



DANAS SEDNICA NADZORNOG ODBORA

Razmatranje finansijskih izveštaja Metalca a.d. i zavisnih društava za 11 meseci 2017, uz procenu ostvarenja do kraja godine, i usvajanje Biznis plana za 2018. godinu – dve su glavne tačke poslednje ovogodišnje sednice Nadzornog odbora, koja se održava danas, 22. decembra, u sedištu kompanije u Gornjem Milanovcu. Sednicom predsedava Dragoljub Vukadinović, predsednik Nadzornog odbora Metalac grupe.

Najvažnija informacija je da će 2017. godina imati ostvarenje veće za 5% u odnosu na plan i 6% u odnosu na prethodnu, dok je za 2018. godinu planiran rast poslovnog prihoda za 6%.

ZDRUŽENO PREKO 100 MILIONA EVRA

Procenjuje se da će Metalac grupa 2017. godinu završiti združenim prihodom od preko 100 miliona evra, oko 9% više nego 2016, uz dobit od 5 miliona evra. Učešće pet proizvodnih društava u združenom prihodu je 40%, pri čemu se skoro četvrtina ukupnog prihoda odnosi na Metalac posuđe.

Pet domaćih trgovačkih preduzeća ostvarila su ukupno 42 miliona evra prihoda i njihovo učešće u združenom prihodu Metalac grupe je 40%. Konačno, četiri trgovačka preduzeća u Moskvi, Kijevu, Zagrebu i Podgorici ostvarila su ukupno 11 miliona evra, a najviše Metrot u Rusiji.

METALAC GRADI POSLOVNO STAMBENI OBJEKAT

Na 9,2 ara lokacije u užem centru Gornjeg Milanovca, preko puta Robne kuće, niči će dve lamele ukupne površine 4.400 metara kvadratnih sa 68 stanova, 11 lokala i više od 80 parking mesta. Predračunska vrednost objekta je 3,5 miliona evra. Za glavnog izvođača izabrano je GK preduzeće za građevinarstvo d.o.o. iz Beograda, sa kojim je 7. decembra 2017. godine potpisan ugovor o izgradnji.



Dragoljub Vukadinović, predsednik Metalac grupe, poručio je prilikom potpisivanja ugovora da očekuje da posao bude urađen kvalitetno i uz maksimalno poštovanje rokova, kao i uvek kad su investicije ove kompanije u pitanju. Inače, ugovor o izvođenju svih građevinskih i građevinsko-zanatskih radova potpisale su dve dame – Ivana Kocić, direktorica GK Preduzeća za građevinarstvo i Radmila Trifunović, izvršna direktorica za finansije Metalca a.d. Gradnja počinje 01. marta 2018, a rok za završetak je 18 meseci.

Moderan, energetski efikasan objekat niči će tako u centru Gornjeg Milanovca, čime će Metalac privesti nameni ekskluzivnu parcelu i ponuditi tržištu 68 stanova – od jednosobnih do četvorosobnih, zatim 11 lokala i dovoljan broj parking i garažnih mesta. Naravno, i celokupna ostala infrastruktura planirana je po najvišim standarduima.



Metalac je gradnju ovog objekta na izuzetnoj lokaciji između pijace, robne kuće, osnovne škole i gimnazije, planirao još pre deset godina, ali je zbog svetske krize odlučio da taj projekat odloži. U međuvremenu je bilo prećih poslova, a sada je izvesno da bi novi poslovno stambeni objekat trebalo da bude useljiv do avgusta 2019. godine.

U POSUĐU
IZNAD SVEGA
STABILNO

FAD INVESTIRAO
PREKO
700 HILJADA EVRA

KONTINUIRANO
UNAPREĐENJE
PROIZVODNJE

DIGITALNI
IZAZOVI NOVOG
PREDUZEĆA

ZA KORISNE PREDLOGE
NAGRAĐENO 40 RADNIKA

PUŠTENA U RAD
NOVA TAKTNA GASNA
PEĆ ZA BOJLERE

U VOJVODINI 24.
PRODAVNICA
METALAC

PLANOVI NA
RUSKOM TRŽIŠTU
ISPUNJENI

ZDRUŽENO PREKO
100 MILIONA EVRA

IZVRŠENA
TRANZICIJA ISO
STANDARDA

RASLI I
VELEPRODAJA
I MALOPRODAJA

U IZVOZU PLAN
PREBAČEN
SKORO 30%

PROIZVEDENO
6,3 MILIONA
JEDINICA

RASTU INVESTICIJE
U PROIZVODNJU
BOJLERA

NA POSUĐU OKO
30 AKCIJA U
REGIONU

MI UVEK POKAŽEMO DA MOŽEMO VIŠE I BOLJE



Poštovani radnici Metalca,

Voleo bih da „Reč generalnog direktora Metalca“ na kraju svake godine počinje informacijom kojom sam lično ponosan, a ona glasi – za nama je još jedna uspešna godina, pred nama još bolja! I nije najvažnije ono što je najmerljivije – a to je činjenica da smo sa preko 100 miliona evra združenog prihoda na nivou Grupe rasli u odnosu na plan i u odnosu na prethodnu godinu, kao i da je dobit veća nego u 2016. Najvažnije je što mi uvek pokažemo da možemo mnogo kad smo oslonjeni na sebe i kada pre svega verujemo u sopstvenu snagu, ne čekajući nikoga. Zato su rasla sva Metalčeva preduzeća, izuzev Metalac FAD-a koji se bori da vrati nekadašnje pozicije. Pojedina su čak rekordno rasla poput Metalac bojlera, Metalac proletera... U svakom slučaju, i ovog puta je oko 60% ukupne Metalčeve proizvodnje plasirano na ino tržišta, a čak 97% ukupnog prihoda došlo je direktno iz poslovanja, što nas čini ozbiljnom i zdravom kompanijom.

Naravno, kao i uvek, mislili smo o budućnosti i ozbiljno investirali u objekte i opremu, sveukuno oko 3,5 miliona evra. To nam u većem stepenu garantuje unapređenja u proizvodnji, uštede u

troškovima, veće zadovoljstvo kupaca, ali i zaposlenih. Osnovali smo preduzeće Metalac digital, takođe sa ciljem da i sadašnjosti i budućnosti prilazimo otvorenih očiju, spremni za svaki izazov.

Za sve ove uspehe zasluge pripadaju svim zaposlenima, a posebno rukovodiocima preduzeća, izniklim u okrilju Metalca, koji time dokazuju da su dorasli izazovima. Ipak, kao i uvek, postojanost naših kompanijskih vrednosti, povezanost i sinergija svih međusobno, ali i po hijerarhiji, sve do Uprave kompanije i samog Predsednika – Metalčeva su najveća konkurentska prednost, koju je stvarao decenijama.

Konačno, dozvolite mi da poželim sve najbolje našoj novorođenoj deci. U ovoj godini očekujemo ponovo rekord sa više od 60 beba. I ne sumnjam da će i oni biti dobri i kvalitetni ljudi.

Želim vam dobro zdravlje, sreću i svaki napredak u dolazećoj godini. Odmorite se. Srećni su ljudi koji se i porodici i svojoj firmi vraćaju sa podjednakim zadovoljstvom. Neka tako i ostane.



U HALI „BREZA“ VIŠE OD 60 BEBA, ČETIRI DEDA MRAZA I 2.100 NOVOGODIŠNJIH PAKETIĆA

U subotu 23. decembra ponovo će biti više hiljada ljudi na tribinama hale Breza. Najviše dece. Kako i ne bi kad ih čeka dobar program, susret sa novorođenim Metalčevim bebama i čak četiri Deda Mraza, koji treba da podele 2.100 novogodišnjih paketića. Od toga, četvrti put zaredom, više od 1.200 poklanjamo mališanima iz vrtića i predškolskih ustanova sa područja opštine Gornji Milanovac. Organizator svečanosti su reprezentativni sindikati i Fondacija Metalac.

Moguće je da će 2017. ponovo biti rekordna godina za Fondaciju Metalac. Do trenutka zaključenja ovog broja biltena, ukupno su rođene 62 bebe Metalčevih radnika, što je apsolutni rekord za proteklih 11 godina. U do sada rekordnoj 2015. godini bilo je rođeno 60 beba.

Prvo dete stiglo je u 32 porodice i one će dobiti po 1.000 evra. U 22 porodice odlazi po 2.000 evra jer su dobile drugo dete; 5 porodica za treće dete dobija po 3.000 evra, dok će Ivana Josić,

radnica Metalac home marketa, dobiti 4.000 evra, jer je posle ćerke i sina dobila blizakinje.

Sveukupno, više od 90 hiljada evra primiće 30 dečaka i 32 devojčice, a vrednosne čestitke će im biti uručene na svečanoj dodeli u hali Breza u subotu, 23. decembra u 11 časova. Nakon toga Kulturni centar će izvesti predstavu, a Metalčevi Deda Mrazovi podeliće više od 2.100 novogodišnjih paketića.

DOMINIRAJU POZITIVNO MIŠLJENJE I POVERENJE U METALAC

Kompanija Metalac ima odličnu reputaciju preduzeća sa dugom tradicijom, koja garantuje kvalitet. Više od 90% ispitanika ima pozitivno mišljenje i poverenje u brend. Ovakav imidž se preliva i na druge proizvodne kategorije, ali se Metalac još uvek dominantno doživljava kao proizvođač posuđa.

Agencija Ipsos marketing iz Beograda sproveda je tokom septembra istraživanje na tržištu Srbije, Crne Gore i Hrvatske, sa ciljem da proverimo poznatost i pozicioniranost korporativnog brenda, istoimenog lanca prodavnica i glavnih proizvoda koji se prodaju pod imenom Metalac – posuđa, bojlera i sudopera.

Izveštaj potvrđuje da kompaniju prati izuzetno dobar glas. Preovladava mišljenje da je Metalac preduzeće koje garantuje kvalitet i to čini godinama. Građani znaju da se radi o veoma uspešnoj kompaniji, ali mnogi još uvek nisu svesni da se uspeh proteže i van granica naše zemlje.

Posuđe je, kao što je bilo i očekivano, i dalje ključna asocijacija na kompaniju Metalac. Za Metalac se još vezuju i utisak o kvalitetu i domaće poreklo. Naime, skoro 90% ispitanika ima pozitivno mišljenje o kompaniji, a skoro 85% ima i visoko poverenje. Za 90% ispitanika Metalac je pre svega kompanija sa dugom tradicijom, čije ime garantuje kvalitet. Njih 80% smatra da pratimo trendove i da smo moderni. Preko 70% misli da smo jedna od najuspešnijih kompanija, a skoro 50% smatra da smo jedan od najvećih izvoznika.

