada i u organizaciji rada, koja je formirala novi biznis model.

Coworking se stoga može posmatrati kao biznis model, socijalni inkubator ili nova forma radnog prostora. Ili, simbioza svega navedenog.

ORGANIZACIJA, OBLIKOVANJE, LOKACIJE

Za razliku od korporativne, tradicionalne estetike enterijera klasičnih poslovnih prostora sa akcentom na funkciju i radne procese, u coworking prostorima akcenat je na kolaborativnim i zajedničkim prostorima. Negirajući birokratiju, i prostor pokazuje post Fordistički dizajn koji zabavu i posao približava. Nameća i jeste da birokratski model bude izbegnut i prostorno. Često se koriste transparentne konferencijske sale, radne trpezarije, neoficijalan nameštaj – ponekad bliži opremanju dnevne sobe, različiti tipovi sedenja i udobnosti u prostoru, naglašene horizontalne i vertikalne komunikacije, ispisi po zidovima, prostori otvoreni za saradnju sa kolegama. Interaktivni potencijal prostora se postiže i bojama, biljkama, opremom i nameštajem. Ključno postaje uvođenje pratećih sadržaja – kafea, restorana, soba za jogu, zdravih mesta i sličnih prostora koji utiču na povećanje osećaja komfora kod članova.





Urbanistički, početak formiranja fleksibilnih prostora se vezuje za disperzivne prostore spontano nastale u urbanom tkivu. Vrlo često danas je zapravo suprotno, jer kreativci traže koncentraciju, pa je pojava kreativnih distrikta deo savremene planske delatnosti. Koncentracija u razvojnim kampusima, dizajniranim da stimulišu kreativnost, kolaboraciju i socijalnu interakciju, predstavlja novu urbanu formu.

Veliki broj prostora je lociran u bivšim industrijskim objektima ili skladištima, napuštenim i preuređenim objektima, vrlo često uključujući aktivno svoje članove u kreativno uređenje. Formirajući neoficijalne prostore, asocira se na cilj da je posao zabava uz socijalne interakcije.

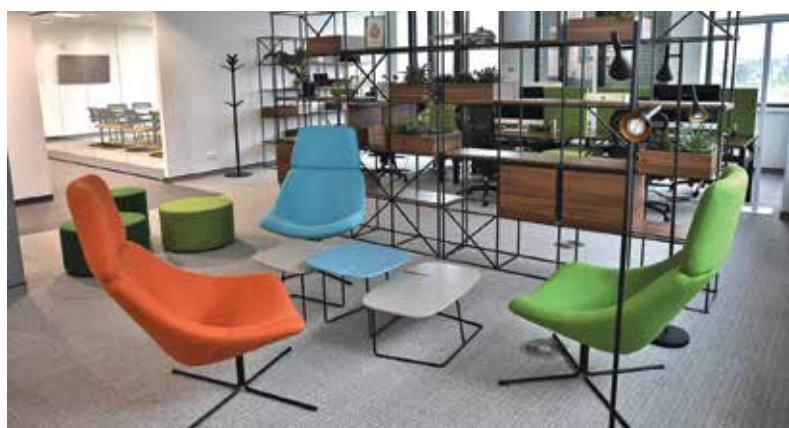
Ekonomski gledano, istraživanja pokazuju da su coworking biznis modeli uspešni globalno ako imaju preko 200 članova. Zapravo, razmera je bitna. Ekonomski model uspešnog Coworking-a je pitanje veličine i razmere. Međutim, ovaj biznis model može biti u suprotnostima sa fizičkim elementima komfora, tako da integracija komfora, socijalizacije i uspešnog biznis modela treba da bude osnovni cilj.

POTENCIJAL URBANOG I KREATIVNOG RAZVOJA

Prelazak sa industrijskog na informaciono društvo, i promene radnih procesa koje sa sobom

FORMIRAJUĆI NEOFICIJALNE PROSTORE, ASOCIRA SE NA CILJ DA JE POSAO ZABAVA UZ SOCIJALNE INTERAKCIJE

društvene transformacije donose, imaće veliki uticaj na pojavu prostornih koncepta koji zadovoljavaju zahteve novih, transformisanih korisnika. Potrebna su dubla znanja o uticaju digitalnih tehnologija, zahtevima socijalnih interakcija i novim formama koje se javljaju kao hibridi društveno-socioloških promena. Coworking prostori predstavljaju samo jednu od novih formi, i deo su nove „infrastrukturno – digitalne“ mape grada, kao jedan od njegovih čvorišta. Integracija urbanističih infrastrukturnih radnih i kreativnih tokova ne sme da bude zanemarena prilikom urbanističke faze planiranja gradova, korisno bi bilo uključivanje informacionih mapa u programske osnove novih planova u „digitalnih“ eksperata u timove urbanih odluka. Projektantski, ako se savladaju sociološki, radni i zahtevi komfora korisnika, coworking prostori predstavljaju poligon igre kreativnosti i slobode oblikovanja.



Projektovanje radnih prostora koji podstiču kolaborativnost i utiču pozitivno na korisnike:
Design: Archinova



Prema Colliers Flexible Outlook izveštaju za 2019. godinu, ključni učesnici na globalnom tržištu fleksibilnog radnog prostora su:

- IWG/Regus najveći je provajder zajedničkog prostora u svetu sa oko 3.000 jedinica, na 224 lokacije širom 19 anketiranih tržišta;
- WeWork - 341 lokacija u 65 gradova širom sveta, sa 200.000 članova;
- Knotel nudi 2,5 miliona kvadratnih metara na preko 120 lokacija;
- Impact Hub deluje kao franšiza i poseduje 92 lokacije i 16.000 članova u 81 gradu širom sveta.

VI BIRATE KADA, KAKO I GDE ĆETE RADITI

Fleksibilne kancelarije sa coworking
prostором

U

koliko tražite poslovni prostor koji će ujedno pokrenuti vašu produktivnost, kreativnost i prilike za profesionalna poznanstva, West Properties vam iz svoje ponude preporučuje Desk&More fleksibilne kancelarije sa coworking prostором. Smeštene u samom srcu grada, na dve lokacije, odlikuju ih inovativan, svrshishodan dizajn enterijera kreiran za svaki stil rada, kao i tehnološki napredna infrastruktura.

Ovaj tip poslovnih prostora nudi vam sve pogodnosti potrebne da ostvarite pun potencijal vašeg biznisa: 24/7 pristup prostoru, brz i stabilan internet, office menadžera na licu mesta, kao i brojne druge, uz širok spektar paketa članarinu i zakupnina.

