



## OSTAJE PAMĆENJE

Petrašin Jakovljević, generalni direktor Metalca, predsednik Fondacije Metalac i potpredsednik PKS, preminuo je 1. februara 2018. godine, u 62. godini.

*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 rasli u odnosu na plan i u odnosu na prethodnu godinu. 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...*

(Iz poslednje uvodne reči sa potpisom Petrašina Jakovljevića, decembra 2017. godine)

## DOBAR TIM JE PREDUSLOV USPEHA SVAKOG POJEDINCA

*Poštovani radnici Metalca,*

Imenovali smo novi Izvršni odbor i novog generalnog direktora Metalca a.d. Aleksandra Markovića. Srećan sam što Metalac ima mogućnosti da bira iz redova podjednako dobrih. Smatram da je tim iznad pojedinca i da svaki rukovodilac pre svega zavisi od kvaliteta i sloge u sopstvenom timu. Ja ću još dve godine pažljivo pratiti i biti podrška kao što sam to uvek činio. Vi znate da su neka merila za mene najvažnija – pravednost, poštenje, integritet ličnosti i, naravno, završni račun kompanije.

Reč predsednika kompanije \_\_\_\_\_ str 2.

## ALEKSANDAR MARKOVIĆ, NOVI GENERALNI DIREKTOR METALCA



**Marković ima 25 godina stručnog i menadžerskog iskustva na raznim pozicijama u Metalcu, od kojih 12 godina na mestu direktora Metalac posuđa. Osim formalnog obrazovanja, prošao je niz stručnih obuka iz oblasti strategijskog menadžmenta, poslovne ekonomije, zatim General Management Program IEDC Bledske poslovne škole, kao i razne programe Mokrogorske škole menadžmenta, Adičesa i drugo.**

Aleksandar Marković ima 53 godine i rođeni je Milanovčanin. Diplomirao je na Mašinskom fakultetu u Beogradu, na odseku za proizvodno mašinstvo.

Profesionalnu karijeru započinje 1993. godine u kompaniji Metalac a.d. na poslovima referenta konstrukcija i mašinskih tehnologija. Iskustvo, usavršavanje, lične karakteristike i ambicije, rezultirale su konstantnim unapređenjima, tako da već od 1998. vodi projekat izgradnje fabrike inox posuđa, a zatim upravlja Profitnim centrom inox posuđa i inox sudopera. Od 2005. godine obavlja poslove tehničkog direktora i direktora razvoja kompanije, da bi, reorganizacijom Metalca u holding kompaniju, 2006. godine došao na poziciju direktora Metalac posuđa d.o.o. kao najvećeg društva u okviru Metalac grupe, sa koje prelazi na funkciju generalnog direktora. Inače, od 2012. godine obavlja i poslove izvršnog direktora za proizvodnju i IT u kompaniji Metalac a.d.

## TROMESEČJE SA 9% RASTA NA NIVOU GRUPE

**Sva preduzeća Metalac grupe završiče prvi kvartal najverovatnije sa ukupno oko 22 miliona evra realizacije. Time je plan prebačen 4% a prošlogodišnje tromesečje nadmašeno za 9%.**





## DOBAR TIM JE PREDUSLOV USPEHA SVAKOG POJEDINCA

Danas, 4. aprila, moja osećanja su podeljena. Najpre što ovu uvodnu reč moram započeti rečenicom: Metalac, njegova porodica, grad i šira zajednica ostali su bez jednog čoveka koji je svima puno dao. Rano nas je napustio večiti optimista Petrašin Jakovljević. Njemu u čast pomenuću najčešće citiranu rečenicu: Vreme jeste teško, ali mi smo napravljeni od čvrstog materijala i iz svega ćemo izaći zdraviji i vitalniji. To nećemo zaboraviti kao ni doprinos mog decenijskog prvog saradnika.

