



## U PRVOM POLUGODIŠTU 10% RASTA

**Ukupna šestomesečna realizacija u 2017. godini biće skoro 42 miliona evra, odnosno skoro 8% iznad plana i 10% iznad ostvarenja u prvom polugodištu 2016. Nešto više od 45% realizacije donela su proizvodna društva, dok domaća trgovina u ukupnoj realizaciji učestvuje sa 40%, a ino preduzeća sa 15%.**

Sa 19,1 miliona evra ukupne realizacije, pet proizvodnih društava je prebacilo plan za oko 6% uz isto toliki rast u odnosu na prvo polugodište prethodne godine. Najveći rast imali su Metalac bojler (28%) i Metalac inko (11%), dok je Metalac posuđe napravilo izvrsnih 4% rasta u odnosu na inače veoma uspešno polugodište prethodne godine. Jedino je Metalac FAD bio značajno ispod plana i sa padom od oko 6%.

Među domaćim trgovačkim preduzećima, koja su ukupno ostvarila 16,9 miliona evra, najveće učešće sa čak 34% ima Metalac proleter, iza kojeg je Metalac market sa skoro 32% i Metalac home market Novi Sad sa 23%. Preostalih 11% ukupne realizacije



domaćih trgovačkih preduzeća napravio je Metalac trade.

Trgovačka društva u inostranstvu ostvarila su ukupno 5,7 miliona evra, od čega skoro 63% učešća ima Metrot, koji je inače zabeležio 44% rasta u odnosu na polugodište 2016. Značajan rast zabeležio je i Metalac market u Podgorici, a trend rasta zadržalo je i naše preduzeće u Ukrajini.

## JAKOVLJEVIĆ PREDSEDNIK PARLAMENTA PK RAŠKOG I MORAVIČKOG OKRUGA I POTPREDSEDNIK PKS

Nakon što je u novom izbornom ciklusu izabran za predsednika Parlamenta Privredne komore Raškog i Moravičkog okruga, generalni direktor Metalca Petrašin Jakovljević je postao i jedan od potpredsednika Privredne komore Srbije. PKS je, inače, nakon četiri meseca izbornog postupka u jedinstvenom komorskom sistemu, dobila novu Skupštinu,

Upravni i Nadzorni odbor, predsednika i potpredsednike. Za predsednika PKS ponovo je izabran Marko Čadež.

Inače, Petrašin Jakovljević je bio predsednik Privredne komore Kraljeva od 2013. do kraja 2016. godine.

## IZABRANA NAJBOLJA REŠENJA STUDENATA FPU

Tri osnovna kriterijuma 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 ide Emi Pehlivanović, a za ručicu tiganja Đurđi Garčević. Inače, ukupan fond nagrada i sredstava koje Metalac izdvaja za FPU iznosi 5.000 evra.



ČEKA NAS  
VRUĆA  
JESEN

OSNOVANO NOVO  
PREDUZEĆE  
METALAC DIGITAL

RAST NA INTERNOM,  
PAD NA EKSTERNOM  
TRŽIŠTU

OBNAVLJANJE  
REPUTACIJE JE  
DUGOTRAJAN PROCES

NAŠE SUDOPERE U  
RUSIJI, A GRANMATRIX  
U KAZAHSTANU

PROLETER  
RASTE U PET  
OPŠTINA

RAST  
REALIZACIJE,  
ALI I TROŠKOVA

SVE BOLJI PLASMAN  
I BOJLERA METALAC  
U RUSIJI

USPEŠNO PRVO  
POLUGODIŠTE U  
HRVATSKOJ

SEKTORU ZA  
BEZBEDNOST JOŠ  
JEDNA LICENCA

ŠIRIMO  
LANAC U  
CRNOJ GORI

ZABRINJAVA  
TREND RASTA  
NABAVNIH CENA

BILI SMO NA  
SAJMU U CIRIHU I  
AMSTERDAMU

U UKRAJINI  
ZADRŽAN TREND  
RASTA

U PLAVOM  
SANDUČETU 92  
PREDLOGA

## GODINA JESTE OBEĆAVAJUĆA, ALI USPEH NE SME DA NAS PONESE

Pitaju me često u poslednje vreme šta najviše doprinosi kontinuiranom rastu Metalca na svim poljima. Ja nemam dilemu da je na prvom mestu poverenje u kompaniju Metalac izgrađivano godinama. Drugo, naš stav da negovanje dugogodišnjih partnerstava sa kupcima, dobavljačima i potrošačima, na obostrano dobitnoj kombinaciji, nema alternativu. I konačno, upornost i posvećenost Metalčevih radnika. Sve ostalo potpada pod ova tri preduslova i za nas se podrazumeva. I to je ono što se zove snaga brenda. Zato je i moguće da brend Metalac poželjnim u svojim akcijama odabiraju i tako veliki brendovi poput Koka Kole, Grand kafe i sličnih, što se nekada nije moglo ni zamisliti.



Poštovani radnici Metalca,

Sa oko 42 miliona evra realizacije, koliko su ukupno za šest meseci ostvarila naša proizvodna i trgovačka društva, premašili smo plan za oko 8%, a prošlogodišnje polugodište za 10%. Svi osim FAD-a su zabeležili prebačaj planova i rast u odnosu na prošlu godinu.

Imam ozbiljnih razloga da verujem da će i ove godine ukupan prihod Metalca biti značajno iznad 100 miliona evra. Najpre, udarni deo godine tek dolazi. Dosta poslova je već ugovoreno. Povećali smo broj kupaca, posebno na američkom i francuskom tržištu. Imamo 30% rasta u Rusiji i sve su prilike da će se taj trend nastaviti. Ozbiljno rastemo u programima bojlera i sudopera. Ne samo zahvaljujući rastu plasmana u Rusiji, već i u regionu. Imamo bolju ponudu jer smo puno radili na unapređenju i proširenju asortimana u oba programa. Jednom rečju – svaka vrata koja su se odškrinula, mi smo ih otvorili! Naši kapaciteti su popunjeni. Mi smo sada u situaciji da u julu skraćujemo remont na tri nedelje. Pun kolektivni julski odmor će imati samo fabrika sudopera.

Naša najveća fabrika takođe počinje proizvodnju sedmicu ranije. Metalac print je prati po prirodni procesa. Fabrika bojlera

neće ni prekidati proizvodnju. Neke remonte ćemo odrađivati u hodu, a u Metalac bojler primamo i novih 20 radnika. Ovde smo imali ozbiljne investicije, a posle kupovine robota za zavarivanje i rubilice, krajem godine stiže i nova peć, čija će montaža biti tokom januara.

Od naših proizvodnih društava, FAD je objektivno ispod očekivanja. Ispostavilo se da nije lako povratiti izgubljene pozicije, iako preduzimaju puno aktivnosti. Videćemo.

Na kraju, najvažnije! Ne sme da nas ponese uspeh. Ne smemo se gorditi. Nema uljuljkivanja. Moramo uvek biti svesni u koliko teškoj grani radimo. Svako opuštanje i obuzetost sobom moglo bi nas skupo koštati. Vredan rad, disciplina i štednja i, naravno, oslonjenost na sopstvene snage, naše su najjače oružje. Tako će i ostati.