KOD VUKA

Funkcionalan, inspirativan radni prostor smešten u samom centru grada, u Bulevaru kralja Aleksandra okružen brojnim prodavnicama, kafićima i restoranima, ovaj prostor je izrazito udoban i prijatan za rad. Uz dobru saobraćajnu mrežu u neposrednoj blizini, uvek ćete lako stići do svoje nove kancelarije ili prostora za rad.

Desk&More kod Vuka vam nudi svestrane mogućnosti zakupa, prilagođenih vama i vašim trenutnim potrebama. U ponudi se nalaze kancelarije, tiha coworking zona i zajedničke prostorije za saradnju, povezivanje i razmenu iskustava i dve vrste sala – za sastanke i konferencije. Moguće je i povezivanje više prostorija za veće timove.



THE ZOO

Smešten na Dorćolu, u Bulevaru vojvode Bojovića, nalazi se na svega nekoliko minuta hoda od glavne pešačke zone, Knez Mihailove ulice. Desk&More The Zoo se prostire na dva nivoa ukupne površine 4.400 m² unutar renovirane zgrade nekadašnje fabrike tekstila. Inspirativna i ugodna, radna atmosfera, obilje prirodnog svetlosti i prelep kraj oko lokacije čine ovaj coworking prostor posebno atraktivnim.

Prostor se sastoji od tihe zone sa fleksibilnim i fiksnim stolovima, privatnih kancelarija različitih veličina namenjenih timskom radu i prostora namenjenog zajedničkom korišćenju. Pojedinačne privatne kancelarije mogu biti povezane u veće prostorije, pogodne za veće timove.

Pronadite idealnu lokaciju za vaš biznis!

KONTAKT

Tel: +381 60 07 19 260

E-mail: milica.b@westproperties.rs



Pošaljite upit
skeniranjem QR koda

ENERGETSKA (NE)EFIKASNOST REGIONA

Dok se u pojedinim zemljama energetski pasoši tek uvode, druge donose propise o izgradnji energetski samoodrživih objekata

TEKST Vladimir Mitić



Sve veće posledice klimatskih promena u prvi plan ističu neophodnost energetske efikasnosti i globalnu težnju da se ograniči rasipanje energije u bilo kom segmentu. U Evropskoj uniji već 2020. godine novozgrađene zgrade trebalo bi da imaju nultu potrošnju energije, odnosno moraju biti energetski samoodržive. Region Balkana, s druge strane, posebnu muku muči sa energetskom efikasnošću u zgradarstvu. Samo u Srbiji oko 40% energije u domovima praktično „ispari“

300.000

kuća u Srbiji nema
termoizolaciju

kroz neadekvatnu izolaciju, stolariju i krovove. Podaci kažu da su najmanje efikasne stambene zgrade koje obuhvataju 27 miliona kvadra- ta i 60 odsto stambenog fonda, a da 300.000 kuća nema termoizolaciju i zbog toga troše četiri do pet puta više energije nego kuće u Evropskoj uniji. Ovakva statistika razlog je što je Srbija jako dugo u samom vrhu u Evropi kada je reč o rasipanju energije, i po jedinici proizvoda i po glavi stanovnika.

U nekim zemljama regiona, poput Hrvatske, uloženi napor u edukaciju građana o energetskoj efikasnosti daje rezultate, pa se tako svest o potrebi štednje energije podigla kod čak 80 odsto stanovništva. Rezultati svakako ne izostaju imajući u vidu da država ulaže i značajna finansijska sredstva, pa je tako u poslednje dve godine u stambene zgrade na teritoriji Hrvatske investirano više od 400 miliona evra što držav- nog, što novca iz evropskih fondova.

SUBVENCIJA FASADA U BEOGRADU

Ma kako situacija izgledala loše, ne može se reći da Srbija sedi skrštenih ruku kada je reč o popravljanju energetske (ne)efikasnosti u zgradarstvu. Energetski pasoši uvedeni su još 2012, a Srbija je među prvim zemljama u Evropi na putu unapređenja energetske efikasnosti uspostavila Centralni registar energetskih pasoša koji je u funkciji od 2015. godine. Energetski pasoš je uslov za dobijanje upotrebljene dozvole kada govorimo o novogradnji. Za postojeće zgrade koje se rekonstruišu, adaptiraju, saniraju ili energetski saniraju, takođe postoji obaveza energetske sertifikacije, odnosno pribavljanja energetskog pasoša.

Problem su dakle stari objekti, koji nisu u procesu rekonstrukcije ili sanacije. Stoga od velikog značaja mogu biti odluke poput one koju je nedavno usvojila Skupština Grada Beograda, a kojom će gradske opštine moći da subvencionisu uređenje fasada i investiciono održavanje privatnih zgrada, sa maksimalno 90% sredstava, dok će stanari biti u obavezi da obezbede preostalih 10%.

„Većina zgrada u Beogradu izgrađena je tokom 50-ih i 60-ih godina, kada je cilj bio izgraditi što više domova, na uštrb energetske efikasnosti zgrada. Danas ta ušteda dolazi na naplatu i troši se mnogo više energije na grejanje domova nego što je zaista potrebno kada bismo imali energetski efikasne zgrade“, istakao je Zoran Radojičić, gradonačelnik Beograda, koji

je pozvao upravnike zgrada da motivišu stana-re da iskoriste ovu mogućnost.

Kako su ranije ove godine navodili predstav-nici gradske vlasti Beograda, prioriteti u na-rednom periodu biće upravo podizanje svesti građana o uštedi energije u stambenim zgra-dama, ali i težnja da svi javni objekti postanu energetski efikasni. Saniranje javnih objekata od posebne je važnosti. Prema pojedinim po-dacima Beograd izdvaja oko 110 miliona evra za potrošnju energije objekata u javnom sektoru, a veća ulaganja omogućila bi uštede do 40 odsto, tačnije oko 44 miliona evra.

Inače u Srbiji od 2014. funkcioniše budžet-ski Fond za unapređenje energetske efikasnost, kroz koji je za četiri godine obnovljeno je više od 80 javnih objekata, u kojima je prepolovlje-na potrošnja energije. Dodatne uštede u potrošnji energije očekuju i školski objekti u šest lokalnih samouprava koji su bili u projektu Ne-mačko-srpske razvojne saradnje „Energetska efikasnost u javnim zgradama“ koji je nedavno završen posle četiri godine.