I većina Crnogoraca zna za Metalac

Pomalo neverovatno, ali za kreiranje jedinstvene strategije veoma povoljno, jesu nalazi koji se tiču sve tri proizvodne kategorije i kompanije Metalac. Oni su, uopšte posmatrano, praktično identični u slučaju Srbije i Crne Gore. Ipak, iako je većina Crnogoraca čula za kompaniju Metalac, mnogi je poznaju samo kroz poslovanje u kategoriji posuđa. I ovde su kvalitet i tradicija jasna obeležja kompanije Metalac. Metalac jeste lider, ali nema u toj meri neprikosnoveni status kao što je to slučaj u Srbiji.

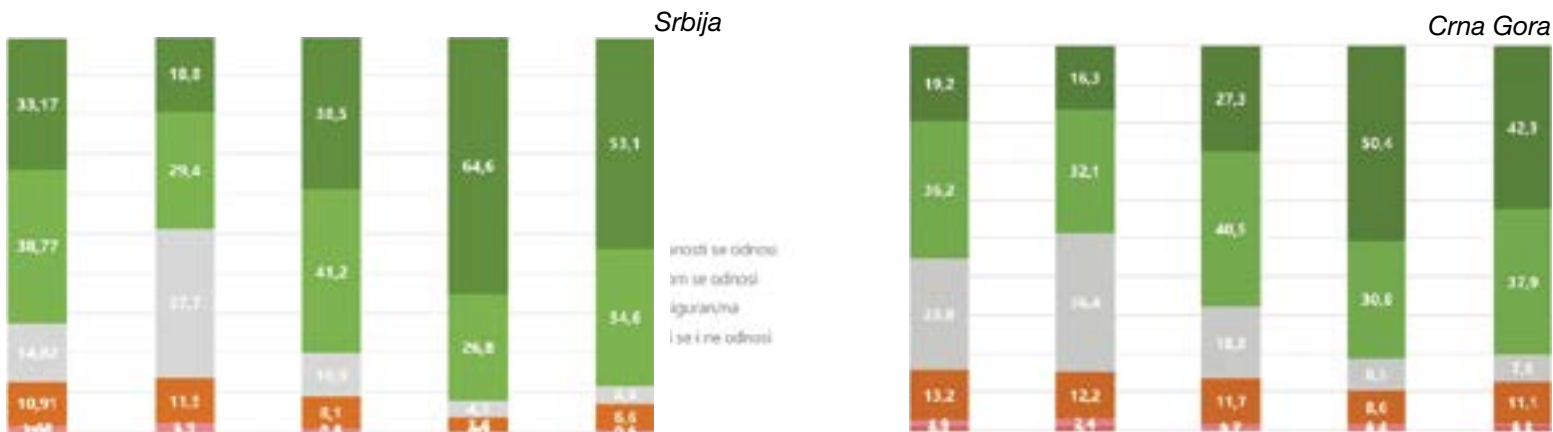
U Hrvatskoj još uvek nedovoljno poznati

Što se tržišta Hrvatske tiče, potpuno očekivano, prilično se razlikuju i odnos prema kategoriji i pozicija marke Metalac u odnosu na stanje u Srbiji i Crnoj Gori. Metalac ima korpus svojih korisnika u Hrvatskoj, ali je činjenica da je manje u fokusu u odnosu na neke druge marke. Brend mora još puno da radi na praktično svim elementima „postojanja“ na tržištu – poznatosti, zastupljenosti, relevantnosti za kupca.

Naše prodavnice važno mesto informisanja o brendu

Nema dileme da je lanac naših prodavnica postao visokoprepoznatljiv kao mesto za opremanje domaćinstva. U Srbiji lanac prodavnica Metalac prednjači u odnosu na konkurentske formate po svim merenim parametrima, kao što su ponuda, uslovi, ambijent, lokacija, osoblje... Zato su u zaključcima istraživanja ističe da su prodavnice Metalac značajna prednost koju kompanija ima u odnosu na konkurente, s obzirom na podatke koji sugerišu da je prodavnica važno mesto informisanja i donošenja odluka o marki proizvoda. Ono na čemu bi, prema istraživanju, i dalje trebalo raditi, jesu aktivnosti koje inspirišu na ulazak u radnju, pa makar i u svrhe informisanja. Utoliko pre što je konverzija dobra, tj. veliki procenat onih koji uđu u prodavnicu obavezno iz nje izađe sa nečim u kesi.

Zanimljivo je, takođe, da je percepcija prodavnica Metalac u Srbiji i Crnoj Gori skoro identična, kad je reč o asortimanu, ambijentu, osoblju.. Naravno, prodavnice Metalac nemaju takvo prisustvo kao u Srbiji, pasamim tim ni primat. Prednjače drugi lanci, a najviše Okov. Naš lanac je na četvrtom mestu među deset prvih konkurenata.



IZVRŠENA TRANZICIJA STANDARDA ISO NA VERZIJE IZ 2015. GODINE

U toku 2017. godine izvršena je tranzicija standarda ISO 9001:2008 i ISO 14001:2004 na ISO 9001:2015 i ISO 14001:2015. Početkom decembra je od strane Odbora za kvalitet izvršena verifikacija dokumenata Integriranog menadžment sistema IMS sa početkom primene sedam dana nakon usvajanja. Iz usvojenog plana tranzicije ostaje još da se realizuje eksterna obuka internih proverivača koja će biti održana sredinom februara 2018. i dve interne provere koje će biti održane u martu i maju 2018. Konačno, kao rezultat celog ovog procesa sledi i resertifikaciona eksterna provera u junu 2018. godine.

EMISIJE CO2 U ATMOSFERU MANJA ZA 90 TONA

Kompanija Metalac je u 2016. doprinela smanjenju emisije CO2 u atmosferu za 90 tona. Zavisnim društvima koja upravljaju ambalažnim otpadom, sertifikat je ovih dana dodelila kompanija Sekopak, jedini operater u Srbiji koji industriji omogućava uvid u doprinos uštedi emisije CO2 gasova. Sertifikat se dodeljuje na osnovu CO2 kalkulatora, koji izračunava učinak u smanjenju emisije u atmosferu na bazi plasiranih i recikliranih količina ambalažnog otpada.

RETROSPEKTIVA DECENIJE SARADNJE SA DIZAJNERIMA

Izložbu otvorio Dragoljub Vukadinović, predsednik Kompanije Metalac. O značaju saradnje sa institucijama i dizajnerima govorili Prof. Zoran Blažina, dekan Fakulteta primenjenih umetnosti; arhitekta Maja Lalić, umetnički direktor Mikser House-a i Nadica Vujić Mitrović, direktor marketinga Metalca. Uručene nagrade pobednicima poslednjeg konkursa.

U galeriji Štab u Beogradu otvorena je 5. oktobra retrospektivna izložba MISLI(M) DIZAJN kompanije Metalac u saradnji sa FPU iz Beograda. Više od 200 posetilaca, profesora i studenata Univerziteta u Beogradu, privrednika, javnih ličnosti, prijatelja Kompanije, članova Nadzornog odbora, ali i radnika Metalca – prisustvovalo je otvaranju.

Iz bogate palete, koja sadrži više od 2.000 radova i ideja dizajnera, izdvojeni su proizvodi koji su doživeli uspeh na tržištu, kao i nagrađeni projekti, koji će u budućnosti možda biti realizovani.

- Saradnja sa dizajnerima, obrazovnim institucijama i organizacijama koje okupljanju umetnike, za Metalac je postala redovna praksa uz višestruku obostranu korist. Zajedno rastemo i pokazujemo kako su stvari moguće – rekla je direktorka Nadica Vujić Mitrović, istakavši da izložba obuhvata odabrane radove nastale u poslednjih deset godina, počev od saradnje sa Karimom Rašidom, kao i domaćim dizajnerima Nikolom Kneževićem, Dušanom Lazićem i Slobodanom Jelesijevićem. Osim toga, prikazani su nagrađeni radovi sa konkursa Nove uspomene, kao i radovi nastali na Facebook konkursima.

Zoran Blažina, dekan FPU, je istakao da je FPU najkompetentnije mesto kada je u pitanju mera dizajna u državi, a to su ljudi iz Kompanije Metalac prepoznali i pokazali da je njihovo poslovanje društveno odgovorno.

- Metalac je jedan fenomen u našoj zemlji. To je kompanija koja, u najboljem smislu reči, posluje po svim principima zapadnoevropskog poslovanja. Moram da kažem da se fakultet ponosi odsekom za industrijski dizajn zato što, u državi u kojoj skoro da ne postoji privreda, ovaj odsek daje neverovatne svetske rezultate – rekao je profesor Blažina.

Arhitektkinja Maja Lalić je istakla da nakon završenih škola nema mnogo prostora gde može da se vežba, gde može i da se greši i da se prave veliki uspesi kada je u pitanju realan proizvod iza koga stoji originalan dizajn.

- Želja i misija dobijaju svoje otelotvorenje u Kompaniji kao što je Metalac. Kompaniji koja pravi most između mnogih generacija. Mogu da kažem, i posvedočim, sada kada Miksera trenutno nema u Beogradu, a otvorio se nedavno u Sarajevu, da se tamo željno očekuju ove naše kolekcije koje smo napravili kroz konkurs



Nove uspomene. Udruženi možemo mnogo dobrih stvari odavde da pošaljemo u svet – rekla je Maja Lalić.

- Mi smo ovaj konkurs organizovali da vidimo kako mladi ljudi razmišljaju. Ne samo da na ovaj način realizujemo najbolje radove na obostranu korist, već proveramo da li se Metalac kreće u dobrom pravcu. I dalje ćemo se truditi da učimo od svih koji znaju bolje od nas ili misle i vide drugačije – rekao je Dragoljub Vukadinović, predsednik Metalac grupe i podsetio da je Metalac firma poznata po stalnom učenju i da ima preko 200 zaposlenih sa visokom i 150 sa višom školom.

NAGRAĐENA NAJBOLJA REŠENJA STUDENATA

Neposredni povod otvaranja izložbe bio je poslednji studentski konkurs koji su preduzeće Metalac posuđe i Metalac inko realizovali u saradnji sa FPU – odsekom za industrijski dizajn.

