

Dragi prijatelji,

Zaboravljamo probleme i lakše preskačemo prepreke kada smo okruženi ljubavlju i uspehom. Od ljubavi ne bežite, a uspeh jurite što brže možete. Kako biste uživali polako. I dugo... I u 2007-oj! *Srećno!*

Ana B. Bovan, glavni i odgovorni urednik

**Dizni zabranio „neovlašćenom“ Deda Mrazu da pozdravlja decu.** Džejsma Vorleja iz Floride stalno na ulici zaustavlja deca i zapitkuju da li je on Deda Mraz? To je zbog izrazite sličnosti koju nosi njegov krupan stas i prepoznatljiva bela brada na rumenim obrazima. Posebno je pojava izražena tokom zime. A kada je nedavno bio u poseti Diznilendu, počela su deca da ga saleću sa svih strana, tako da je uneo zabunu među glumce i statiste zaposlene kao Deda Mraz. Ne želeći da decu razočara, 60-ogodišnji gospodin Vorlej je deci otpozdravljao sa: „Ho-ho-ho!“. Ali se to nije dopalo upravi parka. Diznijevi zvaničnici su mu saopštili da prestane da se tako obraća deci ili će biti izbačen, navodeći kao razlog da žele da sačuvaju čaroliju Deda Mraza.

**Neprimeren logo Deda Mraza.** Novo Božićno pivo „Santa's But“ je bilo zabranjeno u pojedinim delovima SAD, jer je sadržalo duhovitu ali pomalo skaradnu nalepnicu sa likom Deda Mraza i njegovom nagom pozadinom. Zvaničnici Njujorka su saopštili da je etiketa zabavna i može ohrabriti maloletnike da piju. Peter Scholey, iz Ridgeway pivare, nazvao je odluku „smešno“: „Oni kažu da je nalepnica atraktivna za decu, ali inače ne možete ući u prodavnicu aklohola ako nemate 21. godinu.“ Danijel Šelton iz pivare kaže da nadležni organi time pokušavaju da oslabe moć alkoholne industrije. „A čim smo izveštaj poslali štampi i pobunili se, nadležni su se odmah oglasili.“ U izveštaju, predstavnik Agencije za alkoholna pića države Njujork, kaže: „Ove etikete jesu bile odbačene, ali su kasnije pregledane i odobrene.“

**Mali Britanci Božić upšte ne povezuju s Isusom.** Čak više od 50% britanske dece između 7 i 11 godina ne zna da se na Božić slavi Isusovo rođenje, pokazala je anketa BBC. Njih 44% od 1063 ispitanih Božić povezuje s Isusovim rođenjem. Deca u Severnoj Irskoj su nešto upućenija i 71% njih je dalo ispravan odgovor. Velika većina dece - njih 89% - kaže da ih Božić uveseljava, 63% dece štedi za kupovinu poklona, 16% dece kupuje poklon majci, a samo sedam posto oca. Šezdeset i šest posto dece pokušava da svoje poklone ravnomerno daruje - kako majci, tako i oca. Među ispitanom decom 29% smatra da je Božić pravo vreme kada je lepo misliti na druge, a 24% njih da je tokom praznika poželjnije davati nego primati poklone.

**Telohranitelji i za Deda Mraza.**

Organizatori Božićnog okupljanja u Tiptonu, Engleska su postali posebno oprezni jer su ih prošlih godina često uznemiravali i čak kamenovali mladi izgređnici.



Zato će ove godine po prvi put Deda Mrazevi koji sakupljaju donacije imati telohranitelje. Na motornim sankama će pored Deda Mraza i vozača biti i telohranitelji, takodje obučeni kao Deda Mrazevi Beri Vajthaus, organizator, kaže: „Nismo imali izbora. Morali smo biti potpuno sigurni.“

## Moje novogodišnje odluke

Pitali smo kolege, prijatelje i saradnike koje su njihove poslovne i lične odluke za Novu 2007. Verujemo da će vas zainteresovati njihovi odgovori. I inspirisati...

Dmitar Polovina, direktor faktoring kompanije Prvi Faktor, deo NLB grupacije, iznosi čitaocima BC Biltena svoje novogodišnje odluke:

1. Slovenija u Srbiji - Srbija u Evropi
2. Slovenija i Srbija = biznis sa dušom
3. Nikad nemoj deliti klijente na velike i male
4. Slovenija - srpska prečica ka Evropi
5. Što su komšije složnije, Evropa je bliže
6. Osmeh u kući = osmeh na poslu



Jelena Galić, izvršni direktor Ekonomskog Instituta u Beogradu daje svojih 5 odluka i motiva.



U 2007 budimo:

**Realni:** Samo kroz veliko iskustvo i dugo sazrevanje stičemo sposobnost da realno sagledamo svet i naše mesto u njemu.