Želim da se odmorite koliko možete, da ste zdravi i da vam porodice budu zadovoljne. I da se s radošću vratite na posao u svoj Metalac.

Jeste li sigurni da su mlađe generacije dovoljno uključene i da imaju dovoljno prostora za razvoj? Ljudi koji danas vode biznise moraju više raditi na formiranju kadrova. To je najvažnije.

Drugo, da li smo dovoljno sagledali i iscrpeli mogućnosti postojeće tehnologije? Objektivno, mi u tim tehnologijama imamo inkorporirano iskustvo od skoro 60 godina. Ima sigurno još mogućnosti koje nismo dovoljno sagledali i to treba iskoristiti.

Treće, jeste li dovoljno temeljni i efikasni u razvojnim projektima? Nije strašno napraviti grešku, ali je neprihvatljivo ponoviti je. Popravljanje greške je veoma skupo, a posebno ako je proizvod već izašao na tržište. Više pažnje razvojnim projektima, uz precizno sagledavanje svih elemenata, je impetrativ.

## TRI STVARI bi morale da budu bolje



## OSNOVANO NOVO PREDUZEĆE – METALAC DIGITAL

**Sve što Metalac jeste, može i hoće u realnom svetu, kao kompanija, proizvod, usluga i brend, treba da postigne i u virtuelnom. Proces digitalne transformacije ima upravo to za cilj. Svet je uveliko krenuo u tom pravcu, a mi, kao i uvek, idemo u korak sa promenama.**

Jedan dug i važan proces, poznat kao digitalna transformacija, je praktično dobio kompanijsku podršku da bude započet. Nakon višemesečnih sagledavanja i procena, više prezentacija i strategije koju je obrazložio izvršni direktor za razvoj Vojin Vukadinović, kompanija je ozvaničila osnivanje 15. zavisnog društva – Metalac digital, sa ciljem da se obezbedi dugoročna profitabilnost na digitalnom tržištu.

Metalac je već dugo prisutan u digitalnom okruženju. Danas ima 15 web prezentacija, Facebook adrese u Srbiji i Hrvatskoj, internet prodavnicu i solidnu polaznu osnovu da integriše digitalne kanale, marketinške alate i sveukupnu bazu podataka, kako bi obezbedio

viši nivo kompetencija, organizacije i sposobnosti strateškog nastupa na digitalnom tržištu. Prihodovanje putem pružanja usluga digitalnog marketinga za Metalac brend i prihodovanje od online prodaje proizvoda i roba Metalac grupe, najpre za Srbiju, a potom i regionalno, biće u osnovi planiranja.

Metalac digital će imati mali tim ljudi, ali intenzivnu saradnju i neophodnu podršku zavisnih društava i sektora. Za direktoricu novog preduzeća postavljena je Jelena Mijatović, dosadašnji marketing menadžer. Do kraja 2017. godine glavni zadatak je formulisanje strategije i ciljeva za biznis plan za 2018, planiranje potrebnih resursa i formiranje najužeg tima.

## POSLEDNJA KONTROLA PO STARIM VERZIJAMA STANDARDA

**Metalac potvrdio visok nivo poštovanja standarda kvaliteta i zaštite životne sredine i stoga sledi produženje sertifikata. Konstatovano je da nema većih neusaglašenosti. Opet se vidi izuzetan napredak. Najviše pohvala Metalac printu za set unapređenja u organizaciji, praćenju procesa nabavke i proizvodnje, merenju napretka... Naredne 2018. godine nas očekuju prve provere po zahtevima standarda nove verzije ISO 9001:2015 i ISO 14001:2015, najpre interne u februaru i maju a zatim eksterna u junu.**

Poslednja eksterna provera, tj. nadzorni audit po standardima ISO 9001:2008 i ISO 14001:2004, obavljen je u Metalcu 15. i 16. juna. Četvoročlani tim proverivača TMS CEE, koji je partner TÜV SÜD AG, obavio je kontrolu integrisanog sistema QMS/EMS u proizvodnim preduzećima i Metalcu a.d.

Ciljevi audita su ocena usaglašenosti sistema menadžmenta kvalitetom, sposobnost sistema menadžmenta kvalitetom organizacije da ispunjava statutarne, regulatorne i ugovorne zahteve, ocena efektivnosti sistema menadžmenta kvalitetom kako bi se osiguralo da organizacija kontinuirano ispunjava specificirane ciljeve i, konačno, identifikovanje oblasti za potencijalna poboljšanja sistema menadžmenta.

- Nema većih neusaglašenosti. Svi procesi funkcionišu izvrsno i

naš predlog će biti produženje sertifikata – rekao je na završnom sastanku vodeći auditor Aleksandar Kolarević, a potom su svi članovi tima izrazili pre svega veoma pozitivne ocene, pohvale, kao i nekoliko preporuka.

Uvereni da je Metalac i do sada predviđao sve rizike i koristio prilike, ocenjivački tim je izrazio uverenje da će Metalac uspešno obaviti proces tranzicije na verzije ISO 9001:2015 i ISO 14001:2015. Opšti je utisak da je Metalac kreiranjem strategije stekao dobru praksu, tako da smo spremni da kroz tranziciju realno uradimo kontekst organizacije, unapredimo i dokumentujemo procenu rizika, proširimo razumevanje potreba svih zainteresovanih strana... A sve to će biti predmet kontrole ocenjivačkog tima već od naredne godine.

## PRELAZAK NA NOVU VERZIJU STANDARDA IDE PLANIRANIM TOKOM

Na osnovu plana tranzicije koji je OZK usvojio krajem 2016. godine, a nakon formiranja projektnog tima, proces prelaska na verzije standarda ISO 9001 i ISO 14001 iz 2015. je nastavljen. Trenutno se rade izmene dokumentacije, definisanje konteksta organizacije, zainteresovanih strana, formulisanje politike kvaliteta itd, što bi trebalo da se završi do kraja juna meseca, a u narednom periodu predstoji usaglašavanje dokumentacije, njeno verifikovanje, obuka za interne proverivače itd. Sve ove aktivnosti u okviru procesa tranzicije na nove verzije standarda treba da se završe do kraja godine, nakon čega nam u 2018. predstoje dve interne i resertifikaciona eksterna provera.

## SEKTORU ZA BEZBEDNOST JOŠ JEDNA LICENCA

Sredinom maja Sektor za bezbednost i preventivni inženjering dobio je od Ministarstva za rad, zapošljavanje i socijalna pitanja licencu za obavljanje poslova pregleda i provere opreme za rad.

- Ovom licencom sektor je stekao mogućnost da značajno poveća paletu svojih usluga iz oblasti bezbednosti i zdravlja zaposlenih na radu. Sada nam je omogućeno da obavljamo pregled i proveru sledeće opreme za rad: dizalica, viljuškara, podiznih platformi, visećih skela, presa, makaza, opreme za preradu i obradu drveta, plastičnih i sličnih materijala, štamparskih mašina, uređaja u kojima se nanose i suše premazna sredstva, protiveksplozijsko zaštićene opreme za rad, električnih i gromobranskih instalacija, kao i mašina, uređaja, postrojenja i alata predviđenih Aktom o proceni rizika – objasnio je Jovica Zdravković, direktor sektora.