Prošlu godinu smo dosta dobro završili, mada iskreno smatram da je moglo i bolje. Ulazimo u 60. godinu postojanja Metalca, posvećeni i sa planovima da sledeći 4. april dočekamo sa najuspešnijom godinom u našoj istoriji. Zato molim sve zaposlene da svojim radom, posvećenošću, mobilnošću, učinimo da naš Metalac bude još uspešniji, bolji i uređeniji. To možemo samo svi zajedno i zato sam uvek zahvalan zaposlenima u Metalcu što su njegova istinska snaga i što svojim radom stvaraju vrednosti na koje smo svi ponosni.

Sve čestitke zaposlenima za naš dan 4. april. Želim vam srećan Uskrs i radujem se našim novim poredama.

## ŽIVOT PO VISOKIM MORALNIM VREDNOSTIMA

**Više stotina ljudi na sahrani u Gornjem Milanovcu, na desetine telegrama i izjava saučešća predstavnicima kompanije Metalac i vest na svim informativnim portalima, obeležili su dan u kojem smo se oprostili od generalnog direktora Metalca, koji je skoro do poslednjeg dana redovno dolazio na posao kao i prethodnih 37 godina.**

- Sa Petrašinom sam radio 37 godina, a punih 29 godina je bio moj najbliži saradnik. Bila je to jedna od mojih najboljih odluka. Obojica pripadamo ljudima koji o svakoj stvari imaju svoj stav, ali smo imali isti cilj i uvek bili saglasni kojim putem do njega doći. Proizvod toga je moćni Metalac – rekao je predsednik kompanije Dragoljub Vukadinović, na sahrani 2. februara 2018. godine, opraštajući se od svog dugogodišnjeg prvog saradnika, uz izražavanje poštovanja porodici, rodbini i prijateljima.

U ime PKS oprostio se Zvonko Tufegdžić, direktor Regionalne komore, istakavši da je Jakovljević i kao predsednik Privredne komore Kraljevo insistirao da sve mora da bude najmanje kao u Metalcu. A Rajko Nešković, predsednik FK Metalac je podsetio na Jakovljevićev doprinos razvoju sporta u Gornjem Milanovcu, istakavši da je svojim radom i materijalnom podrškom doprineo uspesima FK Metalac i izgradnji najmodernijeg stadiona u zemlji, kao i nedavno završenog pomoćnog terena.

Podsećamo, osim funkcije generalnog direktora Metalca, koju je preuzeo 1. aprila 2005. godine, Petrašin Jakovljević je između ostalog bio: predsednik Regionalne privredne komore Kraljevo, član Skupštine i Upravnog odbora PKS, član Udruženja korporativnih direktora, predsednik Odbora metalne i elektro industrije, predsednik Kluba privrednika Gornjeg Milanovca, a bio je i član UO Srpske asocijacije menadžera. Od 2017. godine Jakovljević je predsednik parlamenta Privredne komore Raškog i Moravičkog okruga i potpredsednik Privredne komore Srbije.

Jakovljević je dobitnik priznanja Kapetan Miša Nastasijević i Zlatnika za preduzetničku kulturu u 2006. godini kao najbolji menadžer u regionu, kao i najvišeg priznanja opštine Gornji Milanovac – Zlatne plakete Takovski ustanak, priznanja Planeta biznis, kojim je proglašen za Menadžera godine od strane časopisa Ekonometar i magazina Biznis, a 2016. dobio je Plaketu PKS za doprinos razvoju privrede i unapređenju menadžmenta.



*Primopredaju dužnosti sa tri koverte 2005. godine javnost je zabeležila kao događaj koji se retko viđa u Srbiji*

*Dragi Petrašine, tvoj životni put je potvrdio da čovek sopstvenim radom i poštenim odnosom prema poslu i ljudima, može dosegnuti visoko. Tvoja karijera je još jedan dokaz ispravnosti našeg zajedničkog pristupa i uverenja da najbolje kadrove, postoje i posvećene kompaniji, treba razvijati i negovati unutar Metalca. Konačno, za budućnost je važno što i sa mesta generalnog direktora dosledno prenosiš vrednosti, iskustvo i ciljeve jednog proverenog tima od kojeg si i sam učio... Sve dok je tako i Metalac će biti velika, zdrava i ponosna kompanija.*

