



# HALAL BUSINESS FORUM

21.9.2021.

Zagreb, Croatia, EU







HALAL BUSINESS FORUM 2021.



# Halal certifikat povećava prihode, otvara nove suradnje i tržišta

Svi pokazatelji ukazuju da je za halal proizvodima i uslugama sve veća potražnja te da ima izuzetno veliku mogućnost utjecaja na brži oporavak i daljnji rast gospodarstva

**N**akon uvođenja halal certifikata izvoz proizvoda raste, ima utjecaj na povećanje prihoda, kao i na dobit, pokazalo je istraživanje provedeno među hrvatskim proizvođačima, nositeljima halal certifikata, prije pandemije. Pandemija je dodatno povećala potražnju za halal proizvodima i uslugama u cijelom svijetu, čime se otvaraju brojna tržišta i poslovne mogućnosti. Zašto i kako se razvija halal tržište, koji su izazovi i perspektive, koja je uloga halala u certificiranju i standardizaciji,

koliko i kako doprinosi izvozu i turizmu u Hrvatskoj te kakva su inozemna halal iskustva, bilo je riječi na prvom **Halal Business Forumu**, održanom u utorak, 21. rujna, u zagrebačkom hotelu We-stin.

**Halal Business Forum** okupio je na jednom mjestu brojne dionike s područja trgovine, proizvodnje, usluga, financija, IT-a, prodaje i turizma, poslovnih institucija, kao i inozemnih veleposlanstava, koji su u otvorenom razgovoru istražili nove poslovne mogućnosti u

području široke platforme suradnje, kojoj je zajednički nazivnik posjedovanje *halal certifikata*.

U ime organizatora, **Centra za certificiranje halal kvalitete, njegov rukovoditelj dr. doc. Aldin Dugonjić**, posebno je istaknuo da je do danas izdano 160 certifikata, da halal certifikat u Hrvatskoj posjeduju 84 kompanije, od kojih 52 proizvođača hrane, 32 usluga, a kao posebnost je izdvojio da halal certifikat posjeduje i jedna obrazovna ustanova, Osnovna škola Matije Gupca, kao i prvi proizvo-



dr. doc. Aldin Dugonjić, rukovoditelj Centra za certificiranje halal kvalitete

đač halal dezinficijensa u Hrvatskoj, Genox.

Od samoga početka rada. Centar za certificiranje halal kvalitete usmjeren je podizanju kvalitete i konkurentnosti proizvoda usluga certificiranih prema zahtjevima halal standarda. Sa zadovoljstvom ističemo da su do sada halal certificirani poznati prehrambeni brandovi, kao i hotelski lanci te proizvodi i usluge iz drugih grana, poput farmaceutske, kozmetičke, obrazovnih ustanova... Zahvaljujući predanosti u postizanju trajnih i dodatnih vrijednosti kvalitete poslovnih aktivnosti, halal certifikat Centra za certificiranje halal kvalitete, postaje međunarodno priznat i prisutan, o čemu svjedoče mnogobrojne međunarodne akreditacije, čime smo zapravo omogućili i izvoz na halal tržište. A poznato je kako je riječ o tržištu koje iz godine u godinu bilježi rast ponude i potražnje, pri čemu se trenutna vrijednost procjenjuje na 3 trilijuna američkih dolara, s gotovo 2 milijarde korisnika. Ohrabrujući podaci su i procjene globalnih tržišta, koji pokazuje da i bez obzira na pandemiju, halal trži-

šte raste 4,7 %. I da je kontinuirani rast, bez obzira na posljedice pandemije, potvrđen i u Hrvatskoj, o čemu zorno govore podaci iz istraživanja provedenog među kvalificiranim proizvođačima u Hrvatskoj - potražnja za halal proizvodima kod većine proizvođača ostala je ista, dok se kod 14,3 posto njih povećala!, istaknuo je dr. Dugonjić.

Zapravo, nastavio je, svi pokazatelji ukazuju da je za halal proizvodima i uslugama sve veća potražnja te da ima izuzetno veliku mogućnost utjecaja na brži oporavak i daljnji rast gospodarstva.

Jedna od bitnih grana halal tržišta je turizam, koji se svakodnevno sve više razvija i zauzima sve značajnije mjesto u ukupnoj turističkoj industriji. Rast populacije koja konzumira halal proizvode i usluge, kao i njihova kupovna moć, čine ovo tržište iznimno atraktivnim. A turistička industrija u mnogim svjetskim poznatim destinacijama prilagođava svoje usluge upravo zahtjevima halal tržišta, pri čemu traj trend ne zaobilazi ni Hrvatsku i zemlje regije.

Nastojimo biti specijalizirani servis i to je razlog utemeljenja Halal Business Foruma, kao godišnje manifestacije s ciljem analize halal tržišta, poslovnog povezivanja te budućih smjernica za značajni rast i participiranje na tržištu. Na ovom HBF-u imat ćemo prilike čuti različite dionike o njihovim dosadašnjim iskustvima, posebno izazovima s kojima se susreću na halal tržištu.

Zahvaljujem svim govornicima i sudionicima našeg Foruma, koji su s nama, ne samo iz Hrvatske, već i Bosne i Hercegovine, Srbije, Crne Gore i Slovenije. Također, posebno se zahvaljujem veleposlasticima Malezije, Islamske Republike Iran, Republike Azerbajdžan te Republike Indonezije, koji predstavljaju velika tržišta i koji će svoja iskustva te potencijale tržišta podijeliti s nama.

Procesom halal certificiranja uspostavlja se dodatna kontrola proizvoda i usluga te preventivno proaktivan sustav u cilju očuvanja ljudskog zdravlja, o čemu nas je i pandemija u kojoj se nalazimo vjerujem i dodatno osvijestila. Siguran sam da zajedničkim naporima možemo uspjeti u značajnim iskoracima na halal tržištu, kako bismo imali konkurentno gospodarstvo i globalnu prepoznatljivost, s obzirom na sve potencijale koje u Hrvatskoj i regiji imamo.

Na kraju uvoda zahvaljujem i djelatnicima Centra za certificiranje halal kvalitete, mnogobrojnim volonterima te medijskom pokrovitelju, prvom poslovnom radiju Poslovni FM, na ustrajnom radu u organizaciji Halal Business Foruma, istaknuo je dr. Aldin Dugonjić.

## PROIZVOĐAČI HRANE SU PREDVODNICI CERTIFICIRANJA

Kažu da najveća putovanja počinju s prvim korakom. Tu izreku koristili smo u HGK često prije desetak godina, kada smo predstavljali naše prve pionire u certificiranju halal kvalitete. Tada je, podsjećam, bilo tek nekoliko malih tvrtki proizvođača hrane kojima je kvaliteta proizvoda i usluga, certificirana od strane Agencije za certificiranje halal kvalitete iz Tuzle, u susjednoj BiH. Drugi važan korak je osnivanje Centra za certificiranje halal kvalitete u Zagrebu, kao jednog od projekata Islamske zajednice u Hrvatskoj, s ljudima koji su svojim ustrajnim radom, znanjem i entuzijazmom uspjeli halal standard još više približiti ne samo hrvatskim gospodarstvenicima već i gospodarstvima u nizu zemalja regije i svijeta. U Hrvatskoj danas oznake halal kvalitete ima trenutno 75 subjekata, ponajviše proizvođača hrane koji su i predvodnici certificiranja proizvoda i usluga. Veseli što je porastao interes i za druge grane, neprehrambene proizvode kao i usluge. Posebno raduje da turistička industrija prepoznaje halal kao dodanu vrijednost svoje ponude, a to pak potvrđuje da vodeće turističke tvrtke u nas u fokusu imaju potrošača, dobro oslušujući potrebe tržišta i prateći svjetske trendove, istaknula je u uvodnom govoru **Božica Marković, direktorica Sektora za poljoprivredu i turizam Hrvatske gospodarske komore**.

Muftija akademik **dr. Aziz Hasanović, predsjednik Mešihata Islamske zajednice u Republici Hrvatskoj**, podsjetio je kako je Islamska zajednica 2010. osnovala Centar,



Muftija akademik dr. Aziz Hasanović, predsjednik Mešihata Islamske zajednice u Republici Hrvatskoj



Direktorica Sektora za poljoprivredu i turizam Hrvatske gospodarske komore Božica Marković

od samog osnutka sa željom porasta broja, ne samo tvrtki već i proizvoda i usluga s halal znakom, čime se otvara ogromno svjetskog halal tržište koje će, po procjenama, vrijediti uskoro i 3 trilijuna dolara (3000 milijardi dolara). Ima prostora za suradnjom, širenje proizvodnih mogućnosti kao i zajedničke nastupe na trećim tržištima, smatra.

Riječ halal, prvotno ili temeljno, vjerskog je sadržaja. Ona ne smije biti ničim ugrožena ili da to malo ilustriram kroz naziv našeg foruma, da Business ne ugrozi

Halal. Zato je na svima nama zadaća da promoviramo vrijednost i značaj halala kao stila življenja. Kad je u pitanju konzumacija hrane, da je to zdrava hrana i dopuštena hrana kada je u pitanju konzumacija u vjerskom smislu. Važno je da je riječ halal postala riječ povezivanja svih zainteresiranih u tom poslovnim segmentu, što potvrđuje da Centar za halal, upornim i odgovornim radom, temeljitim pristupom, uspijeva riječ i cjelokupno značenje pojma halal približiti stanovništvu Republike Hrvatske. Na tragu svoje misije Centar je ispunio određena



## Dodijeljena tri nova certifikata

U sklopu Foruma svečano su uručena tri nova halal certifikata – obrtu **Tammy**, koji pruža usluge u obradi lješnjaka kao sirovine te za proizvodnju ulja, brašna i maslaca od lješnjaka, vlasnici Ivani Babić Čortan; certifikat je dobio i Filip Žunić i **Luxury Villa Subventus** s otoka Krka te Tomislav Duvnjak za Uljaru **Vodice d.o.o.**, koja je vlasnik modernog centra maslinovog ulja.

**Vlasnica obrta Tammy Ivana Babić Čortan** kaže kako je halal certifikat ishodila upravo zbog prepoznatljivosti na tržištu.

Zbog halal certifikata jako puno vremena trošimo na higijenu održavanja strojeva i pogona, u prosjeku 60 posto vremena je proizvodnja i prerada, a 40 posto vremena je čišćenje i administracija. To je i inače ključno za prehrambene proizvode. Bez obzira na halal, vjerujem da je u ekologiji budućnost i zato sam se odlučila za sve te certifikate uključujući i halal certifikat. Sve je to vrijedno i za hrvatski turizam, budući da nas sve više posjećuje ekološki osviještenih turista, smatra Babić Čortan.

**Tomislav Duvnjak, član uprave tvrtke Vodice iz Vodica**, koja u svom sastavu ima Uljaru Sveti Ivan, ističe da je halal tržište izuzetno veliko, a posjedovanje certifikata je pogodnost i prilika za uspjeh.

Zemlje arapskog svijeta prepoznaju halal i doslovno „razgovaraju“ preko halala i zato smo se odlučili i da taj certifikat dodamo na naš proizvod. Polako se i Hrvatskoj podiže svijest o važnosti tog certificiranja. Koliko je halal certifikat važan za hrvatski turizam opisat ću s našim primjerom. Ove godine imali smo jednu obitelj iz Alžira, oni su vidjeli naš halal certifikat i rekli su nam - objavite da imate halal certifikat na webu i nećete se moći „obraniti“ od turista iz islamskog svijeta, poručio je Duvnjak.

očekivanja i, ako Bog da, za očekivati je da će se tako nastaviti i u budućnosti, poručio je muftija akademik Hasanović.

HGK je prepoznala Centar za certificiranje halal kvalitete kao partnera, potpisan je i protokol o suradnji i zajedničkim nastupima te promociji potencijala koje halal ima za hrvatsko gospodarstvo.

Sa zadovoljstvom mogu istaknuti i da će u programu Ministarstva turizma za mandatno razdoblje od od 2022. do 2027. godine, halal i Centar za halal biti dio nacionalne strategije turističke ponude Republike Hrvatske, izdvojio je akademik Hasanović.

Kao muftija i predsjednik Mešihata Islamske zajednice u Hrvatskoj, službeno potpisujem ugovore i sve halal certifikate. Nakon današnjega skupa još mirnije mogu spavati, našalio se u svom uvodnom govoru Aziz Hasanović.

### HALAL TURIZAM U NOVOJ STRATEGIJI HR TURIZMA

Za **Sandru Herman, državnu tajnicu Ministarstva turizma i sporta**, dvojbe nema. Halal turizam će imati svoje mjesto u Strategiji razvoja turizma do 2027, koja je upravo u pripremi, ne samo sezonskog, već i izvansezonskog te u dijelu razvoja zdravstvenog i wellness turizma. Podsjetila je da ukupno 12 hotelskih smještaja ima halal certifikat kao i jedna putnička agencija.