## ČEKA NAS VRUĆA JESEN



**Iako je Metalac posuđe veoma oprezno i nešto skromnije planiralo 2017. u odnosu na izuzetnu 2016. godinu – polugodište pokazuje da se trend rasta prodaje nastavlja. Sa ukupno 11,8 miliona evra, zabeležen je prebačaj plana od oko 6%, uz skoro 4% rasta. Oko 65% realizacije došlo je od izvoza u 23 zemlje, koji je nešto manji nego u prvom polugodištu prethodne, ali je zato plasman na domaćem tržištu bio bolji za čak 26%. Za jesen je već najavljeno 10 akcija lojalnosti.**

Najveće preduzeće i kor biznis kompanije, Metalac posuđe dočekuje kraj prvog polugodišta 2017. godine i dalje sa trendom rasta, što će se bez sumnje nastaviti i u drugoj polovini godine, imajući na umu već dogovorene poslove. I dok su neka tržišta stagnirala, poput Hrvatske, usled poznate situacije sa Agrokorom, zabeležen je rast izvoza u Rusiju, Francusku, SAD, BiH itd, a otvorila su se i neka nova tržišta, poput Bugarske, gde je veoma uspešno sprovedena akcija lojalnosti sa emajliranim posuđem Brokoli kroz lanac Lilly. I na domaćem tržištu značajan deo aktivnosti su povukle akcije lojalnosti, ali ne toliko koliko se očekuje na jesen.

Realizacija posuđa na domaćem tržištu za šest meseci iznosi 4,18 miliona evra, što je 21% više u odnosu na isti period prošle godine. Dobrom ishodu na domaćem tržištu doprinele su različite akcijske aktivnosti. Tako je Coca Cola svojim potrošačima podelila nešto manje od 100 hiljada naših proizvoda. Ova saradnja je, pored značajne realizacije, donela i vrlo ozbiljnu i zapaženu marketinšku kampanju, značajnu za pozicioniranje našeg brenda.

Akcija lojalnosti na liniji emajliranog posuđa Blue Lux 3, sprovedena kroz objekte Idee, Rode i Merkatora, je po treći put bila veoma uspešna, iako uz maksimalan oprez Metalac posuđa kad je reč

o isporukama. Konačno, izuzetno je važno da je rast zabeležen i kad je reč o plasmanu robe kroz naš maloprodajni lanac.

Sa druge strane, na tržištu bivše Jugoslavije bili smo 5% ispod plana i sa padom od čak 14% u odnosu na isti period prošle godine, pre svega zbog izostanka prometa sa Konzumom iz Hrvatske, kome roba nije otpremana zbog problema Agrokora grupe. Poređenja radi, u istom periodu prošle godine realizacija Konzuma je bila nešto manja od 500 hiljada evra, a sada je taj rezultat potpuno izostao.

Početak ove godine obeležio i ulazak na tržište Bugarske, gde je prvi put organizovana akcija lojalnosti i to kroz lanac drogerija Lilly. Budući da se radi o tržištu na kom naš brend nije poznat, kao i da se radi o parfimerijama, možemo biti zadovoljni ostvarenom prodajom od oko 20 hiljada jedinica.

Saradnja sa Coca Colom se sa domaćeg proširila i na susedna tržišta, pa je tako u Hrvatskoj, Bosni, Crnoj Gori i Kosovu, u sklopu iste promocije kao i u Srbiji, podeljeno još 55.000 naših posuda. Do kraja godine realizovaće se i saradnja sa bugarskom i makedonskom Coca Colom, koje su već potvrdile svoje naloge. Naš dugogodišnji partnera Grand kafa, nagradila je u maju i junu svoje verne potrošače u Bosni sa preko 25 hiljada naših proizvoda.

## KOLEGE IZ METROTA U METALCU

Poslednje sedmice maja mlada ekipa kolega iz našeg preduzeća u Moskvi posetila je po prvi put matičnu kompaniju u Gornjem Milanovcu. Imajući na umu sastav tima, na čelu sa Milanom Vujovićem, cilj posete je bio upoznavanje zaposlenih u Metrotu sa mogućnostima fabrika posuđa, sudopera i bojlera, a gosti su upoznali i kapacitete dizajn studija marketing sektora. Ovom prilikom dogovorene su i poslovne aktivnosti do kraja 2017. godine.

*Iako pojedini rade i dve godine u Metrotu, Metalac su posetili prvi put: Roman Polujanov, komercijalni direktor, Roman Nikolaev, direktor službe servisa i reklamacija za bojlere Metalac i Polina Mašnikova, rukovodilac prodaje sudopera.*



## DANI MAREX TRADE-A U PRAGU

Predstavnici 23 firme iz Češke i Slovačke prisustvovali su komercijalnim danima, koje je u poslednjoj sedmici maja u Pragu upriličio naš partner Marex Trade. Posebno je bila značajna poseta predstavnika e-prodavnicama Mall i Alza iz Češke.

Najveće interesovanje prisutnih izazvala je klasika u pastelnim bojama, ali realno efekte komercijalnih dana znaćemo upravo na polugodištu, kada se očekuju porudžbine od kupaca koji su prisustvovali komercijalnim danima.





## PROIZVEDENO 3,2 MILIONA JEDINICA

**Kako bi uspešno odgovorili na povećanu tražnju i zadate rokove, ove godine ćemo skratiti uobičajeno vreme za kolektivni odmor i remont opreme sa četiri na tri nedelje, tako da ćemo već 24. jula početi sa radom u proizvodnji emajliranog posuđa – kaže Milan Filipović, tehnički direktor Metalac posuđa.**

Proizvodnja posuđa u prvom polugodištu 2017. godine je bila na nivou planiranog, a u odnosu na prošlu godinu proizvedeno je 8% više komada. Od ukupno 3,2 miliona jedinica cca 2,6 miliona je emajlirano posuđe, 162 hiljade aluminijumsko, 44 hiljade inox i 342 hiljade jedinica su pozicija za bojlere.

U ovom periodu su ugovorene investicije koje će podići ukupnu produktivnost – laser za sečenje lima, dva elektro viljuškara i tri ekscentar prese. Vrednost ugovorenih investicija je blizu 600 hiljada evra. U pogonima emajlirnice, u delu automatskog emajliranja i u pogonu mehaničke obrade limova, započete su

aktivnosti na unapređenjima proizvodnih procesa i povećanju produktivnosti kroz metodologiju Lean. Uspešno su završeni planirani 5S projekti za prvu polovinu godine. U saradnji sa Fakultetom primenjenih umetnosti u Beogradu radili smo na novim idejama i rešenjima za bakelitnu ručku. U tom smislu je bio raspisan i okončan konkurs, nakon čega su izabrana najbolja rešenja. U sklopu potrebe, odnosno povećane tražnje sa tržišta, razmatrane su ideje za povećanje kapaciteta u delu proizvodnje emajliranog posuđa.

