



PHILIP MORRIS
OPERATIONS A.D. NIS



SCIENCE
TECHNOLOGY
PARK
NIS



НАУЧНО
ТЕХНОЛОШКИ
ПАРК
НИШ

VODIČ ZA IZVOZ NA TRŽIŠTA NORDIJSKIH ZEMALJA



STARTECH



EXPORT
HUB NIS

VODIČ ZA IZVOZ NA TRŽIŠTA NORDIJSKIH ZEMALJA

Izdavač:
NALED

Za izdavača:
Violeta Jovanović

Urednik:
Dušan Vasiljević

Autorski tim:
Aleksandra Branković
Marija Suzić
Jovana Stefanović



Izvor: Freepik.com

© 2025 NALED. Ovaj dokument je pripremila Laboratorija inovativnih javnih politika NALED-a, u okviru StarTech projekta, uz podršku kompanije Philip Morris. Analize, tumačenja i zaključci izneti u ovom izveštaju ne moraju nužno odražavati stavove članova ili organa NALED-a. Svi naponi su učinjeni kako bi se osigurala pouzdanost, tačnost i ažurnost informacija iznetih u izveštaju. NALED ne prihvata bilo kakav oblik odgovornosti za eventualne greške sadržane u izveštaju ili nastalu štetu, finansijsku ili bilo koju drugu, proisteklu u vezi sa njenim korišćenjem. Korišćenje, kopiranje i distribucija sadržaja ovog izveštaja dozvoljena je isključivo u neprofitne svrhe i uz odgovarajuće naznačenje imena, odnosno priznavanje autorskih prava NALED-a.

Sadržaj

Spisak skraćenica.....	6
1. UVOD.....	7
2. PROFIL NORDIJSKIH ZEMALJA.....	8
3. SARADNJA SRBIJE SA NORDIJSKIM ZEMLJAMA.....	15
Ugovorni odnosi Srbije i nordijskih zemalja	15
Visokotehnoške i inovativne politike nordijskih zemalja: mogućnosti za startape iz Srbije.....	16
4. ULAZAK NA TRŽIŠTE.....	18
Uspostavljanje kontakta sa kupcem/partnerom na nordijskom tržištu	18
5. SPECIFIČNOSTI POSLOVNE KULTURE I NAVIKE POTROŠAČA.....	21
Poslovna komunikacija i poslovni kodeks	21
Preferencije potrošača	22
6. PRILAGOĐAVANJE MARKETING MIKSA NORDIJSKOM TRŽIŠTU.....	24
Proizvod	24
Određivanje cene	22
Logistika i distribucija.....	26
Promocija	29
7. REGULATORNI ZAHTEVI PRILIKOM UVOZA NA TRŽIŠTE NORDIJSKIH ZEMALJA.....	31
Uvozne procedure	31
Zaštita intelektualne svojine.....	33
Dokazi o usaglašenosti i druge procedure pre stavljanja proizvoda u promet	34
Produžena odgovornost proizvođača.....	35
Ostali regulatorni zahtevi	36
8. Korišćeni izvori.....	38

Spisak skraćenica

AI	Veštačka inteligencija (eng. <i>Artificial Intelligence</i>)
B2B	Saradnja između poslovnih subjekata (eng. <i>Business-to-business</i>)
B2C	Prodaja proizvoda ili usluge potrošačima (eng. <i>Business-to-customer</i>)
BDP	Bruto domaći proizvod
CN	kombinovana carinska nomenklatura koja se primenjuje u EU (eng. <i>Combined Nomenclature</i>)
DKK	Danska kruna
EEA	Evropska ekonomska zona (eng. <i>European Economic Area</i>). Predstavlja zajedničko tržište EU i država EFTA (izuzev Švajcarske).
EORI	Registarski broj ekonomskog subjekta koji uvozi ili izvozi robu u EU (eng. <i>Economic Operator Identification and Registration</i>)
EPR	produžena odgovornost proizvođača (eng. <i>Extended producer responsibility</i>)
EU	Evropska unija
EUR	Evro
EFTA	Evropsko udruženje za slobodnu trgovinu (eng. <i>European Free Trade Association</i>)
ECB	Evropska centralna banka (eng. <i>European Central Bank</i>)
IKT	Informaciono-komunikacione tehnologije
IR	Istraživanje i razvoj
ISK	Islandska kruna
IT	Informacione tehnologije
MSP	Mala i srednja preduzeća
NOK	Norveška kruna
PDV	Porez na dodatu vrednost
SAD	Jedinstvena carinska isprava u EU (eng. <i>Single Administrative Document</i>)
SEK	švedska kruna
TARIC	Integrisana tarifa EU (fr. <i>Tarif Intégré de la Communauté</i>)
TK	Telekomunikacije
USD	Američki dolar

Uvod

„Vodič za izvoz na tržišta nordijskih zemalja“ izrađen je u okviru *StarTech* projekta za promociju inovacija i tehnološkog razvoja u Srbiji, koji sprovodi NALED u saradnji sa Vladom Republike Srbije, a uz podršku kompanije Filip Moris u Srbiji. *StarTech* projekat ima za cilj pružanje podrške razvoju startup ekosistema, pomoć visokotehnološkom preduzetništvu u Srbiji da postane pokretač ekonomskog rasta i da učini inovacije sastavnim delom strategije razvoja biznisa.

Važan segment projekta jeste podrška startapima koji teže širenju poslovanja i predstavljanju svojih proizvoda i usluga na inostranom tržištu. Upravo u tom cilju, NALED je pripremio dve publikacije posvećene zemljama Nordijskog regiona.

„Analiza tržišta nordijskih zemalja“ opisuje ključne karakteristike startup ekosistema i uopšte inovativnih i visokotehnoloških delatnosti u ovim zemljama. Velika pažnja posvećena je merama koje država sprovodi, jer su stimulatívno regulatorno okruženje i izdašno finansiranje naučno-tehnološkog razvoja, uz sinergiju velikog broja različitih mera i partnerstvo javnog i privatnog sektora, doprinieli tome da nordijske zemlje spadaju među tehnološki najnaprednije i najkonkurentnije ekonomije u svetu. Pored toga, Analiza pruža

prikaz odnosa Srbije i pojedinačnih nordijskih zemalja, kao i mogućih mera podrške i poslovnih prilika za startape iz Srbije.

„Vodič za izvoz na tržišta nordijskih zemalja“, koji je pred Vama, predstavlja sažet pregled najbitnijih aspekata koje startapi iz Srbije treba da razmotre prilikom pripreme plana izvoza na tržišta nordijskih zemalja. U poglavljima koja slede potrudili smo se da ukratko pojasnimo regulatorne procedure za izvoz na ova tržišta, poput carinskog postupka, pravila o označavanju proizvoda ili dokazivanja usaglašenosti robe, i da ukažemo na specifičnosti koje se odnose na visokotehnološke i inovativne proizvode. Pored toga, bavimo se relevantnim aspektima nordijske poslovne kulture i preferencijama i navikama potrošača u ovom regionu. Upravo te specifičnosti, kao i veoma razvijena međusobna saradnja i regionalna povezanost, čine Nordijski region po mnogo čemu jedinstvenim.

U nastojanju da Vodič bude praktičan i relevantan, sadržaj smo propratili vezama na kontakt podatke nadležnih institucija nordijskih zemalja ili na druge relevantne *online* sadržaje, tako da čitalac može temeljno da se informiše o specifičnoj temi za koju je zainteresovan.

2 | Profil nordijskih zemalja

Nordijski region čini pet zemalja na krajnjem severu Evrope – **Norveška, Švedska, Danska, Finska i Island**. Reč je o ne samo geografski, već i kulturološki bliskim zemljama, sa dosta zajedničkih karakteristika kada je reč o istorijskoj tradiciji, životnim vrednostima, prioritetima i

Norveška, Švedska i Finska su smeštene na Skandinavskom poluostrvu, pa su poznate i kao skandinavske zemlje. U ovu grupu se često svrstava i Danska, iako zapravo pripada kontinentalnoj Evropi.

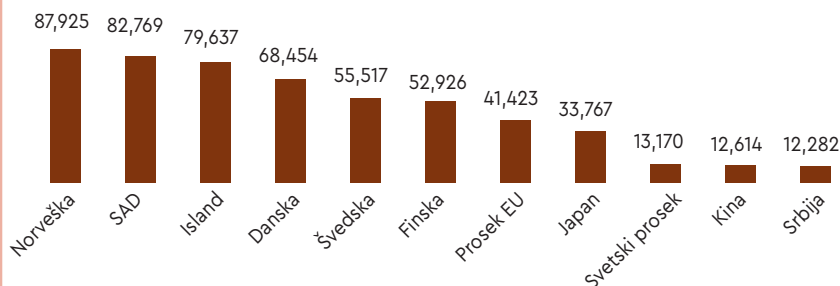
pristupu upravljanju državom, kao i sa srodnim jezicima. Ovaj region predstavlja **jedno od ekonomski najrazvijenijih područja na svetu**. Nordijske zemlje su veoma konkurentne, otvorene, snažno integrisane u međunarodnu ekonomiju, sa visokim učešćem izvoza u bruto domaćem proizvo-

vodu. Takođe, imaju dinamičan sektor malih i srednjih preduzeća koji ima veliki značaj u privrednoj aktivnosti.

U privrednoj strukturi veliko učešće imaju uslužne delatnosti (trgovina, saobraćaj, turizam) i sektor države, ali i industrija je i dalje značajna. Veoma su razvijene visokotehnološke industrijske delatnosti, poput proizvodnje farmaceutskih proizvoda i medicinske opreme, saobraćajnih sredstava (automobili i brodovi) i elektronike (pre svega telekomunikacioni uređaji i oprema), a u Norveškoj i petrohemijских proizvoda. Ono po čemu su nordijske zemlje naročito napredne jeste da inovacije i visoke tehnologije uvode i u tradicionalne delatnosti, kao što su poljoprivreda, ribarstvo, rudarstvo, energetika, drvna industrija i proizvodnja nameštaja. Ovakav pristup je rezultat značajnih **ulaganja u obrazovanje i istraživačko-razvojne aktivnosti**, zbog čega su nordijske zemlje među vodećima u svetu u domenu inovacija i naučno-tehnološkog razvoja. I pored visokog nivoa razvoja i primene tehnologija, nordijski narodi i dalje žive u saglasju s

NIVO PRIVREDNOG RAZVOJA NORDIJSKIH ZEMALJA

Kao mera razvijenosti neke privrede obično se uzima vrednost ostvarenog bruto domaćeg proizvoda po glavi stanovnika*. Prema ovom pokazatelju, Norveška spada u jednu od 10 najrazvijenijih zemalja na svetu, ali i ostale nordijske zemlje se nalaze u svetskom vrhu prema nivou razvijenosti. Kao što se može uočiti na grafikonu, vrednost BDP po glavi stanovnika u svim nordijskim državama je viša od proseka Evropske unije.



Izvor podataka: **Baza podataka Svetske banke**

* Bruto domaći proizvod (BDP) pokazuje vrednost ukupne proizvodnje robe i usluga na teritoriji jedne zemlje tokom posmatranog perioda. Visok nivo BDP po glavi stanovnika u odnosu na druge zemlje u načelu bi trebalo da ukazuje na to da posmatrana zemlja proizvodi relativno više dobara i usluga, tj. da ima razvijeniju privredu.

prirodom, i veoma su posvećeni očuvanju životne sredine i prirodnih resursa. Zbog toga su lideri u domenu cirkularne ekonomije i naročito primeni tzv. zelenih tehnologija.

Visok nivo životnog standarda je još jedna zajednička karakteristika nordijskih država. Uz razvijenu privredu, tome doprinosi i sprovođenje politika koje unapređuju kvalitet života svih građana, kao što su ulaganja u saobraćajnu i komunalnu infrastrukturu, obrazovanje, zdravstvo, socijalnu zaštitu, kulturne i sportske aktivnosti. Ovakav model društveno-ekonomskih politika karakterističan za nordijske zemlje poznat je kao *država blagostanja*. Fokus na stvaranju jednakih uslova za sve kao rezultat ima i to da čak i teritorijalno najizolovanije i klimatski najizazovnije oblasti takođe imaju zadovoljavajući nivo razvijenosti infrastrukture i dobre uslove za funkcionisanje privrede i život građana. Međutim, sprovođenje ovakvih politika košta, pa su nordijske zemlje poznate i po visokom nivou poreskog opterećenja privrede i građana.

Ono po čemu se nordijske države, barem načelno, razlikuju, jeste političko uređenje – Island i Finska predstavljaju republike, a preostale tri zemlje monarhije. Međutim, suštinski, sve funkcionišu kao parlamentarne demokratije.

Nordijske zemlje prepoznaju značaj nadnacionalne saradnje, a naročito regionalne saradnje. Još 1950-ih uspostavljena je **Nordijska saradnja**, kao mehanizam saradnje i koordinacije politika u ovom regionu. Zahvaljujući tome, nordijske zemlje imaju visok nivo usklađenosti politika u različitim oblastima. Neke od prioritarnih oblasti saradnje uključuju, između ostalog, istraživanje i razvoj, inovacije, digitalizaciju i bioekonomiju. Pored toga, **Danska, Finska i Švedska su članice Evropske unije; Island i Norveška**, iako nisu članice, **učestvuju u jedinstvenom evropskom tržištu**, i usklađuju svoje politike sa EU i u drugim oblastima. Finska je jedina članica Evrozone, odnosno koristi evro kao svoju valutu, dok su u ostalim zemljama zadržane nacionalne valute. Sve nordijske države obuhvaćene su Šengenskom zonom.

