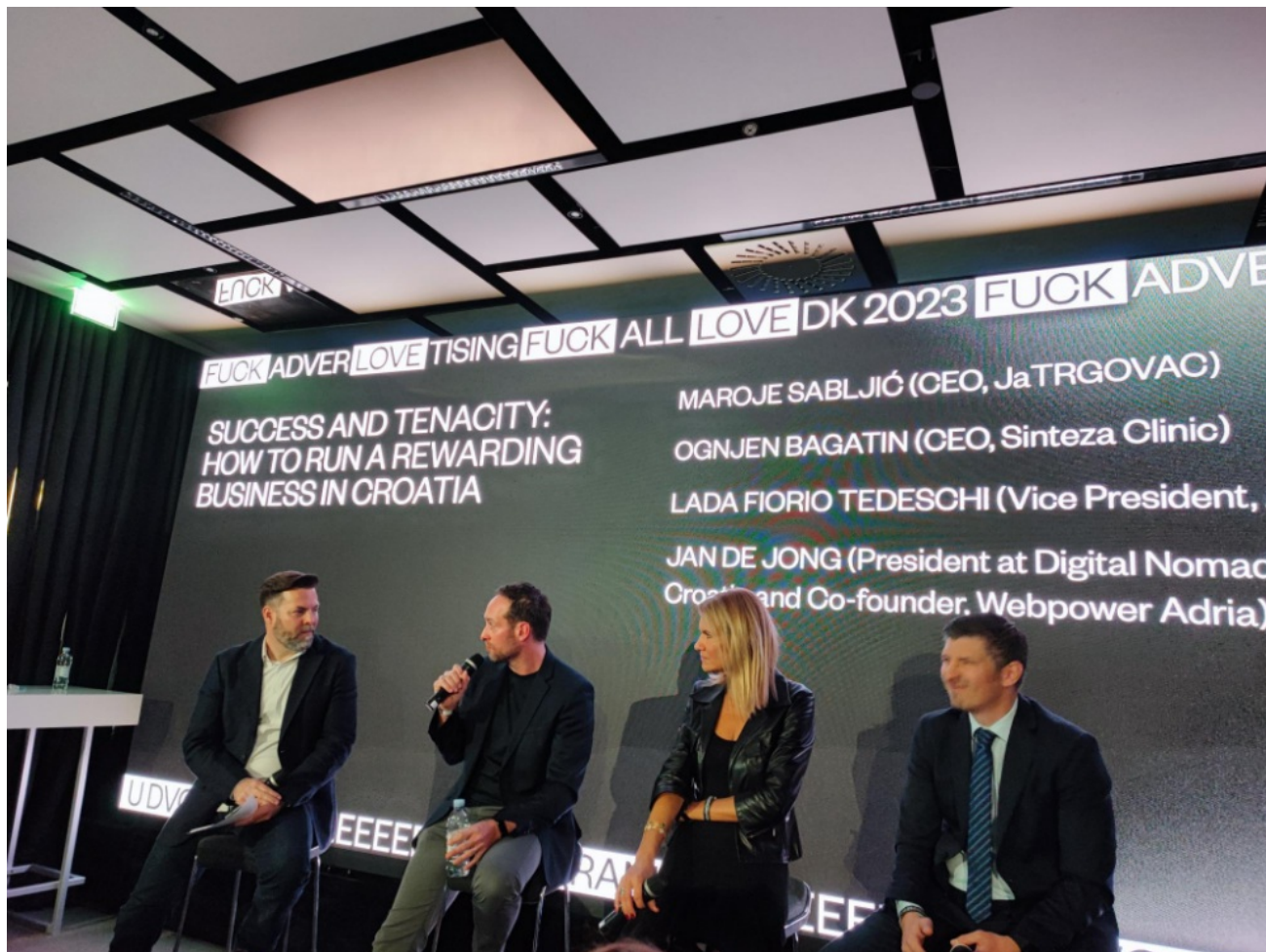


**B**

hr.bloombergadria.com



## Percepcija regije se mijenja | Bloomberg Adria

Na europskom je tržištu lakše prodati talijanske kekse ili švicarsku čokoladu nego hrvatske proizvode, ali percepcija naše regije mijenja se – otkad smo dio Europske unije, više nismo *gipsy* Balkanci, rekla je članica Uprave Atlantic grupe **Lada Tedeschi Fiorio** u petak na [Danima komunikacija](#) u Rovinju.