CRNA GORA OČEKUJE ENERGETSKE PASOŠE

U Crnoj Gori uvođenje energetskih pasoša kao obaveznih očekuje se tek od sredine 2020. i to za sve nove zgrade, kao i postojeće koje se rekonstruišu, prodaju ili daju u zakup. Predu-slovi za primenu sertifikacije zgada je izrada nacionalnog inventara zgrada i razvoj softvera za proračun energetskih karakteristika objek-ta. Kako su ranije tokom godine istakli pred-stavnici Ministarstva ekonomije, realizacija inventara ide planiranim dinamikom, a plan je da građani do kraja 2019. dobiju energetske pasoše za objekte u kojima stanuju i na osnovu kojih će imati informacije o energetskoj efika-snosti njihovih domova, a ujedno i o mogućim unapređenjima.

Pored investitora koji grade, odnosno re-konstruišu zgrade, kao i vlasnika koji prodaju ili daju u zakup zgrade ili delove zgrada, ener-getski sertifikat će biti u obavezi da pribave i organi državne uprave, jedinice lokalne samou-prave i javne službe čiji je osnivač država, odno-sno lokalna samouprava za objekte u državnoj svojini kojima upravljuju, kao i vlasnici zgrada koje su u funkciji okupljanja većeg broja ljudi, kao što su hoteli, pozorišta, bioskopske, sport-ske i izložbene dvorane, tržni centri.



IZMENE

Hrvatska izmenama zakona uvodi standarde gradnje zgrada gotovo nulte energije i alternativnih sistema snabdevanja energijom

HRVATSKA USKLAĐUJE NACIONALNO ZAKONODAVSTVO

Hrvatski Sabor s druge strane polovinom decembra doneo je Zakon o izmenama i dopunama Zakona o gradnji kojim se obezbeđuje usklajivanje nacionalnog zakonodavstva sa izmenjenom direktivom EU o energetskoj efikasnosti zgrada. Usvojene izmene Zakona predviđaju donošenje dugoročne strategije za podršku obnovi Nacionalnog fonda zgrada u energetski efikasan i dekarbonizovan fond zgrada do 2050. godine. Utvrđuje se i obaveza donošenja programa energetske obnove zgra-dala, programa razvoja zelene infrastrukture i razvoja cirkluarnog upravljanja zgradama za razdoblje 2021 – 2030. godine. Na ovaj način trebalo bi da se smanji efekat toplovnih ostvra koja se stvaraju u urbanim područjima, poveća trajnost zgrada u prostoru i primena obnovljivi-ih izvora energije.

Takođe se uvode odredbe vezane za standard gradnje zgrada gotovo nulte energije, definišu standardi alternativnih sistema snabdevanja energijom novih objekata, kao i oni kojima se definije neophodna infrastruktura za punjenje električnih vozila u zgradama.

Inovacijama u uspostavljanju regenerativ-nog urbanog dizajna kao i u korišćenju prosto-ra i zgrada, Hrvatska će doprineti poboljšanju

kvaliteta života svojih građana, ali se nuda da će u tu svrhu uspeti da povuče i znatna sredstva iz Evropskih strukturnih i investicionih fondova u finansijskom razdoblju 2021-2027.

Od 2015. godine do danas Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja (MGIPU) Republike Hrvatske obezbeđilo je 550 miliona evra, od čega 295,3 miliona bespovratnih sredstava iz Evropskog fonda za regionalni razvoj

višestambenih zgrada. Za tu svrhu ovega puta osigurano je 152 miliona kuna (20 miliona evra), a stopa sufinansiranja bespovratnih sredstava Evropskih i strukturnih investicionih fondova iznosiće 60%. U novom pozivu, kao i u dosadašnjima, odabrani projekti moraće da osiguraju barem 50% ušteda u odnosu na godišnju potrošnju energije za grejanje/hlađenje pre sprovođenja energetske obnove.



(EFRR), za energetsku obnovu javnih i višestambenih zgrada, zahvaljujući čemu je realizovano 1.455 projekata. Kroz Operativni program Konkurenčnost i kohezija, MGIPU je na raspolaganju imalo i preko 311 miliona evra, a od tog iznosa, 100 miliona bilo je namenjeno obnovi stambenih zgrada, odnosno 71 milion evra obnovi višestambenih zgrada.

Početkom prvog kvartala 2020. očekuje se i objava novog poziva za dostavljanje projektnih predloga za obnovu



GRANT ZA ENERGETSKU EFIKASNOST



Sredinom decembra Federalna vlada Bosne i Hercegovine donela je odluku po kojoj Federacija prihvata grant po Sporazumu o finansiranju i projektu zaključenom između Nemačke razvojne banke (KfW), BiH i FBiH, i to u iznosu od 9,5 miliona evra namenjenih realizaciji projekata energetske efikasnosti u javnim zgradama. Održivost i stabilnost projekta planirana je kroz uspostavljanje revolving fonda koji će deo ostvarenih ušteda reinvestirati u nove mere energetske efikasnosti.



Odaberite provjerenog, pouzdanog
i profesionalnog posrednika u Hrvatskoj
- odaberite Operetu

RASTE SVEST O RECIKLAŽI GRAĐEVINSKOG MATERIJALA

Na dobrom smo putu da nova industrija i u Srbiji počne da donosi rezultate

TEKST Radmila Petković



Rušenje je u svetu postalo industrija za sebe imajući u vidu količinu materijala koji se dobijaju na ovaj način, kao i koliko je velika potreba da se ti materijali stručno obrađe kako bi se dobili novi proizvodi koji mogu imati široku primenu u novoj izgradnji. S druge strane, na našim prostorima ova industrija je praktično u povoju uzimajući u obzir procesne da se u Srbiji godišnje generiše oko 100 miliona tona građevinskog otpada. Više od dve trećine ove količine završi na deponijama, ne ubrajujući u ovo divlja smetlišta.

Na mogućnosti koje pruža pravilno tretiranje građevinskog otpada ukazala je Srpska asocijacija za rušenje, dekontaminaciju i reciklažu (SDA) na trećoj međunarodnoj konferenciji „Danas za sutra“ koju su održali u Beogradu.