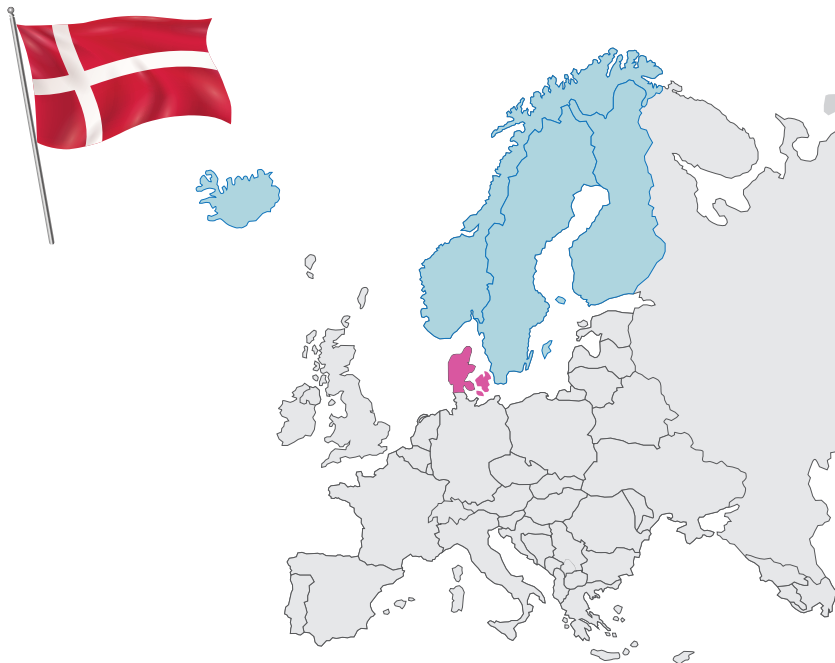
INSTITUCIONALNIZOVANI OBLICI SARADNJE U OKVIRU NORDIJSKOG REGIONA

Evropska unija predstavlja ekonomsku i političku uniju 27 zemalja članica, uključujući tri nordijske zemlje – Dansku, Švedsku i Finsku.

EFTA (eng. European Free Trade Association) je regionalna ekonomska grupacija koju čine dve nordijske zemlje – Norveška i Island, kao i Lihtenštajn i Švajcarska.

Evropski ekonomski prostor (eng. European Economic Area – EEA) predstavlja ekonomski prostor koji čine EU i 3 zemlje EFTA (izuzev Švajcarske), u okviru koga je omogućeno slobodno kretanje ljudi, kapitala, robe i usluga. U te svrhe, zemlje EFTA direktno primenjuju politike EU u pojedinim oblastima, uprkos tome što nisu članice EU.

Nordijska saradnja predstavlja institucionalizovani vid saradnje između nordijskih zemalja. U te svrhe uspostavljeni su Nordijski savet, kao telo međuparlamentarne saradnje, i Nordijski savet ministara, gde predstavnici nacionalnih vlada učestvuju u zajedničkim radnim telima.



Danska¹

Geografske karakteristike. Danska je najjužnija nordijska država, koja geografski obuhvata veći deo poluostrva Jutland između Baltičkog i Severnog mora, i veći broj ostrva, od kojih je najveći Zeland. Pretežno je nizijska. Teritorijalno, Danskoj pripadaju i Farska ostrva i Grenland, koja imaju visok nivo autonomije u okviru Danske, i nisu članice EU.

Demografija. Danska je gusto naseljena, u njoj živi gotovo 6 miliona stanovnika. Glavni grad Kopenhagen je najveći (grad ima gotovo 670 hiljada stanovnika, a šire urbano područje oko 1,4 miliona), a više od 100 hiljada stanovnika imaju i Arhus, Odense i Alborg.

Privredna struktura. U strukturi BDP-a i naročito zaposlenosti dominira uslužni sektor, ali je industrija i dalje očuvala značaj. Od visokotehnoloških i inovativnih delatnosti posebno su važni farmaceutska industrija i druge biomedicinske delatnosti, proizvodnja turbina za vetrogeneratore i uopšte *cleantech* segment, a u planovima za budućnost fokus se stavlja na razvoj kvantnih tehnologija, robotike i primene veštačke inteligencije u različitim oblastima. Primeni inovacija i tehnoloških rešenja u poljoprivredi i prehrambenoj industriji se takođe posvećuje pažnja.

Evropske integracije. Danska je punopravna članica EU (sa izuzetkom Grenlanda i Farskih ostrva²), i deo je Šengenskog prostora. Ne učestvuje u Evrozoni, već je zadržala dansku krunu kao zvaničnu valutu (1 EUR ≈ 7,5 DKK).



Izvor: Freepik.com

¹ Korišćeni izvori: Danmarks Statistik, Denmark.dk, Invest in Denmark, ECB: Euro foreign exchange reference rates, Nordijska saradnja: Info Norden

² Farska ostrva i Grenland nisu članice EU, s tim što Grenland učestvuje u zajedničkom evropskom tržištu. Ove teritorije nisu deo ni Šengenske zone, ali omogućen je bezvizni pristup državljanima Srbije i drugih zemalja koje imaju bezvizni režim sa EU.

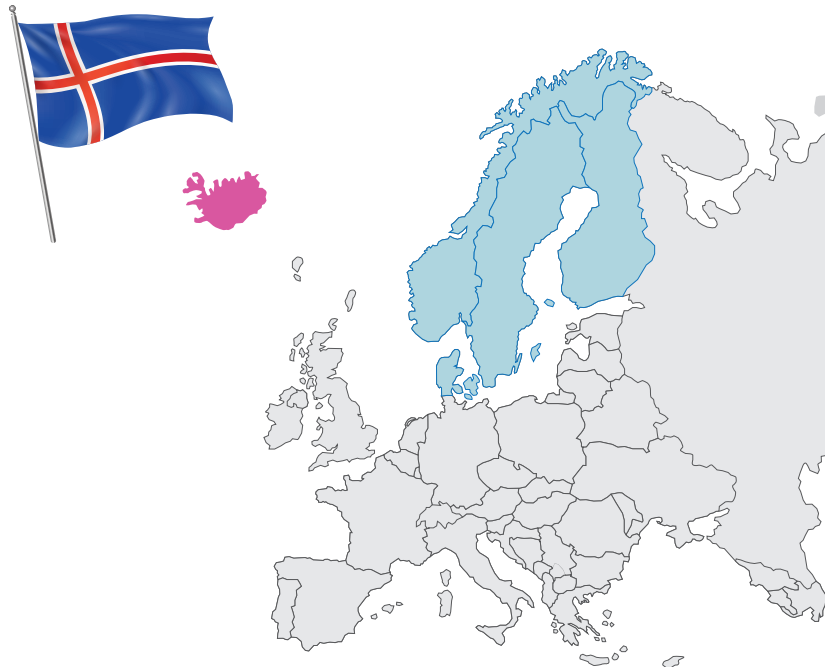
Island³

Geografske karakteristike. Island je ostrvska država u Atlantskom okeanu i po položaju predstavlja najzapadniju evropsku državu. Ostrvo je veoma geološki aktivno, sa vulkanima i gejzirima, a veliki deo teritorije pokriven je i lednicima.

Demografija. Island je slabo naseljeno ostrvo, 390 hiljada stanovnika je koncentrisano u užem priobalnom području. Najveći broj (oko 240 hiljada) živi u glavnom gradu Reykjaviku.

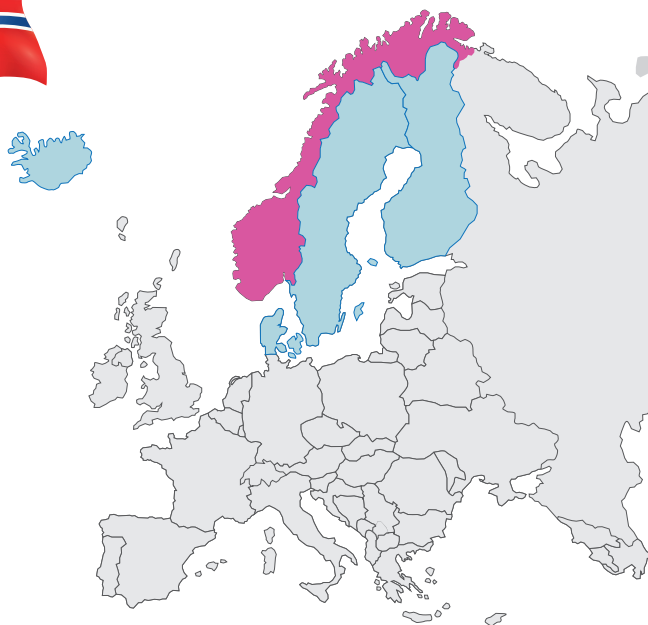
Privredna struktura. Za razliku od ostalih nordijskih država, glavna privredna grana u Islandu je ribarstvo, a poslednjih godina postali su značajni turizam i prerada aluminijuma, zahvaljujući jeftinoj električnoj energiji dobijenoj iz obnovljivih izvora. Od nedavno su počele da se razvijaju i visokotehnološke delatnosti, i to biotehnologije i softversko inženjerstvo. Valuta je islandska kruna (1 EUR ≈ 144 ISK).

Evropske integracije. Island je članica EFTA i nije članica EU. I pored toga ima snažne veze sa EU, ima pristup zajedničkom tržištu kroz učešće u Evropskoj ekonomskoj zoni, a takođe je i deo Šengenske zone.



Izvor: Freepik.com

³ Korišćeni izvori: sajt Vlade Islanda, ECB: Euro foreign exchange reference rates, Nordijska saradnja: Info Norden



Norveška⁴

Geografske karakteristike. Norveška se pruža severnim delom Skandinavskog poluostrva, duž Norveškog mora, i veliki deo teritorije čine planine, guste šume i fjordovi koji su slabo naseljeni.

Demografija. U Norveškoj živi oko 5,5 miliona stanovnika, pretežno u južnijim priobalnim područjima. U glavnom gradu Oslu i njegovoj okolini stanuje više od milion stanovnika, a ostala urbana područja koja imaju preko 100 hiljada stanovnika su Bergen, Trondhajm, Dramen i aglomeracija Stavanger-Sandnes.

Privredna struktura. Specifičnost privredne strukture Norveške u odnosu na ostale nordijske zemlje su bogata nalazišta nafte u Severnom moru, tako da ekstrakcija i prerada nafte i gasa i petrohemijska industrija predstavljaju najvažnije privredne delatnosti. Pored toga, tradicionalno su značajni ribarstvo, brodarstvo, turizam, kao i proizvodnja metala zahvaljujući bogatim nalazištima ruda. Poslednjih godina Norveška radi na razvoju novih tehnologija u domenu zelene energije, hvatanja i skladištenja ugljen-dioksida, poljoprivrede i svemirskih tehnologija (pre svega sateliti). Još jedna važna specifičnost Norveške jeste državno vlasništvo u strateškim delatnostima. Valuta je norveška kruna (1 EUR ≈ 12 NOK).

Evropske integracije. Slično kao Island, Norveška je članica EFTA i kroz učešće u Evropskoj ekonomskoj zoni ima snažne veze sa EU, iako nije njena članica. Deo je Šengenske zone.



Izvor: Freepik.com

⁴ Korišćeni izvori: Statistics Norway, ECB: Euro foreign exchange reference rates, Nordijska saradnja: Info Norden

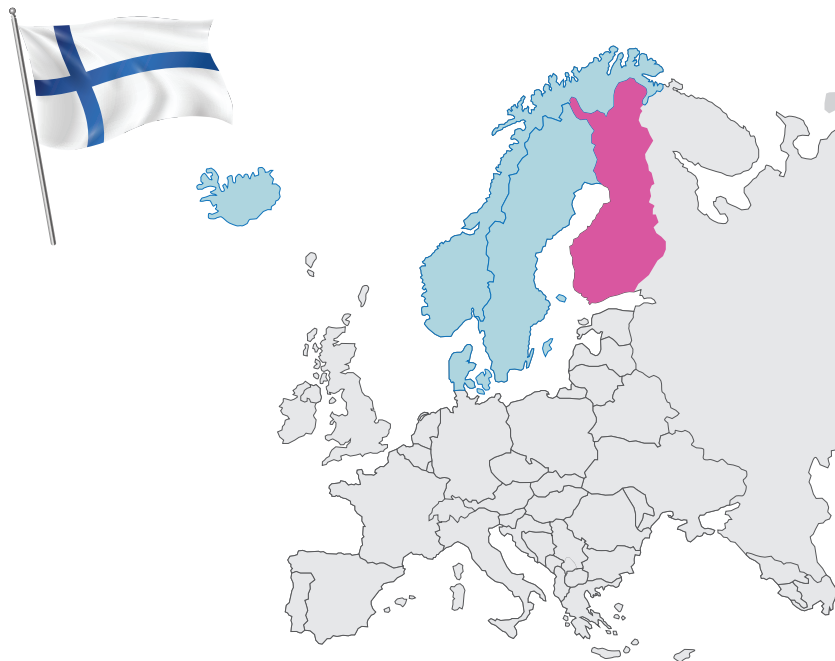
Finska⁵

Geografske karakteristike. Finska zahvata istočni deo Skandinavskog poluostrva, duž Botničkog i Finskog zaliva u Baltičkom moru. Teritorija je pretežno nizijska, prekrivena šumama i ispresecana brojnim jezerima. Finskoj pripada i arhipelag Aland u Baltičkom moru, koji ima široku autonomiju i specijalan status u okviru Finske i EU.