(Vukadinović, svom prvom saradniku povodom 30 godina rada u Metalcu 2012. godine)

## IMENOVANA PRVA PETORKA

**Na sednici održanoj 30. marta Nadzorni odbor je imenovao i članove Izvršnog odbora Metalca a.d. Na period od dve godine imenovani su:**

**Aleksandar Marković** - izvršni direktor za proizvodno-tehnička pitanja, ljudske resurse i IMS, i zakonski zastupnik društva; **Radmila Trifunović** - izvršni direktor za finansijske poslove i restoran, i zakonski zastupnik društva; **Vojin Vukadinović** - izvršni direktor za razvoj, digitalne komunikacije, IT i marketing; **Goran Mijatović** - izvršni direktor za nabavku, ekologiju i bezbednost na radu, **Stojan Slović** - izvršni direktor za prodaju i logistiku.

## U NAREDNE TRI GODINE 10 MILIONA EVRA INVESTICIJA I 20% VEĆA DOBIT NA KRAJU 2021. GODINE

Nadzorni odbor je na svojoj poslednjoj sednici usvojio strategiju razvoja Metalca a.d. i zavisnih društava 2019-2021. U odnosu na baznu 2018. godinu predviđeno je da konsolidovani poslovni prihod do kraja 2021. poraste 16%, zarada će rasti svake godine po 5%, a konsolidovana dobit da bude 6,6 miliona evra, odnosno 20% više nego što je planirano za 2018.

Kompanija Metalac će tokom ovog perioda za investicione projekte uložiti 10 miliona evra. I svi ostali strateški aspekti vode održivom rastu i razvoju kompanije i, u krajnjem, zadržavanju odličnog kreditnog rejtinga Metalac grupe.

## STOJAN SLOVIĆ NA ČELU METALAC POSUĐA, DAMIR PEHRAT NOVI DIREKTOR METALAC MARKETEA

Nakon što je u rodnom Priboju pet godina radio kao šef računovodstva u jednoj predškolskoj ustanovi, a potom isto toliko u finansijskoj policiji u Priboju i Gornjem Milanovcu, diplomirani ekonomista **Stojan Slović** (55) je 1997. prešao u Metalac. Karijeru u Metalcu je započeo kao šef prodaje za region Crne Gore, Kosova, južne i istočne Srbije. Potom je obavljao poslove direktora sektora logistike Metalca a.d, da bi nepunu godinu kasnije preuzeo mesto generalnog direktora tek preuzetog Proletera sa veoma zahtevnim zadatkom da započne oporovak ovog posusatlog preduzeća. Od 2006. pa do 2010. godine Slović je komercijalni direktor Metalac posuđa, da bi poslednjih sedam godina kao direktor Metalac marketa rukovodio Metalčevim maloprodajnim lancem. Nekoliko godina obavljao je i funkciju izvršnog direktora za prodaju i marketing. Sa svojom porodicom - suprugom, sinom i kćerkom, živi u Milanovcu od 1995. godine.

Kao stipendista kompanije Metalac, diplomirani ekonomista **Damir Pehrat** (40), poreklom iz Maglaja, počeo je karijeru 2005. godine, najpre u službi marketinga, odakle je prešao za šefa maloprodaje u Metalac marketu. Poslednje dve godine u ovoj firmi je bio na mestu komercijalnog direktora i u prirodnom sledu stvari došao na direktorsku funkciju. Tokom proteklih 13 godina prošao je niz seminara i obuka, među kojima i MEMBA menadžerski program Mokokogorske škole menadžmenta, a 2015. je stekao master diplomu na FON-u.