## BILI SMO NA SAJMU U CIRIHU I AMSTERDAMU

**Generalno koncept sajma u Cirihu je dobro osmišljen, ali tek narednih godina moguće je očekivati konkretne poslove rezultate, pod pretpostavkom da organizator uključi i izvorno švajcarske privrednike i kompanije. Sledeće godine izlažemo i u Amsterdamu na sajmu PL-ova.**

Udruženje srpskih privrednika Švajcarske organizovalo je početkom juna drugi Svesrpski samit poslovne i akademske dijaspore Ciriha Ekspo 2017. u gradskoj hali Dietikon pored Ciriha. Ciljevi samita su povezivanje poslovnih ljudi, pripadnika srpske zajednice u Švajcarskoj, predstavljanje preduzeća iz Republike Srbije i Republike Srpske i njihovo povezivanje sa švajcarskim privrednim organizacijama. Sajam se realizuje uz podršku PKS. Sajam je trajao tri dana i okupio oko 60 izlagača iz Srbije i dijaspore.

Predstavnici Metalca posetili su u maju Sajam privatnih robnih marki (PL) u Amsterdamu, najveći ove vrste u svetu. Osim hrane, sajam obuhvata i proizvode kućne hemije, papirne galanterije i sl, a u pitanju su mahom proizvođači iz Evrope. Nakon posete, Metalac posuđe je donelo odluku da sledeće godine izlaže na datom sajmu, koji se održava 29. i 30. maja 2018.





## IZABRANA NAJBOLJA REŠENJA STUDENATA FPU

**Tri osnovna kriterijuma 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 ide Emi Pehlivanović, a za ručicu tiganja Đurđi Garčević. Inače, ukupan fond nagrada i sredstava koje Metalac izdvaja za FPU iznosi 5.000 evra.**

Stalni napredak i praćenje novina u dizajnu preduslov je uspešnog poslovanja i pozicioniranja na tržištu. Stoga je Metalac i ove godine, u saradnji sa katedrom za industrijski dizajn FPU iz Beograda, raspisao konkurs za idejno rešenje novih proizvoda u tri kategorije – dizajn ručice tiganja, dizajn tuš panela i dizajn umivaonika od Granmatrix-a. Učesnici konkursa, studenti III i IV godine na programu Industrijski dizajn, pod mentorstvom svojih profesora, pokazali su ozbiljan i sistematičan pristup u osmišljavanju novih proizvoda.

Na konkursu je učestvovalo ukupno 15 studenata. Žiriranje je obavljeno 12. juna u Beogradu. U prilično podjednako konkurenciji, dominirao je minimalistički dizajn, moderan, ravnih linija, sa svedenim detaljima koji razbijaju formu i daju joj dinamiku i tok. U tehničkom smislu zanimljiva je ideja modularnosti proizvoda. Ovaj pristup je naročito došao do izražaja u dizajnu tuš panela, posebno u prvonagrađenom rešenju, koje odiše dobrim osećajem za formu, duh vremena i funkcionalnost, a moglo bi se reći da može krenuti u proizvodnju bez većih intervencija, te je stoga i ponelo epitet pobednika.

U kategoriji dizajna umivaonika, prvu nagradu je dobio rad Eme Pehlivanović. Akcenat je na ravnoj formi sa diskretnim detaljem u predelu slavine. Proizvod je osmišljen tako da dobro funkcioniše kao pojedinačan, ali i kao deo korpusa, a može se koristiti i kao umivaonik i kao sudopera.

Najteže je bilo doneti odluku o pobedniku u kategoriji dizajna ručice. Iako deluje kao jednostavan zadatak, moglo se videti da su studenti uložili dodatni napor da sve izvedu do kraja. Rešenja u okviru ovog projekta su izvedena u obliku fizičkih modela i računarskih 3D modela, a prezentovana su u formi projektnog elaborata i plakata namenjenih za galerijsku prezentaciju. Ideje su se razvijale na nivou ergonomije, estetike, funkcionalnosti... Prvu nagradu je osvojio rad Đurđe Garčević. Zanimljiv oblik, tanka ručica, prijatna za ruku, podjednako levu i desnu, montažno-demontažna.

Inače, radovi studenata urađeni za Metalac izloženi su tokom juna na FPU, a najverovatnije ćemo izložbu upriličiti i u Metalcu, odnosno u Gornjem Milanovcu.



*U žiriju profesori Katedre za industrijski dizajn FPU iz Beograda Dušan Nešić i Nikola Knežević, docent Tamara Panić i ekipa iz Metalca. Prof. dr Vladimir Zagorac, šef Odseka industrijski dizajn, najavljuje da će radovi sa konkursa biti izlagani još dva puta tokom leta.*

## GRANITNE SUDOPERE SVE VIŠE DOPRINOSE RASTU



**Sa skoro 1,4 miliona evra, koliko očekuje na kraju prvog polugodišta, Metalac inko je značajno premašio planiranu realizaciju i ostvario 11% rasta u odnosu na isti period 2016.**

Iako je i na domaćem tržištu zabeležena bolja prodaja za oko 3%, ukupnom uspehu doprineo je pre svega rast izvoza i to za čak 20%. Posebno je porastao plasman na tržištu Ukrajine, Crne Gore, Hrvatske i Rusije. To je u skladu sa strateškim fokusom našeg preduzeća da nadalje raste kroz izvoz. Naime, u ovom trenutku domaće tržište i izvoz učestvuju približno sa po 50% u ukupnoj realizaciji, ali je za očekivati da se odnos pomera u korist izvoza. Pritom je Metalac inko sebi zadao da u Srbiji, u prilično konkurentnom okruženju, održava oko trećinu tržišnog učešća.

Vladan Stojković, direktor Metalac inka, ocenjuje da je najznačajniji uticaj imala povećana prodaja asortimana granitnih

sudopera, kod kojih je na domaćem tržištu zabežen rast od 30%, a u izvozu 240%. Ovo je, inače, program koji naše preduzeće poslednjih godina ozbiljno pozicionira, a uskoro se očekuju nove, potpuno originalne linije, proizašle iz saradnje sa industrijskim dizajnerima.

Inače, kako je i najavljeno, u cilju povećanja proizvodnih kapaciteta na livenim polimerima, Metalac inko je ušao u realizaciju investicije u CNC glodalicu za obradu proizvoda od kvarca. Instaliranje ove mašine se očekuje u prvoj polovini avgusta. Takođe, ugovorena je i izrada alata za novo korito sudopera, čime će se obezbediti proširenje ponude inox sudopera za još tri modela.