Republika Hrvatska već davno je prepoznala važnost razvoja halal turizma, kao posebnog oblika turizma, što je potkrijepljeno činjenicom da je registracija halal standarda u Hrvatskom zavodu za norme formalizirana 2010. godine, čime je Hrvatska svrstana među rijetke zemlje koje imaju sustavno



Sandra Herman, državna tajnica Ministarstva turizma i sporta

uređeno halal certificiranje. Ministarstvo turizma i sporta izuzetno je ponosno i cijeni napore Centra za certificiranje halal kvalitete u Zagrebu, koji su usmjereni prema upoznavanju šire javnosti sa specifičnostima i dobrobitima halal proizvoda, koji kroz dodanu vrijednost proizvoda čine ukupnu turističku ponudu Republike Hrvatske kvalitetnijom i konkurentnijom te prepoznatljivom.

**“ U Hrvatskoj  
84 kompanije  
posjeduju  
ukupno 160  
certifikata**

Posebno veseli činjenica što je sve više malih i srednjih poduzetnika, kako proizvođača hrane tako i ostalih dionika u turizmu, prepoznalo važnost potencijala poslovnog razvoja u okviru halal turizma.

Mnogi pružatelji turističkih usluga u svoje sustave kvalitete u posljednje vrijeme sve više pridodaju halal. A upravo je koncept halal turizma prepoznat kao prvi brzorastući segment, poseban oblik turizma koji će u svojoj budućnosti biti jedan od najotpornijih

te najodrživijih oblika turizma. Dobivanja halal certifikata, istodobno, otvara nova, zanimljiva i obećavajuća tržišta. U 2019. godini, za koju svi znademo da danas slovi kao rekordna godina po ostvarenim rezultatima otkad postoji hrvatskog turizma, Hrvatska je dosegla čak 40 postotni rast broja turista iz zemalja azijskih i bliskoistočnih zemalja, što potvrđuje činjenicu kako su ugostiteljstvo i hotelijerstvo prepoznali mogućnosti vlastitog razvoja u okviru ponude halal turizma.

Halal turizam, kao poseban oblik turizma, sigurno će dobiti svoje mjesto u novoj nacionalnoj strategiji razvoja hrvatskog turizma, jer upravo tom strategijom ali i planiranjem, projektiranjem i vrlo konkretnim radom, Hrvatska je prepoznala važnost razvoja posebnih oblika turizma. Pritom je bitna povezanost i razvoj zdravstvenog, a upravo daljnjim razvojem i ulaganjem u posebne oblike turizma Hrvatska će postići još veću kvalitetu svojih proizvoda i usluga, postat će još konkurentnija na turističkom tržištu. Svi težimo smanjiti sezonalnost hrvatskog turizma i podići kvalitetu proizvoda i usluga. Iako vrlo nepredvidiva i izazovna sezona, ne samo za Hrvatsku već i sve turističke

destinacije na Mediteranu, je iza nas. I bila je odlična za Hrvatsku, koja se pozicionirala kao vodeća destinacija na Mediteranu. Uz čestitke organizatorima, sasvim sam sigurna da će Halal Business Forum iznjedrili mnoge odlične ideje koje će pasti na plodno tlo i koje će u velikoj mjeri doprinijeti daljnjem razvoju halal turizma kao posebnog oblika koji će imati svoje važno mjesto i turizmu Republike Hrvatske, istaknula je pozdravljajući okupljene Sandra Herman.

#### **RADNI PANELI S VRIJEDNIM PRIMJERIMA IZ PRAKSE**

Rad Halal Business Forum nastavljen je kroz 4 panela – veleposlanički, na kojem su veleposlanici Malezije, Irana, Indonezije i Azerbejdžana, govorili o najboljem pristupu i mogućnostima suradnje na njihovim tržištima te uvjetima za investicije, slijedio je panel o halal tržištu i trendovima, na kojemu su predstavljeni predstavnici hrvatske industrije (Lukač, Mlinar, Grbić, Gec i TLK ekologija). Na panelu o povezivanju halal tržišta na području Jugoistočne Europe govorili su predstavnici Podravke, sarajevskog AS Holdinga, BBI banke, Privredne komore Srbije kao i crnogorskog Udruženja za promociju i razvoj islamske ekonomije, dok je zaključni panel bio posvećen halal turizmu, na kojem su svoja iskustva podijelili predstavnici Zvona Cateringa, Hotela Europa Sarajevo, Terma Sveti Martin.

Ispred dvorane, predstavljeni su proizvodi koje nose oznaku halal kvalitete, a u pauzama sudionici Halal Business Forum mogli su degustirati i brojne delicije i proizvode, koji nose oznake halal.



# Za ubrzanje suradnje, potrebna je stalna razmjena informacija

U svemu ovome vidi se i uloga medijskog influencera ili youtubera, koji mogu promovirati i potaknuti ljude na putovanja.



**N**a veleposlaničkom panelu, na kojem su sudjeleovali **veleposlanici Malezije, Kennedy Mayong Onon, Irana Parviz Esmaeili, Azerbejdžana Fakhraddin Gurbanov te prvi tajnik veleposlanstva Indonezije u Hrvatskoj, Wasana Adi Nugraha**, istaknuto je kako ima prostora, ali i interesa za razvoj međusobne vanjskotrgovinske razmjene.

Ubrzanju bi moglo doprinijeti stvaranje i djelovanje zajedničkih komora/poslovnih udruženja, kao i razmjena informacija, stalna komunikacija i predstavljanje i prepoznavanje potencijala. Pozvali su i hrvatske tvrtke da im se slobodno jave s upitima o mogućim suradnjama. Panel je moderirala **Nejra Kadić Meškić, izvršna direktorica Centra za kulturu dijaloga**.

## **MALEZIJA KAO LIDER U SVJETSKOJ HALAL INDUSTRIJI**

Malezija je progresivna muslimanska zemlja koja bilježi visok ekonomski rast, socijalnu i političku stabilnost, ujedno je i lider u svjetskoj halal industriji. Priča o uspjehu Malezije kao pionira u halal industriji započela je 1974. godine kada je Istraživački centar Odjela za islamska pitanja pri Uredu premijera počeo izdavati Halal certifikate za proizvode koji su u to vrijeme odgovarali halal kriterijima. Prvi Halal standard objavljen 2000. godine bio je prekretnica za Maleziju, kao prvu zemlju koja je imala sustavni i dokumentirani sustav halal osiguranja. Vaša Ekselecija, recite nam kako Malezija razvija svoju halal industriju i kolika je veličina njenog halal tržišta?, zapitala je moderatorica Kadić Meškić **veleposlanika Nj.E. Kennedy Mayong Onona**.

U prvih osam mjeseci ove godine izvoz Malezije iznosio je oko 157 milijardi eura. Malezija ima oko 9000 kompanija, od kojih 2400 kompanija ima Halal certifikat i izvozi halal hranu.

Hrvatska ima potencijal proširiti svoje halal poslovanje u Europi i drugim zemljama poput Malezije. To nije samo zbog multikulturalnog okruženja u Maleziji koje također ima nemuslimanskog stanovništva, poput Kineza i Indijaca. Halal hranu u Maleziji konzumiraju i nemuslimani. Malezija kontinuirano promovira svoje tržište. Kako je napomenuo muftija Aziz Hasanović, u ovom sektoru za svakoga ima puno prilika. Postoji projekcija da će do 2030. halal tržište u svijetu vrijediti 3 trilijuna dolara. Malezija se

kontinuirano širi i opredjeljena je suradnji s partnerima iz drugih zemalja. Fokus nam je na mala i srednja poduzeća (MSP), pomažući im u ovim izazovnim vremenima. Naravno, Malezija je voljna svoje iskustvo podijeliti s Hrvatskom i drugim partnerima, istaknuo je veleposlanik Onon.

Na upit o vrijednostima vanjskotrgovinske razmjene između Malezije i Hrvatske, veleposlanik odgovara kako trgovinska razmjena nije velika.

Lani je razmjena između Hrvatske i Malezije iznosila 20 milijuna dolara. U protekle dvije godine bilo je izazova s kojima se trgovina suočava, ali se nadamo da će u budućnosti doći do rasta bilateralne trgovine između dviju država, za što ima puno prilika. Razgovarao sam o tome i s hrvatskim veleposlanikom u Maleziji (Ivanom Velimirom Starčevićem), koji se slaže kako ima puno potencijala.

Turizam je važan kako za Maleziju tako i za Hrvatsku. Godišnje Hrvatsku posjeti oko 30 tisuća Malezijaca, dok je broj Hrvata koji putuju u Maleziju znatno manji, oko 3 tisuće. Stoga pozivam sve Hrvate da nakon poboljšanja epidemiološke situacije posjete Maleziju, istaknuo je malezijski veleposlanik.

Što se pak tiče turizma, razgovarao sam s dva hrvatska turistička operatera, jednim sa sjedištem u Dubrovniku i drugim sa sjedištem u Splitu. Prenio sam im želje za uspješnim radom, ali i poručio da budu pripravnici na dolazak malezijskih turista, ali i iz drugih zemalja OIC-a, koji će kod posjeta Hrvatskoj tražiti halal hranu. Pan-

demija Covid-19 stvorila je mnogo problema, ali nadamo se da ćemo zajedničkim snagama moći pobijediti pandemiju, poručio je.

Na upit o potencijalima suradnje Malezije i Hrvatske, veleposlanik Mayong Onon ocijenjuje kako je trenutna situacija izazovna, ali je izazovna i u halal industriji u cijelom svijetu. Osim pandemije, drugi izazovi su klimatske promjene u svijetu i jedinstvo među muslimanskim zemljama.

Rješenje vidim u poduzimanju malih koraka u rješavanju problema. U Maleziji smo usredotočeni na pristup orijentiran rezultatu. To znači da moram i ja paziti da se, primjerice, broj hrvatskih posjetitelja u Maleziji svake godine povećava. Dakle, nije samo proces, nego moram pokazati i rezultate. Moramo razgovarati s našim partnerima u Hrvatskoj, s muftijom i poslovnim partnerima kako bi vidjeli načine kako možemo proširiti poslovnu suradnju. Nov sam u Hrvatskoj, ali uz pomoć hrvatske strane možemo pokazati dobre rezultate, smatra veleposlanik Kennedy Mayong Onon.

## **IRAN ZAUZIM 9. MJESTO U INDEKSU SVJETSKJE HALAL INDUSTRIJE**

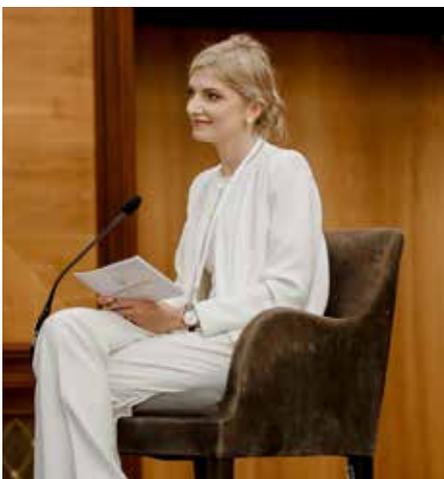
**Nj.E. Parviz Esmaeili, veleposlanik Islamske Republike Iran**, odgovarajući na pitanje o vrijednosti trgovine i trendovima halal tržišta u Islamskoj Republici Iran, odgovorio je kako prema najnovijim međunarodnim ekonomskim izvješćima za 2020.-21. Iran zauzima deveto mjesto u indeksu halal industrije u islamskim zemljama. Pritom spominje četvrto mjesto u medicini i kozmetici, šesto mjesto u halal hrani,



Prvi tajnik Veleposlanstva Indonezije Wasan Adi Nugrah, veleposlanik Azerbejdžana Fakhraddin Gurbanov, veleposlanik Malezije Kennedy Mayong Onon i veleposlanik Islamske Republike Iran Parviz Esmaeili

deseto mjesto u odjeći, jedanaesto mjesto u islamskom turizmu, 12. mjesto u zabavnim i računalnim proizvodima te 12. mjesto u financijama i halal osiguranju.

„Iran ima raznolik, jedinstven i vrlo profitabilan kapacitet, ali je manje poznat u području halal industrije”, dodao je i naglasio “Da nije bilo jednostranih i opresivnih američkih sankcija protiv iranskog naroda, Iran bi sigurno imao mnogo veću poziciju u svjetskom ciklusu halal trgovine. Istovremeno, Iran, sa 85 milijuna stanovnika i tranzitnim prednostima, u srcu je tržišta od 500 milijuna ljudi za halal proizvode”.



Moderatorica Nejra Kadić Meškić, izvršna direktorica Centra za kulturu dijaloga

U međuvremenu je istaknuo da su mnoge robe i usluge vezane uz halal trgovinu izvan sankcija, a hrvatske tvrtke s Iranom mogu surađivati s najmanje poteškoća.

Na upit o strukturi halal industrije i najboljem te najbržem načinu komunikacije s iranskim halal tržištem, veleposlanik Irana je naglasio kako je “Halal World Institute povezan s Islamskom komorom za istraživanje i informacijski centar (ICRIC) i Iranskom komorom trgovine, industrije, rudarstva i poljoprivrede, ali djeluje kao međunarodni subjekt pod pokroviteljstvom ICCIA-e i OIC-a, a pokriva više od dvije tisuće tvrtki. Ima urede u različitim dijelovima svijeta, uključujući Njemačku, Austriju, Azerbajdžan, Tursku, Japan itd., te je spreman proširiti istraživačku i trgovinsku suradnju s Hrvatskom”.