**Imajući na umu poslovne biografije i činjenicu da su poslednjih sedam godina najbliži saradnici u Metalac marketu, kontinuitet je očuvan i saradnja se nastavlja, samo sa novih pozicija**

## OD DUNAV OSIGURANJA MILION DINARA ZA FONDACIJU METALAC

**Impresionirani doslednošću kojom dajemo podršku ulozi porodice, natalitetu, razvoju i vaspitanju dece i omladine, a posebno brojem beba koje smo nagradili tokom proteklih 11 godina – kompanija Dunav osiguranje a.d. donirala je krajem marta Fondaciji Metalac 1.000.000 dinara.**

- Najbolja i najdugovečnija partnerstva podrazumevaju da vam je stalo do obostranog uspeha i kompanijskog zdravlja. Upravo zbog onog što čini, Metalac je već godinama svrstan među najzdravije kompanije u Srbiji i raduje nas što naši partneri prepoznaju naš iskreni napor i ovakvom podrškom doprinose opštem dobru i zajedničkom uspehu – rekao je predsednik Vukadinović u pismu zahvalnosti Dunav osiguranju. Podsećamo, samo za podršku stvaranju porodice i rađanju dece, Fondacija Metalac je od 2006. do danas uložila više od pola miliona evra.





## NA FORUMU U ZAGREBU ELITA SRPSKOG BIZNISA

**U okviru zvanične posete predsednika Srbije Hrvatskoj, Privredna komora Srbije i Gospodarska komora Hrvatske imale su sredinom februara poslovni forum privrednika dveju zemalja, uz učešće više od 30 velikih hrvatskih i srpskih kompanija.**

*Neke naše kompanije su već „Evropa u Srbiji”*

Srpsku delegaciju privrednika iz 17 uspešnih poslovnih sistema, u Hrvatskoj su predvodili predsednik kompanije Comtrade Veselin Jevrosimović, predsednik MK Group Miodrag Kostić, generalni direktor kompanije Moji brendovi Andrej Jovanović, predsednik Metalac grupe Dragoljub Vukadinović, vlasnik industrije mesa Matijević Petar Matijević, vlasnik Alco Group Mirosljub Aleksić, generalni direktor kompanije Zlatiborac Dušan Knežević...

Predsednik PKS Marko Čadež je istakao da je važno što su i predsednici Kolinda Grabar Kitarović i Aleksandar Vučić u okviru ove posete u centar postavili ekonomiju, uz konstataciju da Srpskoj privredi predstoji dosta posla da se uključi na jedinstveno evropsko tržište, ali da su neke kompanije već „Evropa u Srbiji”. Pritom se pozvao na čestu izjavu predsednika kompanije Metalac Dragoljuba Vukadinovića koji je inače bio zanimljiv sagovornik za više medija, uključujući i Nacionalnu hrvatsku televiziju.

## NAGRADE JUBILARCIMA, DODATNO OSIGURANJE ZASLUŽNIM RADNICIMA, POZORIŠNE PREDSTAVE MILANOVČANIMA

**Među 50 zaposlenih koji će danas primiti jubilarne nagrade njih 22 će dobiti maksimalnih 165.000 dinara za 40 i 36 godina neprestanog radnog staža u Metalcu. Šestoro radnika će dobiti po 110.000 za 30 godina vernosti Kompaniji, a ostali po 55.000 dinara za 20 godina staža. A zaposleni, njih 81, koji su se istakli svojim radom i od kojih Kompanija dugoročno ima ozbiljna očekivanja, danas takođe svečano potpisuju ugovore za dodatno osiguranje. Sveukupno, ovaj vid dodatnog penzijskog osiguranja sada od Kompanije imaju 443 radnika na nivou Metalac grupe.**

Uz zahvalnost i čestitke svim zaposlenima koji će danas, 4. aprila, na Dan preduzeća, od Metalca dobiti neku od čestitki, želimo da zabeležimo imena onih koji su najduže sa kompanijom. Najpre muškarci sa 40 godina staža: Ivan Milovanović, Radomir Pejčinović, Dragan Baltovski. Za 36 godina u Metalcu najviše novčane nagrade dobijaju: Slađana Šunjevarić, Zorica Dobričić, Slavica Radojević, Snežana Jovičić, Milunka Filimonović, Nada Tanasković-Mijailović, Biljana Stevanović, Milanka Adžić, Nada Markeljić, Dragana Glišović, Olga Nešović, Svetlana Đorđević, Jelica Danilović, Vera Bogičević, Gordana Carević, Božana Trojančević, Gordana Kapetanović, Nada Bogojević, Gordana Lazović.