## IZVOZ BOJLERA NA TRŽIŠTE RUSIJE TRI PUTA VEĆI



**Domaće tržište u porastu za 14%, a izvoz za čak 46%, zahvaljujući izvanrednim pomacima na tržištu Rusije, ali i tržištima u regionu.**

Metalac bojler uspešno završava prvu polovinu 2017. godine sa rastom od 28%, odnosno 21% iznad plana. Ukupna realizacija na domaćem tržištu veća je za 14% u odnosu na isti period prethodne godine, pre svega zahvaljujući aktivnostima unapređenja prodaje koje su nastavljene i u ovoj godini, iako su uslovi na tržištu i dalje teški, a konkurencija jaka.

Zahvaljujući izvanrednim pomacima na tržištu Rusije, šestomesečni izvoz je porastao za čak 46% u odnosu na isti period 2016, odnosno 36% iznad plana. Fokusiranje na Rusiju, kako razvojem proizvoda tako i saradnjom sa Metrotom, donelo je oko 350 hiljada evra realizacije, duplo više nego što je planirano i troduplo u odnosu na 2016. Ovakvoj ekspanziji na tržištu Rusije doprinelo je pre svega uspešno predstavljanje na sajmu Aquatherm u Moskvi početkom godine i sklapanje strateških partnerstava Metrota sa kupcima sa teritorije Rusije, Belorusije i Kazahstana. Proširenje asortimana, pre svega modelima bojlera za centralno grejanje, biće dobra baza za dalji rast realizacije i plasman na drugim ino tržištima.

I tržište Hrvatske je imalo izraziti rast – više nego duplo, odnosno preko 160% u odnosu na 2016, pre svega zahvaljujući sve boljoj saradnji sa kupcem Sam Cro, koji ima razvijenu prodajnu mrežu na tržištu Hrvatske.

Trgovačka roba i slavine Aquabi prisutne su na svim tržištima bivše Jugoslavije, kao i na tržištu Češke i Slovačke. Ovaj program ostvario je rast prodaje od 10% u odnosu na plan i čak 36% u odnosu na 2016.

- Akcenat na unapređenju proizvoda, neprestanoj kontroli kvaliteta proizvoda, novim proizvodima i novim tržištima je put koji smo definisali i strategijom Metalac bojlera. Ulaganja u novu opremu su nastavljena i ove godine, sa ciljem optimizacije i povećanja fleksibilnosti proizvodnje, kako bi se ispratio ostvareni rast prodaje. Ugovorena je nabavka nove – taktne peći u proizvodnji, linije za robotsko zavarivanje, nove rubilice, a preduzete su i aktivnosti na unapređenju i optimizaciji postojeće opreme sa ciljem smanjenja troškova. Završeni su

radovi na novom magacinu poluproizvoda, koji će omogućiti bolje planiranje i organizaciju proizvodnje, brži odziv na zahteve kupaca, bolje upravljanje materijalima i smanjenje nekurentnih zaliha – ističe direktor Metalac bojlera, Zoran Ognjanović, realno očekujući nove napore da se rast prodaje kvalitetno prati.

## I ove godine na Sajmu građevinarstva u Beogradu

Metalac bojler je ove godine samostalno nastupio na Sajmu građevine u Beogradu, koji je održan u aprilu. Uspešno su predstavljeni novi modeli bojlera – sa izmenjivačem i kombinovani modeli od 150 i 200 litara, zatim inox bojler sa suvim grejačem i malolitražni pritisni bojleri sa emajliranim i inox kazanom, a predstavljena je i dopuna asortimana slavina Aquabi. Iako Sajam građevinarstva iz godine u godinu beleži sve manju posetu, rukovodstvo je zadovoljno nastupom i ostvarenim kontaktima, pre svega sa kupcima sa tržišta bivše Jugoslavije.



## RAST NA INTERNOM, PAD NA EKSTERNOM TRŽIŠTU



**Metalac print će prvo polugodište 2017. godine završiti sa realizacijom ambalaže i dekora u iznosu od 1,72 miliona evra, 4% iznad plana i na nivou prvog polugodišta prethodne godine. Realizacija prema zavisnim društvima iz Metalac grupe je 3% iznad prošlogodišnjeg ostvarenja, odnosno 7% iznad plana. I dok je rast zabeležen kod prodaje transportne ambalaže i dekora, realizacija ofset ambalaže je u padu za 10%.**

Sa druge strane, na eksternom tržištu zabeležen je pad od 4%. Najveći pad od 7% zabeležen je kod realizacije ofset ambalaže, što je izazvano pre svega prelaskom na jeftinija pakovanja (u izvedbi flekso štampe) kod dva solidna kupca. Realizacija u delu transportne ambalaže za eksterne kupce zadržala je isti nivo kao u 2016. Ono što je obeležilo prvo polugodište je činjenica da se konkurencija, a posebno u delu transportne ambalaže, značajno pooštrava.

U pogonu preslikača u prvoj polovini godine realizovano je 102 zahteva za osvajanje novih dekora, dok je 80 dekora lansirano u redovnu proizvodnju. Do kraja trećeg kvartala očekuje se nabavka softvera PackeEdge, koji je alternativa softveru Mosaic za izradu priprema dekora. Takođe, od investicionog ulaganja u pogonu dekora u toku jula biće zamenjeni filteri i povećan njihov

kapacitet u ventilacionom delu, što će se odraziti na znatno bolje uslove radne okoline i smanjenu emisiju isparljivih organskih rastvarača u atmosferu.

U pogonima kartonske ambalaže nastavljen je rad na boljoj organizaciji i racionalizaciji skladišnog i manipulativnog prostora, kako u pogonima, tako i u magacinima. Nedostatak prostora je i dalje prisutan, iako je značajno ublažen prošlogodišnjom instalacijom industrijskog šatora. U drugom kvartalu obavljeno je značajno investiciono održavanje (mini remont) na ofset mašini u izvedbi nemačkih servisera i naše službe održavanja. Od avgusta meseca startovaće sa radom automatska mašina za kaširanje, a trenutno se razmatra opravdanost nabavke kombinovanog uređaja za lasersko snimanje ofset ploča i sita.



## OČEKIVANJA VELIKA, ALI OBNAVLJANJE REPUTACIJE JE DUGOTRAJAN PROCES



- Nalazimo se između „čekića i nakovnja“, pritisnuti kratkoročnim očekivanjima u pogledu realizacije postavljenih ciljeva i odluka koje će dugoročno opredeliti budućnost FAD-a. Naše je opredeljenje dugoročna perspektiva. Trudimo se da donosimo ispravne odluke koje će na srednji i dugi rok donositi dobre efekte. Na ovom nivou nemamo kapacitet za krupne zalogaje ni snagu da se suprotstavimo jakim proizvođačima iz Turske koji su preplavili svet. Takođe, nivo znanja, reputacija i ugled u auto industriji ne mogu se porediti sa nemačkim proizvođačima, koji diktiraju trendove. Iskustvo nas uverava da se upornost i istrajnost na dobroj poslovnoj praksi i kvalitetu uvek isplate i da će i FAD biti uspešan deo još uspešnije priče o Metalcu – pojašnjava nastalu situaciju direktor Goran Mijatović.