Demografija. U Finskoj živi 5,6 miliona stanovnika. Najveći je glavni grad Helsinki (sa blizu 700 hiljada stanovnika u samom gradu, i 1,2 miliona u širem regionu), a gradovi koji broje preko 100 hiljada stanovnika su i Espo, Tampere, Turku, Vanta, Oulu, Jiveskile i Kuopio.

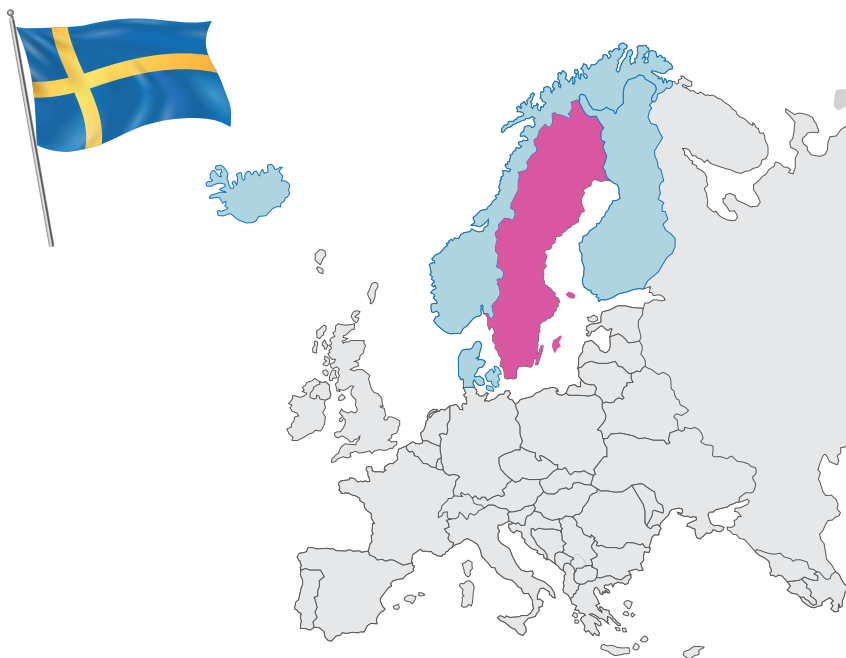
Privredna struktura. U Finskoj dominiraju uslužne delatnosti (uključujući javni sektor), ali se očuvao i značaj industrije, posebno proizvodnje metala, prerade drveta, i brodogradnje. Neke od dominantnih delatnosti su visokotehnološke, poput telekomunikacija i elektronske industrije, a poslednjih godina Finska postaje jedan od lidera i u oblasti napredne proizvodnje (automatizacija i robotika), kvantnog računarstva i zelene energetike.

Evropske integracije. Finska je punopravna članica EU (sa izuzetkom arhipelaga Aland), učestvuje u Šengenskom sporazumu, i jedina je nordijska zemlja koja je članica Evrozone, tako da koristi evro kao zvaničnu valutu.



Izvor: Freepik.com

⁵ Korišćeni izvori: Statistics Finland, Business Finland, ECB: Euro foreign exchange reference rates, Nordijska saradnja: Info Norden



Švedska⁶

Švedska po mnogim karakteristikama predstavlja najveću nordijsku zemlju.

Geografske karakteristike. Švedska je, prema površini teritorije, najveća nordijska zemlja i jedna od najvećih u Evropi. Smeštena je u središnjem delu Skandinavskog poluostrva, između Norveške i Finske i izlazi na Baltičko i Norveško more. Južni deo teritorije je pretežno nizijski, a severni planinski, prekriven šumama i lednicima.

Demografija. Švedska je, sa 10,5 miliona stanovnika, najmnogoljudnija nordijska zemlja. Najveći je glavni grad Stokholm (sa bezmalo milion stanovnika u samom gradu, odnosno 2,4 miliona u široj oblasti). Postoji veći broj gradova koji broje više od 100 hiljada stanovnika, a među njima su najveći Geteborg, Malme, Upsala, Linčeping, Vesteros, Erebro, Helsingborg i Jenčeping.

Privredna struktura. Švedska predstavlja najveću nordijsku ekonomiju prema vrednosti stvorenog BDP-a. Neke od glavnih privrednih grana su visokotehnološke, poput telekomunikacija, automobilske i farmaceutske industrije. Neke od tradicionalnih delatnosti, kao što su drvena industrija i proizvodnja čelika i drugih metala su uspele da se modernizuju i zadrže svoj značaj.

Evropske integracije. Švedska je punopravna članica EU, učestvuje u Šengenskom sporazumu, ali ne i u Evrozoni. Zvanična valuta je švedska kruna (1 EUR ≈ 11 SEK).



Izvor: Freepik.com

⁶ Korišćeni izvori: Statistics Sweden, ECB: Euro foreign exchange reference rates, Nordijska saradnja: Info Norden

3 | Saradnja Srbije sa nordijskim zemljama

Ugovorni odnosi Srbije i nordijskih zemalja

Srbija ima diplomatska predstavništva u rang u ambasade u svim nordijskim zemljama izuzev Islanda. Island pokriva Ambasada u Norveškoj na nerezidencijalnoj osnovi, a postavljen je i počasni konzul. Budući da sve ove države učestvuju u Šengenskoj zoni, omogućen je bezvizni režim ulaska za državljane Srbije, pod propisanim uslovima.

Kada je reč o ekonomskim odnosima, oni su pre svega zasnovani na Sporazumu o stabilizaciji i pridruživanju¹ i Sporazumu o slobodnoj trgovini sa EFTA². Zahvaljujući ovim sporazumima, Srbija uživa povlašćeni režim u trgovini na jedinstvenom tržištu evropske ekonomske zone. Pored toga, zaključeni su sporazumi o izbegavanju dvostrukog oporezivanja sa svim nordijskim zemljama, izuzev Islanda, i sporazumi o podsticanju i zaštiti ulaganja sa Danskom, Finskom i Švedskom.

Povlašćeni režim znači da se za većinu proizvoda koji se izvoze iz Srbije u EU i EFTA primenjuju nulte ili niže carinske stope. Uslov za korišćenje povlašćenog statusa u trgovini jeste da se zadovolje uslovi o poreklu robe.

Na ovom mestu treba pomenuti da, za sada, nisu razvijeni specifični vidovi podrške startapima iz Srbije koji su zainteresovani da posluju na tržištima Nordijskog regiona. Raspoložive su opšte mere podrške internacionalizaciji poslovanja koje sprovodi Razvojna agencija Srbije

Diplomatska predstavništva Srbije u zemljama Nordijskog regiona, kao i zemalja Nordijskog regiona u Srbiji

Diplomatska predstavništva Srbije

Ambasada u Danskoj <https://www.copenhagen.mfa.gov.rs>

Ambasada u Norveškoj <https://www.oslo.mfa.gov.rs/>

Ambasada u Finskoj <http://www.helsinki.mfa.gov.rs/>

Ambasada u Švedskoj <http://stockholm.mfa.gov.rs/index.php>

Diplomatska predstavništva nordijskih zemalja

Ambasada Kraljevine Danske <https://serbien.um.dk/sr>

Ambasada Kraljevine Norveške <https://www.norway.no/en/serbia/>

Ambasada Finske <https://finlandabroad.fi/web/srb/frontpage>

Ambasada kraljevine Švedske
<https://www.swedenabroad.se/en/embassies/serbia-belgrade/>

Ambasada Islanda u Berlinu na nerezidencijalnoj osnovi
<https://www.government.is/diplomatic-missions/embassy-of-iceland-in-berlin/embassys-jurisdiction/>

(RAS) (aktuelni konkursi se mogu pratiti na sajtu <https://ras.gov.rs/category/vesti>), dok Privredna komora Srbije (PKS) pruža standardne usluge podrške izvozniciima i trenutno nema predstavništvo ni u jednoj od nordijskih zemalja. U Srbiji je uspostavljena **Nordijska poslovna alijansa**, koja pre svega promovise interese kompanija iz nordijskih zemalja u Srbiji. Ipak, može da pruži relevantne savete i informacije i srpskim startapima koji su zainteresovani da izvoze na ova tržišta, kao i da pomogne u povezivanju sa kompanijama iz nordijskog regiona.

1 „Službeni glasnik RS – Međunarodni ugovori“ br. 83/2008

2 „Službeni glasnik RS – Međunarodni ugovori“ br. 6/2010 i 19/2015

POVLAŠĆENI REŽIM U TRGOVINI SA EU I EFTA

Povlašćeni režim znači da se za većinu proizvoda koji se izvoze iz Srbije u EU i EFTA primenjuje bescarinski režim, izuzev određenih grupa proizvoda, za koje se obično primenjuju niže carinske stope u odnosu na redovnu stopu.

Uslov da konkretna roba uživa povlašćeni status jeste da zadovolji pravila o poreklu. Pojednostavljeno rečeno, pravila o poreklu su zadovoljena u slučajevima kada:

- Materijali i komponente od kojih je sačinjena roba potiču iz Srbije i/ili iz zemalja EU i EFTA;
- Mogu da potiču i iz određenih zemalja obuhvaćenih Pan-evro-mediteranskom konvencijom o pravilima o poreklu. Ovakva mogućnost zove se „kumuliranje“ porekla i zemlje sa kojima Srbija prilikom izvoza na jedinstveno tržište može da kumulira poreklo su, za sada, zemlje Zapadnog Balkana (obuhvaćene procesom Stabilizacije i pridruživanja), Turska i Moldavija;
- Moguće je i da materijal potiče iz treće zemlje, ali je potrebno da u dovoljnoj meri bude obrađen u Srbiji.

Poreklo robe se dokazuje pred carinskim organima zemlje u koju se roba uvozi, posredstvom obrasca EUR 1, koji overava Uprava carina Srbije.

Detaljnije informacije mogu se dobiti na sajtu Uprave carina (sekcija o Poreklu robe).

Visokotehnoške i inovativne politike nordijskih zemalja: mogućnosti za startape iz Srbije

Nordijske zemlje prema svim parametrima spadaju među najinovativnije, tehnološki najnaprednije i najkonkurentnije privrede na svetu. Dostignuti nivo tehnološkog razvoja je rezultat sveobuhvatnog i strateški zasnovanog pristupa. Neki od važnih elemenata ovog pristupa uključuju izdašno finansiranje istraživačko-razvojnih aktivnosti od strane kako državnog, tako i poslovnog sektora; koordinaciju i sinergiju velikog broja mera inovativne, tehnološke, obrazovne, industrijske, energetske i drugih relevantnih politika; povezivanje i

saradnju svih relevantnih aktera na domaćem tržištu; privlačenje inovativnih pojedinaca i kompanija iz inostranstva; finansiranje razvoja najmodernije infrastrukture relevantne za istraživanja i stavljanje na raspolaganje istraživačkim institucijama i kompanijama. Pri tome, svaka zemlja ima sopstvene strateške prioritete i specifičnosti. Tako je Finska više usmerena na bazična istraživanja i radikalne inovacije, dok je, nasuprot tome, Danska fokusirana na primenjena istraživanja i inovacije koje rešavaju konkretne probleme poslovnog sektora³. Mere podrške inovativnim delatnostima i razvoju visokih tehnologija su u nordijskim zemljama usmerene prvenstveno na domaća preduzeća i istraživačko-razvojne institucije. Pored toga, postoje mere koje se fokusiraju na privlačenje vodećih tehnoloških kompanija u svetu, kao i regionalni programi saradnje u okviru nordijskog regiona.

Prilike da startapi iz Srbije steknu napredna znanja i pristup vrhunskoj infrastrukturi nordi-

Startup Denmark je program danske vlade za privlačenje talentovanih inovativnih pojedinaca iz zemalja van EU.

U okviru ovog programa pojedincima koji otvaraju firmu u Danskoj ili ogranak inovativne firme iz inostranstva, odobrava se boravišna i radna viza na period od dve godine, uz mogućnost produženja ukoliko startap uspešno zaživi.

U Finskoj je u maju 2025. usvojena Strategija o kvantnim tehnologijama, kojom je, između ostalog, planirano uvođenje mera za privlačenje istraživača i eksperata iz inostranstva.

³ Giacometti, Jessen, Grillitsch, Sotarauta, & Hansen (2024), *Making innovation a mission? Overview of the implementation of mission-oriented policies in Denmark, Finland and Sweden*, doi.org/10.6027/R2024:17.1403-2503

jskih zemalja takođe postoje. **Osnivanjem preduzeća u nordijskoj zemlji, samostalno ili u saradnji sa lokalnim partnerom, stiže se mogućnost da se koriste svi vidovi podrške koju odabrana zemlja nudi.** S tim u vezi, mogu biti značajne mere za privlačenje talenata iz inostranstva koje su pojedine vlade uvele ili planiraju da uspostave. Za startape koji su bazirani samo u Srbiji, određene mogućnosti mogu da se otvore i kroz saradnju sa nordijskim kompanijama na razvoju novih inovativnih proizvoda, ili kroz učešće u *Horizon* programu i drugim istraživačko-razvojnim programima na nivou EU. Informacije o raspoloživim programima mogu se ispratiti na veb sajtovima nadležnih agencija u nordijskim zemljama.