Nastavio je i o prednostima, nedostacima i mogućim problemima komunikacije s iranskim halal tržištem: „Najvažnije prednosti iranske halal robe su raznolikost, vrlo visoka kvaliteta te uravnotežena i konkurentna cijena. U nekim slučajevima, kao što su šafran, kavijar i orašasti plodovi,

iranski proizvodi su ekskluzivni i imaju najviši međunarodni standard. Najvažniji aktualni problem je nedostatak komunikacije i informiranosti tvrtki koje posluju u dvije zemlje u oblasti Halala. Zbog sankcija, otežane su financijske transakcije trgovaca kao i prijevoz, a iransko Veleposlanstvo spremno je zainteresiranim tvrtkama dati ekonomske savjete i dati rješenja“.

Iranski veleposlanik je, navodeći najnovije statističke podatke o izvornim i odredišnim tržištima u iranskoj halal trgovini, rekao da su Hrvatskoj potrebne sve vrste voća, orašastih plodova, datulja, šafrana, ljekovitog bilja i pića, uljarica i proizvoda od halal kože, te da osim opskrbljujući ovu robu, Iranci su spremni zajednički proizvoditi i diverzificirati proizvode s hrvatskim tvrtkama.

Obraćajući se sudionicima Halal Business Forumu kao i prisutnim dužnosnicima, veleposlanik Esmaeili je istaknuo da “Iran, s civilizacijom od najmanje 7000 godina i jedinstvenom prirodom i povijesnim spomenicima, najekonomičnija je i najnevjerojatnija destinacija za turiste u Europi i svijetu”.

Odgovarajući na upit moderatorice panela o nužnim rješenjima za jačanje gospodarske suradnje između Hrvatske i Irana, dodao je da je, srećom, Sporazum o izbjegavanju dvostrukog oporezivanja proveden između dviju zemalja i dva važna sporazuma za podršku investicijama i carinama suradnje između dviju vlada potpisana su i uskoro će se provesti. Po njegovom mišljenju, trenutno najvažniji korak je uspostava zajedničke gospodarske komore Irana i Hrvatske.

„Nacionalne komore dviju država već su se dogovorile o tom pitanju, a prema pregovorima s čelnikom HGK čekamo postupanje hrvatske strane. Drugi problem je nedostatak znanja o tvrtkama dviju strana i međusobnog odnosa, pa bi formiranje zajedničke komore Irana i Hrvatske moglo riješiti ovaj problem i ubrzati odnose između dviju zemalja”, istaknuo je. Dobar smjer je suradnja pokrajinskih komora Irana te hrvatskih županijskih komora.

Održavanje i prisustvovanje zajedničkim izložbama specijalizirane halal industrije bit će vrlo korisno, ocijenio je na kraju Nj.E. Perviz Esmaeili, veleposlanik Islamske Republike Iran.

#### U AZERBAJDŽANU RASTE HALAL INDUSTRIJA

Posljednjih godina u Azerbejdžanu raste halal industrija. Tom se pitanju posvećuje ozbiljna pozornost, kako relevantnih državnih struktura tako i javnosti. Ured Muslimana Kavkaza (UMK) aktivno je uključen u proces praćenja pripreme prehrambenih proizvoda po šerijatskom zakonu. UMK je zastupljen u posebnoj komisiji

za provjeru halal proizvoda. Na poziv proizvođača, UMK također sudjeluje u procesu praćenja reznja mesa i pripreme kobasica. Za vrijeme Kurban-bajrama osniva se posebno povjerenstvo u kojem sudjeluju svećenici UMK-a i predstavnici Državne agencije za sigurnost hrane. Takvi proizvodi označeni su posebnim certifikatom i traženi su među stanovništvom, istaknuo je na upit **veleposlanik Nj.E. Fakhraddin Gurbanov**.

Halal industrija u Azerbejdžanu djeluje od 1998. godine i proizvodi visokokvalitetno meso i mlijeko te osigurava njihovu preradu. Tvornice su opremljene najsuvremenijim proizvodnim pogonima, laboratorijima, skladištima i transportnim sustavima. Proizvodnja je gotovo u potpunosti automatizirana, a oprema se dovozi iz Njemačke, Italije i Poljske. Cijelim sustavom upravlja preko 250 zaposlenika, od kojih je svaki stručnjak u svom području. Tvrtka SAB, primjerice, zauzima vodeću poziciju u proizvodnji kobasica, mlijeka i delicija u našoj zemlji s oko 15 % tržišnog udjela. Imajte na umu da je u asortimanu ukupno više od 100 proizvoda. Svaki od proizvoda izrađen je na temelju povezanog trija “moderna tehnologija - jedinstveni recepti - stalna kontrola kvalitete”. Kao rezultat toga, proizvodi

su osvojili brojne nagrade na mnogim domaćim i međunarodnim izložbama hrane. Glavni pokazatelji kvalitete su Halal garancija koju daje Kavkaski muslimanski odbor, kao i međunarodni ISO i ICRIC (Halal) certifikati.

Tvrtka SAB svaki dan u tvornici proglasila je “Danom otvorenih vrata” kako bi i time pokazala potpunu transparentnost procesa proizvodnje i prerade. Sada je glavni cilj izaći na svjetsko tržište s brendom SAB – “Made In Azerbaijan”, naravno nakon što u potpunosti zadovolje potrebe lokalnog tržišta, pojašnjava azerbejdžanski veleposlanik.

SAB je osvojio Moscow Halal Expo tri godine zaredom, 2014, 2015 i 2016. U 2015. godini tvrtka je u Kazahstanu dobila Grand Prix, glavnu nagradu događaja. Godinu dana kasnije, 2016. godine, SAB zaštitni znak Zahmat-Ruzi Limited Liability Company, tvrtka koja posluje u sektoru mesa i mliječnih proizvoda u Azerbejdžanu, opremljena suvremenom opremom, koja ispunjava sve domaće i međunarodne standarde, nagrađena je platinastim Azerbaijan Consumer Food Safety oznakom sigurnosti hrane potrošača, koju je ustanovila Free Consumers Association, uz potporu USAID-a.

Na marginama Foruma, iranski veleposlanik susreo se s Aldinom Dugonjićem, rukovoditeljem Centra za certificiranje halal kvalitete, te su dvije strane dogovorile početak suradnje s Halal svjetskim institutom u Iranu. U skladu s tim, u Teheran će otputovati delegacija hrvatskog halal centra. Valja napomenuti da je skup potrebnih informacija o strukturi halal industrije u Iranu, uvođenju Halal World Instituta, pridruženog Iranskoj gospodarskoj komori te statistički izvještaj najvažnijih tvrtki u iranskoj halal industriji, dostavljen organizatoru Foruma.



Veleposlanik Islamske Republike Iran Parviz Esmaeili



Prvi tajnik Veleposlanstva Indonezije Wasan Adi Nugrah



Veleposlanik Azerbejdžana Fakhreddin Gurbanov



Veleposlanik Malezije Kennedy Mayong Onon



U tvornici postoji međunarodno akreditirani laboratorij koji nadzire zdrav i prirodan sastav proizvoda i sirovina. Ovdje se analizira svaka sirovina ili gotov proizvod koji ulazi u pogon. Zaposleni su visokokvalificirani kadrovi, odnosno svaki naš zaposlenik ima diplomu stručnjaka svog područja. Moguće je tako provjeriti sadržaj bilo koje hrane i dobiti službene povratne informacije od bilo koje organizacije. U laboratoriju postoje i prostorije za liječnika-mikrobiologa i fizikalno-kemijske preglede, pojašnjava. Meso i mliječni proizvodi SAB,

proizvedeni po islamskim pravilima, nude visokokvalitetne namirnice i minerale koji zadovoljavaju međunarodne standarde. SAB-u je dodijeljen certifikat AZS - Quality and Management Standard. Nakon što je SAB po prvi put uveo SQC - SQC - Special Quality Control System, SAB brend je povećao svoj udjel i zauzeo 50% tržišta mesa i mliječnih proizvoda u Azerbajdžanu.

Proizvodi su u potpunosti u skladu sa zahtjevima programa Azerbajdžan Consumer Food Safety Badge (AIDA) i nagrađeni su najvišom

platinastom ocjenom. To znači da je mlijeko koje se koristi kao sirovina isključivo prirodno mlijeko, ne sadrži soju niti bilo koje druge dodatke. Mesni proizvodi su jednako prirodni kao i mlijeko, a 99% je lokalno sirovo. Sav proces, od sirovine do isporuke, odvija se u tvornici i u potpunosti u skladu sa islamskim pravilima - principom halala. Proces proizvodnje je gotovo potpuno automatiziran i sterilan.

Na upit o potencijalu suradnje između Hrvatske i Azerbajdžana, veleposlanik Gurbanov ocjenjuje

kako je on vrlo velik. Spomenuo je pojedine grane u kojoj dvije zemlje mogu surađivati na isplativ način.

Prije svega, možemo krenuti od informacijske tehnologije. Nekoliko hrvatskih tvrtki (SPAN, SEDAM IT) već posluje u Azerbajdžanu. Zainteresirani smo za proširenje naše suradnje na tom području. Što se tiče poljoprivrede – naše zemlje potpisale su Memorandum o razumijevanju 2018. i moguće je razmotriti i mogućnosti suradnje u tom smjeru.

Hrvatska je jedna od vodećih turističkih destinacija u regiji i svijetu, s bogatim iskustvom. Također, Azerbajdžan širi svoje potencijale u ovoj sferi. Mislim da nakon završetka pandemije COVID-19 postoje mogućnosti za suradnju između dvije zemlje i u turizmu.

Službena statistika govori da su u EU upravo Italija i Hrvatska bile najveće izvozne destinacije Azerbajdžana u prvih osam mjeseci 2021. Obujam izvoza s Hrvatskom iznosio je, prema službenim podacima, 547,8 milijuna dolara.

Za one koji su zainteresirani za djelovanje azerbajdžanskog brenda, Veleposlanstvo Azerbajdžana u Zagrebu spremno je olakšati posjete Azerbajdžanu i stručnjaka tvrtke Hrvatskoj, poruka je veleposlanika Azerbajdžana Nj.E. Fakhraddina Gurbanova.

#### **INDONEZIJSKA VLADA FORMULIRA RAZVOJNE KORAKE I POLITIKE U HALALU**

Kako Republika Indonezija razvija halal industriju i halal turizam, budući da je zemlja s najvećom muslimanskom populacijom?, za-

pitala je moderatorica **prvog tajnika Veleposlanstva Indonezije u Hrvatskoj, Wasana Adi Nugraha.**

Prije 2014. Halal je organizirala nevladina organizacija, ali od 2014. indonezijska vlada formuliira razvojne korake i politike u halalu. To uključuje 4 koraka: (1) jačanje lanca halal opskrbe, koji uključuje decentralizaciju procesa halal certificiranja, te razvoj međunarodne suradnje, (2) razvoj i jačanje islamske financijske industrije, (3) razvoj malih i srednjih poduzeća (SME) - indonezijska vlada će promovirati i razviti svoj halal standard kako bi mala i srednja poduzeća mogla ispuniti kvalifikaciju, (4) potpuno implementacija digitalne ekonomije u halal industrije, pojasnio je prvi tajnik.

Na upit o vrijednosti halal tržišta u Indoneziji, vrijednosti izvoza halal proizvoda, odgovara kako se procjenjuje da će 2025. godine halal tržište u Indoneziji vrijediti oko 250 milijardi američkih dolara, a dio od toga, samo 450 milijuna dolara, dolazi iz uvoza. Dakle, halal tržište u Indoneziji potaknuto je domaćom potrošnjom.

Indonezija također cilja na potencijal i priliku u izvozu svojih halal proizvoda. A što se tiče godišnjeg dolaska turista i zbog halal turizma, prije pandemije je, pojašnjava Adi Nugraha, iznosilo oko 3 milijuna posjetitelja iz muslimanskih zemalja, te prosječnom dužinom boravka u Indoneziji 8 do 9 noći po osobi, s prosječnom potrošnjom oko 1200 USD po osobi.

Je li Hrvatska prepoznata kao Halal Friendly destinacija u Indoneziji?

Vidimo ohrabrujući brojke u gospodarskoj suradnji između dvije zemlje. Vrijednost razmjene i dalje je skromna i iznosi oko 60 milijuna američkih dolara. Veleposlanstvo radi na približavanju, premošćivanju i povezivanju poslovne zajednice u Hrvatskoj. Što se tiče pitanja Halal Friendly destinacije, Indonezija kao najveća muslimanska zemlja također ima dosta mladog stanovništva. Mlada populacija, populacija srednje klase prihoda, voli putovati. Broj indonezijskih turista koji posjećuju Hrvatsku svake je godine sve veći, a vrhunac je bio 2019. godine, kada je boravilo više od 15.000 indonezijskih turista. To pokazuje da Hrvatska postaje sve poznatija među Indonežanima.

Nadamo se da ćemo, kada se situacija u bližoj budućnosti normalizira, vidjeti još više indonezijskih turista u Hrvatskoj. Istodobno, očekujemo i sve veći broj hrvatskih turista u Indoneziji koji će istraživati našu lijepu zemlju.