**Dosledni:** Istinu moramo uvek smatrati važnijom od sopstvenog komoditeta.

**Odlučni:** Najbolje odlučuju oni koji najviše pate nad svojim odlukama, ali ipak zadržavaju sposobnost odlučivanja.

**Spremni na promene:** Otvorenost ka izazovu i spremnost na promene nam otvara vrata koja pred drugima ostaju zatvorena.

**Uspešni:** Veliko zalaganje ne garantuje uspeh, ali mu pomaže više nego bilo koji drugi faktor.

## My New Year Resolutions

Branimir Bošković, generalni direktor A.D Telefonije



1. Podizanje nivoa stručnosti i edukacija zaposlenih za nove tehnologije iz oblasti Informatike i Interneta.
2. Završiti Inovativni centar za razvoj Interneta u okviru novog Poslovno-Tehničkog centra Telefonije u Kumodraškoj ulici.
3. Proširenje tržišta i poslovanja u Bosni i Hercegovini i Makedoniji.
4. Razvoj strateškog partnerstva iz oblasti izgradnje gasne infrastrukture i distribucije gasa u Srbiji.
5. Povećanje porodice za još jednog novog člana.

Nebojša Ristić, komercijalni direktor Banjalučke mlekare, deo Salford grupacije, uz najlepše želje BC Biltenu u 2007. deli sa svima nama svoje "rezolucije":



1. Da ostanem true to myself.
2. Da ne gazim druge ljude po prstima.
3. Da budem razlog bar još kojeg osmijeha na nekim dragim licima
4. Da učinim sve u mojoj moći da tim kojem pripadam bude pobjednički
5. Da se ovog istog datuma, ali 2007, okrenem iza sebe i kazem: "Yes, yes, yes!"

Prof Dr Siniša Zarić, Ekonomski fakultet, poručuje:

1. Još je moja baka zaključila da novac ne može doneti sreću, ali može da vam smanji napetost, nadam se da će svi čitaoci BC Biltenu 2007. godine imati mogućnost da većim zaradama sačuvaju bar deo nerava.
2. U 07-oj ćemo, uz novine poput domaćih investicionih fondova, imati više mogućnosti da se kreativnije bavimo svojim novcem i njegovim ekonomskim smislom. Zato, neka igra počne!
3. A evo jedne **lične rezolucije**: Manje da me gledate na seminarima i prijemima, a više da zapažate moje ime na koricama novih izdanja u 2007. godini.
4. Zar studenti ne zaslužuju da im godina bude Nova - pružićemo nove programe mobilnosti kroz aktivnost Centra za međunarodne studije Ekonomskog fakulteta u Beogradu.



Stefan Vukelić, menadžer programa AIESEC deli sa nama:

1. Trudiću se da stvorim sebi uslove koji mi omogućavaju da znanje stečeno na fakultetu primenim u realnim okolnostima.
2. Želim da nađem više vremena za sport, druženje, putovanja i čitanje.
3. Hoću da razvijem Forum Liderstva na nivo platforme koja pruža mladim, talentovanim ljudima najbolju atmosferu za njihov razvoj.
4. Svoj lični razvoj želim da dopunim sa nekoliko domaćih i inostranih seminara i konferencija.
5. Nastojaću da kroz svoje delovanje u AIESEC-u povećam broj mladih koji će otići na stručnu praksu u inostranstvo kao i broj stranaca koji će doći u našu zemlju na usavršavanje.



## Godišnja priznanja Udruženja ekonomskih propagandista Srbije za 2006. godinu

**Udruženje ekonomskih propagandista Srbije je po 46-i put dodelilo godišnje nagrade najuspešnijim i najkreativnijim agencijama i kampanjama. Dodela UEPS nagrada održana je 21. 12. 2006, u Skupštini grada Beograda.**

Nagradu za životno delo „Čedomir Džomba“ dobio je Prvoslav Plavšić za izuzetan profesio-

Sala je bila premala za sve zainteresovane i nagradjene



nalni i društveni rad, višegodišnje stvaralaštvo u sferama tržišnih komunikacija i doprinos razvoju UEPS-a. Priznanje za unapređenje i razvoj propagandne struke dobio je Žozef Lončar za stručni časopis TABOO – o svetu marketinga, a priznanje za promociju srpske propagandne prakse u inostranstvu dobio je Dragan Sakan. Nagradu za kontinuirano korišćenje tržišnih komunikacija dobili su Nectar, Don Cafe Group, Telekom Srbija, Grand Prom, McDonald's Restorani i Komercijalna banka.

Prvo mesto za profitnu promotivnu kampanju dele: Brand imidž kampanja za Telenor, kampanja Doncafe – Nova inspiracija i Mini Plazma. Specijalno priznanje za inovativna rešenja u promotivnoj kampanji—Guarana, Studio Orange. Naj neprofitna promotivna kampanja- Odbrana prirode, agencije Idea plus Communications. Profitni TV spot -Komšinice agencije Communis, a priznanje za profitni radio spot dobio je Nenadwebivi za Telefoniju AD, agencije Idea Plus.