ODABRANE DRŽAVNE INSTITUCIJE KOJE FINANSIRAJU INOVATIVNE I TEHNOLOŠKE PROJEKTE

Danska: Innovationsfonden
EIFO

Island: Rannis
New Business Venture Fund

Norveška: Research Council of Norway
Innovation Norway

Finska: SITRA
Business Finland

Švedska: Vinnova
Knowledge Foundation

PRIMERI VRHUNSKE ISTRAŽIVAČKE INFRASTRUKTURE U NORDIJSKIM ZEMLJAMA KOJU MOGU DA KORISTE STARTAPI I DRUGA PREDUZEĆA

Danska. *Super-računar Gefion* je prvi danski super-računar, koji je u jesen 2024. razvijen kao oblik javno-privatnog partnerstva državnog fonda EOFI, fondacije kompanije Novo Nordisk i kompanije NVIDIA. *Gefionom* upravlja *Danish Centre for AI Innovation (DCAI)*, i predviđeno je da će ga koristiti kako univerziteti i instituti, tako i preduzeća. Fokus će biti na istraživanjima u oblasti farmacije i drugih biomedicinskih nauka, razvoju rešenja koja će doprineti zelenoj tranziciji privrede, i razvoju kvantnih računara. Više informacija raspoloživo je na veb sajtu DCAI.

Danska i Švedska. *Medicon Valley* predstavlja najveći evropski i jedan od najznačajnijih svetskih naučno-tehnoloških klastera u oblasti biomedicinskih nauka. Nalazi se na teritoriji Danske i Švedske, i obuhvata devet univerziteta i sedam naučnih parkova. U okviru njega uspostavljeno je nekoliko startap zajednica, kojima je omogućen pristup laboratorijama i drugoj istraživačkoj infrastrukturi. (Više informacija raspoloživo je na sledećem linku).

Finska. Finska vlada, posredstvom Finske akademije, intenzivno finansira uspostavljanje i unapređenje vrhunske **istraživačke infrastrukture od nacionalnog interesa**. Ovako razvijeni kapaciteti se stavljaju na raspolaganje svim zainteresovanim istraživačko-razvojnim organizacijama u Finskoj, uključujući startape i druga MSP. Neki od primera nacionalne istraživačke infrastrukture su u oblasti kvantnih tehnologija, nano-tehnologija, virtuelne digitalizacije, bežičnih tehnologija, *bioimaginga*, *engenata*...

Pored toga, u Finskoj se intenzivno razvijaju **kapaciteti za razvoj AI**. *Finnish center for AI* trenutno sprovodi nekoliko istraživačkih projekata u ovoj oblasti (link). U Finskoj je smešten za sada najjači panevropski super-računar LUMI, a nedavno je odlučeno da će u mestu Kajani da se uspostavi jedna od prvih evropskih AI fabrika.

4 | Ulazak na tržište

Odabrani sajmovi u nordijskim zemljama
Inovacije i HiTech
TechBBQ, Kopenhagen (Danska). Jedan od najznačajnijih startup sajmova u nordijskom regionu.
Slush, Helsinki (Finska). Još jedan od značajnih startup sajmova, posebno fokusiran na mlade.
Shift business festival, Turku (Finska). Događaj na kome se drže predavanja i matchmaking u različitim inovativnim oblastima.
Oslo Tech Show, Oslo (Norveška). Najznačajniji događaj u Norveškoj posvećen novim tehnologijama.
Sajber bezbednost
Digital Security, Jiveskile (Finska). Događaj posvećen digitalnim rešenjima u domenu bezbednosti, uključujući sajber bezbednost.
Cyber Security Nordic, Helsinki (Finska). Specifično orijentisan na sajber bezbednost.
FinnSec, Helsinki (Finska). Sajam iz oblasti bezbednosti, koji uključuje i sajber bezbednost.
SechTech, Stokholm (Švedska). Jedan od najvećih događaja u nordijskom regionu posvećen novim tehnologijama u oblasti bezbednosti.
Industrija
Scanautomatic, Geteborg (Švedska). Najveći sajam u oblasti automatizacije i digitalizacije proizvodnje u nordijskim zemljama.
Automatik, Brenbi (Danska). Fokusira se na primenu automatizacije u industriji.
HI Tech & Industry Scandinavia, Herning (Danska). Na sajmu se predstavlja nova tehnološka dostignuća u svim granama prerađivačke industrije.
Teknologia, Helsinki (Finska). I ovaj sajam predstavlja inovacije koje se primenjuju u različitim industrijskim delatnostima.
Offshore Technology Days, Stavanger i Bergen (Norveška). Najveći norveški sajam u oblasti energetike, značajan aspekt čine inovativna i održiva rešenja.
Biomedicinske nauke
e-Health+MVTe, Stokholm (Švedska). Događaj posvećen zdravstvu i socijalnoj zaštiti, kao i digitalnim rešenjima u ovim oblastima.

Startupima iz Srbije na raspolaganju je veći broj kanala putem kojih mogu da distribuiraju svoje proizvode i usluge u nordijske zemlje. To mogu biti direktna prodaja ciljanom kupcu, bilo neposredno ili preko predstavnika ili ćerke firme na inostranom tržištu; prodaja preko posrednika (zastupnik, distributer); prodaja posredstvom veletrgovaca ili maloprodajnih lanaca; a u nekim slučajevima može biti zastupljena i prodaja putem licence ili franšize. Izbor konkretnog metoda zavisice od vrste proizvoda, ciljanog kupca, raspoloživih vidova distribucije, kapaciteta startapa da interno preuzme određene poslove u vezi sa pripremom i realizacijom izvoznog posla, kao i uopšte planova i ambicija u vezi sa daljim razvojem poslovanja. Primera radi, aplikacije za mobilne telefone uobičajeno se prodaju putem *online* prodavnica za aplikacije, dok će specifična komponenta za elektronske uređaje verovatno da se prodaje direktno proizvođaču elektronike; roba široke potrošnje može se prodavati putem B2C e-trgovinskih platformi ili posredstvom maloprodajnih lanaca.

Uspostavljanje kontakta sa kupcem/partnerom na nordijskom tržištu

Startupima koji žele da izvoze na nordijsko tržište veoma su značajne informacije o lokalnim preduzećima – bilo da traže kupca, uvoznika koji bi preuzeo neke poslove oko plasmana proizvoda, e-trgovinske kanale ili specijalizovane maloprodajne lance po-

sredstvom kojih bi mogli neposredno da prodaju svoju robu i usluge.

Sajmovi, konferencije i sl. događaji, posebno oni koji su specijalizovani za visoke tehnologije, pružaju priliku za upoznavanje sa potencijalnim kupcima ili partnerima na nordijskom tržištu. Na ovaj način preduzeće je u prilici da neposredno predstavi robu ili uslugu koju nudi, da lično upozna veći broj firmi koje mogu biti potencijalni partneri, da razmotri moguće oblike saradnje sa njima, a često i da postigne načelni dogovor o prodaji ili uspostavljanju poslovne saradnje. U boksu na prethodnoj strani je dat spisak nekoliko sajmova u nordijskim zemljama koji u fokusu imaju startape i/ili inovativne i visokotehnološke delatnosti.

- **Online B2B imenici.** Informacije o nordijskim firmama mogu se naći na međunarodnim poslovnim portalima poput Europages ili B2B Map, kao i na regionalnim portalima kao što su Nordic Commercial Agents, Nordic Net, Vainu. Informacije o nordijskim startapima mogu se prikupiti na portalima kao što su npr. Startup Blink, Startup Genome i Tracxn. Iako neki od portala naplaćuju svoje usluge, određenim sadržajima je moguće pristupiti besplatno.
- Podršku u određenoj meri, mogu da pruže i privredna udruženja i diplomatska predstavništva.

Imajući u vidu da nordijske zemlje veoma blisko saraduju i da su razvijeni formalni i neformalni vidovi saradnje kako između država, tako i unutar poslovnog sektora i akademske zajednice, **srpski startapi zainteresovani za izvoz na više nordijskih tržišta mogu da razmotre mogućnost da saraduju sa distributerom u jednoj od država, a da**

on bude zadužen za plasman robe ili usluge i na druga nordijska tržišta.

Međutim, treba imati u vidu da **nije lako probiti se na nordijska tržišta.** S jedne strane, ona jesu vrlo atraktivna, kako za robu i usluge široke potrošnje, zbog visoke kupovne moći stanovništva, tako i za inovativne proizvode, zbog snažne i tehnološki dobro razvijene privrede. S druge strane, ova tržišta su i veoma zahtevna, pa je za uspešan ulazak potrebno da svi ključni elementi budu u skladu sa zahtevima kupaca – kako kvalitet i cena, tako i rokovi isporuke i raspoloživost posleprodajnih usluga. Zbog toga može biti teško pronaći partnera koji će se prihvatiti uvoz robe ili usluge koja je nova i nepoznata na nordijskom tržištu, ili će zbog toga zahtevati da startap dodatno učestvuje u troškovima povezanim sa uvođenjem novog proizvoda na tržište.

Na kraju, treba reći da **izbor kredibilnog partnera na inostranom tržištu** predstavlja jedan od ključnih, ali i najrizičnijih koraka u poslovima koji se tiču izvoza. Poslovna kultura i regulatorno okruženje u nordijskim zemljama, na sreću, eliminišu mnoge problematične poslovne prakse i smanjuju poslovne rizike koji se sreću na drugim tržištima (npr. da kupac ne plati isporučenu robu, da distributer ne obavi sve poslove koji su dogovoreni ili ih obavi na zakonski neregularan način). Ipak, preporuka srpskim startapima je da prilikom sklapanja ugovora dužnu pažnju posvete preciznom formulisanju međusobnih prava i obaveza sa nordijskim partnerom. Podsećanja radi, ugovorom treba jasno predvideti i precizirati odredbe koje se odnose na obaveze distributera, način naručivanja robe ili usluga, rokove isporuke (kao i penale za kašnjenja), uslove za promenu vlasništva nad robom, uslove i rokove plaćanja i sl.

Naziv	Kratak opis	Prijava	Zemlja
Startup Denmark	Državni program namenjen stranim preduzetnicima koji dobijaju dvogodišnju boravišnu dozvolu, mentorsku podršku i pristup mreži kontakata.	Online prijava sa biznis planom	Danska
Innofounder	Državni inkubatorski program koju nudi i finansijsku podršku i mentorstvo; namenjen je startap timovima i pojedincima koji imaju najmanje razvijen prototip.	Poziv je otvoren dva puta godišnje i prijave se podnose online; potrebno je imati biznis plan i budžet.	Danska
Tech Nordic Advocates	Međunarodni akcelerator namenjen tech startapima koje vode žene; nudi mentorstvo, podršku globalnih preduzetnika, pristup međunarodnoj mreži kontakata i investitora; idealni kandidati su scale-up startapi koji teže prodoru na globalno tržište.	Prijave su online putem TNA platforme	Pan-nordijski ekosistem
Norrsken Impact Accelerator	Međunarodni akcelerator namenjen startapima koji rešavaju globalne ili ekološke probleme; svaki odabrani startap dobija odmah ulaganje od 250 hiljada evra; sadržaj mentorstva se prilagođava potrebama svakog učesnika, nema fiksnih programa; učesnici se povezuju sa mrežom investitora; namenjen je startapima u pre-seed ili ranoj seed fazi.	Otvora se godišnji poziv za novu kohortu, a prijave se podnose online, potom se biraju startapi za intervju fazu i na kraju se odabere oko 20 startapa za program.	Švedska
Antler	Međunarodni pre-seed akcelerator koji pomaže osnivačima da od nule izgrade svoj startap i obezbede početnu investiciju; pruža podršku u osnivanju tima, definisanju proizvoda i izradi biznis plana.	Aplikacije su otvorene cele godine, prijave se vrše putem sajta, kreiranjem naloga i popunjavanjem upitnika.	Norveška, Danska, Švedska
Finnish Startup Permit	Državni program za startap vizu koji omogućava osnivačima van EU da dobiju boravišnu dozvolu radi osnivanja i/ili vođenja startapa u Finskoj; kandidati su uglavnom rani tehnološki startapi sa skalabilnim proizvodom.	Proces konkurisanja ima dve faze: 1. Online prijava Business Finland-u 2. Podnošenje zahteva finskoj Službi za imigraciju (Migri)	Finska
Startup Reykjavik	Seed akcelerator program u kome odabrani timovi prolaze kroz program koji obuhvata svakodnevno mentorstvo sa ciljem da timove dovede do nivoa investicione spremnosti; svaki primljeni startap dobija početnu investiciju od oko 16 hiljada dolara; tokom programa je neophodno fizičko prisustvo na Islandu.	Poziv se objavljuje jednom godišnje, obično u februaru ili martu, a program počinje na leto. Prijave se podnose online preko formulara na sajtu ili putem F6S/AngelList platforme	Island

5 | Specifičnosti poslovne kulture i navike potrošača

Poslovna komunikacija i poslovni kodeks

Poslovna kultura u nordijskim zemljama ima određene specifičnosti koje bi srpski startapi sa ambicijom da izvoze na ova tržišta trebalo da poznaju. Poštujući ova pravila, domaći startap će ostaviti dobar utisak na početku saradnje, ali i stvoriti preduslove za uspešan nastavak partnerskog odnosa.