U svemu ovome vidim i ulogu medijskog influencera ili youtubera, koji mogu promovirati i potaknuti ljude na putovanja. Medijski influenceri i youtuberi svojim vlogovima mogu približiti i smanjiti distancu između naše dvije zemlje, zaključio je prvi tajnik Veleposlanstva Indonezije u Zagrebu Wasan Adi Nugraha.

Otvoren je poziv svim hrvatskim poduzetnicima da se jave veleposlanstvima za sve upite o suradnji.



PANEL: NAJNOVIJI TRENDVI NA HALAL TRŽIŠTU



# Halal certifikat doprinosi profitabilnosti kompanija

U sustavu halal kvalitete u Hrvaskoj izdana su 84 halal certifikata, a od toga su 52 proizvođača te 32 pružatelja usluga

**J**aja, pekarski proizvodi, bučino ulje, dezinficijens te plastična ambalaža, posjeduju halal certifikat, koji im je osigurao veću potražnju, dodatnu potvrdu kvalitete, ali i osigurao izvozne poslove. **Magi Lukač**, direktorica Lukač d.o.o., **Ivana Jukić**, direktorica izvoza Mlinar pekarske industrije, **Nives Lovrić**, direktorica Grbić d.o.o., **Rok Andlar**, glavni operativni direktor Gec d.o.o. te **Kristina Bišćan**, voditeljica ključnih kupaca TLK Ekologije d.o.o., smatraju kako

je potrebna i dodatna edukacija i jače predstavljanje u inozemstvu, pa i organizirano kroz Centar, potencijala nositelja halal certifikata. Sve snage, istaknuli su, treba usmjeriti na širenje brenda **Croatia – Halal Friendly Destination**. Panel Najnoviji trendovi na halal tržištu, moderirala je Edina Mešić, voditeljica Odjela za kvalitetu Centra za certificiranje halal kvalitete.

Podsjetivši kako su u sustavu halal kvalitete u Republici Hrvat-

skoj izdana 84 halal certifikata, a od toga su 52 proizvođača te 32 pružatelja usluga, među kojima su hoteli, restorani, putničke agencije, catering usluge, škola te dječja igraonica, Mešić je istaknula kako je cilj panela čuti iskustva pojedinih certificiranih tvrtki!

Mlinar pekarska industrija halal certifikat je dobila 2013. godine, međutim prva prava implementacija je krenula 2014. godine prvim izvozom u Australiju sa halal certifikatom, istaknula je **Ivana Jukić**,



**direktorica izvoza Mlinara.** Na pitanje koliko je to zahtjevno, odgovara kako je riječ o odluci. Vidim halal kao neku vrstu braka, odlučite se i ići ćete halal putem i dobili ste taj certifikat, potpisali smo papire, ali tu onda zapravo sve tek počinje. Certifikatom smo dobili ulaznicu nastupa na različita tržišta, međutim na svakom tržištu su nekakve novine, nekakvi novi pristupi i stalno se mora raditi na tome. Trenutačno imamo 135 proizvoda koji su halal certificirani i dalje nastavljamo certificirati dodatne proizvode s obzirom da svaki novi proizvod koji smo proizveli, ujedno se pokazao interesantnim za halal tržište pa samim time onda povećavamo i tu listu certificiranih proizvoda.

Halal certificirane proizvode proizvodimo isključivo po narudžbi, međutim jako puno proizvoda (kao što je burek sir, burek špinat itd.) već je rađen sa sastojcima koji su halal, ali je činjenica da svi proizvodi nisu deklarirani u maloprodaji. Mi ih ne deklariramo osim ako narudžba nije rađena isključivo kao halal, istaknula je Jukić.

Na upit moderatorice o prestanku korištenja uopće svinjske masti u proizvodnji, Jukić je sa smiješkom

odgovorila kako su imali puno izazova s direktorom proizvodnje koji je volio koristiti svinjsku mast zbog čuvanja i sjaja proizvoda. Naravno, ulaskom u halal svijet, posebno kod izvoza, donesena je odluka o potpunom izbacivanju svinjske masti iz proizvodnje. Prva je faza bio prelazak na palmino ulje, međutim s obzirom da je palmino ulje isto dosta kontroverzno u smislu halala i nije uvijek sigurno 100 % da može biti halal, onda smo odlučili izbaciti i palmino ulje te sad koristimo isključivo suncokretovo ulje u našim proizvodima!

Od 130 proizvoda koliko Mlinar izvozi gotovo 90 % proizvoda su halal proizvodi, naglasila je Jukić.

#### **JAJA SAMO ZA DOMAĆE TRŽIŠTE**

Jedina hrvatska halal proizvodnja jaja je ona tvrtke Lukač d.o.o., obiteljske tvrtke koja djeluje već 30 godina.

**Magi Lukač, direktorica tvrtke Lukač d.o.o.,** podsjeća kako su tvrtku osnovali njezini roditelji, oboje diplomirani inženjeri, koji su svoju strast i znanje prenijeli na nju i njezine tri sestre. I svi radimo i pokrivamo određeni segment. Prva hala bila je

opremljena sa oko 4000 nesilica, konstantno su se pratile potrebe tržišta i naravno ovisno o mogućnostima taj kapacitet se povećavao. Paralelno smo radili na povećanju voznog parka, kupovali poljoprivredna zemljišta kako bismo napravili zaokružen proces proizvodnje. Godina 2012. bila je velika prekretnica jer je započela prerada jaja za proizvodnju tekućih pasteriziranih jaja, tako da danas imamo halal certificiran sav proizvodni asortiman odnosno svježa konzumna jaja te tekuća pasterizirana jaja.

“**Bez sinergije brojnih dionika, nema perspektive**”

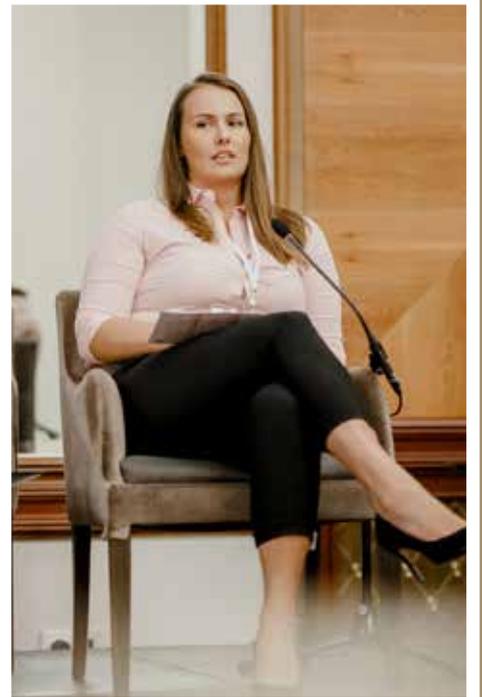
Nekako u to vrijeme hrvatsko peradarstvo odnosno svi proizvođači jaja su išli u smjeru povećanja kapaciteta. I pred nama je bila odluka ići u tom smjeru ili otvoriti preradu. I bila je to odlična odluka s obzirom da hoteli, restorani, proizvodnje tjestenina, slastičarne.. svi oni trebaju tekuća jaja, ali konkretno trebaju i konzumna jaja, tako da smo jedini proizvođač u Hrvatskoj koji nudi oba proizvoda.



Kristina Bišćan, TLK Ekologija d.o.o.



Nives Lovrić, Grbić d.o.o.



Magi Lukač, Lukač d.o.o.

Na upit što kod jaja ne može biti halal, Lukač odgovara kako su jaja sama po sebi halal, ali treba paziti na ishranu i da nema GMO proizvoda, paziti na određena sredstva za čišćenje i sl.

#### DEZINFICIJENS BEZ ALKOHOLA

Prvi dezinficijens koji je stekao halal certifikat, a uz to još i ekološki, proizvodi tvrtka TLK Ekologija d.o.o.

**Kristina Bišćan, voditeljica ključnih kupaca TLK Ekologije,** napominje kako su proizvođač neutralnih, ekoloških i biorazgradivih sredstava za higijenu i dezinfekciju te da su u prvim tjednima pandemije i lockdowna bili jedina tvornica koja je uspijevala izbaciti dezinficijens na tržište. Zašto? Zato što naš dezinficijens Genox ne sadrži alkohol, nije alkoholno sredstvo, a tada je, znamo, pone-

stalo alkohola. Genox je visokokvalitetan dezinficijens, djeluje na sve patogene mikroorganizme, testiran je na te sve iste patogene mikroorganizme prema međunarodnim standardima i mi smo tvornica, mi stalno proizvodimo! S kojim smo se susreli izazovima? Prije svega odgovoriti na izuzetno visoke standarde halal certificiranja, ali koristimo najkvalitetnije ulazne sirovine pa nam i to nije bio problem, istaknula je Bišćan.

#### BUČINO ULJE S PRIRUČNIKOM

Požeška poljoprivredno-prehrambena tvrtka Grbić d.o.o. obiteljska je tvrtka koja proizvodi bučino ulje i koja je prvih desetak godina potrošeno na pozicioniranje na tržištima koja imaju svoju proizvodnju, koja znaju što je bučino ulje i onda smo smatrali da mi kao mala firma, bez potpore udruženja unutar Hrvatske, ne možemo na tom tržištu konkurirati pri-

mjerice Štajerskom bučinom ulju ili nekim slovenskim jakim markama. I dogodio se upit za izvozom u BiH. A naše bučino ulje su samo bučine sjemenke i sol te naprosto nije moglo biti lakše ishoditi halal certifikat!

To je naravno dalo novu ideju za okretanjem onim tržištima koja nisu nikad čula za bučino ulje. Ne znam je li publici poznat podatak da se bučino ulje proizvodi u samo 6-7 zemalja svijeta te da, primjerice, Emirati, koji tradicionalno jedu puno svih mogućih sjemenki, nikad nisu čuli za bučino ulje. Ta spoznaja je bila i okidač za veliki potencijal, ali nam je to donijelo i dosta problema kako ljudima objasniti kada ga i prvi put probaju i odličnog je okusa, što dalje s njim. Zato smo na ta tržišta na kojima smo prije pandemije dosta radili, Malezija, Indonezija, Kazahstan, Azerbajdžan, radili i



Ivana Jukić, Mlinar pekarska industrija d.o.o.



Rok Andlar, Gec d.o.o.



Edina Mešić, moderatorica

jelovnike i pokušavali uz pomoć tamošnjih kuhara implementirati bučino ulje kako bi im moglo biti prihvatljivo. Na kraju nam nije bio problem izvesti, nego što dalje s tim proizvodom kada ga stavite na policu.

Uz brendiranje samog proizvoda morali smo ustrojiti i nekakav *manual* (priručnik za uporabu). To je cijela priča! Dodatno, osnovali smo i Udrugu proizvođača bučinih ulja Hrvatske i znanstveno potkrijepili te tvrdnje. Sad imamo i zadrugu koja predstavlja tih 55 proizvođača bučinog ulja i da nije bilo pandemije vjerojatno bismo se pozicionirali na tržištima jer imamo i halal, imamo i košer tako da su nam otvorena tržišta koja su izvan našega susjedstva. Pandemija nas je vratila jedno 3-4 godine unazad, normalizacijom se otvara veliki potencijal jer je stvoren i zajednički brend *Bučuša*

kojeg pokušavamo pozicionirati, naglasila je Lovrić.

Na moderatoričinu tvrdnju kako je za proboj na tržišta potrebno udruživanje u klastere, Lovrić odgovara kako je samostalno gotovo nemoguće isporučiti količine koje se pojave u razgovorima, poput dva-tri šlepera za Moskvu, kakav je prije nekoliko godina bio upit. Znači moramo se udružiti i povećati proizvodnju da bi uopće mogli na takva velika tržišta bilo koje!

#### PLASTIČNA HALAL AMBALAŽA

Pola stoljeća uspješnosti stoji iza tvrtke GEC d.o.o., ujedno jedinog nositelja halal certifikata za plastičnu ambalažu. Rok Andlar, operativni direktor tvrtke, ističe

kako je GEC d.o.o. poduzeće staro 51 godinu, kojeg su osnovali njegovi baka i djed 1970. godine. I sve tri generacije i dalje proizvode plastične vrećice, plastične folije. Primarni sektor za koji radimo je prehrambena industrija, pa industriju pakiranja, pakiranja madraca, pića, svega ostalog što zapravo možete spakirati.

Halal certifikat jednostavno je slijed događaja u našoj firmi, zato što imamo ISO standard 9001, a halal smo prepoznali iz jako jednostavnog razloga. Prehrambeni halal proizvod potrebno je spakirati u halal ambalažu. Tako smo s partnerima našli zajednički jezik, nudeći proizvode koji su halal i košer jedini certificirani u području plastične ambalaže.

“ Bučino ulje se proizvodi u samo 6-7 zemalja svijeta



### **RASTE ZANIMANJE ZA HALAL CERTIFIKATE**

Više od 50 posto izvoza Mlinara su halal proizvodi, prisnažila je Jukić. Prije je halal bio potreban za arapska tržišta, no nakon pandemije trendovi su se promijenili i temeljni Mlinarev izvoz halal proizvoda povećan je u zemljama Europske unije, koje ranije nisu bile toliko zainteresirane. Izgleda da je, posebno u retailu, dostlo vrijeme i da to postaje sve veća komparativna prednost naročito za trgovačke lance.