Kada je preuzet FAD, očekivali smo da će biti teško povratiti kupce, a sada se već može reći da je teže i od očekivanog. U drugoj godini poslovanja, rukovodstvo Metalac FAD-a još uvek oseća posledice poslovanja iz stečaja i pre stečaja, kada je FAD stekao reputaciju nepouzdanog dobavljača. Nažalost, to je veoma teško promeniti, posebno kod ino kupaca koji ne poznaju kompaniju Metalac, dok je domaće tržište mnogo brže i bolje reagovalo.

Dakle, Metalac FAD nije ispunio planove. Za prvih šest meseci podbačaj u odnosu na plan će biti oko 15%, uz oko 5% pada u odnosu na isti period prošle godine. Razlozi su nepromenjeni: naše preduzeće ne može da dopre do velikih kupaca sa kojima je FAD ranije poslovao, a koji u najvećem broju slučajeva odbijaju ponovnu saradnju zbog negativnih iskustava iz prošlosti.

- Na ovakav ishod pre svega utiče situacija na ino tržištu, iako u protekle dve godine nismo imali nijednu zamerku kupaca na saradnju. Poštujemo sve preuzete obaveze, nema primedbi na kvalitet, rokove isporuke. Sve napore usmeravamo na obnavljanje reputacije pouzdanog poslovnog partnera, što je težak i mukotrpan posao. Naprosto, karte su raspodeljene. Uz

to je učešće naše grupe proizvoda u prometu najvećih evropskih kupaca tek 1-2%, što jača njihovu pregovaračku poziciju, te do sada nismo uspeli da privučemo pažnju većine. Od top 20 evropskih distributera FAD je u bliskoj prošlosti imao saradnju sa devet, a danas imamo svega jednog kupca iz date grupe. Takođe, nekoliko najvećih rade na gotovo svim evropskim tržištima i na svakom tržištu nalaze se među prva tri po prometu. Sve to otežava našu nezahvalnu poziciju – kaže direktor Goran Mijatović.

Pritom je Metalac FAD u ovoj godini investirao u kupovinu nove CNC testere, a ovih dana započinje radove oko pripreme objekta i montaže nove linije farbanja, u koju je uloženo oko 500 hiljada evra. U narednom periodu treba očekivati i prijem novih kadrova, kako inženjera tako i operatera u proizvodnji, u cilju stvaranja bolje i kvalifikacione i starosne strukture zaposlenih.

Po svemu sudeći rukovodstvo Metalac FAD-a će izvesno imati još neprospavanih noći u nastojanju da postigne skoro nemoguće – balans kratkoročnog pritiska da se pokažu rezultati i strateške neophodnosti da stvore preduslovi sa kojima bi se dugoročno izašlo na zelenu granu.



## RAST REALIZACIJE, ALI I TROŠKOVA



Rezultat prvog polugodišta neće biti dobar koliko je bio prošle godine, bez obzira na rast realizacije i prebačaj plana. Metalac market je, naime, imao ozbiljna ulaganja u renoviranje prodavnica, povećanje površina objekata i povećanje broja radnika, a, sa druge strane, izostala je očekivana sezonska prodaja pojedinih programa. Logično je očekivati promenu sa drugom polovinom godine, kada ponovo dolazi vreme sezonskog rasta prodaje skoro celokupnog asortimana.



Sa 5,33 miliona evra u maloprodaji, Metalac market je za šest meseci prebacio plan za 2,5% uz 6,8% rasta u odnosu na isti period prethodne godine. Zarada merena kroz ostvarenu razliku u ceni u ovom periodu je bila 3,9% iznad planirane i 11,7 % veća od ostvarene u istom periodu 2016. godine. Lošija od planirane bila je samo realizacija naknade za odloženo plaćanje i to za skoro 9% u odnosu na planirano.

Promet proizvoda i roba naših zavisnih preduzeća beleži rast na svim programima u odnosu na isti period 2016. Prodaja posuđa veća je za 7%, robe Metalac trade-a za 30%, bojlera i pratećeg programa za 4%, a sudopera za 18%. Sa programom šporeta na čvrsto gorivo (Alfa Plam i MBS), koje nabavljamo od Metalac home marketa, imamo rast prometa od preko 20% u odnosu na isti period 2016. godine.

- U poslednja tri meseca smo u nove velike prostore preselili radnje u Smederevu i Gornjem Milanovcu, gde smo početkom aprila otvorili novu radnju sa posuđem, a krajem juna zaršavamo i kompletno renoviranje objekta sa belom tehnikom, čime smo prvenstveno obezbedili novi prostor za značajno povećanje prometa roba naših zavisnih preduzeća, kao i svih roba koje imamo u asortimanu. Tokom leta nas očekuje sređivanje objekta u Leskovcu, ubacivanje nove opreme i proširenje prodajnog prostora i prodajnog asortimana – kaže direktor Stojan Slović, uveren da će sva unapređenja prodajnog lanca, uključujući i edukaciju trgovaca u saradnji sa prof. Petkovićem i Stojkovićem, kao i sa najvećim dobavljačima, izvesno doneti pozitivan ishod na kraju godine.

## STABILNO, UZ STALAN OPREZ ZBOG KONKURENCIJE I RASTA NABAVNIH CENA



**Metalac trade će prvu polovinu godine završiti sa ostvarenjem koje je 5,5% iznad plana. Situacija na tržištu je i dalje teška, zbog sve većeg pritiska od strane konkurencije.**

I dok je u prvih šest meseci 2017. postojala valutna stabilnost, što je značajno olakšavalo rad, najveći problem je i dalje konstantan rast cena u nabavci robe, što su dobavljači pravdali rastom cena sirovina.

- Ovakvim ishodom prvog polugodišta možemo biti zadovoljni, imajući na umu da je situacija na tržištu sve teža, jer je konkurencija sve izraženija i broj uvoznika sve veći. Sve veći

broj naših kupaca, koji imaju po nekoliko radnji, počinje samostalno da poručuje robu, što nama stvara velike probleme sa aspekta umanjena tržišnog potencijala i, sa druge strane, cenovnu konkurenciju, sa kojom je veoma teško se izboriti. I u ovom slučaju se pokazalo da je naše opredeljenje za strategiju diferenciranja bio pravi izbor – poručuje Dragan Tomić, direktor Metalac trade-a.

## U VOJVODINI OSTVARENJE PLANOVA UZ 16% RASTA

**metalac**  
HOME MARKET

**Rast beleže svi kanali prodaje. Otvorena i 24. prodavnica, ovoga puta u Senti. Veća prodaja svih Metalčevih programa. Šansa u rastu prometa maloprodajnog lanca gde radi 70 od 120 zaposlenih.**

Nastavljajući dobar trend prvog tromesečja, naše preduzeće u Vojvodini će za prvih šest meseci 2017. ostvariti realizaciju od 4 miliona evra, što je na nivou projektovane, odnosno 15% više u odnosu na isti period prethodne godine, ne računajući tranzitne aranžmane, kako kaže komercijalni direktor Jevrem Anđelić i ističe da je razlika u ceni veća 19%.