**MATERIJAL
KOJI OSTAJE
OD RUŠENJA,
ADAPTACIJA,
RENOVIRANJA,
REKONSTRUKCIJA
ČINI DVE TREĆINE
OTPADA U SRBIJI**

Prema rečima Dejana Bojovića, predsednika SDA, potrebno je uraditi jednu osnovnu stvar, a to je razdvajanje komunalnog i građevinskog otpada. Stoga su na samoj konferenciji stručnjaci predstavili naučne modele reciklaže i način zatvaranja istorijskih deponija na našim prostorima. „Takođe, trebalo bi rušenje kao operaciju uvesti u zakonske okvire jer bismo na taj način dobili i kvalitet i kvantitet materijala koji se mogu upotrebljavati“, ukazao je Bojović.

Institut za standardizaciju Srbije ovom prilikom pokrenuo je temu stvaranja tehničke komisije vezano za cirkularnu ekonomiju u građevinarstvu i istakao njenu važnost, kao i veliku pomoć koju je Evropska asocijacija za rušenje (EDA) pružila SDA u postizanju ovog cilja.

Predsednik SDA ukazao je i na značajne rezultate koje je Asocijacija postigla. „Urađen je Protokol Evropske unije o reciklaži čak 70 odsto otpada od rušenja i građenja i bitno je istaći da smo mi bili jedan od saradnika na izradi tog dokumenta. Prošli smo i poseban projekat koji nam je omogućio da u Srbiji vodimo edukaciju, obuku i trening, kao i sertifikaciju kada su u pitanju opasni materijali u građevinarstvu i to za ceo region. Rad naših članova sublimiran je u Industrijskom izveštaju Evrope za 2018. i 2019. godinu i on pokazuje konstantan napredak, te da smo u procesu dekontaminacije na vrlo visokom mestu“, istakao je Bojović i dodaо da pored osvorenih rezultata SDA očekuje još veliki posao.

Na održanoj konferenciji predstavljeni su načini rada i primena tehnologije u oblasti rušenja i reciklaže u Rusiji i Švedskoj, dok su predstavnici stranih i domaćih kompanija predstavili najnoviju opremu i proizvode u industriji rušenja.

Ovom prilikom najavljen je da će Beograd u organizaciji EDA biti domaćin evropske konferencije u oblasti rušenja, dekontaminacije i reciklaže, koja će se održati od 4-6 juna 2020. i na kojoj će učestovati stručnjaci iz cele Evrope i sveta.

RE

UREDENJE

Najnoviji trendovi u svetu
enterijera i eksterijera, inovativna
rešenja i saveti



Strane

68-74

POVRATAK VELIKOM PLAVETNILU

Pantone Color Institut predstavio je nijansu koja će obeležiti narednu godinu

Klasična plava, nijansa koja je sugestija neba u sumrak, koja asocira na dubine mora i okeana, na zrele borovnice, izabrana je za boju 2020. godine. Pantone Color Institut odlučio se za nijansu koja donosi osećaj mira i spokoja upravo na prelasku u novu dekadu, jer kako navode, klasično plava naglašava našu želju za stabilnom i sigurnom osnovom na kojoj gradimo budućnost, posebno imajući u vidu društvenu, političku i prirodnu nesigurnost kojoj je svet izložen danas.

Kao i svake godine, odabrana boja duboko utiče na trendove od uređenja doma do moderne industrije. Ova nijansa je među omiljenima kada se radi o uređenju enterijera i savršeno je uskladjena sa postupnim vraćanjem dizajna enterijera tradicionalnim stilovima dekoracije.

Elegantna u svojoj jednostavnosti i bezvremenska, klasično plava sa oznakom Pantone 19-4052 unosi kreativno samopouzdanje u enterijere, transformišući prostor kroz jedinstvene kombinacije tonskih izraza. Lako je primenjiva na velikom broju različitih materijala, tekstura i završnih obrada. Kroz enterijer može vas voditi u različitim smerovima iskazujući tradiciju i elegantnost, kao i neočekivanu smelost. Može se koristiti kao osnovna dominantna boja u enterijeru. Idealna je za akcentovanje kroz odabране komade nameštaja u ovoj nijansi i to bez obzira na tip i namenu prostorije – od kuhinjskih elemenata do sofe u dnevnom boravku, a u prostor se može uvesti i kroz sofisticirane detalje.

KLASIČNO PLAĆA UNOSI KREATIVNO SAMOPOUZDANJE U ENTERIJERE, TRANSFORMIŠUĆI PROSTOR KROZ JEDINSTVENE KOMBINACIJE



**ŠIRI
KONTEKST**



Neki smatraju da je izborom klasično plave Pantone Color Institut „igrao na sigurno“ ovoga puta birajući nepogrešivi večni klasik. Ove tvrdnje predstavljaju širi kontekst nakon prošlogodišnjih kritika o izboru koralne nijanse za boju godine i to u doba kada je većina koralnih grebena ugrožena zbog klimatskih promena.

Prema mišljenju drugih prognostičara narednu godinu će obeležiti zelena boja i to u različitim nijansama od tamnih i svetlih, preko neonskih, asocirajući na ponovni rast, rođenje i optimizam. Još važnije, kako navode, zelene nijanse asociraju na mnogo širu ekološku priču koja je u fokusu na svim meridijanim.

KAKO ODABRATI ADEKVATNU RASVETU

Na izbor direktno utiču namena prostorije, vrsta i raspored nameštaja, kao i boja u enterijeru

TEKST *Iva Mihajlović*



Nakon zabrane klasičnih sijalica sa užarenom niti, Evropa želi da se reši i halogenih, čija je dalja proizvodnja zabranjena od septembra 2019. godine. To znači da će zemlje EU, još ograničeno vreme, odnosno do isteka zaliha, moći da koriste ovaj tip rasvete, nakon čega kao jedina opcija ostaju LED sijalice. U tom pravcu ide i Srbija u kojoj će do kraja 2020. klasične sijalice biti izbačene iz upotrebe. LED sijalice svakako su energetski najefikasnije rešenje. Mali potrošači sa vekom trajanja od deset do 20 godina ovim karakteristikama anuliraju inicijalno veću cenu u odnosu na klasične sijalice.

Rasveta je izuzetno bitan element jednog enterijera. Ne samo da može vizuelno da doprinese izgledu prostora ili ga u potpunosti uništi, rasveta ima jako veliki uticaj na korisnike prostora. Izbor idealne rasvete postaje malo komplikovaniji kada govorimo o LED-u.