Moderatorica Mešić je dodala i podatak da je segment Europske Unije čak i jedno od najpotentni-

jih tržišta po pitanju halala. Iako je 2 % populacija muslimana u Velikoj Britaniji, konzumenata halal proizvoda je oko 20 %, što potvrđuje puno veću potražnju i od strane nemuslimana.

Zanimljivo je, kaže Jukić, da se čak i košer zajednica u stranim zemljama, ukoliko ne nađu adekvatan proizvod, okreće halal proizvodu jer znaju da je taj proces od početka do kraja ispravan te da su svi sastojci koji se nalaze u tom proizvodu dozvoljeni i da ih mogu konzumirati odnosno mogu ga komparirati svojem standardu.

Jedino tržište koje je ostalo u vrijeme pandemije za bučino ulje je

Kazahstan, nešto se pregovara sa Azerbajdžanom i pokušavamo u Maleziju, Indoneziju... odnosano vratiti onaj dio suradnje koja je bila, odgovorila je na upit Lovrić.

Prije pandemije smo izvozili i u Maleziju, Singapur, Hong Kong, Japan, Koreja i Tajvan, a bilo je i pregovora s Turskom. Nas je pandemija snažno pogodila. Sada imamo dosta upita iz Francuske i to je nešto novo.

Genox je započeo i gradnju nove tvornice u poslovnoj zoni Pleternica zbog potreba za povećanom proizvodnjom. Buduća tvornica je bila planirana, pandemija je to ubrzala kao i ulazak na halal tržište. Svih naših pet sredstava

je halal certificirano, podijeljeni su u dvije grupe - grupa sredstava za čišćenje i osnovnu higijenu te grupa dezinficijensa, koji se mogu primijeniti u industrijama, posebno u prehrambenoj industriji.

Za GEC je primarno tržište hrvatsko, na kojoj se plasira oko 85 % proizvoda, a 14 % Slovenija. U jednom postotnom poenu su povremene prodaje Austrija, Švicarska, Malta, Italija. U BiH i u Srbiji nismo prisutni jer je tamo dosta velik broj proizvođača plastične ambalaže.

Što se tiče naših proizvoda, radimo za slovensku prehrambenu tvrtku, gdje smo posao dobili upravo zato što imamo i halal i košer proizvod - proizvodimo vrećice za pakiranje mesa i ostalih prehrambenih proizvoda, istaknuo je Andlar.

#### IZAZOVI SU I KOD NAŠIH DOBAVLJAČA

Svi proizvođači se suočavaju s izazovima kod svojih proizvoda, posebno za izvoz. Kod Mlinara, svaki od 130 certificiranih proizvoda ima najmanje 10-ak sastojaka u sebi, pa je potrebno sve to uskladiti i objediniti te da svi budu halal. Dakle, izazovi su i na dobavljačima, jer je teško naći dovoljan broj dobavljača koji će imati kapacitete i kvalitetu koja treba ući u naš proizvod, pritom biti certificirani. Mi svjedočimo da nas halal proizvod košta 10 posto više nego kad proizvodimo standardan proizvod.

Drugi izazov je naše pozicioniranje i udruživanje. Mlinaru je halal puno pomogao. Hrvatska ima jako puno potencijala i dobrih regionalnih proizvođača koji bi mogli

## “Tržište Europske unije jedno je od najpotentnijih tržišta po pitanju halala, koje potvrđuju puno veću potražnju i od strane nemuslimana

objediniti nekako Hrvatsku na toj svjetskoj mapi! Zato je i bitno održavanje ovakvog Foruma, istaknula je Jukić.

Jedna od intencija Centra je kreirati odnosno brendirati Republiku Hrvatsku kao Croatia - Halal Friendly Destination, ustvrdila je Edina Mešić.

Na upit izvoze li jaja, Magi Lukač odgovara kako ne izvoze, fokusirani su isključivo na hrvatsko tržište. Nedavno je završena nova, velika u nove farme i povećanje kapaciteta, temeljem čega su se uključili i u retail, trgovine. Dosad je fokus bio na gastro tržištu odnosno HoReCa segmentu - hoteli, restorani su naše glavno tržište. A tijekom pandemije je u tom segmentu došlo do smanjenja potreba, zbog zatvaranja i njihovih smanjenih potreba. Držim kako je potrebno Hrvatsku promovirati kao halal friendly destinaciju u turizmu, a potvrda tome je i da stalno dolaze upiti hotelijera imamo li halal certifikat.

Što se pak tiče izvoza Genox proizvoda, tu su zemlje regije i okruženja - Mađarska, Češka, Austrija. Pandemijska godina bila je prekretnica i sve ono što smo stalno pričali o higijeni u brojnim djelatnostima i kad su nas zbunjeno gledali, sada je postala stvarnost. Ne samo osobna higijena, nego i u turizmu, hotelskim sobama. Genox je jedini dezinficijens kojim se može dezinficirati zrak u

prisustvu ljudi zato što je neotrovan i zato što je isto tako laboratorijski potvrđena da nije toksičan! Jedan od naših velikih kupaca koji nam se javio u pandemiji je Croatia Airlines, istaknula je Biščan, na što je moderatorica Mešić dodala narodnu poslovicu „Dok nekom ne smrkne, drugom ne svane“.

Zajednički nastup i sinergija Islamskog centra i Centra za certificiranje i s proizvođačima. S obzirom da je halal ipak vjerski obilježen znak, ima svoju težinu svaki put kada kažete da imate halal, a ako ste još u prigodi da iza vas stoji Islamska zajednica iz Zagreba iz Hrvatske i Centar, to je dodatna potvrda. Dobar primjer je Halal sajam u Istanbulu gdje smo se zajedno predstavljali. Bez sinergije nema perspektive, istaknula je Lovrić.

Pa i Forum i paneli na njemu su još jedan dobar primjer suradnje, istaknuo je Andlar. Upravo ovakvi biznis sastanci dobar su temelj mogućeg povezivanja imatelja halal certifikata, što i osobno potičem.

Poruka panela, ali i razlog našeg Foruma je da se povežemo, da uspostavimo jedan godišnji event na kojem bi se bolje povezali svi proizvođači na domaćem i regionalnom tržištu, a i šire, zaključila je panel „Najnoviji trendovi na halal tržištu“, moderatorica, Edina Mešić iz Centra za certificiranje halal kvalitete.

# Usklađenje s halalom dugoročno je opredjeljenje proizvođača



**Usklađenje sa halalom dugoročno je opredjeljenje brojnih proizvođača u kontekstu razvoja izvoza i povećanja buduće prodaje**

**P**ovezivanje halal tržišta u Jugoistočnoj Europi ne samo da je moguće, nego se pokazuje i potreba, kao i konkretne suradnje. Susreti i B2B razgovori poduzetnika morali bi se intenzivirati, potrebno je i zajedničko brendiranje ponude, prepo-

znavanje vrste ponude proizvoda, koji mogu dovesti i do mogućnosti zajedničkih nastupa i na trećim tržištima, istaknuli su i govornici na trećem panelu HBF-a – **Amela Semić**, direktorica Direkcije za osiguranje kvalitete u AS Holdingu iz BiH, **Saška Biorčević**, viša savjet-



Vedran Kelek, Dino Selimović i Saška Biorčević

nica u Privrednoj komori Srbije, **Dino Selimović**, direktor marketinga i komunikacija BBI banke u BiH (Bosna Bank International), **Vedran Kelek**, izvršni direktor za nova tržišta Podravke te **Arsilan Hajdinaga**, predsjednik crnogorskog Udruženja za promociju i razvoj Islamske ekonomije. Moderator panela bio je **Sanadin Voloder**, urednik portala Akos.ba.

Bereket je u kretanju ili da to prevedemo, blagoslov je u kretanju, pa mi je posebno drago što su na panelu osobe iz Hrvatske, Crne Gore, Srbije i Bosne i Hercegovine. Tržište bivše Jugoslavije odnosno Balkana izuzetno brzo je iz socijalističke samoupravne privrede prešlo i prošlo kroz tranziciju u kapitalističku privredu, gdje se halal standard kvalitete nametnuo kao jedan od nužnih standarda za osvajanje novih tržišta, za povećanje kvalitete i općenito za praćenje svjetskih trendova, istaknuo je uvodno Voloder.

Podravka danas posluje na više od 70 tržišta diljem svijeta, u posljednje vrijeme malo jače i u Južnoj

Americi, u Boliviji. Nova tržišta su za Podravku tržišta koja je Podravka počela raditi u zadnjih 5-6 godina, kada su i formirane jače platforme za internacionalizaciju poslovanja. Nova su tržišta zemlje Latinske Amerike, Afrike, Azije i Bliskog istoka, a Podravka najviše napredovala upravo u zemljama Bliskog istoka odnosno zemljama halal tržišta, istaknuo je **Vedran Kelek, izvršni direktor za nova tržišta Podravke.**

U tim zemljama Podravka nudi svoje proizvode od 2015. godine kada je i formirano društvo u i u Dubaiju. Na Bliskom istoku i regiji Sjeverna Afrika Podravka danas ima svoje proizvode u 11 zemalja, imamo 12 partnera i vrlo dobro smo zastupljeni. Prostora za daljnji rast i razvoj, naravno ima. Od 1000 Podravkinih proizvoda otprilike 20 posto ili 200-ak je halal certificirano, ali svi ti proizvodi nisu izvezeni na ta područja. Trenutno u Dubaiju pri organizaciji koja drži uvozne certifikate za Ujedinjene Arapske Emirate, Podravka ima registriranih nekih 150 proizvoda i sa tim proizvodima smo

“ Od 1000 Podravkinih proizvoda, 20 posto je halal certificirano

uglavnom prisutni u zemljama Bliskog Istoka i Sjeverne Afrike.

AS Holding je najveća prehrambena grupacija u Bosni i Hercegovini sa ciljem biti sigurno i jedan od većih u regiji, za što su neke od akvizicija u toku. AS Holding je korporativna članica dakle upravljačka, sa članom uprave i direkcijama za određene djelokruge djelovanja, a podijeljeni smo u tri divizije - prehrambena, tekstilna i trgovačka. Najznačajnija je svakako prehrambena koja broji 12 strateških članica, od kojih su najznačajnije tuzlanska Solana sa 130 godina tradicije, sarajevski Klas sa 120 godina, istaknula je **Amela Semić, direktorica Direkcije za osiguranje kvalitete u bosansko-hercegovačkom AS Holdingu.**



Arsilan Hajdinaga i Amela Semić

Unutar tih 12 članica ukupno je oko 1500 halal certificiranih proizvoda odnosno točnije 1474 što je otprilike 20 % ukupno u BiH halal certificiranih proizvoda. Kako je u sustavu i trgovački te logistički segment, dakle cjelokupnu prateću snagu proizvodnji, imlementirano je 16 različitih standarda.

Ekonomija odnosno ekonomska suradnja bez komora kao osnovnog modela, osnovne mreže suradnje na ovim prostorima je gotovo nezamisliva, istaknuo je Voloder upitavši predstavnicu Privredne komore Srbije za afirmaciju halal ekonomije, halal turizma i općenito saradnje sa muslimanskim svijetom.

**Saška Biorčević, savjetnica u PKS-u,** naglašava da prehrambena industrija Srbije predstavlja jedan značajan dio ukupne prerađivačke industrije, da već dugi niz godina bilježi suficit zbog izvoza prehrambenih proizvoda. Što se tiče halal certifikata, prije 10-ak godinu njega je imalo 50-ak kompanija. Danas je taj broj udvostručen, više ih je od 100. Činjenica je da su prvo halal certifikat ishodile kompanije, zastupljene u regiji, koji su već imali poznate brendove - proizvođači ulja, konditorskih proizvoda, mesna i mliječna industrija. Kasnije su im se pridružile i druge djelatnosti od proizvodnje šećera, mineralne vode, proizvođači i prerađivači voća i povrća, brašno i pekarski proizvodi, proizvodi od ribe, proizvodnja kvasca... Velika je paleta proizvoda koji u Srbiji danas imaju halal certifikat. Dodatna prednost je što je riječ o sirovini koja nije genetski modificirana, jer svi proizvodi i sve sirovine na tržištu Srbije moraju biti bez GMO, a to je

bitno za halal. PKS je, zajedno sa proizvođačima, utjecala da Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede koji subvencionira i uvođenje halal certifikata uz druge certifikate, istaknula je Biorčević.

### ULOGA NVO U HALAL PROMIŠLJANJIMA

Iz Ulcinja stiže **Arslan Hajdinaga**, iz NVO sektora i na njegovom primjeru možemo prepoznati značaj i ulogu NVO sektora kao jednog kohezivnog elementa koji spaja ekonomiju, državne institucije i vjerske zajednice u zajedničkom interesu, istaknuo je predstavljajući govornika Voloder.