Konačno, povodom Dana preduzeća, Metalac je 2. aprila za naše najmlađe sugrađane priredio dečju predstavu Pinokio pozorišta iz Kruševca, a večeras, za prijatelje i saradnike naše kuće, igraju glumci Narodnog pozorišta Kikinda, prvoklasnu predstavu Kauboji po scenariju Kokana Mladenovića.

## ZAPOČETA IZGRADNJA „M” ZGRADE U GORNJEM MILANOVCU

**Podsećamo, reč je o petospratnici visokih građevinskih i energetskih karakteristika, sa 68 stanova, 11 lokala, podzemnom garažom i nadzemnim parkingom, sa 81 mestom. Procenjena vrednost investicije je oko 4,5 miliona evra i već sada nema dileme da će svi stanovi i lokali biti prodati pre završetka zgrade.**

Izgradnja stambeno poslovnog objekta „M” na Metalčevoj atraktivnoj lokaciji preko puta Robne kuće, započela je 5. marta. Na terenu su već uočljivi poodmakli zemljani radovi i priprema podloge za temeljnu ploču, a svi očekuju da se, kao i uvek, posao završi na vreme – u ovom slučaju sa rokom od 18 meseci odnosno do kraja avgusta 2019. godine. Građevinske radove izvodi firma GK d.o.o. iz Beograda. U toku je ugovaranje građevinsko zanatskih radova koje će prema dinamici u narednih 2-3 meseca biti završeno.



## POSUĐU METALAC JOŠ JEDNO PRIZNANJE POTROŠAČA

**– Srbija je onoliko snažna koliko su jake njene kompanije. Mnoge od njih su prisutne u svetu. Hvala što imate viziju i što razmišljate ne samo o svojoj budućnosti, već i o budućnosti Srbije. Vi najbolje znate koliko je godina potrebno da se izgradi brend, da kada kažem keks mislim na Plazmu, a kada kažem šerpa mislim na Metalac - rekla je, između ostalog, potpredsednica Vlade Zorana Mihajlović, istakavši da 15 nagrađenih zapošljavaju 40.000 radnika, da ostvaruju prihod od preko 2,5 milijardi evra, te da njihov kapital vredi koliko dva Koridora 10.**

Metalac posuđe je četvrti put pobednik kategorije Sve za kuću po izboru potrošača. Priznanje je 27. februara u Skupštini grada Beograda, Aleksandru Markoviću uručio Andreja Mladenović, zamenik gradonačelnika Beograda. Metalac se našao i među tri najbolja proizvođača, zajedno sa Imlekom i Nestle Adriatikom, koji je ukupni pobednik, dok je pobednik u svim kategorijama brendova keks Plazma.

Dodela priznanja Moj izbor se organizuje osmi put u okviru kampanje Srbija ima kvalitet, koju sprovodi udruženje Moja Srbija, ove godine uz podršku potpredsednice Vlade Zorane Mihailović i Grada Beograda, sa ciljem podsticanja razvoja domaće proizvodnje i poboljšanja kvaliteta robe i usluga.

Ove godine u konkurenciji za nagradu se našlo 780 domaćih proizvoda i brendova, od kojih je 149 bilo predmet terenskog istraživanja u 10 gradova Srbije.



*Zahvaljujući se na nagradi, Aleksandar Marković, direktor Metalac posuđa je samo podsetio: „Metalac uskoro puni 60 godina, i nema dileme da smo dobro naučili kako da radimo posao”.*

## NAKON OBUKE PROVERIVAČA VANREDNA INTERNA PROVERA IMS

Kao deo procesa tranzicije u Integrisani sistem menadžmenta kvalitetom (IMS) krajem marta je krenula vanredna interna provera IP-1/2018-V u Metalac a.d. i svim zavisnim proizvodnim društvima. Proverava se usaglašenost IMS-a sa novim standardima i dokumentima sistema kvaliteta, a posebno sa novim koji su usvojeni u decembru 2017. godine.