**TOPLO BELA BOJA
OSVETLJENJA
NALAZI SE U
OPSEGU OD 2600
DO 3000 KELVINA**

Najčešća zamerka koja se upućuje ovom tipu sijalica je da daju hladno belo svetlo. No to ne mora biti tako. Za izbor temperature boje svetlosti od presudnog značaja je oznaka Kelvina (K) na samom proizvodu. Žučasta nijansa svetlosti odnosno toplo bela, najsličnija onoj koju daju klasične sijalice, nalazi se u opsegu 2600-3000K. Ton boje koji emituju sijalice u ovom opsegu preporučuje se za stambene prostorije u kojima se duže boravi. Neutralno bela boja osvetljenja (3200-4000K) koja je najpribližnija dnevnoj svetlosti, preporučuje se za radne sobe, kuhinje i kupatila. Hladno bela boja (4200-6500K) namenjena je prostorima koji zahtevaju jako osvetljenje.

Na izbor vrste osvetljenja i određivanje potrebne količine svetlosti direktno utiču namena prostorije, vrsta i raspored nameštaja, kao i boja u enterijeru.

Lumen (lm) predstavlja ukupnu količinu svetlosti koju svake sekunde emituje izvor svetlosti. Postoje tabele sa informacijama o odgovarajućoj količini lumena za određenu površinu prostora shodno njenoj nameni. Ovi podaci se izražavaju u luksu (lk) što odgovara jedinici osvetljenja, odnosno luksu po metru kvadratnom.

Ukoliko znamo da je za dnevnu sobu potrebno između 100 i 200 luksa, za prostor ove namene površine deset kvadrata neophodno je 1000-2000 lumena. Za spavaću sobu preporučuje se takođe 100-200 luksa po kvadratnom metru. Za kuhinju i trpezaru 300-400, dok na fokusiranim mestima, kao što su šporet ili sudopera treba računati na 700-800 luksa, a isti slučaj je i u kuptailu. Ovi proračuni variraju u zavisnosti od uslova u prostoru. Ukoliko su zidovi i nameštaj izrazito tamne boje, neophodno je dodatnih 100 lumena po kvadratnom metru.

Vrlo je bitan i ugao rasipanja svetlosti, odnosno vrsta rasvetnog tela u koje se sijalica postavlja. To znači da bi u celokupnu kalkulaciju trebalo dodati i da li je u prostoru predviđeno direktno ili indirektno osvetljenje, difuzno ili fokusirano.

WP

WEST PROPERTIES



WS

WEST
SOLUTIONS



POLYDEC
AQUA BOUTIQUE
TEHNOMANIJA
NOVOLUX
CASA
CASATI
FRA.MO
FLOOR EXPERTS
ALUMIL
ALTERLIGHT
MV TEŠIĆ
TERMOMONT
ARTERRACOTTA
ROBEN
HMM FURNITURE
SEF
WINK HAUS
FSB
AVANGARD
INTERIOR CENTAR
ADITIV BALKAN
MAPEI
FORMALINE
SAG 80 GROUP
DOME MILANO INTERIOR
CENTRO DADA
EMPORIO CASA

CONSTRUCTIONDESIGNCONCEPT

BABA VIŠNJINA 38



ENTERIJER



JAPANDI - MINIMALIZAM SA KARAKTEROM

Spoj skandinavskog stila i japanske elegancije osvaja enterijere

TEKST

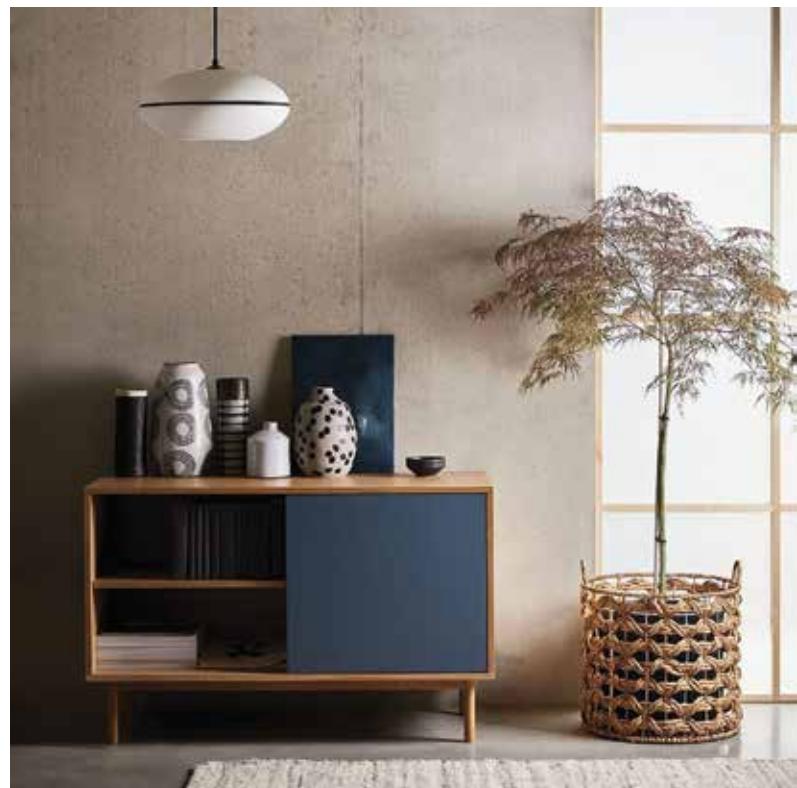
Ksenija Mijatović

Foto: Habitat

A

ko je sudeći po onome što kažu trendovi za 2020. godinu, od kulture ekstremnih polariteta prelazimo u zagrljaj harmoničnijeg izgleda. Organski oblici i prirodni tonovi skandinavskog stila vraćaju se oplemenjeni japanskom estetikom. Iz fuzije ova dva stila i kulture izrodio se japandi, umirujući minimalistički tip oblikovanja enterijera koga odlikuje nešto više kontrasta.

Nasuprot često hladnom skandinavskom stilu uređenja, japandi prostoru daje istaknutiji karakter i topliju notu. Toplina se postiže pre svega paletom prigušenih tonova i prirodnih nijansi, kao što su braon i bež. Neretko se koriste i suptilne nijanse ružičaste, plave i zelene kojima se zatim dodaju elementi i detalji u tamnjim tonovima – crnim i sivim.