Udruženje za promociju i razvoj Islamske ekonomije u Crnoj Gori je nevladino udruženje osnovano 2018. godine i prema Zakonu o nevladinim udruženjima u Crnoj Gori ono je neprofitabilno! Znači veže nas altruizam, želja da se na sveobuhvatan način i u najširem smislu promovira islamska ekonomija u Crnoj Gori. Znači u smislu koje obuhvaća i halal tržište, halal standarde i halal financije odnosno sve to što se podrazumijeva pod tim pojmom! Udruženje je relativno mlado, ali uspjeli smo da halal dobije na zvučnosti i da se podigne interes za halal u najširem smislu u Crnoj Gori. Organizirali smo sajam Montenegro Halal Expo 2018. godine u Podgorici, sa 28 izlagača. Prema službenoj statistici, u Crnoj Gori su dodjeljena samo 2 halal certifikata.

Objavljena je i knjiga „Islamska ekonomija u Crnoj Gori“, održani su i paneli o halal turizmu kao i islamskim financijama. Među planovima je i pokretanje portala **halal.me**. Naglasio bih da su aktivnosti podržale sve relevantne

crnogorske institucije. Crna Gora trenutno radi dugoročnu, petogodišnju strategiju razvoja turizma i halal turizam će imati svoje mjesto u budućoj strategiji dugoročnog razvoja turizma Crne Gore, istaknuo je Hajdinaga.

Moderator Voloder je ustvrdio kako je zanimljivo čuti da Crna Gora, sa 20 posto muslimanske populacije ima tek dva certificirana halal proizvoda, dok Hrvatska sa 1,5 posto muslimanske populacije snažno podržava i uključuje se u podršku halal.

**Dino Selimović, direktor marketinga i komunikacija BBI banke iz Sarajeva** smatra da Hrvatska u regionu ima najveći potencijal da bude centar kada je u pitanju Europa i Europska unija za halal certificirane proizvode i usluge. Istodobno treba iskoristiti i potencijal Sarajeva kao jednog mosta prema Bliskom istoku prema islamskom svijetu kada je u pitanju halal industrija.

Istaknuo je kako je BBI banka jedina banka u regiji koja posluje na islamskim principima, jedinstvena financijska institucija osnovana 2000-te godine, dakle prije 20 godina. Vlasnici su joj Islamic Development Bank, multilateralna financijska institucija organizacije islamskih država, a druga dva suvlasnika su Abu Dhabi Islamic Bank i Dubai Islamic Bank, dvije banke iz Ujedinjenih Arapskih Emirata koje su odlučile investirati u Bosnu i Hercegovinu.. Nakon BBI banke, izravno ili neizravno, oni su investirali od Porto Montenegra, preko Bosnaploda u Brčkom do Beograda na vodi, istaknuo je Selimović.

Za razliku od drugih banaka koje su dolazile na tržište i investirale kupnjom već postojećih banaka, BBI banka se organski razvijala. Danas brojimo 37 poslovnih jedinica širom Bosne i Hercegovine. BBI banka je jedina u Bosni i Hercegovini, prva u jugoistočnoj Europi, koja nastoji svoja poslovanja uskladiti sa islamskim principima. Za one koji ne znaju, po islamskim principima banka ne posluje s kamatom, zabranjeno je investiranje u neke haram industrije poput pornografije, kockanja i slično. Naglašavam, to nije banka i financije nisu namijenjene samo i isključivo muslimanima, ističe Selimović dodajući da poslovnice imaju i u Banja Luci, u Mostaru, Brčkom, Bijeljini, Sarajevu, Tuzli, Zenici itd. Doživljavamo se kao katalizator povezivanja regije kada su u pitanju investicije, kada su u pitanju neki poslovni poduhvati networking.

### HALAL JE ODGOVOR NA ZAHTJEVE TRŽIŠTA

Na upit tko diktira uvođenje halal standarda - potrošači, distributeri odnosno uvoznici ili su to trgovački lanci?, Kelek odgovora kako se može govoriti o kompletnom zahtjevu tržišta.

Ako krenemo od protokola uvoza, onda je to prvo legislativni zahtjev islamskih zemalja da proizvod bude u skladu sa halal normama, pa je tako prvi korak prilagoditi svoju proizvodnju, svoje nabavne procese i svoju komunikaciju prema potrošačima, na način da se jasno istaknu halal obilježja proizvoda. Iako proizvod, poput recimo ajvara koji je sam po sebi halal, nema oznaku dobrodošlo je istaknuti njegovu halal kvalitetu i da je proizveden u tvornici

koja je standardizirana po halal standardima. U bezbroj slučajeva smo se susreli i sa traženjem nekih zemalja koje primarno nisu halal, primjerice Kinae, da bismo usklađeni sa halal standardima. Usklađenje sa halalom dugoročno je opredjeljenje Podravke u kontekstu razvoja izvoza i povećanje buduće prodaje!, naglasio je Kelek.

Za razliku od gđe Lovrić iz Grbić d.o.o. gdje su se oni susreli u Rusiji sa situacijom da neka narudžba od ruskog trgovačkog lanca je bila toliko velika da bi zapravo *pojela* cjelokupnu godišnju proizvodnju bučinog ulja u Hrvatskoj, Podravka srećom nema takvih problema! Imamo dovoljno raspoloživih kapaciteta da možemo zadovoljiti potrebe velikih zemalja poput Kine, poput Rusije, u kojoj poslujemo već više od 50 godina. Bez obzira koliko je Podravka velika kompanija u europskim okvirima i primjerice Vegeta univerzalni dodatak broj jedan u Europi, kada dolazimo u bilo koju novu zemlju, zapravo smo prilično nepoznati. Prvi izazov je uspostavljanje dobrih startnih partnerskih relacija u toj konkretnoj zemlji i pravilna prezentacija dugoročnog usmjerenja prema svim partnerima, ocijenio je Kelek.

Smatra da izazova oko usklađenja sa bilo kojim standardom u Podravci nema, jer su dovoljno fleksibilni, budući da posluju i izvoze u više od 70 zemalja. Po mojem iskustvu rada na izvozu u Podravki, pokazalo se da prvu narudžbu je relativno jednostavno plasirati, bez obzira koliko ti se čini kompleksno. Druga narudžba dolazi kao produkt početka dis-



Moderator Sanadin Voloder

tribucije na samom tržištu, a najbitnija je treća narudžba koja dolazi iz realne potrebe tržišta za Podravkinim proizvodima. Za mene je treća narudžba ona koja osigurava dugoročnu uspješnost na bilo kojem novom tržištu, ustvrdio je Vedran Kelek.

Slično iskustvo ima i AS Holding, lider u BiH izvozu koji izvozi na pet kontinenata, i na jako puno tržišta, što izravno što neizravno. Bitna je i opredjeljenost rukovodstva za uvođenje integriranih sustava kvalitete, jer food safety daje u konačnici ono što svaki potrošač traži. Potrošači su sve svjesniji, stalno stižu pitanja, mora se raditi na edukaciji, istaknula je Semić. Osvrnula se i na trend proizvodnji robnih marki za trgovačke lance, u kojem se mora voditi briga o svim sastavnicama proizvoda, do ambalaže.



### HALAL TURIZAM OTVARA ŠANSU I PROIZVOĐAČIMA

Halal turizam postaje dio strategije razvoja turizma u Hrvatskoj i u Crnoj Gori.

“U Srbiji halal certifikat posjeduje više od 100 kompanija, pretežito u prehrambenoj industriji

Halal turizam u Srbiji, ističe Biorčević, predstavlja veliku razvojnu šansu, posebno jer je u Srbiji oko pola milijuna stanovništva muslimanske vjeroispovijesti. Halal turizam je naša potreba, iako još uvijek nije tako razvijen s obzirom na potencijale i povijesne gradove i planinske centre, u južnom dijelu Srbije, kao i banje (terme).

Malo je hotela koji imaju halal certifikat. Zbog geografskog položaja i činjenice da puno ljudi je u tranzitu kroz Srbiju, planiramo i uz autoput osigurati što više restorana s halal certifikatom. Da, turizam je velika velika šansa za Srbiju, ocijenila je.

Crna Gora je pretežno uslužna ekonomija, nekih oko 95 % ekonomije zasniva se na uslugama, odnosno turizam je izuzetno bitan za razvoj privrede u Crnoj Gori. Međutim, ekonomija je zbog neoliberalnog pristupa strukturiranju privrede zadnjih 30 godina, zapravo nefleksibilna. Zanimanje za halal turizam je sve snažnije, ali postoji tu i opasnost. U gradu Ulcinju, koji je prvak u Crnoj Gori po broju turista, posebno zbog privatnog smještaja, na mnogim mjestima i restoranima piše halal, halal.... Podsjećam, da u Crnoj Gori postoje samo dva certifikata halal, tako da se takve stvari trebaju osuditi i spriječiti, naglasio je Hajdinaga.

Naša misija je edukativna i promotivna, da na najbolji način iskomuniciramo o čemu se zapravo tu radi te da ne bi smjeli na taj način zloupotrebjavati taj standard, jer se može ova priča možda povući u pogrešnom smjeru. Ipak, interes je sve veći. Nedavno je certifikat dobila Stara Čaršija u Baru, resort koji funkcionira po halal standardima. Napominjem i da Crna Gora nema svoje certifikacijsko tijelo, već smo povezani sa Tuzlom i BiH. Postoji interes jednog nedavno otvorenog hotela u općini Ulcinj, hotela Maghrip, koji također ispunjava uvjete, on uskoro podnosi zahtjev za halal standard. Oba hotela rade odlično i halal identifikacija ima je donijela jako veliki benefit, ali trebamo biti i oprezni i kanalizirati taj interes u pravom smjeru, smatra Hajdinaga.

BBI banka je godinama organizator dva velika događaja, Sarajevo Business Forum i Sarajevo Halal Sajma, koji su, nažalost, zbog pandemije dvije godine pauzirali.

Iskreno se nadam da ćemo u 2022. biti u prilici organizirati jedan, ako ne i oba ta događaja, ustvrdio je na početku odgovora Selimović. Podsjetio je na početke i odluku o pokretanju Sarajevo Business Forum 2010. godine. Čak je i Papa rekao tokom krize 2007-2008, da bi se ustvari banke trebale ugledati na principe islamskog bankarstva, jer tu ne dolazi do eksploatacije klijenata i ljudi kojima dajete novac.

Obzirom da je veliki broj banaka u BiH, a bankarski sektor je izuzetno uređen i možda jedan od najbolje funkcionirajućih sektora u državi nakon rata, zbog krize

povukao svoje profite i novac u matične države, kako bi pomogle domaćoj ekonomiji. Ostalo je malo novca za privrednike u svim dijelovima BiH. Rodila se ideja da se BiH i regija malo otvore investitorima iz Azije, Bliskog Istoka, Turske.....te da ne ovise isključivo o tržištu Europske unije, koje je i dalje primarno i nitko ga neće i ne može zamijeniti. I u 10 godina Sarajevo Business foruma, Sarajevo je samo na tim događajima posjetilo više od 10 000 sudionika, stotine kompanija, održano je stotine B2B sastanaka. SBF je izrastao u respektabilan svjetski poslovni događaj koji je svake godine okupljao ljude, a vjerujem da smo mi dijelom zaslužni za ogromnu ekspanziju broja dolaska turista iz arapskih zemalja ne samo u Bosnu i Hercegovinu nego u regiju obzirom da su otvorili i neke direktne linije, prisjetio se Selimović.

Nastavno na ta dobra iskustava, htjeli smo i da proizvođačima da prilika da predstave svoje proizvode i mogućnosti. Logično je bilo fokusiranje na halal industriju. I kroz dvije godine Sarajevo halal sajam pozicioniran je kao najznačajniji događaj halal industrije u jugoistočnoj Europi, usudio bi se reći i u čitavoj Europi. Istaknuo bih i dvije stvari na koje ljudi u Hrvatskoj mogu biti jako ponosni i na koje se trebamo ugledati svi iz regije. Prva je promocija Hrvatske kao turističke destinacije. Zaista turizam u Hrvatskoj je industrija koja je izuzetno dobro razvijena i taj koncept *halal friendly destinacije* je nešto što sigurno sve zemlje u regiji mogu prepisati, zapravo uzeti najbolje prakse, pitati ljude kako vi to radite i prenijeti ih u svoje države. Naravno, povezati kao što cijelu

“AS Holding posjeduje oko 1500 certificiranih proizvoda, što je gotovo 20 posto ukupno u BiH halal certificiranih proizvoda

regiju u jednu turističku destinaciju. I druga stvar ide u korist proizvođačima koji traže halal certifikat. Mogu biti sretni da imaju dva centra za certificiranje halal kvalitete - u Tuzli odnosno u Zagrebu, koji djeluju pri Islamskim zajednicama.

Kada imate halal certifikat, to ne znači da ćete samim time uspjeti na nekom tržištu. Ako proizvod nije na razini kvalitete koja se očekuje, ni halal certifikat neće biti što će vam prodavati proizvode, ali sigurno će vam pomoći da ako imate kvalitetan proizvod da dođete brže do svojih kupaca, zaključio je Selimović.

#### HALAL JE I SISTEM POSLOVANJA

Moderator Voloder zaključno je pitao sve sugovornike što čine kao pojedinci ili predstavnici institucija ili kompanija, za halal industriju u kontekstu regionalne suradnje?