Tri osnovna kriterijuma za odabir najboljih bila su: inovativnost i mogućnost razvijanja projekta u budućnosti; kompletnost projekta i mogućnost uvođenja u proizvodnju; tržišni / komercijalni potencijal. Najbolji u kategoriji Dizajn tuš panela od Granmatrix-a je rad Mihaila Stanića i Mladena Nikolića. Za dizajn umivaonika nagrada je otišla u ruke Emi Pehlivanović, a za ručicu tiganja Đurđi Garčević. Inače, ukupan fond nagrada i sredstava koje Metalac izdvaja za FPU iznosi 5.000 evra.

Šef katedre Vladimir Zagorac, profesor Nikola Knežević nagrađeni studenti FPU, odsek za industrijski dizajn



U POSUĐU IZNAD SVEGA STABILNO



Sa oko 25,6 miliona evra realizacije, 2017. godina će za Metalac posuđe biti približna prethodnoj, inače rekordnoj 2016, a plan prebačen za oko 6%. Na domaćem tržištu realizacija veća za 3% a izvoz manji za 3% zbog izostanka prometa kroz Konzum. Novi poslovi u Rusiji i USA.

Oko 40% realizacije ostvareno je na domaćem tržištu, na kome se beleži rast od 3% prevashodno zahvaljujući dobrim rezultatima postignutim u akcijama lojalnosti u Delhaizeu, DIS-u, DTL-u i kobrendingu sa Coca-Colom i Podravkom. U isto vreme u izvozu, realizovanom posredstvom 25 tržišta, imamo pad od 3%, pre svega zbog izostanka planiranog prometa od 500 hiljada evra zbog poznatih problema sa Agrokorum. Na ostalim tržištima je postignuta dobra prodaja uz značajan rast na tržištu Bosne i Hercegovine.

Što se važnog ruskog tržišta tiče, izdvajamo da je poslednjeg dana novembra Metalac posetio veliki Metrotov kupac Shopping live, sa kojim Metrot godišnje realizuje oko milion evra. Ugovorene su nove aktivnosti i planiran rast realizacije za oko 20%.

Zanimljivo je da su za Ameriku već plasirani nalozi za februar i mart, a značajan je i početak pregovora sa još jednim novim kupcem. U drugoj polovini godine imali smo posete potencijalnih kupaca sa tržišta na kojima nismo prisutni: Rumunija, Turska, Švedska, Ujedinjeni Arapski Emirati.



Po prvi put sledeće godine u maju ćemo biti prisutni na sajmu World Private Label u Amsterdamu, pošto inače imamo dosta iskustva u proizvodnji posuđa za privatne robne marke (PL), kao što to činimo sa kupcem Auchan iz Francuske.

PROIZVEDENO 6,3 MILIONA JEDINICA

U odnosu na prošlu godinu ostvarena proizvodnja 21% veća u komadima i 8% finansijski u odnosu na 2016. Dnevno smo u proseku proizvodili 26 hiljada jedinica, odnosno 570 hiljada komada mesečno.

U svim pogonima Metalca proizvedeno je 6,3 miliona jedinica, od toga 5,3 miliona, tj. 85% emajliranog posuđa, a ostalo su non-stik, inox i pozicije za bojlere. Glavni parametri kvaliteta su ostvareni u granicama ciljnih vrednosti.



Ukupan broj stalno zaposlenih radnika u proizvodnji, tehnicima i održavanju na kraju 2017. godine bio je 682, isto koliko i na početku godine. Broj radnika angažovanih preko omladinske zadruge u odnosu na početak godine je povećan sa 23 na 30.

Od investicija realizovanih u toku godine treba izdvojiti laser za sečenje lima koji je u fazi puštanja u rad i nove ekscentar prese. U delu automatskog emajliranja i u pogonu mehaničke obrade limova završene su aktivnosti na unapređenju proizvodnih procesa i povećanju produktivnosti kroz Lean koncept proizvodnje. Osim toga, uspešno su završeni svi planirani 5S projekti.

Nastavljen je trend smanjenja reklamacija, pa za jedanaest meseci 2017. godine ostvarena vrednost reklamacija po nalogu kupca iznosi 0,02% a reklamacija kupaca sa lagera 0,12%. Obe ostvarene vrednosti su daleko ispod postavljenih ciljanih vrednosti za ova dva parametra, a sve zahvaljujući stalnom podizanju kvaliteta proizvodnog procesa i rada službe tehničke kontrole kvaliteta u svim fazama izrade proizvoda kao i kvaliteta rada službe tehničke kontrole kvaliteta u svim fazama izrade proizvoda.

NA POSUĐU OKO 30 AKCIJA U REGIONU

Trend prajm-tajm, kobrending i akcija lojalnosti se ne zaustavlja. Sve je veće angažovanje naših proizvodnih preduzeća, a pre svega Metalac posuđa, da drži korak i čak prednjači kad su ove aktivnosti u pitanju.

Tako je na domaćem i tržištima bivše Jugoslavije u 2017. godini organizovano oko 30 akcija, od kojih 12 na domaćem tržištu, a potrošačima je podeljeno oko osam miliona knjižica i 80 miliona markica. Ove godine po prvi put realizovane su kobrending akcije u saradnji sa Coca-Colom i Podravkom, ali i sa lancem prodavnica Qvattro i Sunce na području Beograda.

Uspešna saradnja sa DIS-om nastavila se i u poslednjem kvartalu 2017, na novoj ekskluzivnoj liniji emajliranog posuđa Nera. U poslednjem kvartalu, takođe na linijama emajliranog posuđa, nastavljene su akcije sa DTL-om na liniji Tufnice 2, kao i kroz Delhaize na liniji Brokoli 2. Svi su izgledi da će akcije biti uspešne

kao i do sada. Samo na brokoliju biće prodato preko 300 hiljada jedinica. Ponovljena je i akcija sa Amanom na inoks liniji Coolcook, kao i sa Mojom radnjom i DIS franšizama na linijama non-stika.

Zahvaljujući odličnim dosadašnjim rezultatima na tržištu BIH, realizovano je pet akcija lojalnosti – po prvi put kroz lanac FIS i Best, a ponovljene su i akcije sa Coca-Colom, Grand kafom i As marketom.

Za makedonsko tržište akcije lojalnosti imaju veliki potencijal, pa su realizovane kod šest kupaca na različitim linijama, uz nesumnjivo potvrđenu zainteresovanost kupaca.

I PARTNERSTVO I PRIJATELJSTVO



Komercijalni razgovori, obilazak proizvodnje, prezentacije i degustacije, obilazak fruškogorskih manastira i Sremskih Karlovaca i, naravno, druženje uz dobar program – ostaju nezaboravni u sećanjima gostiju iz BIH, naših dugogodišnjih partnera, zahvaljujući kojima je ovo tržište u samom vrhu u izvozu Metalčevih proizvoda.

Nakon susreta 2013. i 2015, početkom septembra u trodnevnu posetu Metalcu došli su ponovo poslovni partneri iz BIH. Reč je o partnerima sa kojima naša preduzeća tradicionalno saraduju. Sveukupno, u Metalac je stiglo četrdesetak gostiju iz Tržnice, Unitehne, Zeusa, As Marketa, Fisa, Alternativne televizije iz Banja Luke, Onogošta iz Sokolca, Budućnosti iz Ugljevika, Nere iz Bratunca, ali i partnera iz Trebinja i Zvornika. Susreti su počeli

komercijalnim sastancima, da bi nakon zajedničkog obilaska svih proizvodnih pogona i prezentacije i degustacije specijaliteta, uspešan radni dan u Metalcu završili svečanom večerom u restoranu Norveške kuće. Pošto su u ranijim posetama uglavnom obišli znamenita mesta u našem okruženju, za goste je ovog puta organizovan obilazak fruškogorskih manastira Krušedol i Hopovo, zatim obilazak Vinarije Kovačević i Sremskih Karlovaca.

ČAS STRATEGIJE NA PRIMERU METALAC POSUĐA

Praktičnu nastavu imali su studenti Ekonomskog fakulteta Kragujevac, predvođeni prof. dr Stevom Janoševićem.

Profesor Stevo Janošević, predsednik Odbora direktora Metalac proletera, odabrao je za svoje studente upravo Metalac da im približi temu formulisanja i implementacije strategije i to na primeru Metalac posuđa. Nakon prezentacije koju je na primeru strategije 2018-2020. godine studentima održao direktor Metalac posuđa Aleksandar Marković, usledio je razgovor sa brojnim pitanjima budućih ekonomista, koji su se tako bliže upoznali ne samo sa poslovnom strategijom već i sa sveukupnim radom Metalac posuđa. Sa velikim interesovanjem obišli su proizvodne pogone za non-stik, inoks i emajlirano posuđe, što je na njih ostavilo najveći utisak.



METALAC MALIM UMETNICIMA

Kao kompanija koja svoje društveno korisne aktivnosti vezuje pre svega za decu i omladinu, Metalac je i ove godine nagradio pobednike Minijturnog bijenala.

Oni su mali umetnici, najviše osnovci i pomalo srednjoškolski, učesnici sedmog Minijturnog bijenala dečijeg likovnog stvaralaštva i najveće prateće manifestacije velikog Bijenala. U holu Kulturnog centra, 29. novembra izloženo je više od 1.288 radova dece Gornjeg Milanovca. Nagrade su podeljene u 12 kategorija. Ove godine, uz sugestiju i podršku Metalca, van konkurencije odabrani su i nagrađeni najbolji gostujuć radovi autora koji su došli iz dečijih likovnih kolonija, vrtića i osnovnih škola Beograda, Vinče, Vršca, Čačka i Umetničkih škola Niša i Kraljeva. Metalac je i za njih obezbedio nagrade.



POKAŽI DA SI PROFI

Ovo je slogan pod kojim je u 2017. na tržište krenula nova linija aluminijumskog posuđa Professional, sa ojačanim troslojnim premazom Platinum Plus, izuzetnog kvaliteta, namenjena prvenstveno Horeca segmentu.

Nakon sajмова u Frankfurtu i Beogradu, kada su po prvi put predstavljene linije namenjene Horeca segmentu, organizovane su tokom proleća i jeseni dve prezentacije u Metroovom Horeca centru. Vlasnici hotela i restorana, šefovi kuhinja i menadžeri imali su priliku da se detaljnije upoznaju sa linijom Professional (non-stik i inoks) za pripremu, i linijom Gastro serving, za serviranje pripremljene hrane. Inače, Horeca centar je jedinstveni i najmoderniji centar u Srbiji i Evropi iz ove oblasti koji organizuje promocije, školu kuvanja, izlaganje i demonstraciju pripreme hrane i slično. Zato sa Metro-om danas sarađuje preko 20 hiljada hotela, restorana, Fast Food & Catering i Cafe & Bar klijenata.