Prema planu unapređenja IMS-a Metalca a.d. i zavisnih društava tokom maja će biti održana redovna interna provera istog obima,

a polovinom juna nam predstoji eksterna resertifikacija po standardima ISO 9001:2015 i ISO 14001:2015.

Inače, svemu je prethodila obuka internih proverivača održana 21. i 22. februara prema planu tranzicije IMS-a. Obuku su izvršili predavači iz TMS ACADEMY, Ivan Pribičević i Dr Maja Đogo. Svi polaznici obuke (30 internih proverivača) su sa uspehom položili završni ispit i dobili sertifikate koji im omogućuju da mogu ubuduće da izvode interne provere.

## FUDBALERI DOBILI MODERAN POMOĆNI TEREN

**Radovi su trajali četiri meseca – započeti u oktobru 2017, pomoćni teren je završen januara ove godine. Dobijena je i upotrebna dozvola, pa se teren dimenzija 100x63 metara uveliko koristi.**

Pomoćni teren sa veštačkom travom izgrađen je za potrebe odigravanja utakmica i održavanja treninga za sve kategorije fudbalera. Izgradio ga je Metalac a.d. u saradnji sa Sportskim društvom Takovo. Izvođači radova bili su Svin Gornji Milanovac, Amiga Kraljevo, Javno preduzeće za izgradnju Gornji Milanovac. Teren ima tribine sa 300 stolica, reflektorsko osvetljenje, LEGL ogradu visine od 2,5 do 8 metara i odgovarajuću pristupnu saobraćajnicu. Vrednost investicije je 500.000 evra.



## Sećanje na početke

**Metalac danas slavi 59. godina od osnivanja. Nastao je u vreme kada je naš grad angažovao sve svoje snage u pravcu razvoja privrede, sa ciljem izlaska iz nerazvijenih... Svi već znamo da su se tada Metalska zadruga Jedinstvo i zanatsko-automehaničarska radnja Metalac spojile i registrovale Zanatsko metalno preduzeće Metalac. Prve dve godine su imale izrazito zanatski karakter proizvodnje a onda... evo šta je ostalo zapisano u Takovskim novinama iz 1961. godine.**

**Takovske novine god. I br. 18 (9. okt. 1961)**

### POGON LIVNICE PREDUZEĆA METALAC OTPOČINJE REDOVNU PROIZVODNJU

Zanatsko preduzeće Metalac u Gornjem Milanovcu ovih dana otpočinje redovnu proizvodnju u pogonu livnice. Istovremeno vrše se obimne pripreme za puštanje u rad pogona emajlirnice, s obzirom da je izvršena nabavka svih potrebnih mašina za ovaj pogon.

Interesujući se za rad ovih pogona preduzeća Metalac, razgovarali smo sa mašinskim tehničarom drugom Budimirom Pešićem, tehničkim direktorom preduzeća, koji nam je rekao sledeće:

- Naše preduzeće planiralo je da u 1961. godini ostvarili proizvodnju u vrednosti od 202 miliona dinara. Međutim, objektivne okolnosti su uticale da preduzeće u toku godine ne ostvaruje predviđenu proizvodnju i to zbog nedostatka električne energije i peći za emajliranje u pogonu koji je izgrađivan u zajednici sa preduzećem Sloboda iz Čačka. Mi smo tek prvog juna rešili problem struje izgradnjom sopstvene trafostanice u jačini od 100 kW, dok smo peć za emajliranje nabavili tek pre nekoliko dana i otpočeli odmah njeno montiranje. Sve to je uticalo da se u prvom tromesečju i na pologođu planovi preduzeća ne ostvare u potpunosti, što je uticalo i na podbačaj zanatske proizvodnje u našoj opštini. Zbog svega radnički savet preduzeća je bio primoran smanji godišnji plan na 150 miliona dinara. Za proteklih devet meseci preduzeće je ostvarilo proizvodnju od oko 100 miliona dinara, a puštanje u rad novih pogona omogućiće da se plan do kraja u potpunosti ostvari.