Sve zemlje u okruženju, u širim svjetskim okvirima, imaju izazov da nisu dovoljno dobro brendirane, tako da ih ljudi vani jako

## “BBI banka je godinama organizator dva velika događaja, Sarajevo Business Forum i Sarajevo Halal Sajam

slabo i poznaju. Evo i primjera što se Hrvatske tiče. Jako puno Arapa miješa Hrvatsku sa Ukrajinom, koliko su mi rekli, jer je arapski ispis imena Hrvatske i Ukrajine vrlo sličan te su tu često događaju konfuzije. Hrvatska ima sreću da je jaka turistička destinacija, obožavana od strane dosta ljudi na Bliskom istoku. S jedne strane sport u tome svemu jako puno pomaže, sportski uspjeh bez obzira radi li se o nacionalnim momčadima ili o individualnim sportašima. I tu jednostavno vidim veliku priliku za sve zemlje, u jačem brendiranju destinacija, smatra Kelek.

Bitno je, nastavio je, i međusektorsko povezivanje, jer turizam i prehrambena industrija daju sigurno jake sinergijske efekte u kojima onda i netko tko, recimo, dolazi iz tih turističkih zemalja može povezati bogatstvo zemlje, prirodne ljepote, standarde koji se u toj zemlji održavaju i prepoznati eventualno i nekakve poslovne prilike u nekakvom budućem razdoblju. Sa nekog aspekta pojedinih poslovnih subjekata, mislim da je ključno da budu prepoznate prilike halal destinacija odnosno izvozni potencijal na halal

tržištima kao potencijal koji je uistinu nadohvat ruke te da se on može dosegnuti prilagodbom tom tržištu. Prva je ta institucionalna prilagodba, znači nekakav osnovni okvir je imati halal certifikat, ali podcrtavam što je kolega Dino rekao, samo imanje ne znači nikako da je proizvod na tom tržištu uspješan! To samo znači da je dobio ulaznicu i da ulazi u igru, a odluka o izboru tog proizvoda ili usluge od strane potrošača ili korisnika je vrlo kompleksan sistem u kojem razina kvalitete i širina kvalitete koju uslugu ili proizvod nudi potrošaču, može dati konačan odgovor na uspjeh, ocijenio je Kelek.

Bitno je da stalno razmijenjujemo iskustava, čime otvaramo moguću dugoročnu suradnju, smatra Saška Biorčević, dodajući da to podrazumijeva i osluškivanje potreba tržišta i potrebe kompanija. Dobar je prijedlog organizacija dana otvorenih vrata gdje poduzeća koja imaju već halal i koja imaju određena iskustva, mogu predstaviti svoja postignuća drugima.

Bitna je i edukacija kroz komore, kako u Hrvatskoj tako i u Srbiji, kao i stalna razmjena bitnih informacija, pa i održavanju sajмова i konferencija, ocijenila je.

Za sve nas u regiji, smatra Hajdinaga, jako su korisna iskustva Hrvatske u razvoju halal friendly destinacije, a mislim da je to model koji jako uspješno može replicirati i u Crnoj Gori i u Albaniji. Potrebno je uključiti što više privrednika u rad ovakvih skupova, jer je privrednicima najlakše doći do prvog kontakta, do uspostavljanja kontakata. Mislim da panel trebamo i proširiti i na predstavnike država koje imaju

izuzetan potencijal u halal industriji, poput Kosova, Albanije i Sjeverne Makedonije, kako bi imali potpunu regionalnu sliku svih događanja u halal industriji. Jer pojedinačno smo mali, zbog čega je ključna riječ udruživanje i zajednički nastup, zaključio je svoj odgovor Hajdinaga.

COVID pandemija prije svega je pokazala da regija može opstati bez ovisnosti drugih tržišta. Držim da bi upravo mi trebali postati flat platforma za proizvodnju halal proizvoda, usluge i, vidim već poveznice, krajnjeg konzumenta, potrošača, klijenta. Bitna je sinergija sektora. Vidim ogromne potencijala rasta i trendove porasta halal proizvoda i usluga.

Integritet, kvaliteta i food safety, su u skladu sa ciljevima globalne inicijative za sigurnost proizvoda, a upravo mi dižemo generalno razine. Jednom certificiran svugdje prihvaćen. Edukacija, promoviranje kompletne regije, supporti međusobni između članica i između regije, odnosno država te sektora, svima nam mogu u razvoju pomoći, naglasila je Amela Semić.

Regija ima raznoliku halal proizvodnju, ali s relativno ograničenim kapacitetom. Turizam ima veliki potencijal i za njegov razvoj potrebno je imati regionalni pristup jer moderan turist, halal turist koji troši više od konvencionalnih turista, traži paket ponudu. Nužno je umrežavanje, pogotovo nakon pandemijskog iskustva, jer online ipak nije zamjena za uživo druženja i razgovor, tri su poruke s kojima je panel Povezivanje halal tržišta u JI Europi zaključio moderator Sanel Voloder.



**Antonio Čulina, jedan od vlasnika TLK Grupe,** koja u svom sastavu ima i tvrtku i brend Genox, a koja već duže vrijeme surađuje s Centrom, odnedavno je nositelj Halal certifikata za ekološki dezinficijens. Postupak je, ističe Čulina, trajao dvije godine jer certifikat nije lako dobiti, proizvod mora biti visoke kvalitete i čistoće, ne smije sadržavati alkohol niti bilo što drugo štetno. Cjelokupan istok, sve arapske zemlje i neke od zajednica u Europi, već su zainteresirani za naše proizvode i nadamo se da ćemo osim u EU krenuti i u zemlje s većinskim muslimanskim stanovništvom. Halal je važna zajednica. To bi trebala biti budućnost. Halal je, kao i naš moto, moralan i čist, tako da nama u Genoxu dobivanje halal certifikata nije bio problem, ocijenio je Čulina.



**Igor Jekić iz tvrtke Prodan tartufi,** čija je osnovna djelatnost tradicijski očuvan lov na tartufe, te distribucija vlastitih proizvoda spravljenih od istarskog tartufa, ističe da su u njegovoj tvrtki vrijednost halal certifikata spoznali posjećujući međunarodne sajmove.

- Na tim sajmovima smo pronalazili partnere iz istočnih zemalja i uvidjeli potrebu za halal certifikatom koji nam već pomaže u prodaji u zemljama poput Singapura. Sve je više turista islamske vjeroispovijesti i mislim da je zato i za hrvatski turizam važno halal certificiranje. Mi već plasiramo na tržištima istoka, a planiramo se i širiti. Kako nemamo proizvodnju životinjskog podrijetla, naš je proces čist i moderan i hrana je čista, pa nije bilo problema kod certificiranja naših proizvoda, pojasnio je Jekić.



Jedan od nositelja halal certifikata je i **Studio Nine, u vlasništvu Ruže Slivar,** koja je na Halal Business Forumu predstavila svoje inovativne proizvode.

- Predstavljamo naša dva proizvoda Magic Cleaner, koji ima halal certifikat i dodatna je potvrda kvalitete proizvoda. Proizvod je bez alkohola i biorazgradiv a drugi proizvod koji je upravo izbačen na tržište je antifog proizvod spray protiv magljenja, koji je danas tražen, budući da se nalazimo u vremenu pandemije kada svi nose maske. U sam proces certificiranja uključili smo se zato što se pokazao interes tržišta za naš proizvod, a halal certifikat će nam omogućiti lakši proboj na tržišta Bliskog istoka, ali i drugih. Svakako nije lako dobiti halal certifikat – to znači da imate zaista jako kvalitetan proizvod, kaže Slivar.



Moramo prestati gledati  
s paluba, treba gledati  
s jarbola, jer se puno  
dalje vidi

PANEL: HALAL TURIZAM

# Halal je oruđe konkurentnosti, koje treba iskoristiti



**K**roz cijelo vrijeme Halal Business Foruma spominjan je turizam kao gospodarska grana s najvećim potencijalom. Godišnje svijetom putuje oko 168 milijuna musli-

mana, prije su bili fokusirani na pojedina tržišta, a sad se vidi njihova zainteresiranost za nove zemlje u EU, primjerice Hrvatsku. Tu su mogući i paket aranžmani u suradnji više zemalja, ali i osta-

nak na duže vrijeme, kao što su pripreme pojedinih sportskih reprezentacija i kongresni turizam. Treba znati i da čak 54 posto turista čine mlađi od 30 godina, zato je potrebna i prilagodba novim



hotel sagrađen za Zimske olimpijske igre u Sarajevu 1984. godine, jedan od sinonima grada Sarajeva.

Na upit o trendovima turizma, Bajrović odgovara kako je BiH sretna zemlja, jer je bogata velikim, dakle kako prirodnim, tako kulturnim i ljudskim resursima, koji nažalost nisu toliko iskorišteni koliko bi mogli biti. Izdvojila bih eko turizam, odnosno prirodni turizam, a planine kojima je okruženo Sarajevo dobar su način da koristite i zimsku sezonu, organizirate raznorazne evente, kojih u Sarajevu definitivno fali! U ljetnom periodu naši hoteli su popunjeni 90 do 100 %, dok u zimskom periodu popunjenost iznosi 50 do 60 %, što znači da nedovoljno koristimo zimsko razdoblje. Mislim da imamo veliki potencijal za iskorištavanje svega toga! Međutim, vidljiv je i nedostatak odgovarajućih škola i jačanje ljudskih resursa, ističe Bajrović.

#### HALAL I SPORT SU DOBRA KOMBINACIJA

Davne 1911. godine krenula je priča o turizmu u Međimurju, kad je pronađena bogata termalna voda visoke mineralizacije u Svetom Martinu. Englesko-mađarska tvrtka London-Budapest krenula je s istraživanjima i 1936. godine se krenulo s ljekovitom vodom.

Da, početkom 20. stoljeća negdje 1911. - 1912. godine pronašli su vodu umjesto nafte i evo danas smo tu gdje jesmo, istaknuo je **Igor Nekić, direktor Termi Sveti Martin**. Terme su, usudim se reći, najbolje u Hrvatskoj po broju noćenja, po kvaliteti, što se može najbolje vidjeti na online recenzijama u turističkim agencijama. I nama je ljetna sezona jača od

kanalima informiranja o ponudi. Pritom treba računati i na brojne goste s tradicionalnih tržišta zemalja iz EU, koji također traže halal oznaku za vrijeme svog boravka, istaknuto je na panelu na kojem su sudjelovali **Berina Bajrović**, izvršna direktorica Hotel Europa Sarajevo, **Jurica Protić**, direktor Zvona Cateringa, **Igor Nekić**, direktor Termi Sveti Martin te stručnjakinja za brendiranje i halal **doc.dr.sc. Olivera Jurković Majić**. Moderator panela je bio Darko Buković, osnivač i glavni urednik prvog poslovnog internet i podcast radija Poslovni FM.

Moderator Buković na početku je ispričao nedolazak Melide Bešić, Room Division Managera iz hotela Esplanade, zbog bolesti. Iako smo od nje htjeli čuti jedan dobar poda-

tak iz povijesti, 1925. kad je hotel Esplanade primio prve putnike sa Orient Expressa i možemo pretpostaviti i sa velikom sigurnošću da su jeli halal proizvode i uživali.

**Berina Bajrović, izvršna direktorica Hotela Europa Sarajevo**, predstavila je i hotelsku Europa grupaciju u Bosni i Hercegovini, koja aktivno posluje sa pet hotela u centru Sarajeva. To su Hotel Europa, Hotel Holiday, Hotel Art, Astra i Astra Garni. Grupacija je oduvijek opredijeljena i pruža podršku i pomoć sportu, kulturi, privrednim segmentima koji doprinose razvoju BiH, tako i razvoju halal turizma čitave regije. Tradicija samog hotela Europa je jedinstvena u jugoistočnoj Europi, duga skoro 140 godina, dok je naravno hotel Holiday zimski



Igor Nekić, Terme Sveti Martin



Berina Bajrović, Hotel Europa Sarajevo



Igor Protić, Zvona Catering



Prof. Olivera Jurković Majić



Moderator Darko Buković

zimске, ljeti se penje na više od 90 posto popunjenosti, a prosječna tokom godine iznad 60 posto. Terme Sveti Martin se sastoje od hotela sa 157 smještajnih jedinica te 100 apartmana koji se nalaze pored termalnog resorta, Spa centra, golf igrališta sa 9 rupa, zatim sportske dvorane, sportskih terena te kongresnog centra, gdje ugošćujemo vrlo važne kongrese kako na državnoj, tako i na međunarodnoj razini.

Što se tiče halal certifikata, hrana je ključna, ali tu je i zadovoljavajuće standarda ponude u wellness dijelu, recimo ulja za masaže i kozmetike, koji također moraju biti sukladni halal. U sobama postoje i dodaci bitni gostima muslimanske vjeroispovijesti, koji, kada dođu, mogu obaviti i svoje molitve. Sve to skupa zadovoljavamo, imamo certifikat već duži niz godina. I da, gosti su sve

zahtjevniji, a halal gosti traže i prostor kako bi zadovoljili svoje običaje. Tako je, primjerice, halal certifikat bio bitan kod sportskog turnira. Na međunarodnom su turniru nastupile četiri reprezentacije, od kojih su dvije zahtjevale halal certifikat - reprezentacija U-19 Saudijske Arabije te reprezentacija Indonezije, koja je mjesec dana boravila kod nas. Godinama smo ugošćivali i reprezentacije Maroka, Tunisa, nogometne klubove iz Saudijske Arabije, tako da zaista imamo povijest suradnje sa gostima sa tog tržišta. Ujedno uvelike pomaže kod odabira, jer takve grupe ili individualci vide da je kod vas boravio netko vrlo zahtjevan, lakše je tim gostima u budućnosti odabrati vas kao destinaciju i boraviti kod vas u hotelu, pojasnio je Nekić.