Sa jedne od prezentacija za profesionalce

profesionalne upotrebe posuđa u restoranskim i hotelskim kuhinjama. Kako trend služenja hrane u emajliranom posuđu postaje sve popularniji, Metalac se odnedavno odlučio da svoj proizvodni portfolio proširi i Gastro serving linijom klasičnog emajliranog posuđa za serviranje i prezentaciju hrane.

I u 2018. fokus će biti na linijama za profesionalnu upotrebu, kako u Srbiji, tako i na tržištima bivše Jugoslavije. Sa istim ciljem planiran je i nastup na sajmu u Splitu krajem februara sledeće godine. Linija Professional je razvijena u cilju praćenja svetskih trendova u non-stik i inoks posuđu i ulaska u segment

IZABRANO ŠERPINO NOVO ODELO

Oko 170 autora poslalo je skoro 1.100 predloga za Šerpino novo odelo, kako glasi peti po redu Facebook konkurs Metalac posuđa. Pobjednik je Maja Zoranović

Kao što se i očekivalo, poslednji, peti po redu konkurs za nove dekore posuđa, koji je Metalac sproveo posredstvom društvene mreže Facebook, bio je najbrojniji po odzivu. Stiglo je 1.100 predloga od 170 autora, uglavnom iz Srbije. Nakon višednevne selekcije i žiriranja u kojem su učestvovali predstavnici marketinga, prodaje, tehnologije i dizajna, odabrani su najbolji. Prvu novčanu nagradu od 500 evra osvojila je Maja Zoranović iz Beograda, kao i dve specijalne od po 100 evra. Druga i treća nagrada otišle su Nikoli Kovačeviću i Biljani Grkavac, dok je specijalnu nagradu

dobila Milena Lazarević iz Niša. U toku je osvajanje uzoraka prema odabranim rešenjima, koja će u februaru biti izložena na sajmu u Frankfurtu. Svi nagrađeni autori, osim novčanih nagrada, dobijaju i setove emajliranog posuđa sa svojim dekorom.

Glavni kriterijumi bili su inovativnost, primenljivost u tehnologiji emajliranja i komercijalna primena. Za proteklih pet godina Metalac posuđe je na ovaj način prikupilo oko tri hiljade predloga, od kojih je nekoliko odabranih doživelo potvrdu na tržištu.

Nakon izložbe Misli(m) dizajn, Metalac samo potvrđuje svoju rešenost da na primeren način otvori put mladim dizajnerima.



PARTNERSTVO SA NOVOM KITCHEN TV

Broj korisnika Kitchen TV kanala popeo se na oko 650 hiljada domaćinstava, odnosno više od 1,5 miliona svakodnevnih potencijalnih gledalaca. Sa širenjem ovog kulinarskog kanala na region, Metalac posuđe biće prisutno svakog dana na TV ekranima u Srbiji, Crnoj Gori, BiH i Bugarskoj, a uskoro i u Makedoniji i Hrvatskoj.

Sa skoro 200 hiljada domaćinstava koja u Srbiji prate ovaj kulinarski kanal, Kitchen TV je ušla u top 20 osnovnog paketa Telekom Srbije. To znači da nas svakodnevno u Srbiji gleda oko pola miliona gledalaca. Kuriozitet je i da se Kitchen TV emituje u većini restorana i hotela u Srbiji kao osnovni kanal. A tamo gde je ovaj kanal, tamo je i posuđe Metalac.

FOKUS NA UPRAVLJANJE POTROŠNJOM ENERGIJE

LED rasvetom štedimo 57 evra dnevno u vreme kad se rasveta koristi. Praćenje i kontola potrošnje energenata koje koristimo biće veoma značajan segment našeg poslovanja u godinama koje su pred nama – poručuju iz Službe servisa i održavanja.

Pošto u okviru Sistema energetskog menadžmenta (SEM) imamo obavezu da godišnje smanjimo potrošnju energenata za 1% pri istom obimu proizvodnje, u 2017. godini je investirano oko 20 hiljada evra u LED rasvetu, čime je potrošnja električne energije smanjena 1,05 MWh dnevno, odnosno 57 evra dnevno kada radi rasveta, pa je povrat investicije oko 18 meseci. Takođe, ugrađeno je deset kalorimetara za merenje potrošnje toplotne energije, a u planu je da se do kraja godine ili početkom sledeće ugradi još pet. Ukupna investicija je 16 hiljada evra. Na ovaj način ćemo imati precizan podatak o potrošnji toplotne energije po objektima, kao i identifikaciju gubitaka u mreži grejanja.

U toku su hardverski radovi na SCADA sistemu za praćenje potrošnje električne energije, a krajnji cilj je praćenje potrošnje svih energenata na jednoj platformi. Praćenje i kontola potrošnje energenata koje koristimo biće veoma značajan segment našeg poslovanja u godinama koje su pred nama.

U 2017. zamenjen je deo krova PZO iznad aparata za zavarivanje, kao i krov iznad trafostanice br. 1. Postavljeno je 310m ograde za Metalac FAD. Završena je rekonstrukcija i zamena vodovodne mreže na prostoru MGR, zgrade SIO i magacina poluproizvoda, čime je potrošnja vode smanjena za 2.000 m³.

Od ostalih aktivnosti treba izdvojiti – remont osam hidrauličnih cilindara sa presa u MOL-u; remont polirke za spoljašnje poliranje; sanacija izolacije na svim pećima; izrada rostova; sanacija poda u bajceraju; nova sušara i nova kada za kiselinu u bajceraju; rekonstrukcija upravljanja na automatu starog emajla; zamena starog i nepouzdanog PC-a na liniji za višeredno prosecanje; izrada delova, elektroormana i upravljačkog softvera na novoj mašini za sito štampu; servis kompresora i gorionika; izrada instalacije i provlačenje kablova za ormane za novu optičku mrežu; zamena kamera u pogonima i po krugu. Demontirana je stara peć na struju i montirana savremena taktna peć na gas pod vodstvom montažera iz VET-a i u saradnji sa inženjerima iz Bojlera.



Planovi i investicije metalac posuđa u 2018. godini

Za nastavak zamene rasvete LED sijalicama potrebno je uložiti još oko 26 hiljada evra. Oko 60 hiljada evra biće uloženo za klimatizaciju pogona PZO i rekuperaciju toplotne energije sa peći u PZO, što će olakšati radne uslove, a prikupljena toplotna energija bi bila korišćena za dogrevanje pakeraja i dekora u zimskim mesecima.

Na redu je i opremanje centralne električarske radionice kako bi se omogućilo servisiranje elektromotora koji trenutno idu na spoljni servis. Oko 20 hiljada evra biće uloženo u rekonstrukciju upravljanja na automatima starog i novog grunda, kao i na dva aparata za tupo zavarivanje. Planirana je i izrada nove mašine za automatsko sečenje inoks trake.

U narednom periodu je neophodna i rekonstrukcija sistema grejanja, kao i zamena instalacije grejanja i fenkoila u PC-u što je veoma značajna investicija. No, imamo potrebna znanja i veštine, i uz pomoć naših saradnika i kolega sve zadatke i očekivanja možemo da ispunimo – poručili su iz službe Održavanja.

DIGITALNI IZAZOVI NOVOG PREDUZEĆA



Metalac digital počeo je sa radom 1. avgusta, kao deo šireg projekta digitalne transformacije sa fokusom na elektronsku trgovinu i razvoj digitalnih kanala komunikacije. Osnovni cilj je jačanje konverzije, odnosno internet prodaje naših proizvoda, rast zadovoljstva korisnika i snaženje svesti o brendu Metalac novim digitalnim alatima komunikacije i promocije.

Prva četiri meseca rada malog tima novoosnovanog preduzeća Metalac digital, koje vodi Jelena Mijatović, protekla su u preduzimanju početnih koraka u jednom kompleksnom i veoma zahtevnom procesu, kojim Metalac pravovremeno reaguje na promene u okruženju.

U dogovoru sa zavisnim preduzećima preuzeto je vođenje svih 16 web prezentacija, kao i naloga na društvenim mrežama. Sredinom decembra aktivirane su i Facebook stranice za tržišta Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Makedonije i globalna stranica na engleskom jeziku.

Sa Metalac marketom je postignut dogovor o zajedničkom vođenju Internet prodavnice www.metalacmarket.com. Digitalne

promotivne aktivnosti, započete u novembru, već daju rezultate. Povećana je posećenost online prodavnice za 67%, a promet za 61% u odnosu na mesečni prosek od januara do oktobra ove godine. Implementacija nove e-commerce platforme za Srbiju, jedne od pet ugovorenih, planirana je za maj 2018.

Paralelno je pokrenuto i definisanje projektnog zadatka za implementaciju CRM sistema koji bi centralizovao i integrisao korisnički servis, e-commerce podršku i sistematizovano prikupljao podatke o korisnicima Metalacovih proizvoda i usluga.

Sigurno je da će 2018. biti izuzetno važna, jer će Metalac digital, uz neophodnu podršku svih preduzeća i sektora, nakon prvih, preduzimati sve zahtevnije korake.

RASTE PRODAJA – RASTU INVESTICIJE U PROIZVODNJU BOJLERA



Očekivana realizacija 21% veća u odnosu na 2016. i 16% veća u odnosu na plan. Rast izvoza preko 40%, a domaćeg tržišta 7%. Fokus na tržište Rusije urodio plodom. Malolitražni pritiski bojleri već su u domovima Rusije, Hrvatske, Bugarske. Potencijalna zvezda – inox bojler sa suvim grejačem. Završen potporni zid i saobraćajnica ispod proizvodnog pogona – prostor za sirovine i polufabrikate. Ovih dana u pogon puštena i nova taktna gasna peć za pečenje bojlera.

Iza Metalac bojlera je godina rasta i značajnih investicija. Uz jačanje prodajnih i marketinških aktivnosti, rastu prodaje na svim terenima na domaćem tržištu doprinelo je i održavanje partnerstva sa instalaterima bojlera, kao važnoj karici do krajnjih korisnika.

Zahvaljujući rastu izvoza, ukupna realizacija u 2017. biće 41% veća nego u prethodnoj godini, odnosno 30% iznad plana. Rast izvoza beleži se skoro na svim tržištima na kojima se prodaju naši proizvodi. U Hrvatskoj, gde smo početkom godine organizovali susret sa kupcima plasman je porastao više od dva i po puta.