PALETA BOJA

Toplina se postiže pre svega paletom prigušenih tonova i prirodnih nijansi, kao što su braon i bež. Neretko se koriste i suptilne nijanse ružičaste, plave i zelene



Kako preovlađuju elementi prirode česti su komadi nameštaja u kombinaciji drveta i mermara. Drveni elementi mogu se kombinovati i sa prirodnim tkaninama, različite teksture, ali bez dezena. Pluta, lan, ratan, bambus, kamen već poseduju bogatu teksturu i ukras su sam za sebe. Boja ovih materijala izvrstan je primer paleta koje bi se trebalo držati prilikom uređenja. Što se drvenih elemenata tiče, prednost se daje tamnjim nijansama koje će otkriti svu lepotu teksture materijala.

Same linije su svedene, a japanska elegancija doprinela je kombinacijom čistih i zakriviljenih formi. I japandi se zasniva na kreiranju funkcionalnog enterijera, pa svaki komad nameštaja ima svoju jasnu funkciju. Radi se o niskim komadima, često bez nogara, bilo da govorimo o sofama, stočićima ili komodama, a sve kako bi se istakla japanska filozofija spajanja čoveka sa zemljom.

Aksesoari su vrlo svedeni kada je u pitanju njihov kvantitet i pažljivo izabrani. Mogu biti u formi staklenih i ručno pravljenih keramičkih predmeta i posuda, knjiga. Dekor na zidovima je takođe sveden, a najbolje se uklapaju apstraktni umetnički predmeti.

Za kreiranje priyatnog ambijenta zaslужne su i biljke – visoke i jednostavne, elegantnih listova, ali u ograničenom broju kako bi se očuvao minimalistički pristup.

Japandi je više od samog stila. To je filozofija. Japandi je ogoljen, dobro promišljen i nimalo dosadan.



TAURUNUM XXI

Nova era zemunske tradicije

B

iti Zemunac nije stvar krštenice, već stanje duha, rekao bi Branko Najhold, istoričar i hroničar ovog dela grada. A ako želite da najbolja lokacija u Zemunu postane vaša adresa stanovanja,

Taurunum XXI stambeno-poslovni kompleks, pružiće vam jedinstven i moderan stil života.

Atraktivna lokacija u Ulici 22. oktobar, na samoj granici sa Novim Beogradom, predstavlja veliku prednost ovog objekta: nalazi se u blizini hotela

**PRVA USELJENJA
SE OČEKUJU
KRAJEM 2020.
GODINE**



Jugoslavija, a opet na svega nekoliko minuta hoda do Zemunskog keja odnosno zemunskog parka; na 500m od lokacije je sportski centar, kao i više predškolskih ustanova, osnovnih i srednjih škola i dva fakulteta. Za samo par minuta vožnje kolima možete biti u centru Zemuna, Novog Beograda ili na Brankovom mostu, na putu ka centru starog Beograda.

U okviru Taurunuma XXI predvideno je 75 stambenih jedinica, dok je prizemlje objekta namenjeno poslovanju. Stanovi su različitih struktura od jednosobnih do šestosobnog, a penthaus stanovi pozicionirani su na poslednja dva - povučena sprata.

Udobnost stanovanja obezbedena je vikosokokvalitetnim odabranim materijalima u skladu sa principima energetske efikasnosti.

Garažiranje vozila biće obezbedeno u podzemnim nivoima na 116 parking mesta, kojima je moguć pristup sa dve strane objekta.

U dvorišnom delu objekta predvideno je igralište za najmlađe, dok su travnati tereni i prilazne staze, ogradene i jasno odvojene od ostalog dela dvorišta.

Izaberite svoj novi dom!

KONTAKT

Više informacija putem:

Tel: +381 60 07 19 265

E-mail: jelena.b@westproperties.rs



Pošaljite upit
skeniranjem QR koda



STIL ŽIVOTA

Osvežite svoja čula, krenite na
nezaboravno putovanje, uplovite u
svet mode



Strane

76-82



PUTOVANJA



UPOZNAJTE PRVI I JEDINI LUTAJUĆI HOTEL

Luksuz više nisu najveći privatni bazen ili predsednički apartman, već jedinstveni trenuci sa ljudima koje volite

TEKST

Iva Mihajlović

D

a li su hotelima danas neophodni zidovi, krov, i sobe? Thierry Teyssier, francuski hotelijer, smatra da nisu i da je vreme da putovanja prestanu da budu kliše. Osmislio je jedan od najpopularnijih luksuznih hotela Der Ahlam u Maroku koji se ističe po jedinstvenom iskustvu koje pruža svojim gostima. Tu ideju doživljaja odveo je korak dalje osnivajući „700.000 heures“ prvi na svetu lutajući hotel.

Koncept se zasniva na ideji da bi u 700.000 sati, koliko čovek u proseku proveđe na Zem-



**NUDI SE NOVI
NAČIN OTKRIVANJA
SVETA, AUTENTIČNO
POVEZIVANJE
SA LJUDIMA I
KULTURAMA**

Iji, trebalo da unesemo više života, umesto da životu dodajemo godine. Odbacuje se ideja putovanja koja liče jedno na drugo, postajemo putnici, a prestajemo da budemo turisti. Nudi se novi način otkrivanja sveta, autentično povezivanje sa ljudima i kulturama.

Tim ovog lutajućeg hotela na svakih šest meseci svoje goste dočekuje na novom mestu, pretvarajući stare vile, ribarske kućice u smestaj dostupan samo tokom posete toj destinaciji. Kako su zidovi hotela promenljivi, odnosno ne postoje, osmišljen je niz elemenata koji će se na svakom putovanju ponavljati, kao što

su posebno kreirani mirisi, za koje je zadužena Olivia Giacobetti, poznati parfimer koja stoji iza nekih od najpoznatijih nota spakovanih u boćice. Tu je i set kovčega, ručno izrađenih u Maroku, koji se za tili čas pretvore u prenosive fotelje, stolove, koktel barove, stolove za masažu, tuševe omogućavajući gostima da uživaju u različitim iskustvima na bilo kom mestu ispod vedrog neba. Služe organizaciji izleta iznenađenja po kojima je tvorac ovog koncepta i prepoznatljiv.

Ovaj putujući hotel revidira pojam personalizovane usluge, prilagođava se željama putnika dodajući im elemente iznenađenja. Thierry je i lično prisutan na svakoj lokaciji, zadužen upravo





**JEDINSTVENI
NAČIN
PUTOVANJA
FUNKCIIONIŠE
KAO KLUB SA
ČETIRI NIVOA
ČLANSTVA**

DESTINACIJE

Nomadski hotel koji se nikada ne vraća na isto mesto, goste je već dočekao u Italiji, Kambodži i Brazilu, a 2020. seli se u Japan

za različite „ceremonije“ tokom putovanja i iskustva koja će zasigurno ostati urezana u pamćenju svakog putnika.