Nordijske kompanije su sklone tome da posluju sa partnerima koje poznaju i kojima veruju, pa zbog toga **naginju dugoročnoj saradnji**. Jednom kada započnu poslovanje sa dobavljačem ili drugim partnerom, neće ga lako promeniti. Poželjno je zato da srpski startapi lično upoznaju partnere iz nordijskih zemalja, kako bi na najbolji način mogli da predstavise sebe i svoju ponudu. Jednom kada započnu saradnju, poželjno je da neguju poslovni odnos, ako su u mogućnosti i kroz povremene posete, kako bi pokazali svoju posvećenost i spremnost na dugoročnu saradnju.

Nordijska **kultura jednakosti, poštovanja i zajedništva** se odražava i u poslovnom svetu. Hijerarhijski odnosi zbog toga nisu izraženi, u međusobnoj komunikaciji uobičajeno se, bez obzira na položaj u kompaniji, oslovljavaju imenom, a odluke se obično donose dogovorom u okviru tima, a ne na bazi autoriteta. U komunikaciji poštuju svog sagovornika, neće ga prekidati u toku izlaganja niti pokušavati

da ga nadglasaju, ali zato se očekuje da izlaganje bude koncizno i da ne ide izvan okvira zadate teme. Očekuje se da se svi drže dogovorenog, tako da je nepoštovanje ugovorenih obaveza, planiranih rokova, pa čak i usmenih dogovora, potpuno neprihvatljivo.

Poznato je da stanovnici nordijskih zemalja po pravilu veoma dobro govore engleski jezik, tako da će **komunikacija** moći u potpunosti da se odvija **na engleskom**. Za predstavnike startapa koji se služe engleskim jezikom, prevodilac uglavnom neće biti potreban, ni u direktnoj komunikaciji, ni u komunikaciji putem imejla. Međutim, njegove usluge mogu biti od koristi prilikom pripreme ugovora i drugih zvaničnih dokumenata, ali i za pripremu promotivnog materijala, jer će nordijski partneri dodatno ceniti ukoliko ga mogu dobiti na svom jeziku.

Ono po čemu se poslovna kultura u nordijskim zemljama možda ponajviše razlikuje od poslovne kulture u Srbiji jeste poimanje vremena. Nordijski poslovni ljudi **veoma cene svoje vreme i insistiraju na tačnosti**. Ako je sastanak dogovoren u određeno vreme, svako kašnjenje će se smatrati neprihvatljivim. Termin sastanka se po pravilu dogovara više nedelja unapred i bilo kakvo pomeranje ili otkazivanje termina potrebno je da se najavi na vreme. Naravno, očekuje se da se to čini iz opravdanih razloga. Pored toga što će početi na vreme, sastanci po pravilu traju onoliko

koliko je planirano. *Online* sastanci se takođe planiraju unapred, *ad hoc* zakazivanje sastanaka *danās za sutra* nije toliko uobičajeno. Radno vreme se poštuje – kada se završi radni dan ne treba očekivati da će zaposleni u nordijskim firmama biti u kancelariji, niti da će komunicirati putem imejla. Zbog toga nije uobičajeno da se sastanci zakazuju u kasnim poslepodnevnim časovima, a petkom čak i ranije, jer u nekim nordijskim zemljama mnogi zaposleni petkom ne rade ili rade skraćeno. Treba obratiti pažnju i na letnje odmore i praznike i izbegavati ugovaranje sastanaka i drugih poslovnih aktivnosti sa nordijskim partnerima u julu i avgustu, oko Nove godine i na značajnije nacionalne praznike.

U nordijskim kompanijama **poslovne aktivnosti se planiraju unapred**. Na sastanak dolaze dobro pripremljeni, pa je zato potrebno da i druga strana prikupi sve relevantne informacije i bude spremna da odgovori na pitanja. Nastojace da razmotre sve detalje poslovnog poduhvata i obično će biti potrebno da se svi aspekti posla precizno utvrde i predvide pre nego što uđu u poslovnu saradnju.

Odnosi sa partnerima su profesionalni. Prihvatljivi stil odevanja je poslovan i donekle konzervativan i sveden, formalan ili *smart casual*. Nošenje sportske odeće, ekstravagantne obuće ili upadljive šminke po pravilu neće ostaviti dobar utisak.

Usled fokusiranosti na poslovanje, nordijski poslovni ljudi često mogu da ostave utisak formalnih i ne naročito pristupačnih osoba. Nisu skloni dugim uvodima i ćaskanju, u poslovnoj komunikaciji vole da budu direktni i efikasni i da se drže dogovorene teme. Prema nepisanim pravilima ponašanja, popularno poznatim kao **Jantelagen**, stanovnici nordij-

skih zemalja po pravilu ne vole da se ističu i da se hvale svojim uspesima i dostignućima, što važi i za poslovne ljude. Zbog toga **treba izbegavati isticanje akademskih ili poslovnih uspeha** (osim ako nisu značajni kao referenca za dogovaranje posla), poznanstava sa uticajnim osobama, ili ćaskanje o imovini i društvenom statusu. Pokloni kao deo poslovnog *bon-tona* se ne očekuju, mada mogu biti prihvatljivi pokloni manje vrednosti partnerima sa kojima već imate uspostavljenu saradnju, dok se skupi pokloni i dragocenosti smatraju neprikladnim.

Preferencije potrošača

Kao što je prethodno napomenuto, u nordijskim zemljama vlada **visok nivo konkurencije** gotovo u svim tržišnim segmentima, kako lokalnih, tako i međunarodnih kompanija i nije lako probiti se na maloprodajno tržište. Ovo važi i za inovativne i visokotehnološke proizvode i usluge koje nude srpski startapi. S jedne strane, tražnja postoji, jer nordijski potrošači su dobro informisani i pra-

Švedski kupci koji koriste usluge *online* nabavke uglavnom kupuju posredstvom domaćih *online* trgovina. Tek oko 10% koristi inostrane portale, pretežno da kupe robu koju ne mogu da nabave u Švedskoj. Razlozi su poteškoće sa povratom robe nabavljene putem inostranih *online* trgovina, viši troškovi transporta i duži rokovi isporuke, ali i želja da podrže domaće firme.

Izvor: US International Trade Administration: Country Commercial Guides

te najnovija dostignuća, **zainteresovani su za korišćenje novih i inovativnih rešenja** i lako i rado ih prihvataju. Imajući u vidu jaku konkurenciju, novi proizvođač na tržištu ih može pridobiti proizvodima visokog kvaliteta i funkcionalnosti i vrhunskim dizajnom. Međutim, u isto vreme će očekivati i da cena bude konkurentna, rokovi isporuke kratki i da su raspoložive posleprodajne usluge, tako da može biti izazovno sve ove zahteve ispuniti.

Još jedan izazov predstavlja činjenica da su, u skladu s kulturom društvenog kolektivismu i zajedničkog blagostanja, nordijski potrošači skloni tome da **podržavaju lokalne privredne subjekte**, pa će sličan proizvod ili uslugu radije kupiti od domaće nego od inostrane kompanije. Svakako, brži rokovi isporuke, raspoloživa korisnička podrška i lakše mogućnosti povrata robe takođe idu na ruku lokalnim kompanijama.

Stanovnici nordijskih zemalja imaju **visok nivo ekološke svesti**, pa će pri kupovini preferirati proizvode i usluge koji su održivi. To mogu biti, primera radi, proizvodi ili ambalaža napravljeni od obnovljivih ili recikliranih materijala, proizvodi koji su energetske efikasni ili usluga kurirske službe koja robu dostavlja sa nultim ugljeničnim otiskom.

U okviru istraživanja sprovedenog u jesen 2024, na pitanje koja su dva najveća problema sa kojima se zemlja suočava, zaštitu životne sredine i klimatske promene navodi svaki drugi Danac, svaki treći Šveđanin, i svaki peti Finac – na nivou proseka EU tek svaki osmi stanovnik. Izvor: Standard Eurobarometer 102



Izvor: Freepik.com

6 | Prilagođavanje marketing miksa nordijskom tržištu

Za potrebe izlaska na tržišta nordijskih zemalja startup će morati da donese odluke u vezi sa aspektima koji su bitni za izvoz robe ili usluga, a koji su pomenuti u odeljku Ulazak na tržište. Jednako važno, moraće da donese odluke koje proističu iz specifičnih karakteristika nordijskog tržišta, bilo da se radi o regulatornim zahtevima (vidi Regulatorni zahtevi prilikom uvoza na tržište nordijskih zemalja), uobičajenim poslovnim praksama ili preferencijama i navikama kupaca.

U nastavku je dat osvrt na neke od uobičajenih zahteva za prilagođavanje sa kojima se startapi mogu susresti. Od konkretnog proizvoda i tržišta zavisice koja prilagođavanja su propisana i neophodna, a koja su poželjna. Preporuka je da se prilagođavanja proizvoda

i promotivne aktivnosti pripreme uz nadzor i smernice nordijskog partnera, jer neuvažavanje nekih od specifičnih lokalnih zahteva može da ugrozi uspešnost izvoznog posla.

Proizvod

Startup koji želi da izvozi na nordijsko tržište potrebno je da se upozna sa pravilima i zahtevima koji se odnose na konkretnu kategoriju proizvoda, pa da, u skladu s tim, **promeni određene karakteristike proizvoda** i prilagodi ga nordijskom tržištu.

To mogu biti opšta pravila (npr. u vezi sa bezbednošću proizvoda) ili specifična pravila, kojima se zahteva obavezno deklarisanje određenih proizvoda (npr. korišćenje oznake CE) ili propisuje najviši dozvoljeni nivo opasnih materija u supstancama i komponentama od kojih je sačinjen proizvod. Pored pravila koja su propisana na nivou EU, moguće je da postoje i specifični „nepisani“ zahtevi koji proističu iz preferencija potrošača na nordijskom tržištu. U oba slučaja, partner iz nordijske zemlje može pomoći da se identifikuju svi specifični zahtevi i izvrše neophodna prilagođavanja.

Deklarisanje i označavanje robe

Prilagođavanje natpisa i oznaka na robi i ambalaži u koju je roba upakovana su obično neophodna, pogotovo kada je reč o robi široke potrošnje. Neka pravila za označavanje proi-

Elementi marketing miksa
Proizvod (roba ili usluga)
npr. funkcionalnost, kvalitet, korišćeni materijali, dizajn, pakovanje, oznake na proizvodu ili na pakovanju, uslovi garancije, korisnička podrška...
Distribucija
kanali prodaje robe i usluga, prevoz, skladištenje
Cena
Određivanje cene uzimajući u obzir faktore kao što su troškovi proizvodnje, transporta, promocije, posleprodajnih usluga i dr. relevantne troškove; profit; cene konkurenata...
Promocija
Reklamiranje, brošure, popusti...

zvoda su propisana na nivou EU, dok su druga utvrđena nacionalnim zakonodavstvima. Pored toga, mogu postojati dobrovoljne neobavezne oznake, koje kupca treba da informišu o određenim specifičnim karakteristikama robe.

Uobičajeno:

- **Sadržaj deklaracije treba prilagoditi propisima na lokalnom tržištu.** Npr. u mnogim zemljama potrebno je na robu ili njenom pakovanju naznačiti naziv proizvoda, zemlju porekla, kao i količinu. Za prehrambene proizvode precizno je propisano koje sve informacije deklaracija mora obavezno da sadrži (nutritivni sastav, energetska vrednost proizvoda i pojedinih sastojaka, masu ili zapreminu, rok upotrebe i dr.).
- Za neku vrstu robe (npr. odeća, obuća, uređaji, oprema, nameštaj i sl.) obično se zahteva da **sadrži oznake ili da uz robu bude priloženo uputstvo** o korišćenju, pranju, sklapanju, održavanju, skladištenju ili odlaganju.
- **Za robu široke potrošnje deklaracija po pravilu treba da bude na lokalnom jeziku.** U nekim zemljama se može zahtevati da i ambalaža sadrži natpise samo na lokalnom jeziku.
- Pojedine kategorije robe treba da sadrže

Kada je reč o industrijskoj robi, zahtevi u vezi sa označavanjem zemlje porekla se razlikuju od zemlje do zemlje.

U Švedskoj, Norveškoj i Islandu navođenje zemlje porekla na industrijskoj robi nije obavezno, ali je poželjno; u Finskoj je obavezno; dok je u Danskoj obavezno za neke kategorije robe.

Izvor: US International Trade Administration: Country Commercial Guides

OZNAKA

- Obavezna je prilikom stavljanja u promet na tržište Evropske ekonomske zone robe koja je obuhvaćena tzv. "propisima novog pristupa" (eng. "New legislative framework"). Spisak relevantnih propisa možete pronaći [ovde](#).
 - Neki od kategorija robe za koje se primenjuje oznaka CE obuhvataju igračke, mašine, metrološke instrumente, građevinske proizvode, drobove, baterije, medicinske uređaje, radio uređaje, opremu pod pritiskom i dr.
 - U narednom periodu CE oznaka će postati obavezna i za uređaje predviđene propisima o sajber bezbednosti, a digitalna CE oznaka za određene kategorije digitalnih proizvoda, kao što su visokorizični sistemi bazirani na veštačkoj inteligenciji.
- Detaljnije informacije raspoložive su na veb stranici CE marking.

obavezne oznake. U EU pojedini proizvodi bele tehnike i elektronike moraju da sadrže **energetske oznake**, električni i elektronski proizvodi **WEEE oznaku** o tome da ne smeju da se odlažu sa komunalnim otpadom, a za određene kategorije robe obavezno je korišćenje **oznake CE** (fr. *Conformité Européenne*), koja ukazuje na to da je roba usaglašena sa zahtevima EU u pogledu bezbednosti, performansi i ekoloških karakteristika.