Ipak, najveći realan rast beleži se na tržištu Rusije, gde će u 2017. izvoz preći 750 hiljada evra, što je dva i po puta više nego u 2016., pre svega zahvaljujući novim proizvodima specijalno kreiranim za ovo tržište. Zajedničko zalaganje Metalac bojlera i Metrota u Moskvi se nastavlja i dalje, kako u razvoju novih proizvoda, tako i plasmanu. Već se naveliko spremamo za novi nastup na sajmu Aquatherm 2018. u Moskvi – kaže direktor Zoran Ognjanović, uz napomenu da je značajan rast izvoza zabeležen i u Bugarskoj, Crnoj Gori i BiH, a u toku su i pregovori za proširenje asortimana bojlera koji se plasira na tržištu Nemačke.

U korak sa trendovima uz dalji rast prodaje

Osim sajma Aquatherm u Moskvi, u aprilu sledi i nastup na Sajmu građevinarstva u Beogradu, a planirana je i poseta sajmu u Milanu sa ciljem praćenja novih trendova u ovoj branši.

- Za narednu godinu planiramo rast realizacije od 6,5%, odnosno ukupnu realizaciju od 5,5 miliona evra, od čega polovina u izvozu. Znamo da neće biti lako sa velikim razvojnim izazovima na ovom putu, ali u godinu ulazimo sa izuzetno jakim rešenostima celog kolektiva da završimo ostvarimo poručio je direktor Ognjanović.

Puštena u rad nova taktna gasna peć za bojlere

Prateći rast prodaje i zahteva tržišta, u fabrici bojlera je izvršeno proširenje proizvodnih kapaciteta ulaganjem oko 420 hiljada evra u novu taktnu gasnu peć. Osim što će proizvodnja biti unapređena i asortimanski i količinski, jedan od najvećih benefita je i velika ušteda energije.

Nova peć se pušta u pogon za svega 30-ak minuta, u njoj se mogu emajlirati bojleri od 30 do 1.000 litara, uz odgovarajuće parametre pečenja za svaki tip bojlera, što povećava efikasnost i fleksibilnost prema zahtevima proizvodnje. Uz to se otpadna toplotna energija takođe koristi u procesu sušenja, što doprinosi energetske efikasnosti. Ova investicija je i prijatelj očuvanja životne sredine kroz smanjenje emisije CO₂. Proizilazi da se upotrebom prirodnog gasa emisija smanjuje CO₂ 3,5 puta u odnosu na upotrebu čvrstih goriva.

Modernizacija opreme i osvajanje novih proizvoda

Do kraja godine u pogon Metalac bojlera stiže i nova rubilica, kojom se takođe povećava kapacitet i fleksibilnost proizvodnje.

Započet je i projekat robotskog zavarivanja, a početkom proleća naredne godine vredne ruke zavarivača na pojedinim operacijama će najverovatnije zameniti robot. U pripremi je projekat i izrada



elaborata za novi bajceraj, kojim bi se zaokružio proces emajliranja bojlera mokrim postupkom. Takođe, naše preduzeće je osvojilo bojlere od 150 l i 200 l u raznim varijantama, pre svega za rusko tržište, a u toku je razvoj dodatnih varijacija u ovim dimenzijama bojlera. Na ovogodišnjem Sajmu građevine najavljen je nov proizvod – inox bojler sa suvim grejačem koji je već plasiran na bugarsko tržište, a do kraja godine će biti i na domaćem, posle čega sledi Rusija.

Magacinom poluproizvoda smo dobili lakši rad u proizvodnji, bolju organizaciju i optimizaciju proizvodnje, a izgradnjom potpornog zida i saobraćajnice ispod proizvodne hale još više proširili kapacitete za sirovine i polufabrikate i omogućili bolje transportne puteve. Od februara meseca, prodaja je nastavila aktivnosti iz novih prostorija – renovirana je stara upravna zgrada.

I u narednoj godini akcenat će biti na unapređenjima postojećeg standardnog programa, proizvodnji raznih varijanti kombinovanih bojlera velike litražne sa emajliranim kazanom, poboljšanju energetske razreda za standardni program, osvajanju bojlera sa novim dizajnom, proširenju kapaciteta, povećanju produktivnosti i smanjenju troškova proizvodnje, pre svega uvođenjem Kaizen filozofije kontinualnog unapređenja procesa, kao i daljim ulaganjem u ljudske resurse svih nivoa.

U IZVOZU PLAN PREBAČEN SKORO 30%



Inko će godinu završiti sa 2,8 miliona evra ukupnog prihoda, uz prebačaj plana za 12% i rast od 9%. Najviše rastao izvoz. Nova oprema obezbedila rast produktivnosti i smanjenje troškova.

Realizacija Metalac inka za 11 meseci 2017. godine iznosi 2,6 miliona evra, što je 12% više od planiranog i 9% više nego u istom periodu prethodne godine. Od toga je na domaćem tržištu ostvareno 55%, a u izvozu 45% ukupne prodaje. Kako se do kraja godine očekuje ista dinamika, procena je da će Inko godinu završiti sa oko 2,8 miliona evra ukupnog prihoda. Rast imaju granitne sudopere i to 174% u odnosu na 2016, dok inoks sudopere beleže pad za oko 10%.

Najveći rast prodaje ostvaren je u izvozu i to 29% iznad plana i 20% u odnosu na 2016. Raslo je pre svega tržište Ukrajine, a zatim i tržišta BIH, Hrvatske i Crne Gore. Ove godine Metalac inko je imao i prvi plasman sudopera na tržište Uzbekistana, koje ima solidan potencijal i gde bismo u narednoj godini mogli da očekujemo značajniju realizaciju.

- Osim što sveukupno možemo biti zadovoljni prihodom, veoma je važno što su nam investicije donele rast produktivnosti i smanjenje troškova. Najznačajnija je, svakako, kupovina nove CNC glodalice za obradu granitnih sudopera. Pored toga, investirano je u alate za izradu novog inoks korita, kao i u seriju alata za novu liniju



granitnih sudopera. To će nam obezbediti da u narednu godinu uđemo sa boljom ponudom naših proizvoda, što će nas učiniti konkurentnijim na tržištu – istakao je Vladan Stojković, direktor.

KONTINUIRANO UNAPREĐENJE PROIZVODNJE I ŠIRENJE TRŽIŠTA



Uz stalno unapređenje opreme i procesa, i realizacija rasla 9%. Pogon ambalaže proizveo 12% više robe nego u 2016. U redovnu proizvodnju lansirano 120 dekora. Sa prvim kupcem iz Francuske otvorene šanse ka tržištu Evropske unije. Započete aktivnosti na uvođenju WCM (proizvodnja svetske klase) principa u svim proizvodnim procesima i radnim centrima.

Metalac print će 2017. završiti sa realizacijom od 3,55 miliona evra, 8% iznad plana i 9% iznad ostvarenja u 2016%. Vrednost posla za Metalčeva zavisna društva veća je za 12%, a njihovo učešće je 55%, pre svega zahvaljujući boljoj realizaciji dekora i većoj potrošnji transportne ambalaže od strane Inka i Bojlera.

Prihod od prodaje ambalaže eksternim kupcima porastao 7%, uprkos činjenici da su se u 2017. godini desila dva poskupljenja sirovina, zbog čega je naš proizvođač ambalaže izgubio nekoliko eksternih kupaca.

U poslednjih par meseci započete su marketinške aktivnosti na tržištu Srbije i regiona Adria, ali i na tržištu Evrope: unapređen je web sajt firme, urađen katalog u elektronskoj formi, koji je poslat na skoro 500 adresa, a u postupku je i izrada štampanog kataloga. Sve to donelo je i nove, potencijalno dobre kontakte.

- Prvi put imamo porudžbinu od kupca iz Francuske, i to je važno za eventualno pozicioniranje u pojedinim zemljama EU, jer postoje indicije da kartonsku ambalažu isplativo možemo plasirati i van prečnika od 500 km. U narednom periodu fokus će svakako biti na većoj disperziji kupaca, kako bismo smanjili rizik izazavan dvostrukom korekcijom cena ambalaže. Istovremeno, stalnim poboljšanjem servisa dodatno ćemo učvrstiti saradnju sa postojećim kupcima – ističe rukovodstvo Metalac printa, uz najavu da će u 2018. raditi na izradi više inovativnih ambalažnih proizvoda, koje bi ponudili digitalnim kanalima prodaje.

Dizajn studio i tehnologija izrade dekora osvojili su 155 novih dekora, 20 više nego prošle godine. Čak 120 je lansirano u redovnu proizvodnju, a u toku je izrada 20-ak varijanti za sajam Ambiente u Frankfurtu. U poslednjem kvartalu realizovana je nabavka PackEdge softvera za iscrtaivanje dekora.



Pogon kartonske ambalaže proizveo je 12% više robe u odnosu na prošlu godinu. Realizovana je nabavka automatske mašine za kaširanje renomiranog proizvođača Lamina iz Švedske, koja će rezultirati smanjenjem utroška materijala i podizanjem produktivnosti na operaciji kaširanja, naročito pri velikim serijama.

U drugoj polovini godine započete su i aktivnosti na uvođenju WCM (proizvodnja svetske klase) principa u svim proizvodnim procesima i radnim centrima. Ovaj dugotrajni proces u koji je ušla većina preduzeća u Metalcu je dobio naziv Metazen, a suština je u kontinuiranom unapređenju procesa i radne okoline na svim mestima u proizvodnji.

FAD INVESTIRAO PREKO 700 HILJADA EVRA – EFEKTI SE TEK OČEKUJU



Iako su planovi realizacije za 2017. bili ambiciozni, rezultat je izostao. Za narednu godinu planiran je rast od 13%, a imajući u vidu sve aktivnosti koje su preduzete u 2017, i veoma pozitivne ocene koje dolaze od kupaca, rukovodstvo očekuje dobre rezultate i ostvarenje postavljenih ciljeva.

FAD neće ispuniti planirano. Razlozi su uglavnom povezani sa višegodišnjim negativnim trendovima koji su obeležili poslovanje. Podaci za 11 meseci pokazuju da je ostvareno 82% planirane realizacije, odnosno približno koliko u istom periodu prošle godine. Ništa se bitno neće promeniti ni do kraja godine, ali reklo bi se da će već januar i februar bitno promeniti sliku.