Sudjelujući u raspravi na temu kako uspješno voditi posao u Hrvatskoj, Tedeschi Fiorio objasnila je kako Atlantic zemlje u regiji u kojima posluje promatra kao jedno tržište. Iako ima manjih razlika između zapadnijeg i istočnijeg tržišta, Atlantic im pristupa jednako, uz manje varijacije, kazala je navodeći kako je Slovenija razvijenija, strukturiranija, a na istočnijem i južnijem tržištu se struktura stvara u hodu.

"Premda neke razlike postoje, ne mogu reći da je u nekoj zemlji lakše, a u nekoj teže poslovati", ustvrdila je te izrazila žaljenje što su, iako u Hrvatskoj postoji mnogo odličnih malih biznisa i *startupova*, oni nedovoljno veliki da bi se mogli uklopiti u poslovanje Atlantica.

**Čitaj više**



### [Inovacije](#)

Unjetna inteligencija i ChatGPT dodatno će olakšati i usavršiti metode nadzora, smatra Edward Snowden.

prije 22 sata

Autor: Nikolina Oršulić



### [Kompanije](#)

Raditi i zapošljavati više uopće nije atraktivno, izjavio je predsjednik uprave Atlantica.

21.03.2023

Autor: Ivan Vrdoljak



### [Stil](#)

Desetak hrvatskih poduzetnika svojim je ispovijestima na konferenciji Beep Up pokazalo da je griješiti doista vrlo poduzetnički.

05.10.2022

Autor: [Nikolina Oršulić](#)



### [Kompanije](#)

Preuzimanje tvrtke za uređenje luksuznih interijera iz Mokrca samo je prvo u nizu nove tvrtke Futura Partners.

29.09.2022

Autor: [Nikolina Oršulić](#)

U Hrvatskoj ima puno super biznisa o kojima nitko ne zna, nadovezao se **Ognjen Bagatin**, ravnatelj Poliklinike Sinteza i suvlasnik medijske platforme *Poduzetnik*. Dao je i primjer za to, podsjetivši na nedavni [pothvat Futura Partnersa](#), gdje je partner, koji je kupio tvrtku za luksuzno uređenje interijera Sinago iz Oroslavja.

"Za tu tvrtku koja je uređivala interijere Armaniju, Fifth Avenue i sličnim globalno poznatim brendovima, u hrvatskoj se javnosti nije znalo", rekao je.

Da se u Hrvatskoj mnogo toga promijenilo, rekao je i **Jan de Jong**, poduzetnik koji je karijeru izgradio u Hrvatskoj, u koju se prije gotovo 17 godina preselio iz Nizozemske. Direktor tvrtke za mail marketing Webpower Adria komentirao je kako se promijenila i slika poduzetništva te da su uspjesi koje su postigle neke tvrtke poslužile kao inspiracija ostalima da pokrenu biznis.





Maroje Sabljic, Jan de Jong, Lada Tedeschi Fiorio i Ognjen Bagatin na [Danima komunikacija](#) | Bloomberg Adria

Bagatin je upozorio kako je ostao problem mentaliteta koji prevladava u Hrvatskoj, a prema kojem je "imati novac i biti uspješan fuj". U školi i obitelji se još uvijek djecu uči da se ne smiju zdvajati, nego da se moraju uklopiti. To je kočnica poduzetništvu, smatra.

Veliki uspjeh i rast tvrtki priječi i veličina regije. Nužno se usmjeriti na druga tržišta, a za uspjeh na njima bitan je faktor i imidž države. "Nije lako doseći rast jer je limitirano tržište. Kad idete u Europu, zanima ih odakle ste. Percepcija regije se mijenja, nismo više *gipsy* Balkanci, no još uvijek je lakše prodati talijanske kekse ili švicarsku čokoladu. Stoga pažljivo treba birati niše koje se mogu razviti i omogućiti širenje na druga tržišta", rekla je članica uprave Atlantica.

Također, ne treba propuštati prilike zbog straha. "Strah od greške je još veća pogreška od greške", zaključila je.