Najveće učešće sa više od 60% i dalje ima maloprodaja. Iako 5% ispod plana, prihod od prodaje kroz maloprodajni lanac Metalac bio je 20% iznad ostvarenja iz prvog polugodišta 2016. Tome je svakako doprineo i rast sindikalne prodaje i veći broj prodavnica, među kojima je i nova prodavnica u Senti, otvorena u aprilu. Metalac home market danas ima 24 prodavnice u 20-ak gradova Vojvodine. Najverovatnije da će u ovoj godini biti otvorena i 25. prodavnica, ukoliko pronađu odgovarajući lokal u Novom Bečeju. Time će ciklus otvaranja prodavnica biti završen, a prostor za rast

će se tražiti u unapređenju svih aspekata ponude i usluge.

Sa druge strane, procena je da će veleprodaja stagnirati. Na šest meseci plan jeste ostvaren uz rast od 10%, ali rukovodstvo Metalac home marketa procenjuje da je manevarski prostor za ovaj kanal uzak, pre svega zato što se dominantno radi sa manjim kupcima, jer se najveće aktivnosti, uključujući lojalni akcije sa velikim sistemima, rade direktno sa fabrikom posuđa.

Inače, Metalčevi proizvodni programi i dalje beleže rast kroz sve kanale prodaje. Najveći rast prometa kroz maloprodajni lanac beleži se na robu Metalac trade-a i Metalac posuđa, dok je na sudoperama ostvareno 12% više u odnosu na isti period prošle godine. U veleprodaji je najveći iskorak napravljen na programu Metalac bojlera (rast od 23%) i Metalac inka (rast od 12%), gde se očekuju još bolji rezultati u budućnosti.

## PROLETER RASTE U PET OPŠTINA

**metalac**  
PROLETER

**Naše preduzeće danas posluje na teritoriji više opština: Gornji Milanovac, Čačak, Ljig, Knić i Kragujevac. Zadržavajući vodeću poziciju na domaćem terenu, Metalac proleter istovremeno osvaja novi prostor za realan rast i time ide u susret promenama na tržištu.**

Moglo bi se reći da uvodni pasus za Metalac proleter liči na standardizovane konstatacije: rast prodaje i profita, širenje lanca van opštine Gornji Milanovac, unapređenje usluge, edukacija prodajne sile, snažan identitet, lojalni kupci.

- U prvom polugodištu 2017. godine očekujemo cca 860 miliona dinara realizacije, čime zadržavamo rast od 13% kako je bilo i na tromesečju, uz prebačaj plana za oko 7%. Čak 94% realizacije dolazi od maloprodaje posredstvom 42 objekta. U skladu sa rastom

prometa je i rast ostvarene razlike u ceni – konstatuje direktorka Jelena Luković.

Nakon prolećnog renoviranja maloprodajnog objekta u Pranjanima, Metalac proleter u avgustu planira proširenje prodavnice preko puta pošte za 50-ak kvadrata, čime bi ukupan prodajni prostor dostigao 420 m<sup>2</sup>. U proširenom izdanju ovaj objekat bi dobio savremeno opremljeno odeljenje svežeg mesa, čime bi se upotpunio asortiman Proleterove najveće prodavnice.

## ŠIRIMO LANAC U CRNOJ GORI

**metalac**  
PODGORICA

**Posle Kotora, ove godine otvorena i 12. prodavnica Metalac marketa u Crnoj Gori. Ovog puta u Budvi, na 120 m<sup>2</sup> u sklopu Aroma marketa u poslovnom centru TQ Plaza. Učešće maloprodajnog lanca u ukupnoj realizaciji 65%.**

Preduzeće Metalac market u Podgorici prebacilo je šestomesečni plan za 11% uz približno isto toliki rast u odnosu na 2016. Od očekivanih oko 1,23 miliona evra realizacije, skoro 65% dolazi od prometa kroz istoimeni maloprodajni lanac. Ostvarenje 12 prodavnica bilo je 15% veće nego u istom periodu prethodne godine, a ako izuzmemo dve novootvorene prodavnice, rast bi bio 13%.

Nakon otvaranja prodavnice u Kotoru marta ove godine, još jedna prodavnica otvorena je u Budvi u reprezentativnom prostoru tržnog centra Plaza. Na 120 m<sup>2</sup>, zajedno sa magacinskim prostorom, zastupljen je kompletan Metalčev asortiman. Sa početkom turističke sezone očekuje se i značajan rast prometa u ovoj i svim drugim prodavnicama na primorju.

- Ulažemo velike napore da uzdignemo naše prodavnice na primorju iznad konkurencije. Uspehu uglavnom doprinosi naša konkurentnost na tržištu. Izgradili smo pozitivan stav kod potrošača kada je reč o našim proizvodima i uslugi. Ime Metalac ovde ima težinu jer ima dugogodišnju tradiciju, a mi se trudimo da potrošačima izađemo u susret i rešimo eventualne nedoumice koje imaju kada su u pitanju naši proizvodi. Ovome doprinosi i edukacija zaposlenih, koja je sprovedena u saradnji sa profesorom Goranom Petkovićem, gde su zaposleni stekli nova i učvrstili postojeća znanja o prodaji i odnosu prema potrošačima – ističe direktorka Sanja Dašić.

Metalac market Podgorica i dalje organizuje akcije unapređenja prodaje, kako u veleprodaji, tako i u svojim maloprodajama. Odmah

posle akcije sa ekspres loncima u Aroma marketima, već 1. aprila je počela akcija na Granit line posuđu, a u avgustu se puno očekuje od planirane akcije na emajliranom posuđu sa dekorom Brokoli.







## UZ POSUĐE, SVE BOLJI PLASMAN I BOJLERA METALAC U RUSIJI

Nakon više od 15 godina prodaje posuđa, Metalčevo preduzeće Metrot u Moskvi sve se ozbiljnije bavi uvođenjem i pozicioniranjem bojlera i sudopera i nema sumnje da ćemo u budućnosti na ovim programima beležiti sve veće učešće, imajući na umu veličinu tržišta Rusije i iskustvo rukovodstva, a pre svega direktora Milana Vujovića, koji je sve vreme na čelu Metrota.

Sa 30% većom realizacijom od planirane, Metrot održava trend rasta prodaje na tržištu Rusije. Za prvih šest meseci rast je čak 44 % u odnosu na isti period 2016. godine

Uslovi poslovanja su i dalje složeni, uz pad tražnje, stalnu oscilaciju kursa rublje, pad dohotka stanovništva... U takvom tržišnom kontekstu sve aktivnosti Metrota su usmerene na pronalaženje novih načina prodaje, ne samo za program posuđa, već podjednako i za bojlere i sudopera.

- Kad je reč o plasmanu posuđa, uspehi smo da ostvarimo veću realizaciju nego u 2016. Posebno treba istaći značajan rast u kanalu internet prodaje, pre svega u Waiberisu i početak rada sa Ozonom, kao i u kanalu direktne prodaje, gde će biti ostvaren rast od 200%. Što se tiče veleprodaje, tu je i dalje prisutan pad koji traje više godina. U narednom periodu posebno ćemo obratiti pažnju na velike sisteme, gde je prodaja na nivou 2016. godine i gde ćemo od avgusta angažovati još jednog radnika. Naime, nadomak smo dogovora za jednu akciju lojalnosti kao i potencijalni početak saradnje sa federalnim sistemima Lenta, Okej, Giper globus – kaže Vujović.