Naime, FAD je u avgustu imao nastup na sajmu Automehnika u Moskvi. Reakcije posetilaca su bile veoma pozitivne, jer FAD pamte kao kvalitetnog proizvođača. Posebno izdvajaju uspostavljanje saradnje sa West Car iz Sankt Peterburga, za koju prve isporuke kreću već decembra ove, ili januara sledeće godine.

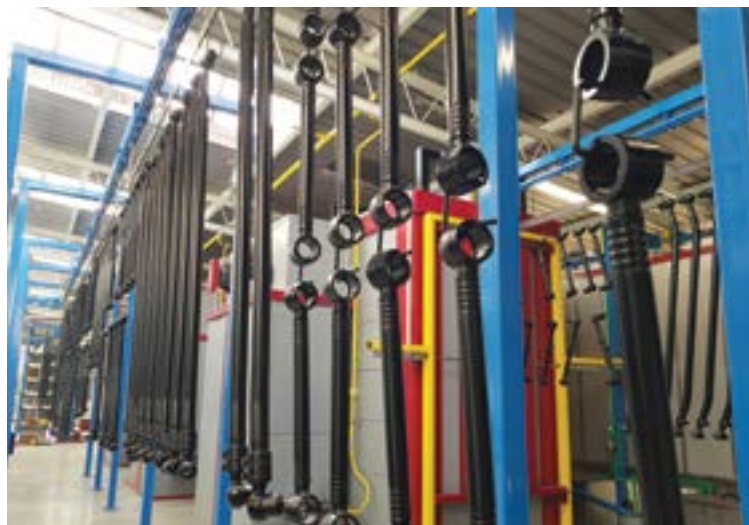
Aktivnim pristupom na tržištu obnovljena je saradnja sa firmom SAF HOLLAND. Reč je o američko-nemačkoj kompaniji, jednom od najvećih proizvođača osovina za kamionske prikolice. U toku je verifikacija nekoliko novih artikala, a početkom februara kreće i prva isporuka za ovog značajnog i referentnog kupca.

Rukovodstvo FAD-a je tokom novembra posetilo iransko tržište, gde je uspostavljen kontakt sa firmom koja je pokazala interesovanje za naš proizvodni program, kao i sajam Solutrans u Lionu, najznačajniju sajamsku manifestaciju posvećenu komercijalnim vozilima u Francuskoj. Tokom dvodnevne posete organizovano je desetak sastanaka sa firmama koje bi potencijalno mogle da budu partneri FAD-a u narednim godinama. Osim toga, organizovana je i poseta američkoj kompaniji Axletec, koja u Francuskoj ima proizvodne pogone iz kojih snabdeva evropsko i druga tržišta, pre svega za potrebe vojnih vozila. Prezentovani su potencijali i mogućnosti FAD-a, pa je za očekivati da dobijemo šansu za neki od narednih projekata.

Treba dodati i da su u radni odnos primljena tri mlada inženjera u tehnologiji i razvoju, a krajem godine je raspisan i konkurs za prijem deset proizvodnih radnika, pre svega u pogonu mašinske obrade, što nam nameće i planirani rast, ali i najavljen odlazak u penziju jednog broja zaposlenih.

- Iza nas je investiciono aktivna godina, sa preko 700 hiljada evra realizovanih investicija. U oktobru smo pustili u rad liniju za plastificiranje, koja je u ukupnim investicijama učestvovala sa skoro 70%. Ovom investicijom značajno smo podigli kvalitet površinske zaštite, ali očekujemo i značajne uštede u materijalu i energiji. Takođe, stvorili smo pretpostavke za pružanje usluga trećim licima koja imaju potrebu za kvalitetnim i ekonomičnim postupkom površinske zaštite proizvoda. U decembru ćemo pustiti u rad i novi CNC strug, kojim ćemo poboljšati performanse u pogonu mašinske obrade – ističe Goran Mijatović, direktor Metalac FAD-a, i za kraj dodaje:

- Uz zahvalnost zaposlenima za zalaganje u ovoj godini, svima čestitam predstojeće praznike, sa željom za srećom i dobrim zdravljem, ali i dobrim poslovnim rezultatima u narednoj godini.



FAD je nedavno pustio u rad savremenu liniju za elektrostatičko nanošenje praha u koju je uloženo 500 hiljada evra.

DIFERENCIRANJE KAO PREDUSLOV BOLJIH REZULTATA



Trade dosledan u strategijidiferenciranja u oblasti dizajna, pakovanja, kao i osmišljavanja dekora i potpuno novih artikala, kako bi ponudu učinio što atraktivnijom i napravio dodatnu prednost u odnosu na konkurenciju.

Iako je od početka godine postojao trend stabilizacije kursa USD, pozitivni efekti nisu mogli da dođu do izražaja usled značajnog porasta cena svih dobavljača, što je uzrokovano povećanjem cene sirovina. Ipak, Metalac trade će 2017. godinu završiti na nivou planiranih ostvarenja, a za sledeću je već postavio veoma ambiciozne planove. Dobri poslovni rezultati ostvareni su, između ostalog, i povećanjem broja kupaca, a ovo će biti i u fokusu aktivnosti u narednom periodu, s obzirom na male mogućnosti za širenje poslovanja na nova tržišta.

Kao i do sada, konkurencija na tržištu je veoma izražena, uz stalnu pojavu novih konkurenata, pa Trade ostaje dosledan u sprovođenju strategije difenciranja i brojnih aktivnosti u oblasti dizajna, pakovanja, kao i osmišljavanja dekora i potpuno novih artikala, kako bi ponudu učinio što atraktivnijom i napravio dodatnu prednost u odnosu na konkurenciju.

- Nabavka za prvu polovinu sledeće godine je dobro isplanirana i organizovana, a prve isporuke očekujemo već početkom godine. Veći je akcenat na nabavci sezonskih artikala kako bismo popunili periode koji nisu top sezona za prodaju našeg osnovnog programa. Posle dobrih iskustava sa akcijama lojalnosti, slične aktivnosti smo planirali i organizovali za sledeću godinu. Na osnovu stečenog iskustva u radu sa malim kućnim aparatima, nastavljamo poboljšanje postojećeg asortimana i uvođenje novih artikala. Smatramo da ćemo sledeće godine napraviti dalji iskorak u tom segmentu. Pored toga, u toku godine smo sprovodili i raznovrsne aktivnosti u cilju bolje promocije i medijske prezentacije brenda Sigma. Očekujemo da će nastavak sličnih promotivnih aktivnosti, uz nove vidove nastupa i bolju organizaciju aktivnosti na društvenim mrežama, dati rezultate u narednoj godini – poručuje Marija Veselinović, komercijalni direktor Metalac trade-a.

RAST REALIZACIJE UZ DOSTA BRIGA TOKOM CELE GODINE



- Iako smo uradili mnogo, poslovni rezultat na kraju godine po svemu sudeći neće biti dobar kao prošle godine. Sve je teže i zahtevnije boriti se sa konkurencijom u našem segmentu. Ipak, smatram da smo zaista uradili maksimum mogućeg, kako ostvarenom realizacijom, tako i modernizacijom lanca i jačanjem kadrovskih resursa, čime smo se pripremili za dalji rast u poslu kojim se bavimo – kaže Stojan Slović.

Metalac market će 2017. godinu završiti sa oko 12,6 miliona evra realizacije u maloprodaji – 6% više u odnosu na prošlu godinu i 6% više u odnosu na plan. I ostvarena razlika u ceni od 1,9 miliona evra biće veća od prošlogodišnje za 7%.

Direktor Slović ipak ocenjuje da ukupan saldo neće biti kako je očekivao. Druga polovina godine je bila znatno lošija nego što se očekivalo, naročito u prodaji Metalčevih proizvoda, a najviše kod Trejdove robe i posuđa. I mada je pretpostavka da je na to uticalo to što je većina akcija lojalnosti sa velikim sistemima krenula upravo u drugoj polovini godine, nema dileme da je sveukupna borba sa velikim konkurentima uzela svoj danak.

Zato Market može biti relativno zadovoljan rastom prodaje Trejdove robe za 14%, Inkove za 13%, posuđa za 1,6% i bojlera za nešto iznad 1%. Kad je reč o prodaji robe eksternih dobavljača, ostvaren je ukupni rast od 6% uz značajniji rast prodaje na programu klima uređaja od preko 30%, televizora za 9% i šporeta na čvrsto gorivo za 8%.

Tokom cele godine radilo se na unapređenju prodaje kroz akcije sa dobavljačima (Metalac posuđe, Sigma, Vivax, Bosch, Tefal, Gorenje, Whirpool i dr), te različitim vidovima komunikacije sa kupcima na prodajnim mestima. U poslednjem tromesečju evidentan je rast internet prodaje, što je rezultat boljeg razumevanja zahteva tržišta kroz blisku saradnju sa Metalac digitalom.

Modernizacija lanca, proširenjem, preseljenjem na bolje lokacije i renoviranjem, nastavljen je i u 2017. godini. Posle dobrih rezultata ostvarenih u novim, većim objektima u Smederevu i Gornjem Milanovcu, koji su preseljeni u prvoj polovini godine, novi, veći i kvalitetnije opremljen lokal, sa značajno širim asortimanom robe, dobilo je i Pančevo, a početkom godine isto će se desiti sa prodavnicom u Lazarevcu. Konačno, tokom januara Metalac će imati svoju prodavnicu u Knez Mihailovoj u Beogradu. Kulturno beogradsko šetalište i jedna od glavnih turističkih zona biće svakako veliki izazov, kako za Metalac market, tako i za naša proizvodna društva, a posebno brend Metalac posuđe.



Nema dileme da je lanac naših prodavnica postao visoko prepoznatljiv kao mesto za opremanje domaćinstva. To je potvrdilo i istraživanje koje smo, nakon više godina, u septembru sprovedi u saradnji sa agencijom Ipsos, a po kome Metalac prodavnice prednjače u odnosu na konkurenciju po svim merenim parametrima kao što su ponuda, uslovi, ambijent, lokacija, osoblje.

- Iako smo uradili mnogo, poslovni rezultat na kraju godine, po svemu sudeći, neće biti dobar kao prošle godine. Sve je teže i zahtevnije boriti se sa konkurencijom u našem segmentu, s jedne strane, ali i sa sveopštom prisutnošću metalčevih proizvoda u više kanala, sa druge. A sve u uslovima dosta plitkog tržišta. Pa ipak, smatram da smo zaista uradili maksimum mogućeg, kako ostvarenom realizacijom, tako i proširenjem i modernizacijom kapaciteta, ojačanim i kompletiranim timom ljudi, čime smo se pripremili za dalji nastavak rasta u poslu kojim se bavimo – zaključuje Stojan Slović.