- Nekada će biti poželjno navesti oznake koje nisu obavezne, ali koje pokazuju da **roba ima karakteristike koje su u skladu sa preferencijama i potrebama ciljanih kategorija potrošača**. To mogu biti npr. oznake za veganske i organske proizvode (posebno važno za prehrambene proizvode i kozmetiku), napomene da nije vršeno testiranje na životinjama, informacije o učešću recikliranih materijala u proizvodu, ili PEGI oznaka o preporučenom uzrastu (za video-igrice i audio-vizuelne sadržaje).
- **Potrebno je informisati se u vezi sa korišćenjem oznaka o ekološkim karakteristikama proizvoda**, jer će nedavno usvojeni propisi na nivou EU ograničiti upotrebu oznaka poput

„green“, „eco-friendly“, „energy efficient“, „reduced climate impact“ ili „biodegradable“. U načelu, ovakve i slične oznake moći će da se koriste samo ukoliko su ovakve tvrdnje utemeljene i dokazane, i ukoliko karakteristike proizvoda prevazilaze zakonom propisane zahteve. (Relevantan propis: Direktiva EU br. 2024/825).

Ambalaža

Prilagođavanje ambalaže može da podrazumeva:

- Kao i u slučaju proizvoda, **prevođenje natpisa i teksta na lokalni jezik**, ili dodavanje oznaka koje informišu o karakteristikama upakovanog proizvoda.
- **Prilagođavanje dizajna ambalaže**, u smislu propisanih obaveznih zahteva o veličini ili obliku; ili u skladu sa preferencijama kupaca (npr. prilagođavanje boja ili korišćenje grafičkih elemenata).
- **Izmenu sastava ambalaže**, u smislu promene nekih od korišćenih materijala ili komponenti (npr. zamena materijala koji sadrži veću koncentraciju opasnih materija nego što je to dozvoljeno u EU ili u posmatranoj zemlji ili izmena komponenti tako da zadovolje lokalne standarde).

Lokalizacija

Lokalizacija digitalnih proizvoda i usluga je obavezan preduslov za nastup na nordijskim tržištima.

Ono što je neophodno jeste izvršiti prilagođavanja u skladu sa EU ili nacionalnim propisima koji se odnose na konkretan proizvod. To su po pravilu zahtevi u vezi sa lokalizacijom podataka, ili u vezi sa sajber bezbednošću.

Lokalizacija po pravilu uključuje i promene koje nisu neophodne, ali su poželjne. Najčešće podrazumeva prevođenje na lokalni jezik, a nekada će biti potrebno i prilagođavanje lokalnoj kulturi i mentalitetu, poput izmene formata prikazivanja datuma i vremena, referenciranje na istorijske događaje, poznate ličnosti, geografske pojmove ili pojave i izraze iz popularne kulture.

Određivanje cene

Imajući u vidu da na nordijskim tržištima vlada snažna konkurencija, određivanje cene koja je konkurentna, ali koja pokriva sve troškove i donosi profit startapu, predstavlja jedan od ključnih elemenata uspešnog nastupa na ovom tržištu.

Prilikom kalkulacije cene treba uključiti sve relevantne troškove, pa je potrebno identifikovati ih i realistično proceniti njihove iznose. Povrh troškova proizvodnje i drugih troškova startapa u Srbiji, za robu treba uključiti troškove međunarodnog prevoza i osiguranja, bankarskih provizija, kursnih razlika prilikom konverzije valute, uvoznih dažbina i carinskog postupka, skladištenja, prevoza na teritoriji zemlje uvoznice, promocije, provizije distributera, zastupnika, maloprodavca ili drugih posrednika, prilagođavanja proizvoda ili ambalaže, PDV, akcize i druge poreske dažbine, kao i druge troškove koji su relevantni za konkretnu robu.

Kada je reč o digitalnim proizvodima i uslugama, kalkulacija je nešto jednostavnija, ali i ovde treba predvideti troškove platnog prometa (bankarski troškovi, kursne razlike), provizije posrednika, lokalizacije, prevodilačke usluge, troškove oglašavanja, korišćenja

PDV stope u nordijskim zemljama					
	Danska	Island	Norveška	Finska	Švedska
Opšta stopa	25%	24%	25%	25,5%	25%
Umanjena stopa	0% (knjige i periodika, ulaznice i dr.)	11% (knjige i periodika, prehrana, smeštaj i prevoz putnika i dr.)	12% (prevoz putnika, ulaznice i dr.)	14% (prehrana, knjige, farmaceutski proizvodi, higijenski proizvodi i dr.)	12% (prehrana, smeštaj)
				10% (periodika, emitovanje programa)	6% (knjige, ulaznice)

online kanala prodaje ili drugih distributera, poreske dažbine i sve druge troškove kojima podleže digitalni proizvod ili usluga.

Poreske dažbine u nordijskim zemljama čine značajnu komponentu ukupnih troškova, pa je korisno informisati se o tome da li se na konkretan proizvod primenjuju određena umanjena, i u kojim slučajevima se ne plaća carina na uvoz robe.

Logistika i distribucija

Srpskim startapima su na raspolaganju relativno dobro razvijeni kanali putem kojih mogu da distribuiraju svoje proizvode u zemlje Nordijskog regiona.

Prevozničke usluge

Kada je reč o robi, u Srbiji postoji veći broj prevoznika koji nude usluge prevoza robe do skandinavskih zemalja. Najčešće je reč o prevozu robe kamionom, gde je obično moguće dogovoriti različite varijante isporuke u skladu sa potrebama izvoznika (ceo kamion ili deo prostora u kamionu; prevoz paleta ili nepaletizovane robe; prevoz hladnjačama; prevoz specijalnih tereta i dr.). Pojedini prevoznici

nude i usluge kombinovanja više vrsta prevoza (tipično brod i kamion ili voz i kamion), kao i špeditorske usluge. Takođe, postoji mogućnost da se preciziraju i drugi uslovi isporuke, kao što su prevoz „od vrata do vrata“, izbor rute, utovar i istovar, praćenje robe u realnom vremenu i sl.

Kada je reč o Islandu, postoje domaći i inostrani posrednici koji nude usluge transporta kao i špeditorske usluge, što obično uključuje organizovanje prevoza avionom ili brodom (ceo kontejner, deo kontejnera – tzv. zbirni transport ili druga roba većih gabarita) i dalji prevoz i skladištenje na Islandu u saradnji sa partnerima.

Poštanske i kurirske usluge slanja robe

Startapima su na raspolaganju i kurirske usluge izvoza robe koje nude Pošta Srbije i međunarodne kurirske službe u Srbiji.

Online kanali prodaje robe i usluga

Prodaja putem *online* kanala pruža mogućnost direktne prodaje potrošačima ili poslovnim kupcima na nordijskom tržištu. To mogu

IZVOZ ROBE KORIŠĆENJEM USLUGA POŠTANSKE I KURIRSKE SLUŽBE

Pošta Srbije

Pošta Srbije nudi usluge poštanskog slanja robe paketima, kao i kurirske usluge, za Dansku, Finsku i Švedsku. Usluge slanja paketa u Norvešku i Island nisu raspoložive.

Kada je reč o slanju paketa, poslovnim korisnicima na raspolaganju su dve najčešće vrste usluga:

- Za manje pakete mase do 30 kg i vrednosti do 1.000 evra na raspolaganju je povoljnija post eksport usluga koja uključuje avionski prevoz i podnošenje pošiljke na carinjenje.
- U drugim slučajevima, može se koristiti obična usluga slanja paketa, s tim što je potrebno da pre predaje paketa roba bude ocarinjena.

Primer uslova isporuke za paket mase 1 kg, vrednosti 10.000 din

	Danska	Finska	Švedska
Post eksport			
Cena		2.280 dinara	
Očekivano minimalno vreme prenosa		3–5 dana	
Međunarodni paket			
Cena		2.850 dinara	
(Avionski)		(2.950 dinara)	
Očekivano vreme prenosa*	5–9 dana	7–13 dana	8–12 dana

* očekivano vreme prenosa ne obuhvata dan prijema, dane zadržavanja na carini i neradne dane u obe zemlje.

Izvor: <https://www.posta.rs/cir/alati/KalkulatorCena.aspx?vrPos=paketIno&vrUsl=pak>

Pored klasičnih poštanskih usluga, Pošta Srbije u okviru svoje Post express usluge omogućava i ekspresno slanje pošiljki (eng. Express Mail Service – EMS) u sve nordijske zemlje, izuzev Islanda. Vreme prenosa (ne računajući neradne dane i dane zadržavanja na carini) iznosi 2 do 6 dana, zavisno od države. Na ovaj način se mogu poslati pošiljke mase do 30 kg i najveće dimenzije do 1,5m, s tim što je za komercijalne pošiljke potrebno priložiti carinsku dokumentaciju. Cena osnovne usluge iznosi 2.400 dinara po pošiljci, uz doplate za dodatnu masu (400 dinara za svakih 0,5 kg do 30 kg) i za podnošenje na carinski pregled.

Izvori: www.posta.rs i www.postexpress.rs

DHL

DHL omogućava dostavu paketa do svih posmatranih zemalja, uključujući usluge izvoza robe. Pored osnovnog paketa usluge, moguće je dogovoriti dodatne usluge, poput garantovane dostave do određenog vremena narednog dana, prevoza paketa nestandardnih dimenzija, korišćenja prevoznih sredstava sa manjom emisijom CO2 i dr.

Za sve detalje konsultovati DHL Express vodič kroz usluge i cenovnik 2025: Srbija.

UPS

UPS takođe omogućava dostavu pošiljki i izvoz robe u sve posmatrane zemlje, uključujući i dostavu paleta. Na raspolaganju su različite vrste usluga, tako da je pored osnovne usluge dostave moguće dogovoriti dostavu do određenog vremena, specijalne pošiljke, slanje više pošiljki odjednom i dr. Informacije o raspoloživim uslugama i cenama dostupne su u 2025 UPS tariff guide for business customers located in Serbia.

biti etablirani e-trgovinski portali za robu široke potrošnje, specijalizovani portali za određenu robu i usluge (npr. *app stores* za aplikacije za mobilne telefone, portali za kupovinu karata ili rezervaciju smeštaja) ili *online* prodaja preko sopstvenog veb sajta (npr. usluge učenja jezika ili prodaje sopstvene robe).

Online prodaja može biti veoma dobar izbor za startape koji nemaju prethodnog iskustva u izvozu, kao i za one koji prodaju specijalizovanu robu i usluge za koju ne postoji veliki broj kupaca ili prosto žele da zadrže kontrolu i prihode od prodaje svojih proizvoda u inostranstvu.

Ovo je naročito dobar kanal za prodaju na nordijskom tržištu, na kome je e-trgovina veoma zastupljena. Pored toga, značajne mogu biti i raspoložive olakšice, budući da je u Danskoj, Finskoj i Švedskoj propisana maksimalna vrednost pošiljke na koju se ne plaća carina (tzv. *de minimis* iznos) koja iznosi 150 EUR po pošiljci¹. Na raspolaganju su i posredničke usluge, tako da postoji veći broj lokalnih firmi koji može da pruži pomoć u vezi sa započinjanjem

Prema European E-commerce report, sve nordijske države su u evropskom vrhu kada je reč o procentu stanovništva koje koristi usluge online kupovine. U 2023. Norveška je bila na drugom mestu u Evropi (prva je Holandija), sa 91% stanovnika starosti 16–74 godina koji kupuju robu i usluge online. U vrhu su i Danska, Švedska i Island sa učešćem od po oko 89%, a među prvih 10 zemalja u Evropi je i Finska (učešće 79%).

U Švedskoj je, uz plaćanje debitnim i kreditnim karticama, za online plaćanja najpopularniji mobilni sistem plaćanja Swish. Razvijen je u saradnji velikih švedskih banaka i koristi se od 2012. godine. Tokom 2023. godine u sistemu je učestvovalo 12 banaka, i bilo je više od 8 miliona korisnika. Ukupna vrednost transakcija je iznosila 500 milijardi SEK (oko 45 milijardi EUR), pri čemu se nešto više od polovine ovog iznosa odnosilo na plaćanja prema poslovnom sektoru, a nešto manje od polovine na transakcije između pojedinaca.

Izvor: Godišnji izveštaj Swish sistema

njem i lokalizacijom *online* poslovanja (kako B2B, tako i za prodaju direktno potrošačima). Ipak, pre nego što se odluči za ovaj vid prodaje, startap treba da razmotri neke bitne aspekte kao što su: troškovi poslovanja na e-trgovinskim platformama (troškovi „osnovnog paketa“, ali i dodatnih usluga, poput prilagođavanja profila prodavca, pojavljivanje u vrhu pretrage, targetiranje potrošača i sl.), mogućnosti plaćanja, način na koji bi isporučivao robu kupljenu na ovaj način, pravila u vezi sa posleprodajnim uslugama kada je roba kupljena na daljinu i dr.