Naglasivši da je BiH donijela i predstavila strategiju razvoja

ruralnog turizma, gdje je sastavni dio halal koncept, halal ekosustav, **prof. Olivera Jurković Majić** se prisjetila kako je upravo na halalu doktorirala prije 15 godine. Založila se za koncept halaloterapije, sustava koji se može opisati i kao konpet homeopatije.

Moderator Buković, podsjetivši da su Zvona catering utemeljena prije 27 godina, iznio je podatak da je kroz to vrijeme odrađeno više od 1800 domjenaka godišnje, a ako bi to gledali bez vikenda, sa punih 365 dana to je 5 domjenaka dnevno ili ukupno 48.500 domjenaka u ovih 27 godina.

Mislim da je šesta godina kada smo se odlučili za halal certificiranje, jer smo shvatili da u našoj tržišnoj niši u tom trenutku uopće nije postojao halal certificiran catering. Postupak je bio zahtjevan, ali imali smo i HACCP

i ISO certifikat, pa nam je halal bila nadogradnja na već postojeće i poslovne uzance i postupke unutar same kuhinje. Tako da je postupak bio relativno bezbolan, implementacija je išla relativno dobro i brzo, istaknuo je **Jurica Protić, direktor Zvona cateringa.**

#### KAKO ISKORISTITI PONUĐENE MOGUĆNOSTI?

Imamo jedan od najkvalitetnijih certifikacijskih procesa, akreditaciju, imamo alate. Centar nam je dao alate, a na nama je, turističkim agencijama, hotelskim kućama, na cateringu, na restoranima, na OPG-ovima, da to oruđe konkurentnosti koje smo dobili, koje je iznimno adaptabilno, znači prilagođava se segmentu koji je financijski potentan i koji će do 2023. potrošiti 275 milijardi dolara za turizam, da to na tržištu valoriziramo, poručila je Jurković Majić. Mi smo ti koji to oruđe trebamo iskoristiti, ustvrdila je, osvrćući se na moderatora panela koji je vlasnik i glavni urednik medija, da se nismo u regiji bavili halal medija, što je sa šerijatskim oglašavanjem.

Velike prednosti su i u spa turizmu, gdje se razvijaju se posebni načini konkurentnosti, a jako bitan je podatak da 54 % islamske populacije turista koje mi očekujemo do 2030. godine bit će mlađe od 30 godina. Njima moramo ponuditi spoj novih tehnologija, aplikacija, doživljaja.... smatra.

Jesmo jedni drugima konkurencija, ali premali smo da bi konkurirali jedni drugima na svjetskom tržištu. Zato je potrebno ostati u kontaktu, razmjenjivati iskustava i otvarati mogućnosti, jer nije

dovoljno na autocesti prema Srbiji imati samo jedan halal restoran, a znamo koliko turskih putnika putuje i u grupama i pojedinačno od Turske do Njemačke i obrnuto, napominje Jurković Majić.

Što se tiče dobavljača, njih nije problem naći, i sami ih educiramo. Veći problem vidim u nedostatku proširenja ponude na brojne ne samo ugostiteljske objekte. U naš sustav dolaze gosti koji standardno zahtjevaju halal uslugu, prije svih iz Saudijske Arabije, Kuvajta, Katara, Malezije, Emirata. Brojni privrednici razmišljaju u smislu da njima nije potreban certifikat s obzirom da smo mi već prepoznati kao halal zemlja te iz tog razloga ne posežu za certificiranjem, ocijenila je Bajrović.

Zvona catering su bili prvi u svojoj tržišnoj niši, kazao je Protić. Vrlo brzo se to pokazalo kao dobitak, jer smo se kroz godine etablirali, imamo stalne klijente među veleposlanstvima, među privatnim fizičkim osobama, često kada turističke agencije dolaze u Hrvatsku i imaju turiste islamske vjero-

“**Jesmo jedni drugima konkurencija, ali premali smo da bi konkurirali jedni drugima na svjetskom tržištu. I to je onda naša prednost**

ispovijesti, prvo nas zovu. Radili smo i sa Islamskom zajednicom i u svakom slučaju nismo požalili. Eto, i u pandemiji smo prije nekoliko dana imali dva halal cateringa, tako da smo vrlo zadovoljni sa direktnim učincima, pohvalio se Protić.

Da, halal certifikat mijenja stvari. Sigurno ne bi uopće dobili taj nogometni turnir. A pazite, Indonezija je bila mjesec dana. Dakle, sportske grupe s tih tržišta, koja planiraju sportske pripreme ili kongrese, to znaju, a prednost je i položaj, dobra povezanost i blizina svih troje aerodroma - Zagreba, Ljubljane ili Budimpešte. Imamo i kvalitetne sportske terene, što je također jedan od must have kriterija i bez njega bi jednostavno mogli zaboraviti na to tržište, pojasnio je Nekić. Smatra da bi svakome trebalo biti interesantno ishoda certifikata, a onda nakon toga i promocija na tržištima, nuđenja svojih usluga i pokušavanje dovesti goste u destinaciju!

Gosti iz Saudijske Arabije, Emirata i ostalih zemalja, kod nas se uglavnom zadržavaju 10 do 15 dana. Veliki su potrošači i generalno najzahtjevniji tip gostiju. Prostora za paket, regionalni paket i povezivanje kroz zajedničke promocije - ima, smatra Bajrović.

Potencijal halal tržišta je daleko veći nego je percipiran. Država bi trebala potaknuti i promovirati uključivanje što većeg broja segmenata - od OPG proizvođača, proizvođača hrane, velikih hotela, restorana, cijele industrije - u halal certificiranje, čime ćemo kao destinacija automatski rasti, a kroz to raste i suradnja sa susjednim zemljama, ocijenio je Protić. Dodao je da prvo moramo krenuti

## “Halal se ne bi trebao gledati samo kao neki vjerski znak koji propagira jednu vjeru, već kao znak iza kojeg stoji i sigurna i provjerena hrana, neki zdrav način života koji je sve veći trend ne samo u našem regionu nego svugdje po svijetu

od sebe, jer iako je napravljeno dosta, ni Hrvaska nije dovoljno prepoznala zaista ogroman potencijal halal turizma!

Upitan za novi pogon, Protić odgovara kako su pri kraju upogonjenja 1800 kvadrata. Sada završavamo polako, malo nas je potres i korona izbacila iz kolosijeka, ali evo sada smo pri kraju toga. Dodao je kako Hrvatska i BiH imaju puno komparativnih prednosti te da sve to treba sada dobro ukomponirati u cijelu priču i u tom segmentu ponuditi halal tržištu!

Hrvatska kao mala zemlja mora pronalaziti uske niše. Moja je teza da smo trebali snažnije krenuti u klaster, izvozni klaster, u kojem bi prije svega bili proizvođači hrane. Podsjećam, Jana je temeljem košer certifikata ušla i opskrbljuje NATO snage. Dakle, svi trebamo udružiti snage – od lokalne zajednice, država, resornih ministarstva, komore, agencija – i pronaći interes, smatra Jurković Majić.

Moderator je pritom istaknuo kako su jedini klasteri u Hrvatskoj koji je uspio proizvođače okupiti, onaj auto dijelova te obrane, jer se mnogi neće udružiti iz prostog razloga koji nije samo hrvatski,

on je i bosanskohercegovački ili srpski u ovom trenutku sasvim nebitno, a to je tko je gazda. Mi smo vrlo skeptični dati bilo koji dio svog suvereniteta nekom drugom da vodi taj klaster u ime nas, ustvrdio je Buković.

Proizvodi se proizvode u tvornicama, a brendovi nastaju u glavama, dakle emocija koju mi svi podnesemo i prepoznamo je mjerilo. Što bi trebala biti identifikacija i u halal dijelu u hrvatskom turizmu, zapitao je moderator.

Konkretno na slučaju Termi Sveti Martin, ono što možemo ponuditi i što u biti do sada i radimo, je sportski turizam, segment sportskog turizma, definitivno klimatski uvjeti koji su za pripreme sportaša kod nas iznimno kvalitetni. Isto tako treba iskoristiti sportske uspjehe naših sportaša, počevši od nogometne reprezentacije! Uzmimo primjer Indonezije, nebrojeno veće države od Hrvatske. Došli su i strastveno su se pripremili za te pripreme, snimali svaki trening, svaku utakmicu, radili analize, itd. U biti su došli učiti od naših kako trenirati nogomet, kako dići svoju reprezentaciju. Dakle, razvoj sportskog turizma, konkretne ponude za sportski turizam, zatim zdrav-

stveni turizam te kongresni turizam, su bitni segmenti. Moramo prestati gledati s paluba, treba gledati s jarbola, jer se puno dalje vidi. Nekad se previše bavimo mikro tematikama i mikro problemima umjesto da radimo strateški, smatra Nekić.

Za Berinu Bajrović ključ razvoja leži u promjeni svijesti, gledanja na određene stvari. Svatko od svakog može učiti. Hrvatska i nije toliko dobra u zimskom turizmu, ali jest Srbija, a i BiH se razvija. Halal se ne bi trebao gledati samo kao neki vjerski znak koji propagira jednu vjeru, već kao znak iza kojeg stoji i sigurna i provjerena hrana, neki zdrav način života koji je sve veći trend ne samo u našem regionu nego svugdje po svijetu. Biznis je mentalitet, dakle to razvijanje svijesti o zdravlju, koje se, eto, s vremenom i godinama mijenja. Dakle, sve mlađe i generacije su sve više i više okrenute tom zdravom načinu života, naglašava.

Potrošač ima pravo zahtijevati sve proizvode i usluge sukladno svim svojim preferencijama posebno religijskim i kulturnim, društvenim, prisnažila je Jurković Majić.

Četiri riječi kojim bi zatvorio panel bi bile - edukacija, komunikacija, promocija i umrežavanje. I u stilu čovjeka koji ima jedno krasno prezime zove se Charles Catering nije ništa u rodu, ali mu je takvo ime, izumitelj je iz Amerike. On je rekao ne želim govoriti o prošlosti nego samo o budućnosti jer tamo namjeravam ostati i preživjeti dio svog života! S tom porukom, moderator Darko Buković, zatvorio je zadnji panel prvog Halal Business Foruma.



# Vidimo se na Halal Business Forumu 2022.

**Edukacija, komunikacija, promocija i udruživanje, poruke su prvog Halal Business Forumu,** koji namjerava biti ne samo tradicionalno godišnje okupljanje, već i platforma i specijalizirani servis za halal mnogobrojnim dionicima - od industrije, neprofitnih organizacija, predstavnika državnih tijela, rukovoditelja poslovnog i hotelskog menadžmenta, putničkih agencija, jedinica lokalne samouprave, sveučilišnih predavača, znanstvenih istraživača, financijskih institucija, kupaca i trgovačkih posjetitelja.

Vrijednost halal tržišta u EU zemljama procjenjuje se na 66 milijardi dolara, s rastom svake godine između 2 i 3 postotna poena.

U EU se, inače, proizvodi jako velik broj halal proizvoda kako za potrebe domaće populacije, ali istodobno jako puno za izvoz.

I Hrvatska ima nekoliko takvih primjera, poput najveće tvornice baklave u Europskoj uniji, smještene nedaleko Zagreba, koja gotovo cjelokupnu proizvodnju izvozi na brojna tržišta, za što je jedan od bitnih izvoznih aduta bio upravo halal certifikat.

Fokusirajući se na pitanja koja su najrelevantnija za današnju globalnu halal industriju, koja raste iz godinu u godinu, Halal Business Forum osmišljen je kako bi potaknuo novo razmišljanje i djelovanje, istovremeno pružajući jedinstveno mrežno okruženje za povezivanje kvalificiranih kupaca s proizvođačima i dionicima u različitim segmentima proizvodnje i u turizmu.

Vidimo se na Halal Business Forumu 2022!, poručio je Aldin Dugonjić, rukovoditelj Centra za certificiranje halal kvalitete i direktor Halal Business Forumu.

Nakladnik:  
**Halal Business Forum**

Za nakladnika:  
**dr. Aldin Dugonjić**

Izvršni urednik:  
**Darko Buković**

Produkcija:  
**Poslovni FM**

Dizajn i grafika:  
**Duplicera**

Govorni sadržaj pretvoren je u tekst pomoću umjetne inteligencije, korištenjem platforme Beey tvrtke NEWTON Technologies Adria d.o.o., partnera prvog poslovnog radija PoslovniFM.

Poslušajte i specijalnu emisiju Halal Business Info, koju je pripremio PoslovniFM.





## ZAGREB

October 4<sup>th</sup> and 5<sup>th</sup>, 2022