RASLI I VELEPRODAJA I MALOPRODAJA



U 2017. uveden novi softver koji je omogućio preciznije vođenje poslovanja, bolji uvid u kretanje prodaje, kao i lakše sprovođenje akcija.

Metalac market iz Podgorice će godinu završiti realizacijom od skoro 3 miliona evra i time prebaciti plan za 13%, uz rast od 4% u odnosu na 2016. I u veleprodaji i u maloprodaji promet je rastao tokom cele godine. Jedino je poslednji kvartal bio lošiji od prošlogodišnjeg, pre svega zbog odluke o ukidanju naknada za majke sa troje i više dece, što je imalo negativan uticaja na prodaju Metalčevih proizvoda, koji u ukupnoj realizaciji za 2017. učestvuju sa 57%. Naravno, najviše posuđe i Sigma.

Sa realizacijom od skoro 2 miliona evra, maloprodaja je u porastu za 7% u odnosu na prethodnu godinu. Lanac u Crnoj Gori sada broji ukupno 12 maloprodajnih objekata. Poslednje dve prodavnice otvorene su u Budvi i Kotoru, ali prodaja nije bila na nivou očekivane, posebno za vreme turističke sezone. Direktor Sanja Dašić zato najavljuje da će u narednoj godini fokus pre svega biti na što boljem pozicioniranju postojećih prodavnica, ili zameni lokacija koje se pokazuju kao nedovoljno atraktivne. Otvaranje novih prodavnica se za sada ne planira.

I veleprodaja je zabeležila rast u 2017. godini i to 2% u odnosu na plan. Nastavljene su akcije sa partnerima, gde treba istaći tromesečnu akciju sa posuđem Granit line kod Domaće trgovine, a nakon toga i sa linijom Brokoli, koja još uvek traje. Iako je akcija bila izuzetno dobro marketinški ispraćena TV i radio reklamama, kao i bilbordima, prodaja je ispod očekivanja. Jednostavno, kod kupaca dekor Brokoli nije prošao tako dobro kao tufnice.

- Kao značajnu novinu u 2017. godini možemo istaći novi softver, koji je omogućio preciznije vođenje poslovanja, kako bismo imali bolji uvid u kretanje prodaje u maloprodaji i veleprodaji, kao i lakše sprovođenje akcija. Iz tog razloga u mnogim segmentima se promenio i način rada. Zaposleni su se, i pored poteškoća koje su i očekivane pri ovakvim promenama, uspešno prilagodili novom sistemu rada, tako da na kraju godine možemo zaključiti da obavljanje svakodnevnih poslovnih aktivnosti funkcioniše nesmetano – poručila je Sanja Dašić, direktor našeg zavisnog preduzeća iz Crne Gore.

U VOJVODINI 24. PRODAVNICA METALAC



Preduzeće u Vojvodini procenjuje da će godinu završiti sa više od 9 miliona evra ukupnog prihoda, što bi značilo 5% prebačaja plana i skoro 10% rasta u odnosu na 2016. U porastu i maloprodaja i veleprodaja. Otvorena nova, 24. prodavnica u Vojvodini. Učešće kompanijske robe u prometu je 36%.

Metalac home market je za 11 meseci 2017. godine ostvario promet od 8,3 miliona evra, uz rast od 9% u odnosu na isti period prethodne godine. Do kraja godine očekuje se 9,1 milion evra, čime bi se održao procenat ukupnog rasta.

Promet u maloprodaji na 11 meseci je oko 4 miliona evra, 8% ispod plana, ali 10% više nego u 2016. Ovde posebno treba izdvojiti rast prometa Metalčevih proizvoda, i to 8% kod posuđa, 23% kod sudopera, 18% kod robe Metalac Trade-a, dok pad prodaje od 4% imaju bojleri.

Realizacija u kanalu veleprodaje od 4,3 miliona evra je bolja od prošlogodišnje za 7%, na šta je uticala i aranžmanska prodaja. Pad od 9% ostvaren je kod posuđa, pre svega zbog izostanka akcija lojalnosti, dok je kod bojlera i sudopera ostvaren značajan rast od preko 20%.

Metalac home market je u ovoj godini proširio svoju maloprodajnu mrežu 24. prodavnicom u Vojvodini, ovoga puta u Senti. Nova prodavnica se nalazi u sklopu Idea centra na atraktivnoj lokaciji. Preseljene su i proširene prodavnice u Kikindi i Zrenjaninu, a u planu je da se u toku 2018. otvori još jedna u Novom Sadu. Njome bi se zaokružio plan širenja maloprodajne mreže.

- Fokus investicionih ulaganja u 2017. bio je na opremanju maloprodajnih objekata, za šta su izdvojena značajna sredstva. Sa ovom praksom nastavićemo i dogodine, pre svega kada je u



pitanju rebrandiranje prodavnica, a u planu je i nabavka još jednog, i to dvanaestog, transportnog vozila. Takođe, biće preduzete aktivnosti u kanalu terenske prodaje kako bismo zaustavili pad prometa i vratili se na pozicije iz prethodnog perioda. Imajući u vidu pozitivan trend rasta prometa, planirane marketinške aktivnosti i dalje jačanje saradnje sa zavisnim preduzećima Metalca, možemo reći da sa optimizmom ulazimo u 2018. godinu – rekao je Marko Šarenac, direktor našeg zavisnog preduzeća u Vojvodini.

PROLETER DOMINANTAN I NA TERITORIJI OPŠTINE LJIG



Rastu prometa od 25% značajno doprinela dva prestižna objekta u Ljigu, koja je Proleter preuzeo u oktobru. Broj zaposlenih je povećan za 41, prijemom u radni odnos svih zaposlenih iz preuzetih objekata. Ambiciozni planovi već su postavljeni i za narednu godinu – dvocifren rast poslovnih prihoda i bruto dobiti.



Proleter očekuje da godinu završi sa ukupnom realizacijom od 16,4 miliona evra, što je 19% iznad plana i čak 25% više nego u 2016. Sa učešćem od 94% u ukupnoj realizaciji, maloprodaja je porasla za 24%. Tome je doprinelo preuzimanje dva prestižna prodajna objekta u Ljigu, koja su već od samog početka dospela na vrh po učešću u prometu.

Ovim potezom Proleter je praktično postao regionalni trgovinski lanac sa ukupno 43 objekta u Gornjem Milanovcu, Čačku, Ljigu i Kniću. Osim što je apsolutni lider u našoj opštini, dobrim poslovnim potezom odmah je lidersku poziciju obezbedio i u Ljigu.

- Već posle prvog meseca poslovanja dve nove prodavnice učestvovala su sa 25% u ukupnoj realizaciji Proleterove maloprodaje, pre svega zahvaljujući njihovoj lokaciji i ukupnom prodajnom prostoru od 400 m², na kome je izložen veoma širok asortiman proizvoda. Sem promene vlasništva i naziva firme, potrošači u Ljigu nisu primetili nikakvu drugu razliku i nastavili su da se i dalje snabdevaju u svojoj omiljenoj trgovini. Time su doprineli i svi zaposleni koje je Proleter preuzeo, njih ukupno 41, kao i sam bivši vlasnik objekata, koji je postao deo našeg tima – izjavila je Jelena Luković, generalni direktor Proletera, zadovoljna ishodom jedne krupne odluke u kojoj je dobila podršku Kompanije.

Početkom oktobra proširen je i prodajni prostor prodavnice preko puta pošte u Gornjem Milanovcu i dopunjen je asortimanom svežeg mesa, što su naši potrošači sa zadovoljstvom prihvatili, a rezultat je kvantifikovan kroz rast prometa.

- U prvom polugodištu naredne godine očekuje nas implementacija novog informacionog sistema, koji će povećati efikasnost i efektivnost poslovanja. Takođe, nastavljamo i sa renoviranjima i proširivanjima maloprodajnih objekata, a sve u cilju unapređenja kvaliteta usluge. Obuke svih 295 zaposlenih su neizostavni deo naših planova u narednoj godini, u kojoj smo ponovo ambiciozno planirali dvocifren rast poslovnih prihoda i bruto dobiti – istakla je Jelena Luković.

UPRKOS STAGNACIJI, PLANOVI NA RUSKOM TRŽIŠTU ISPUNJENI



- Situacija na tržištu Rusije je i dalje nestabilna. Sankcije, velika inflacija, pad kupovne moći stanovništva, promenljiva cena nafte... sve ovo se odrazilo na realizaciju u četvrtom kvartalu i pokvarilo izuzetno dobar početak godine. Sledeću godinu svakako će obeležiti i najavljeni izbori, što će sigurno značajno uticati na naše aktivnosti – poručuje Milan Vujović, direktor našeg preduzeća u Moskvi.

Nakon izuzetnog procenata rasta u prvoj polovini godine, druga polovina nije bila tako plodna. Metrot će 2017. završiti sa oko 6,5 miliona evra i time praktično ostvariti planirani ukupni prihod i RUC. Naše preduzeće u Moskvi prihode ostvaruje pre svega plasmanom posuđa, a sve više i bojlera Metalac.

U prodaji posuđa na ruskom tržištu Metrot je imao značajan pad i u veleprodaji i u sistemima. Rast od 278% ostvaren je, međutim, u direktnoj prodaji, dok je internet prodaja porasla za 78%.

- Posuđe je za nas svakako najvažniji program, pa je za 2018. godinu najavljen ozbiljan ulazak u „food“ sisteme, kako sa redovnim asortimanom, tako i sa akcijama lojalnosti, što bi trebalo da bude baza za ostvarivanje ciljeva u narednoj godini. Takođe, u planu su i dalje unapređenje direktne i internet prodaje – kaže direktor Vujović.

Posebno značajni rezultati ostvareni su u programu bojlera, gde rast prodaje iznosi 234%. Dalje aktivnosti u ovom programu biće usmerene na razvoj regionalnih partnera, kako u inženjerskom, tako i u specijalizovanim sistemima za klimatizaciju. Sa



druge strane, izostali su rezultati u prodaji sudopera, gde je potrebno redefinisiranje nastupa i fokusiranje na rad direktno sa maloprodajom, fabrikama nameštaja i projektne aktivnosti. Svakako značajan deo za ova dva programa su i najavljeni nastupi na sajmovima AquaTherm i sajmu nameštaja.