Jedinstveni način putovanja funkcioniše kao klub sa četiri nivoa članstva. Svaki nivo nosi naziv po nomadskom plemenu. Za najosnovniji paket, Ava, treba izsvojiti 2.350 dolara za članarinu i godišnju naknadu od 585 dolara za dve osobe. Dnevne all inclusive cene se kreću od 1.755 do 2.105 dolara za dve osobe, u zavisnosti od destinacije. I broj članova je ograničen, na maksimum 250.

Kao dodatna ideja i svrha celokupnog koncepta je i osnaživanje lokalnih zajednica, a Thierry ima namjeru da osnuje i fondaciju u te svrhe, obučavajući lokalno stanovništvo kako da kreira sopstvene turističke projekte i zaštiće svoju kulturu od masovnog tržišta.

Nomadski hotel je od 2018. od kada postoji, svoje goste dočekao u Italiji gde su uživali u doručku serviranom u pećini kraj mora, u izletu sa ribarima gde su hvatali morske ježeve, vozili se starim Cinquecentom obilazeći tradicionalna italijanska sela i degustirajući vina i maslinovo ulje.

Posetili su i Kambodžu, Brazil, a od 5. aprila do 1. novembra 2020. sele su

Japan gde će se smestiti u istorijskom hramu, tradicionalnim japanskim kućama i ribarskim selima. Putnici će uživati u poseti skrivenim barovima, u pravljenju japanskih poslastica od pirinča, učenju umetnosti japanskog baštovanstva, časova kaligrafije i ceremonijama vatre.



NOVA SLAVA STARE LOZE

Zahvaljujući subotičkoj vinariji Tonković, kadarka ponovo osvaja nepca vinopija, i to ne samo u Srbiji

Da li znate da postoji autohtona sorta iz Srbije u kojoj uživaju i Francuzi? I to ne bilo gde, nego baš u Bordou, u srcu najslavnije francuske vinske regije! Već treću godinu, jedna trgovачka kuća iz Bordoa uvozi vino vinarije Tonković i prodaje ga u tamošnjim ekskluzivnim restoranima. To vino je jedinstveno, budući da je napravljeno od grožđa kadarke, stare i do nedavno skoro zaboravljene loze koju su iz okoline Skadarskog jezera, još pre pet vekova, Srbi proširili na sever, čak do Vilanja u Mađarskoj. Do prve polovine prošlog veka, kadarke je kod nas bilo u izobilju, a onda je potisnuta uvezenim sortama. Vinarija Tonković je pre desetak godina podigla vinograd zasadivši ga isključivo kadarkom, obnavljajući tradiciju i slavu „balkanskog pino noara“ - kako kadarku često nazivaju zbog njene elegancije i kompleksnog vina koje daje. Tako se Kadarka vinarije Tonković našla i u stalnoj ponudi čuvenog međunarodnog Vinskog grada u Bordou, najvećeg vinskog muzeja na svetu.

Za samo jednu deceniju, upravo zahvaljujući kadarki iz ove vinarije, stvari su potpuno promjenjene. Kvalitetom vina i njegovim jedinstvenim karakterom, vinarija Tonković izborila se za mesto na svim relevantnim vinskim kartama i policama vinoteka u zemlji. Takođe, njihovo vino svake godine broji sve više medalja i priznanja sa velikih svjetskih takmičenja.

Kao i sorta kojoj su se posvetili, vinarija Tonković je sa svojim vinogradima potpuno jedinstvena na vinskoj sceni. Vinograde kadarke podigli su na blagorodnom peščanom terenu, idealnom za vinovu lozu, u mestu Bački vinogradi, blizu Subotice. Od kadarke prave ceo svoj vinski portofolio, koji uključuje višestruko nagradjivani Fantaziju, zatim premijum kadarku Rapsodiju, kao i sveži, razigrani i voćni roze, omiljeni letnji vinski hit. Čvrsto verujući da se vrhunski rezultati postižu samo onda kada je vinar potpuno posvećen i fokusiran na svoju zemlju i vinograd, u vinariji Tonković postigli su sjajne rezultate za kratko vreme. Osim međunarodnih vinskih sudija, taj trud prepoznaju i vinopije, pa je zato kadarka sorta koja je sve više traži.

INFO

Vinarija Tonković

Tel: +381 64 811 50 87 +381 24 757 555

E-mail: office@yingriijatunkovic.com

E-mail: office@vinarijatonkovic.com
www.vinarijatonkovic.com



U STILU AGENTA 007

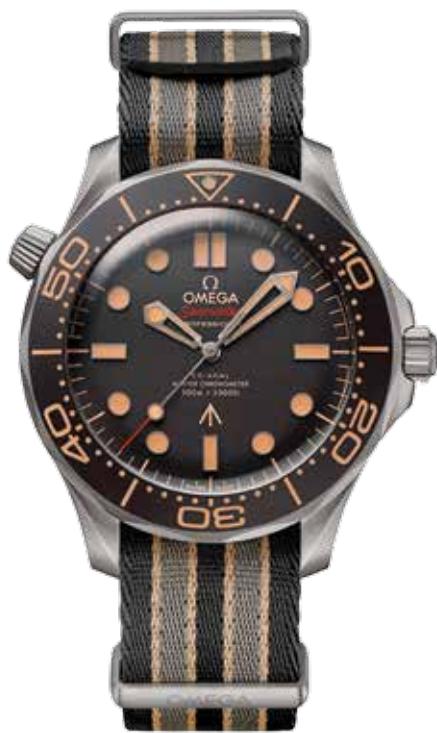
Za potrebe najnovijeg 25. nastavka kulnog filmskog ostvarenja, brend Omega predstavio je novi model ručnog časovnika

Džejms Bond, lik koji se smatra vrhuncem muške sofisticiranosti i stila tokom decenija poprilično je uticao na postavljanje trendova po pitanju mode namenjene jačem polu. Kada se radi o aksesoarima, nosio je više satova različitih brendova, ali se nijedan ne povezuje sa Bondom kao Omega.