Promocija

Za startape koji nameravaju da izvoze proizvode široke potrošnje na tržište nordijskih zemalja važan preduslov uspešnog nastupa jeste adekvatna promotivna kampanja kako

¹ [Global Express Association](#) (pristupljeno 1.6.2025)

bi svoju robu, digitalne proizvode i druge usluge približili nordijskim potrošačima. Promotivne aktivnosti će biti potrebne i za proizvode namenjene poslovnim kupcima.

U načelu, **ukoliko startup već ima pripremljene reklame na engleskom jeziku, može biti prihvatljivo da ih plasira na nordijska tržišta, imajući u vidu da većina stanovnika govori engleski jezik.** Slično važi i za brošure, *newsletter*-e i drugi reklamni materijal na engleskom jeziku namenjen poslovnim korisnicima. Doduše, prilikom nastupa na sajmovima i drugim manifestacijama u nordijskim zemljama, treba razmotriti mogućnost da se promotivni materijal odštampa i na lokalnom jeziku jer bi to svakako bilo cenjeno i privuklo bi pažnju posetilaca.

Kada je reč o kanalima oglašavanja, najjeftiniji i najdostupniji su svakako digitalni kanali. Oglašavanje posredstvom pretraživača (pre svega *Google ads*) ili putem banera na relevantnim veb stranicama (poslovni portali, specijalizovani portali za pojedine delatnosti, ili popularni informativni ili zabavni sadržaji za robu široke potrošnje) može da bude dobar način pristupa ciljanim kupcima kako za proizvod široke potrošnje, tako i za proizvode namenjene poslovnim kupcima. Oglašavanje posredstvom društvenih mreža takođe može biti dobar način promocije proizvoda namenjenih potrošačima. U nordijskim zemljama najpopulariniji su Youtube, Instagram, TikTok, a donekle i Facebook.

Kada je reč o ostalim kanalima promocije,

SPISAK UDRUŽENJA MARKETINŠKE INDUSTRIJE U NORDIJSKIM ZEMLJAMA

Danska: Dansk Annoncørforening

Island: SIA

Norveška: ANFO

Finska: Marketing Finland

Švedska: Marknadsföreningen Sverige
Sveriges Annonsörer

oni takođe mogu biti relevantni za određene startape i njihove proizvode, ali su po pravilu skuplji od digitalnih kanala. To mogu biti reklamiranje u časopisima (naročito može biti relevantno za privlačenje specijalizovanih poslovnih klijenata), TV reklame, a u nekim slučajevima i terenska promocija (akviziteri) ukoliko postoje mogućnosti za to.

Ukoliko startup smatra da bi trebalo da pripremi reklamnu kampanju kojom specifično targetira određenu nordijsku zemlju, preporuka je da to radi u saradnji sa lokalnom kompanijom. Ona će znati koje karakteristike proizvoda potrošači naročito cene, koji promotivni kanali su najefikasniji i da izbegne rizik od previđanja određenih kulturnih specifičnosti koje bi moglo da umanjí uticaj kampanje. Uloga lokalne agencije je posebno važna ukoliko se targetira tačno određena kategorija potrošača (npr. mladi, žene, stari, gejmeri, supkulturne grupe i sl.), jer će znati koji je najefikasniji način da joj se predstave karakteristike proizvoda.

7 | Regulatorni zahtevi prilikom uvoza na tržište nordijskih zemalja

Uvozne procedure

Bez obzira na to da li će startap robu izvoziti direktno, u saradnji sa partnerom ili posredstvom posrednika, korisno je da se i pre otpočinjanja izvoznog posla informiše o zahtevima koji se primenjuju na uvoz njegove robe, kao i o mogućnostima da koristi povlašćeni pristup tržištu. Spoljnotrgovinske procedure i propisi su u nadležnosti EU, a informacije o režimu koji se primenjuje za uvoz ili izvoz konkretnog proizvoda iz Srbije na zajedničko tržište EU mogu se lako dobiti *online* putem.

Za dobijanje osnovnih informacija, a kasnije i za samu proceduru uvoza na tržište EEA, izuzetno je važno precizno navesti o kojoj robi je reč, odnosno **ispravno deklarirati robu** u skladu sa zvaničnim nomenklaturama. Drugim rečima, potrebno je ispravno odrediti tarifni stav u okviru koga je ona svrstana u carinskoj tarifi. Za potrebe uvoza robe iz trećih zemalja u EU koristi se TARIC (Tarif Intégrée de la Communauté). Sadržaju TARIC baze može se pristupiti online, gde se mogu dobiti i sažete informacije o visini carinske stope i eventualnim ograničenjima na uvoz konkretne robe na tržište EU.

Za detaljne informacije o svim zahtevima koji se primenjuju na uvoz određene robe u EU, preporuka je da se koristi **portal Access2Markets**. U predviđena polja potrebno je uneti tarifnu oznaku, navesti Srbiju kao zemlju porekla, i zemlju u koju se namerava izvozi-

Harmonizovana nomenklatura Svetske carinske organizacije (*World Customs Organization – WCS*) predstavlja međunarodni standardizovani sistem za klasifikovanje i označavanje robe u spoljnoj trgovini.

U EU se za potrebe izvoza i trgovine unutar zajedničkog tržišta koristi osmocifretni kôd tzv. Kombinovane nomenklature (Combined Nomenclature – CN), koji je nešto detaljnija verzija Harmonizovane nomenklature, dok se za potrebe uvoza iz trećih zemalja koristi još detaljniji desetocifreni kôd TARIC.

Nomenklatura Carinske tarife Srbije usklađena je sa evropskom Kombinovanom nomenklaturom.

ti, i dobijaju se informacije ne samo o visini carinske stope i ograničenjima na uvoz, već i o stopi PDV-a, visini akciza, dokumentima koje je potrebno priložiti prilikom uvoza u navedenu zemlju, kao i eventualnim zahtevima za dodatno usaglašavanje sa propisima EU ili pojedinačnih zemalja. Primera radi, to mogu biti zahtevi u vezi sa označavanjem proizvoda, i to kako obavezni, tako i doborovoljni, zahtevi u vezi sa bezbednošću proizvoda ili tehnički standardi koji se primenjuju na konkretnu robu. Dodatno, omogućen je pristup interaktivnom portalu ROSA (*Rules of origin*

self-assessment tool) gde se može sprovesti postupak samoprocene i utvrditi da li konkretna roba ispunjava uslove za preferencijalni uvoz na tržište EU, kao i koja dokumentacija je potrebna za dokazivanje porekla.

TARIC i Access2Market, na žalost, ne pružaju **informacije o režimu koji se primenjuje na uvoz robe u Island i Norvešku**. U te svrhe, preporuka je da se konsultuju veb stranice carinskih organa ove dve zemlje *Tolletaten* u Norveškoj i *Skatturinn* u Islandu, ili da se traži odgovor na konkretna pitanja putem imejla. Određene informacije, objašnjenja i savete u vezi sa procedurom izvoza na nordijska tržišta mogu da pruže i Privredna komora Srbije, diplomatska predstavništva Srbije u nordijskim zemljama i diplomatska predstavništva nordijskih zemalja u Srbiji i Nordijska poslovna alijansa u Srbiji.

Carinski postupak obavlja se pred carinskim organom države u koju se roba uvozi. Tom prilikom potrebno je da uvoznik ili zastupnik podnese Jedinstvenu carinsku ispravu (*Single Administrative Document - SAD*), gde se navode svi potrebni podaci o vrsti i količini robe, uvozniku i izvozniku, transportu itd. Po-

Tolletaten na svojoj veb stranici daje detaljni pregled informacija na engleskom jeziku o procedurama uvoza na norveško tržište, alate koji omogućavaju da se proceni iznos carinskih dažbina, kao i informacije o porezima i akcizama koji se plaćaju na robu u pitanju.

Skatturinn takođe ima sadržaj na engleskom jeziku gde su nabrojane i ukratko opisane procedure u vezi sa uvozom robe na Island.

SPISAK CARINSKIH SLUŽBI NORDIJSKIH ZEMALJA

Danska: Told Styrelsen
(<https://toldst.dk/en-us>)

Island: Skatturinn
(<https://www.skatturinn.is/english/>)

Norveška: Tolletaten
(<https://www.toll.no/en/corporate/import>)

Finska: Tulli
(<https://tulli.fi/en/frontpage>)

Švedska: Tullverket
(<https://www.tullverket.se/en>)

red toga, potrebno je podneti carinsku deklaraciju, u skladu sa formom carinske uprave zemlje u koju se roba uvozi, kao i dostaviti kopiju fakture. U slučaju da se roba uvozi pod povlašćenim režimom, treba dostaviti obrazac EUR 1 koji je overila srpska Uprava carina ili druge isprave koje dokazuju preferencijalno poreklo robe. Ukoliko su za uvoz određene vrste robe potrebne dozvole (npr. poljoprivredni proizvodi) ili druga dodatna dokumenta i njih je potrebno priložiti, a u određenim slučajevima može se zahtevati i podnošenje prevoznih isprava. Preporuka je da se uvoznik unapred informiše o tome koje dodatne dokumente mogu da zahtevaju carinski organi zemlje uvoznice.

U skladu sa propisima EU, carinske procedure su do sada u najvećoj meri digitalizovane (rok je do kraja 2025. godine), a digitalizacija je izvršena i u Norveškoj i Islandu. To znači da se jedinstvena carinska isprava i ostala dokumenta za potrebe carinske procedure po pravilu podnose isključivo u elektronskom obliku, i to posredstvom EDI (*electronic data exc-*

hange) aplikacija. Još uvek nije uspostavljen jedinstven EDI sistem u EU, kao ni u okviru šire Evropske ekonomske zone u kojoj učestvuju Norveška i Island, tako da se na sajtovima carinskih uprava nordijskih zemalja treba informisati o EDI aplikacijama koje one prihvataju. Korišćenje dokumenata u papirnom obliku je u načelu moguće, ali uglavnom samo u izuzetnim slučajevima kada nastupe tehnički problemi.

Ono što je važno jeste da se od lica koje uvozi robu na teritoriju EU (ili izvozi iz EU) zahteva da poseduje tzv. EORI broj (Economic Operator Identification and Registration), kako bi uopšte moglo da podnese carinsku deklaraciju. Ova obaveza se primenjuje kako na kompanije i druga pravna lica, tako i na fizička lica. Srpski startapi, o čijem izvozu se stara predstavnik ili nordijski partner, neće se suočiti sa ovim zahtevom, ali on će biti relevantan za startape koji direktno plasiraju robu na tržište EU. Procedura dobijanja ovog broja je jednostavna i može se obaviti besplatno i *online* od strane carinske službe zemlje u kojoj se prvi put prijavljuje carinska deklaracija. **Norveška i Island ne primenjuju EORI sistem, već imaju sopstvene zahteve** u odnosu na uvoznike, o čemu se možete informisati na veb stranicama njihovih carinskih službi.

Zaštita intelektualne svojine

Zaštita intelektualne svojine je veoma važna za inovativna preduzeća, jer sprečava neovlašćeno korišćenje i druge zloupotrebe novog inovativnog rešenja ili proizvoda. Vidovi intelektualne svojine kojima proizvod, usluga ili znanje mogu da se zaštite su patent (zaštita proizvoda ili proizvodnog postupka), žig (zaštita vizuelnog identiteta – npr. logo), indu-

Zaštita patenta u Evropi može da se obavi pred nacionalnim telima za intelektualnu svojinu, ili može da se registruje evropski patent kod Evropske patentne organizacije (EPO), čime proizvod dobija zaštitu na teritoriji 44 zemlje članice. Odkoro je moguće po pojednostavljenoj proceduri zaštititi paket sa unitarnim dejstvom, kojim se, za sada, stiče zaštita na teritoriji 18 zemalja.

Za više detalja konsultujte veb sajt EPO

strijski dizajn, topografsko kolo, autorsko pravo (relevantno za video igre, audio-vizuelne sadržaje, izdanja i druge proizvode kreativnih industrija), geografsko poreklo, poslovna tajna (postupci proizvodnje, planovi i sl).

Važno je zaštititi intelektualnu svojinu kako na domaćem, tako i na inostranim tržištima na koja se proizvod izvozi. Nekada je vrlo inovativan proizvod ili proces potrebno zaštititi na nekom tržištu čak i ukoliko se uopšte ne razmatra plasman na to tržište, jer postoji mogućnost zloupotrebe – npr. da ga neka lokalna firma registruje kao svoju intelektualnu svojinu. Naime, u većini zemalja intelektualna svojina se štiti po principu „*first come, first served*“, tako da u slučaju zloupotrebe originalni inovator mora da uloži vreme i novac da bi pokušao da zaštiti svoje pravo.