Nagrada za neprofitni radio spot - AgitPropu za „Poslušaj svoje srce“. Priznanje za profitnu print kampanju Šlem – obeležavanje svetskog dana zaštite na radu, agencije New Moment New Ideas Company. Neprofitna print kampanja je Zaboravite sve ostalo—McCann Erickson Group. Profitna i neprofitna outdoor kampanja - McCann Ericssonu za Tuborg – pull of i New Moment New Ideas Company za kampanju New Efforts za Venecijansko bijenale 2006.

U kategoriji BTL profitne kampanje - McCann Erickson Group za Tuborg Loud and clear events. Najbolji profitni projekat u funkciji struke je internacionalna manifestacija Brand Fair u organizaciji Mass Medije, a neprofitnog karaktera - BeogrAD - Festival novih ideja (Kreativna ekonomija), New Moment New Ideas Company i Belgrade Design Week. Najbolji izdavački projekat iz struke je knjiga Maska u koferu, mr Vesne Baltezarević.

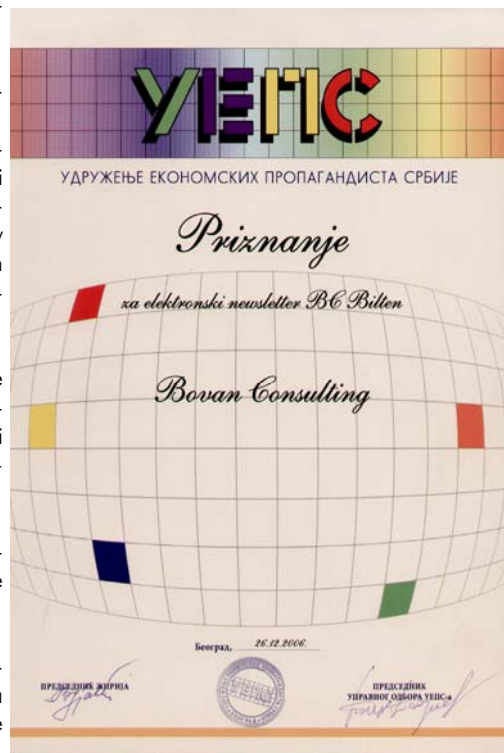
Za profitno kreiranje identiteta i osmišljavanje brenda nagradu je odnela New Moment New Ideas Company za kampanju BCC Walk. Za najbolji multimedijalni projekat proglašen je BgCD - multimedijalni CD o Beogradu agencije AgitPROP.

U istoj kategoriji neprofitnog tipa priznanje je dobila Afirma za kreaciju identiteta Srpske asocijacije menadžera.

U kategoriji industrijskog dizajna i ambalaže, priznanje za industrijski dizajn odnela je Afirma za police za prodajna mesta, a za dizajn ambalaže Synergy Leo Burnett za Nectar Life.

Za redizajn ambalaže—Afirmi za Smoki. Specijalna nagrada za unapređenje standarda ambalaže - Doncafe Group. Priznanje za odnos prema kupcima dobio je Magazin MTS Club agencije Run & SMC, a za najuspešniji promotivni sajamski nastup - Politika a.d.

Posebno izdvajamo i priznanja koja su dodeljena za avangardne i inovativne tehnologije, dakle za **internet projekat**. A dobitnici su: Kompas YU za Internet portal, Jazak voda za website i **BC Bilten kao elektronski newsletter!** Hvala UEPS-u, hvala čitaocima i prijateljima, svima koji nas čitaju i veruju u snagu korisne, sveže, koncizne informacije.



### A šta je sa mojim novogodišnjim rezolucijama?

Želim da u Novoj godini porastem u HTML.  
 Želim da me čita duplo više ljudi nego sada – 8 000.  
 Želim da me kao i do sada, sa osmehom očekuju svakog petka u Inboxu.  
 Želim da sve više njih kaže kako sam i lep i koristan!  
 I ...želim vam **2007** uspešnih projekata u **2007!**

Vaš BC BILTEN

Urednik: Ana B. Bovan  
 Zamenik urednika: Maja Vlahović  
 Za vas pišu i

M. Barać Stojanović, M. Reić, M. Djordjević,  
 D. Djurković, B. Petković, A. Nikolić i L. Doneski



**Bovan Consulting**  
 BUSINESS & STRATEGY COUNSEL

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@bovan.eu  
 Adresa redakcije: Francuska 55, 11000 Beograd, Srbija  
 posetite bovan.eu  
 Fix +381 11 3036 133, 3036 134  
 Fax +381 11 3284 380