U UKRAJINI SKROMNO, ALI IZNAD PLANIRANOG



Metalčevo preduzeće u Kijevu očekuje da do kraja godine prebaci plan prodaje za preko 6% a planiranu razliku u ceni za oko 18%. Sudeći po realizaciji za 11 meseci, rast u odnosu na 2016. godinu biće oko 20%.

Direktor Vladimir Ponjavić posebno značajnim smatra ulazak u 13 novih objekata velikih sistema sa asortimanom posuđa, a najavljuje i akcijsku prodaju posuđa preko trgovinskog lanca Epicentar u decembru, odnosno preko veletrgovaca u januaru

iduće godine. Treba istaći i da je u toku godine u asortiman uvedeno inox posuđe, kao i emajlirano posuđe malih litraža.

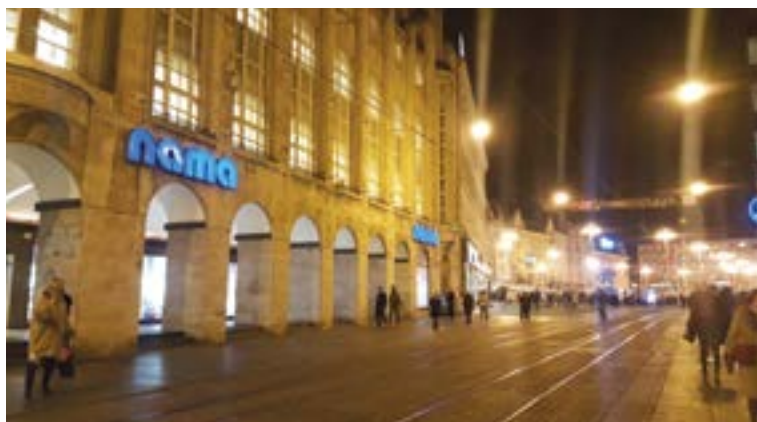
Akcijska prodaja sprovodi se i kada je reč o sudoperama. Tako su u 2017. godini sprovedene tri akcije u saradnji sa partnerima, a sam asortiman je proširen novim modelom i novom bojom u XGranit programu. Za 2018. u planu je dalji razvoj tržišta i ulazak u nove objekte velikih sistema, kao i uvođenje novih modela granitnih sudopera i slavina.

U HRVATSKOJ SOLIDNO, POZICIONIRANJE TEK PREDSTOJI



Metalac home market iz Zagreba uspešno završava 2017. godinu sa procenjenih 660 hiljada evra prometa, 20% iznad plana. Osim toga, ostvaren je i značajan rast RUC-a, što je ishodovalo pozitivnim rezultatom.

Ova godina je za naše zavisno preduzeće u Hrvatskoj bila na određeni način prekretnica, jer su napravljene velike promene, počev od potpune reorganizacije preduzeća, smanjenja broja



zaposlenih, racionalizacije troškova, zajedničkog pristupa tržištu i pojačane marketinške aktivnosti. Iako je promet na nivou od 77% u odnosu na prethodnu godinu, poslovanje je realizovano sa svega tri zaposlena, u odnosu na osam iz 2016. Ovome je doprinela i vrlo tesna saradnja sa proizvodnim društvima Metalca, pre svega Posuđa, čiji asortiman učestvuje sa 70% u ukupnom prometu.

- U narednoj godini, pored ustaljenih aktivnosti, planiramo da stavimo naglasak na novi asortiman posuđa iz HORECA programa, koji ćemo predstaviti na specijalizovanom sajmu Gastro u Splitu na početku sledeće godine. Takođe, sa novoosnovanim preduzećem Metalac digital već planiramo zajedničke aktivnosti kroz razvoj web prezentacije, društvene mreže i internet prodaju, a sve u svrhu daljeg jačanja branda Metalac i ostvarenja što boljih rezultata u 2018. godini – poručila je Marija Erdeljić, direktor našeg preduzeća u Hrvatskoj.

NAMA - dve robne kuće u centru Zagreba sa najširim asortimanom posuđa Metalac

ZA KORISNE PREDLOGE NAGRAĐENO 40 RADNIKA

Za 11 meseci 2017. godine 87 radnika je dalo ukupno 162 korisna predloga za poboljšanje poslovanja u svim segmentima. Veći broj korisnih predloga u odnosu na prethodnu godinu posledica je direktne promocije od strane menadžmenta, kao i proširenja fonda robnim nagradama za sve korisne predloge koji nisu novčano nagrađeni, a koje je komisija prihvatila.

Novčano je nagrađeno 40 radnika za ukupno 50 predloga. Najviše, i to tri puta nagrađen je Darko Srdanović iz FAD-a. Trodelnim setom posuđa, specijalno dekorisanim porukom Misli(m) svojom glavom, nagrađeno je 34 radnika za ukupno 41 predlog.

Procena je da je, nakon realizacije 70% nagrađenih predloga, ostvarena ušteda od 25.000 evra. Pored materijalnih, ostvarene su i značajne koristi koje se odnose na povećanje bezbednosti i zaštite radnika, podizanje pouzdanosti procesa, poboljšanje kvaliteta proizvoda, povećanje zadovoljstva kupca, povećanje zadovoljstva zaposlenih i unapređenje zaštite životne sredine.



TRI DANA ZA NOVOGODIŠNJI SUSRET SA 670 PENZIONERA

Teško je danas naći kompaniju poput Metalca koja tako dosledno poštuje svoje penzionere. Na kraju svake poslovne godine i njima se „podnosi izveštaj“ kako je kompanija radila i napredovala, uz ručak, malo druženja i prikladan poklon, naravno.

Tokom čak tri dana u protekloj sedmici Metalac je tradicionalno otvorio vrata za jednu veliku fabriku u penziji sa 667 penzionera, među kojima i 19 novih koju su u penziju otišli tokom 2017. godine. Malo koja kompanija u Srbiji danas uopšte čini takvo zadovoljstvo sebi i svojim penzionisanim radnicima.

Skromno ali svečano, uz ručak u restoranu Metalac, prikladan poklon i iskrenu reč dobrodošlice. Većina ovih ljudi i danas oseća pripadnost i pokazuje lojalnost svom Metalcu, u kojem je većina provela ceo radni vek. Kao i prethodnih godina, mnogi su ovu priliku iskoristili da se vide sa svojim kolegama i razmene po koju

reč o starim vremenima, kao i da čuju kako kompanija danas posluje.

Među 19 penzionera iz 2017. najveći broj je u Metalcu proveo ceo radni vek. To su Milan Joksić – viljuškarista, Radmila Todosijević – izvršni direktor za finansije, Mirko Zarić – preser, Ratko Petrović – šef administrativnih poslova, Ljubica Lukić – kontrolor završne obrade, Živko Jevtović – ručno i poluautomatsko nanošenje emajla, Dobrinka Đurđević – mlevenje emajla, Milka Vasović – dekorisanje i špricanje, Slobodanka Urošević – automatsko nanošenje emajla, Dragana Glišović – tehnologija ZO i Damijanović Dragica, ad.



GERONTOLOŠKOM CENTRU OD SRCA

Gerontološki centar Beograd pokreće jedinstveni projekat pod nazivom Golden Spoon, u saradnji sa ambasadama. Šefovi kuhinja ustanove Gerontološki centar Beograd i šefovi kuhinja ambasada pripremaće originalne recepte i tom prilikom razmenjivati

kulinarske veštine, u cilju upoznavanja tradicije i običaja različitih država. Cilj je da se ovakvim aktivnostima poboljša kvalitet života i obogati slobodno vreme korisnika ove ustanove. Metalac je sa zadovoljstvom donirao posuđe za ovu akciju.

PROLOM BANJU KORISTILO 120 RADNIKA

Kao i prethodnih godina, i u 2017. Samostalni sindikat Metalca AD bio je angažovan u pripremi i slanju radnika u banje Srbije. Preko 120 radnika koristilo je usluge Prolom banje, najviše zahvaljujući uslovima koje ova banja nudi, posebno kada je u pitanju besplatan boravak dece mlađe od devet godina. Osim Prolom banje, radnici su boravili i u Ivanjici, Vrnjačkoj i Atomskoj banji.

PREVENTIVNI PREGLEDI SPASILI JEDAN ŽIVOT

U saradnji sa dr Jelenom Vasić Šumarac, a podržan od strane generalnog direktora, Samostalni sindikat je organizovao povoljne uslove za zdravstveni pregled žena radnika, pri čemu su kompanija Metalac i Sindikat učestvovali u troškovima sa po 30%, a za ostatak omogućeno je plaćanje na više mesečnih rata. Odziv je bio odličan, a ako se uzme u obzir i to da je kod jednog broja radnica otkriven početni stadijum bolesti, možemo reći da je postignut cilj da se bolest otkrije na vreme i pruži šansa za izlječenje. Samostalni sindikat Metalca će ovu akciju nastaviti i u narednoj godini, a razmatra se i mogućnost organizovanja pregleda za muškarce.

ZARIĆ PONOVO NA ČELU NEZAVISNOG SINDIKATA

Na Skupštini organizacije Nezavisnog sindikata Metalca, održanoj 12. decembra, za predsednika je izabran Radovan Zarić, koji je ovu funkciju obavljao i u prethodne četiri godine. Inače, ova organizacija trenutno ima oko 230 članova. Ponovo izabrani predsednik čestitao je svim članovima i svim zaposlenima u Metalcu predstojeće Novogodišnje i Božićne praznike.

NEZAVISNI SINDIKAT DRUGI EKIPNO U ČANJU

Ekipe Nezavisnog sindikata, sa ukupno 16 članova, učestvovala je na sportskim susretima Udruženih sindikata Srbije Sloga u Čanju i osvojila drugo mesto u ukupnoj konkurenciji 18 ekipa iz cele Srbije.

Takmičeći se u 11 disciplina, muškarci su bili najbolji u odbojci, a žene u šahu i u odbojci na pesku. Uspeh je utoliko veći imajući na umu da su pojedine ekipe bile mnogo brojnije od Metalčeve.



Redakcioni odbor:

Petrašin Jakovljević, Radmila Trifunović, Nadica Vujić-Mitrović
Grafički dizajn: Dizajn studio Metalac, Štampa: Zlatna knjiga, Jagodina, decembar 2017.



Gorica Glišović i Ivana Jovović, zaposlene u Metalac posuđu, vreme pauze u pakeraju iskoristile su da ulepšaju svoje radno okruženje i napravile su ovog simpatičnog sneška od posuđa.



Metalac a.d. Kneza Aleksandra 212, 32300 Gornji Milanovac, Srbija
T_032 770 300, E_metalac@metalac.com, W_www.metalac.com