U opštem slučaju, **postupak zaštite intelektualne svojine sprovodi se na svakom tržištu pojedinačno.** Zaštita intelektualne svojine u Srbiji se primenjuje samo na teritoriji naše zemlje i postupak zaštitite u drugim zemljama mora da se pokrene **pred relevantnim nacionalnim telima** drugih zemalja. Pojedine oblike intelektualne svojine moguće je zaštititi i na

SPISAK NACIONALNIH TELA ZA ZAŠTITU INTELEKTUALNE SVOJINE U NORDIJSKIM ZEMLJAMA

Danska: Copyright Department – Ministry of Culture
Danish Patent and Trademark Office

Island: Icelandic Intellectual Property Office

Norveška: Norwegian Industrial Property Office

Finska: Division for Copyright Policy and Audiovisual Culture – Ministry of Education and Culture
Finnish Patent and Registration Office

Švedska: Swedish Intellectual Property Office

području više zemalja u isto vreme, ukoliko se postupak zaštite izvrši pred **regionalnim telom za zaštitu intelektualne svojine**. S tim u vezi, zaštita patenta pred Evropskom patentnom organizacijom (EPO) primenjuje se na tržištima 44 zemlje koje su članice ove organizacije, dok se pred Evropskom organizacijom za zaštitu intelektualne svojine (EUIPO) može ostvariti zaštita žigova (*trade mark*), dizajna i geografskih oznaka o poreklu koja važi na teritoriji čitave EU.

Startup ovom pitanju treba da posveti dužnu pažnju, a kao koristan resurs za upoznavanje sa ovom problematikom preporuka je da se konsultuje publikacija „Preduzetničke ideje: Vodič o intelektualnoj svojini za startape“, koju je izdao Zavod za intelektualnu svojinu Srbije.

Dokazi o usaglašenosti i druge procedure pre stavljanja proizvoda u promet

Za veliki broj proizvoda i procesa potrebno je dokazati usaglašenost sa lokalnim propisima, kako bi uopšte mogli da se stave u promet na tržište neke zemlje. **Dokazivanje usaglašenosti**

je postupak koji se odvija pred nadležnim nacionalnim telom i po pravilu uključuje dostavljanje tehničkih dokumenata, uzoraka, sprovođenje testiranja, inspeksijske posete i sl. To zahteva dodatne troškove i zahteva određeno vreme, a ponekad je potrebno angažovanje trećih lica (u EU nazvanih *notified bodies*). Postupak dokazivanja usaglašenosti može da bude značajno **olakšan ukoliko proizvod zadovoljava standarde koji važe u zemlji uvoznici**. U tom slučaju, po pravilu, za proizvod koji je izrađen u skladu sa nacionalnim standardom se primenjuje pretpostavka da je usaglašen sa lokalnim regulatornim zahtevima. U okviru EU radi se na razvoju tzv. **harmonizovanih standarda**, koji se primenjuju na teritoriji čitave EU, kao i velikog broja drugih zemalja. Primena harmonizovanih standarda značajno štedi vreme, jer se polazi od pretpostavke da

Iako je primena standarda u načelu dobrovoljna, harmonizovani standardi ponekad mogu biti obavezujući u EU, i to u slučaju kada su eksplicitno navedeni u relevantnim EU propisima.

proizvod izrađen u skladu sa određenim standardom zadovoljava zahteve EU na koje se taj standard odnosi, pa se proizvod može plasirati na tržište EU. Za neke proizvode, doduše, mogu biti potrebni još neki dodatni postupci, koji su opet jednostavniji nego kompletan postupak dokazivanja usaglašenosti.

Ipak, harmonizovani standardi nisu razvijeni za sve proizvode i procese. U tom slučaju moguće je da zemlje članice imaju sopstvene standarde, što se može proveriti na veb stranici nacionalnih tela za standardizaciju.

Srbija je punopravna članica sve tri evropske organizacije za standardizaciju (CEN, CENELEC i ETSI) i koristi harmonizovane standarde. Međutim, oni nisu direktno primenjivi u Srbiji, već je potrebno da Institut za standardizaciju donese srpski standard kojim se preuzima harmonizovani standard.

Izvor: Institut za standardizaciju Srbije

Produžena odgovornost proizvođača

Produžena odgovornost proizvođača (eng. *Extended producer responsibility* – EPR) primenjuje se za određene kategorije proizvoda u EU i podrazumeva da poslovni subjekti koji stavljaju robu u promet imaju određene obaveze i odgovornosti u vezi sa upravljanjem otpadom nastalim od te robe.

SPISAK NACIONALNIH TEĻA ZA STANDARDIZACIJU U NORDIJSKIM ZEMLJAMA

Danska: Dansk Standard

Finska: SFS Suomen Standardi
SESKO
Traficom

Island: Islenskir Stađlar
ECOI

Švedska: Svenska institutet för standarder
Svensk Elstandard
ITS

Norveška: Standard Norge
Norsk Elektroteknisk Komite
Nkom

EPR OBAVEZE U NORDIJSKIM ZEMLJAMA ODOSE SE NA OTPAD OD SLEDEĆIH PROIZVODA:

	Danska	Island	Norveška	Finska	Švedska
Ambalaža	✓	✓	✓	✓	✓
Baterije i akumulatori	✓	✓	✓	✓	✓
Električni i elektronski proizvodi	✓	✓	✓	✓	✓
Farmaceutski proizvodi	✗	✗	✗	✗	✓
Gume za vozila	✗	✓	✓	✓	✓
Novine, magazini i sl. papirni proizvodi	✗	✓	✗	✓	✗
Određeni plastični proizvodi za jednokratnu upotrebu	✓	✓	✓	✓	✓
Oprema za pećanje	✓	✓	✓	✗	✗
Ulja i maziva	✗	✗	✗	✓	✓
Vozila	✓	✓	✓	✓	✓

Izvori: "https://iss.rs/sr_Cyrl/"Nordic Council of Ministers: "<https://www.norden.org/en/publication/extended-producer-responsibility>"EPR: Learnings from the Nordics i Danska agencija za zaštitu životne sredine ("<https://eng.mst.dk/industry/waste/extended-producer-responsibility>"link)

Ova oblast je načelno regulisana na nivou EU, ali nacionalna zakonodavstva detaljnije specifikuju vrste robe za koje je EPR propisana, kategorije poslovnih subjekata na koje se ove odredbe odnose, kao i njihove konkretne obaveze. Startapi iz Srbije treba da provere da li njihova roba podleže EPR pravilima i pod kojim uslovima i da se upoznaju sa konkretnim obavezama.

Ostali regulatorni zahtevi

Upravljanje podacima

Primena pravila o zaštiti podataka o ličnosti, tzv. GDPR odredbe, u zemljama EU i EEA primenjuju se od 2018. godine, a identični zahtevi su uključeni i u srpski *Zakon o zaštiti podataka o ličnosti*. U načelu, pravila kojih moraju da se pridržavaju srpski startapi u Srbiji, trebalo bi da primenjuju i u zemljama EU u kojima nude ili prodaju svoju robu i usluge. Ipak, s obzirom da se oblast zaštite podataka u EU i dalje razvija, preporuka je da se konsultuju uputstva i smernice koja dodatno pojašnjavaju postojeće zahteve, a koja su dostupna na veb stranici Evropskog odbora za zaštitu podataka (link).

Zahtevi u vezi sa sajber bezbednošću

Zahtevi u vezi sa sajber bezbednošću su veoma važni u nordijskim zemljama i vremenom će ova oblast biti još više regulisana. Pretežno se primenjuju na digitalne proizvode i usluge, ali mogu biti relevantni i za druge kategorije robe (npr. TK oprema).

Novina je to da su u EU tokom 2024. godine stupili na snagu novi propisi koji regulišu sajber bezbednost i koji će početi sukcesiv-

no da primenjuju u narednom periodu. Ono što je važno jeste da će proizvođači digitalnih proizvoda, mrežne opreme i sl. biti dužni da se postaraju za sajber bezbednost tokom čitavog životnog ciklusa proizvoda kao i da ispravno i pravovremeno informišu potrošače o bezbednosnim karakteristikama proizvoda koji kupuju. Takođe se radi na razvoju shema za sertifikaciju u vezi sa sajber bezbednošću. Srpski startapi koji žele da izvoze ove proizvode na tržišta nordijskih zemalja moraju da se informišu o trenutnim zahtevima koji postoje na tim tržištima, ali i o detaljima u vezi sa novim obavezama propisanim od strane EU i rokovima za početak njihove primene. Više informacija je raspoloživo na zvaničnoj veb stranici EU: Cybersecurity Policies kao i na stranici Agencije EU za sajber bezbednost (ENISA).

Zahtevi u vezi sa održivošću proizvoda

Novi propis koji reguliše održivost proizvoda u EU (Regulativa 2024/1781) stupio je na snagu 2024. godine. U toku je postepena primena njegovih odredbi koje će morati da se ispune za pojedine vrste robe kako bi mogle da budu stavljene u promet na tržište EU. Između ostalog, definisani su različiti **kriterijumi** na osnovu kojih će se procenjivati **održivost proizvoda**, kao i uvođenje tzv. di-

Kategorije proizvoda za koje će najpre biti utvrđeni kriterijumi održivosti uključuju: IKT proizvode i drugu elektroniku; deterdžente, boje, maziva i druge hemikalije; nameštaj; određene energetske proizvode i dr.

gitalnog pasoša za proizvode (eng. **Digital Product Passport** – DPP). Digitalni pasoš će u vidu digitalnog nosača podataka pratiti robu koja se stavlja na tržište EU i sadržati podatke o njenim tehničkim performansama, korišćenim materijalima i njegovom poreklu, izvršenim popravkama, mogućnosti recikliranja, mogućem negativnom dejstvu na životnu sredinu i sl.

Ova nova pravila biće važna za startape iz Srbije koji žele da izvoze u nordijske i druge evropske zemlje, jer se zahtevi primenjuju

kako na robu proizvedenu u EU, tako i na robu koja se uvozi.

Uslovi garancije robe

U nordijskim zemljama, slično kao i u Srbiji, izdavanje garancije na proizvod nije obavezno, jer je prodavac svakako u obavezi da ispoštuje svoje zakonske obaveze. Garancija se može izdati, ali uglavnom pod uslovom da kupcu daje veća prava nego što je zakonom predviđeno.



Izvor: Freepik.com

8 | Korišćeni izvori

Publikacije

Giacometti, Jessen, Grillitsch, Sotarauta, & Hansen (2024), *Making innovation a mission? Overview of the implementation of mission-oriented policies in Denmark, Finland and Sweden*, doi.org/10.6027/R2024:17.1403-2503

Zavod za intelektualnu svojinu Srbije (2022), *Preduzetničke ideje: Vodič o intelektualnoj svojini za startape link*

Zehaie, Paulsson, Schöldtz, Ljungkvist Nordin, & Wallström (2024), *Extended producer responsibility: Learnings from the Nordics*, doi.org/10.6027/temanord2024-506

Propisi

Directive (EU) 2024/825 of the European Parliament and of the Council of 28 February 2024 amending Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and through better information

Sporazum o slobodnoj trgovini sa državama EFTA. „Službeni glasnik RS – Međunarodni ugovori“ br. 6/2010 i 19/2015

Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju između EU i Srbije, „Službeni glasnik RS – Međunarodni ugovori“ br. 83/2008

Internet izvori

Agencija EU za sajber bezbednost: ENISA

Antler: Antler in Norway

Business Finland (agencija Vlade Finske): zvanična veb prezentacija

Vlada Danske: Startup Denmark.

Vlada Islanda: zvanična veb prezentacija

Danski centar za AI inovacije: Danish Centre for AI Innovation

Danski inovacioni fond: Innovation Fund Denmark

DHL: Vodič kroz usluge za Srbiju 2025

Ecommerce Europe: 2024 European Ecommerce Report

Evropska komisija: Access2Markets portal

Evropska komisija: New legislative framework

Evropska komisija: Cybersecurity policies

Evropska komisija: TARIC baza podataka.

Evropska komisija: Union customs code

Evropska komisija: CE marking
Evropska organizacija za zaštitu intelektualne svojine: EU IPO
Evropska patentna organizacija: European Patent Organisation
Evropska unija: Evrobarometar
Evropski odbor za zaštitu podataka: Guidelines, Recommendations, Best Practices
Euro HPC JU: „Selection of the First Seven AI Factories to Drive Europe's Leadership in AI“ – press release
Getswish AB: About Swish
Zavod za intelektualnu svojinu Srbije: zvanična veb prezentacija
Institut za standardizaciju Srbije: zvanična veb prezentacija
LUMI konzorcijum: LUMI supercomputer
Medicon Valley: Medicon Valley cluster
Ministarstvo spoljnih poslova Danske: Denmark.dk
Ministarstvo spoljnih poslova Danske: Invest in Denmark
Nordijska poslovna alijansa: zvanična veb prezentacija.
Nordic Cooperation: zvanična veb prezentacija.
Nordic Cooperation: Info Norden
Norrskan Akcelerator: zvanična veb prezentacija
Pošta Srbije: Privreda
Privredna komora Srbije: Komorske usluge
Razvojna agencija Srbije: Vesti
Stratup Reykjavik: zvanična veb prezentacija
Statistički zavod Danske: Danmarks Statistik
Statistički zavod Norveške: Statistics Norway
Statistički zavod Finske: Statistics Finland
Statistički zavod Švedske: Statistics Sweden
Svetka banka: *DataBank*.
Tech Nordic Advocates: zvanična veb prezentacija
Uprava carina Republike Srbije: Tarifski poslovi
UPS: Vodič kroz usluge za Srbiju 2025
US International Trade Administration: Country Commercial Guides.
Finski savet za istraživanja: Research infrastructures
Finski centar za veštačku inteligenciju: <https://fcai.fi/>



Skenirajte za online
brošuru sa dostupnim
korisnim linkovima