Ovaj brend se po prvi put našao na zglobu tajnog agenta davne 1995. godine i to u debitantskom nastupu Pirsa Brosnana u ovoj ulozi. Za potrebe najnovijeg 25. nastavka kulnog filmskog ostvarenja „No time to die“, predstavljen je Seamster Diver 300m 007 kog će po poslednji put u ovoj ulozi nositi Danijel Krejg.

Omega Seamster model inače važi za neprikosnovenog vladara okeana. Prvi put je predstavljen davne 1948. godine, na stogodišnjicu kompanije Omega, a danas se ubraja među klasične i najstarije Omega satove. Omega Seamster je ugrubo zasnovan na Omega satovima koji su pravljeni za britansku vojsku krajem Drugog svetskog rata, a model Omega Seama-

ČASOVNIK OMEGA BRENDA PO DEVETI PUT ĆE KASITI ZGLOB DŽEJMSA BONDA



ster 300 debitovao je 1957. godine

U dizajniranju najnovijeg modela svoj do-prinos dao je i Krejg lično. Nešto je tanji od standardnih Diver 300M modela zahvaljujući kupoli od safirnog stakla, a koja je predstavljena na mrežastoj narukvici od titanijuma sa inovativnom podesivom kopčom.

Na poledini kućišta veličine 42 milimetra, nalaze se gravure koje naglašavaju simbolizam ovog modela. Pored nautičkih kodova bri-tanskog ministarstva odbrane, tu je i 007 kao simbol tajnog agenta, ali i broj 62 što obeležava godinu začetka franšize o Bondu. Aluminijumski brojčanik u „tropical“ braon boji i poledina kućišta na sebi nose i široku strelu, simbol koji



se koristio za obeležavanje stvari koje izdaje britanska vlada.

Sat pokreće Omega koaksijalni glavni hronometar kalibra 8806 čime su postignuti najviši standardi preciznosti u industriji. Ovo i ne čudi imajući u vidu da je slogan kompanije „Tačno vreme u svakom trenutku“, koji ujedno sumira ono za šta se Omega najviše zalaže – preciznost iznad svega. Pored preciznosti, mehanizam se odlikuje i čuvenom Omeginom inovacijom koja obezbeđuje otpornost na magnetna polja i to ona jača od 15.000 gausa.

Za razliku od prethodnih ručnih časovnika koji se vezuju za filmove o Bondu, novi model neće se proizvoditi u ograničenoj seriji, a biće dostupan od februara 2020. godine.

OMEGA SEAMSTER MODEL INAČE VAŽI ZA NEPRIKOSNOVENOG VLADARA OKEANA



HEDONIZAM

RESTORAN ZA PRAVE SLADOKUSCE

Pane e Vino - mesto kome se uvek rado vraćamo



Pane e Vino ukratko predstavlja istinski praznik za sve ljubitelje mediteranske kuhinje i njenih raskošnih ukusa. Autentični ambijent restorana, sa rustičnim detaljima stvara atmosferu prave italijanske taverne u kojoj možete uživati u izvanrednim pastama i salatama, jelima od mesa, specijalitetima od ribe i plodova mora, pa do sjajnih poslastica od kojih se posebno izdvaja Sigal's Cheese Cake, možemo reći najbolji cheese cake u Beogradu.

**PRIJATAN
AMBIJENT I
ODLIČNA HRANA
SADA I NA NOVOJ
ADRESI**

Na već dobro poznatoj adresi Pane e Vino restorana u okviru kompleksa West 65, možete kupiti i neke od izvrsnih sireva sa svih meridiana – od italijanskih, francuskih, švajcarskih do čuvenih sireva sa Sardinije. Tu su i brojni delikatesi i začini, a posebno se izdvajaju pršute: San Daniele, španska Pata Negro i goveđa Bresaola. U ponudi su i odabrana vina domaćih vinarija, kao i italijanska, portugalska, španska i francuska. Sve ovo možete naći i u specijalizovanoj prodavnici Salumeria all Italiana u Ulici Svetozara Markovića 62.

Restoran Pane e Vino najzad se vratio i u stari deo Beograda. Novo mesto za okupljanje u prijatnom ambijentu i uživanje u ukusnoj hrani je na Vračaru, u Rankeovoj 16.



NIŠTA MANJE OD SAVRŠENSTVA

Budućnost premium stanovanja čeka
vas na Dorćolu



Z

amislite život u inteligentnom domu koji prati vaše želje i način života. Regulacija temperature zavisi od toga da li ima nekoga u stanu ili ne, koji je deo dana i koje su vaše navike. Smart sistem vam omogućava da, iako niste kod kuće, podešavate temperaturu ili osvetljenje koje želite da vas dočeka. Potpunu kontrolu imate putem ugrađenih displeja u kuhinji, dnevnoj i spavaćim sobama ili daljinski putem mobilnog telefona.

Ovakvim smart sistemom opremljene su stambene jedinice novog luksuznog objekta u dorćolskoj ulici Milorada Gavrilovića. Ukupno sedam stambenih jedinica različitih struktura, veličine od 72 - 182 m², odlikuju komforne prostorije i velike staklene površine koje obezbeđuju prirodno osvetljenje i osnova su udobnosti svih stanova.

Balans vrhunskih materijala i precizno dizajniranih detalja uskladen je u eksterijeru i interijeru, a zajedno sa sistemom upravljanja pametne kuće, od svakog kutka čine vašu udobnu oazu.

Ulazak u stan direktno iz lifta, podzemna garaža sa automatskim grejačima na ulaznoj rampi, punjači za elektro vozila, dodatno doprinose komforu.

Obezbedite miran i siguran stil života baš po vašoj meri, u samom gradskom centru.

KONTAKT

Više informacija putem:

Tel: +381 60 07 19 264

E-mail: natalija.c@westproperties.rs



Pošaljite upit
skeniranjem QR koda

Potražite posebno Lavazza
CHRISTMAS EDITION

pakovanje u svim Roda, Mercator, Tempo, DIS, Metro i Vero marketima.

Novogodišnje pakovanje sadrži 2 x 250g Qualita ORO kafe
i poklon espresso šolju sa tacnom.



Lavazza LB Classy Mini aparat po ceni od 1 dinar
uz kupovinu 7 kutija (700 kapsula) bilo koje Lavazza kafe.

blue



CLASSY
MINI



LAVAZZA

TORINO,
ITALIA, 1895.

SAMSUNG

Tehnomanija®

Ekskluzivno u Tehnomaniji

The Frame



TV kada je uključen.
Umetničko delo kada je isključen.