Što se tiče programa bojlera, naše preduzeće u Moskvi je posle dužeg vremena uspešno da napravi značajan iskorak na tržištu električnih bojlera i da učvrsti poziciju u takozvanom inženjerskom



kanalu prodaje, odnosno investicionoj gradnji. Procena je da će do kraja 2017. Metrot u Rusiji prodati oko 9.000 bojlera Metalac i time definitivno pripremiti teren za još ozbiljniji nastup u 2018. godini, posebno na tržištu električnih bojlera.

Sa druge strane, plasman sudopera, kako inox, tako i kompozitnih, još uvek je u fazi ulaska na tržište. Značajniju prodaju Vujović očekuje od avgusta, kao i pripremu za naredni sajam nameštaja u novembru 2017. godine.

- Sve u svemu, za nama je dobro polugodište, a očekujemo da će i u drugom delu godine biti značajnih pomaka u sva tri programa i da ćemo ostvariti planove za 2017. godinu i stvoriti stabilnu osnovu za rast i razvoj – poručio je Milan Vujović iz Moskve.

## U UKRAJINI ZADRŽAN TREND RASTA

**Za pola godine očekuje se prebačaj plana za 10%, a rast u odnosu na isti period prethodne godine 18%. Stiče se utisak da bolja vremena zaista dolaze te da će trend rasta nastaviti da se održava.**

Direktor preduzeća Metalac Ukrajina Vladimir Ponjavić iz poslovnih aktivnosti u drugom kvartalu izdvaja dalji ulazak u nove objekte velikog sistema Epicentar sa programom posuđa.

- Asortiman smo proširili posuđem sa novim dekorom i novim

litražama kod postojećih dekora, a ponovo smo uveli u naš asortiman inox posuđe. Važno je da su u redovan asortiman Epicentra uvedena i dva nova XGranit modela, a sprovedena je i akcijska prodaja sudopera – ističe Ponjavić i ponovo najavljuje učestvovanje na sajmu Primus Ambiente, koji će se održati u Kijevu u oktobru mesecu i od kojeg ima velika očekivanja. Sveukupno, korisno je ponoviti da je naše preduzeće u Kijevu posle više godina zastoja sa 2016. napravilo značajniji pomak i otvorilo prostor optimizmu.



## USPEŠNO PRVO POLUGODIŠTE

**Metalac home market iz Zagreba završio prvo polugodište 2017. sa ostvarenjem prometa 15% većim u odnosu na plan, dok je RUC veći za 40%. U odnosu na isti period prethodne godine ostvarenje prometa je 75% a RUC-a 78%.**

Kao što je već i najavljeno, do kraja godine se očekuje još veći rast u odnosu na plan, jer su za drugo polugodište već ugovorene određene akcije koje bi trebalo da rezultuju većom

realizacijom. Ostvareni rezultati u prvom polugodištu potvrđuju da je prošlogodišnja odluka o promeni organizacije, racionalizaciji troškova i novom pristupu hrvatskom tržištu apsolutno opravdana, a tome je doprinela i tesna saradnja sa proizvodnim društvima u Srbiji. Ovakav ishod još više dobija na značaju kada se uzme u obzir da preduzeće posluje samo sa tri zaposlena, u odnosu na sedam koliko ih je bilo u istom periodu prošle godine.



## SA SAMOSTALNIM SINDIKATOM U BANJE NA OPORAVAK

U prethodnom periodu Samostalni sindikat je najviše pažnje posvetio odlasku naših radnika na oporavak i rekreativni odmor u banje Srbije. Ove godine najviše radnika će otići u Prolom Banju, a posebna pogodnost koju ova banja nudi vezana je za mogućnost da deca radnika do devet godina starosti u njoj besplatno borave. Takođe, značajno je i da je oko sto radnika dobilo vaučere od pet hiljada dinara, što će im omogućiti korišćenje banje po veoma povoljnim uslovima. Osim Prolom Banje, naši radnici boraviće i u Ivanjici i Vrnjačkoj Banji.



## APSOLUTNO NAJBOLJI NA LETNJOJ OLIMPIJADI U BEČIĆIMA

- Počekom juna Samostalni sindikat je učestvovao na Letnjoj olimpijadi u Bečićima, gde su naši članovi odbranili prvo mesto u veoma jakoj konkurenciji petnaest ekipa, sa ukupno oko 400 učesnika. Ovoga puta najviše uspeha su imale članice ženske ekipe i tako omogućile da pehar ukupnog pobednika krase naše prostorije. Zahvaljujemo se na razumevanju menadžmentu kompanije, uz čiju nesebičnu pomoć su ostvareni odlični rezultati i na sportskom polju – poručio je Dušan Vuković, predsednik Samostalnog sindikata.



## EKIPA NEZAVISNOG SINDIKATA SVEUKUPNI POBEDNIK SPORTSKIH SUSRETA U VRNJAČKOJ BANJI

Na sportskim susretima industrijskih radnika raško-rasinskog okruga, održanim u Vrnjačkoj Banji sredinom juna, desetočlana ekipa Nezavisnog sindikata Metalca takmičila se u tri discipline. Nakon što je osvojila prvo mesto u malom fudbalu i drugo u nadvlačenju konopca, naša ekipa je u Metalac donela pehar sveukupnog pobednika susreta. U konkurenciji je bilo još šest ekipa i to iz: Prve petoletke iz Trstenika, Prvog partizana iz Užica, Trajala iz Kruševca, Slobode iz Čačka i Gradskog zelenila iz Beograda.

Inače, organizaciju Nezavisnog sindikata u Metalcu posetio je početkom juna Željko Veselinović, predsednik Udruženih sindikata Srbije Sloga, koji je tom prilikom razgovarao sa Radovanom Zarićem, predsednikom organizacije Nezavisnog sindikata, koja je član ove Centrale. Gosta iz Beograda primio je i generalni direktor Petrašin Jakovljević.



## U PLAVOM SANDUČETU 92 PREDLOGA

Sudeći po prvoj polovini godine, 2017. će biti rekordna po broju predloga za poboljšanje procesa. Direktni podsticaj od strane menadžmenta i odluka generalnog direktora da svaki usvojen predlog bude nagrađen, ako ne novčano, a ono barem setom posuđa, prošle godine je rezultirala sa 141 predlogom. Sada, na polovini 2017. u Plavom sandučetu je registrovano čak 92 predloga za inovacije i racionalizacije. Komisija je, osim novčanih nagrada za prvo, drugo i treće mesto, 18 predloga nagradila trodelnim setom posuđa specijalno dekorisanim porukom „Misli(m) svojom glavom“.



### Redakcioni odbor:

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

**Metalac a.d.** Kneza Aleksandra 212, 32300 Gornji Milanovac, Srbija  
T\_032 770 300, E\_metalac@metalac.com, W\_www.metalac.com