Pogon livnice nalazio se za prethodnih šest meseci u probnoj proizvodnji i za to vreme je ostvario proizvodnju od 21 milion dinara. Pogon je osposobljen za izradu kanalizacionih cevi i ostalih fazonskih delova. Sadašnji kapacitet pogona je 2.000 kilograma liva dnevno. Vrše se ubrzane pripreme i izrađuje se potreban



alat za pogon livnice, što će sa svoje strane uticati da se dnevno proizvodi oko 5.000 kilograma liva, tako da će dnevna vrednost proizvodnje ovog pogona iznositi oko 700.000 dinara.

Preduzeće Metalac u toku prošle i ove godine radilo je u zajednici sa preduzećem Sloboda iz Čačka na osposobljavanju pogona emajlirnice. U tome su postignuti zadovoljavajući rezultati. Osvojena je proizvodnja kofa za vodu, zatim kanti za mast, hotelskih kanti i drugog posuđa.

Preduzeće je do skoro bilo u nemogućnosti da ove proizvode izrađuje do kraja, odnosno da ih i emajlira, zbog toga što nije raspolagalo električnom peći za emajliranje. Nabavkom peći ovaj problem se u potpunosti rešava i preduzeće Metalac se osposobljava za proizvodnju emajliranog posuđa.

Da bi se pogon emajlirnice u potpunosti osposobio za proizvodnju, odnosno da bi se peć pustila u rad, potrebne su velike količine elektroenergije. Postojeća trafostanica, koja je sagrađena pre nekoliko meseci, ne može da napaja u potpunosti i ovaj pogon. Ukupna instalirana snaga preduzeća Metalac po puštanju svih pogona u rad iznosiće 260 kW, dok je kapacitet postojeće trafostanice, kako smo već istakli, svega 100 kW. Preduzeće je nabavilo sav potreban materijal za izgradnju jače trafostanice, ali preduzeće za distribuciju elektroenergije u Gornjem Milanovcu nije u mogućnosti da priključi da gradsku mrežu novi transformator jer bi se jako opteretila novopodignuta trafostanica od 35/10 kW. U preduzeću Metalac se nadaju da će pogon Elektrokombinata u Gornjem Milanovcu u zajednici sa pretpostavljenima u Kraljevu uraditi sve što je u njihovoj moći da se ovaj problem što pre reši.

Pogon emajlirnice preduzeća Metalac svakodnevno dobija ponude za zajedničku proizvodnju. Tako postoji mogućnost da se do kraja godine, ukoliko se peć odmah pusti u rad, emajlira 3.000 električnih štednjaka za druga preduzeća.

Potpuno osposobljavanje i puštanje u rad pogona livnice i emajlirnice, pored postojećih pogona limarskog i bravarskog, omogućiće da preduzeće u potpunosti ostvari planske zadatke u 1962. godini i da ostvari planiranu proizvodnju od oko 500 miliona dinara. Istovremeno preduzeće bi i pored smanjenja plana proizvodnje za ovu godinu, u potpunosti izvršilo zadatke postavljene planom preduzeća za naredni petogodišnji period.



## SKORO 60 GODINA KASNIJE

# IZAZOVI DIGITALNE TRANSFORMACIJE

**Metalac 60 godina pravi poznanstva preko proizvoda, a već 20-ak godina kroz svoju maloprodajnu mrežu ima direktan kontakt sa kupcem. U poslednjoj deceniji kupci nas posećuju i na internet prodavnici. Danas je važno da sve naše procese vrednujemo samo iz ugla kupca. Komunikacija sa kupcem na tržištu postala je još direktnija, neposrednija i zbog toga postaje već pomalo prisilna. Samo retki umeju prodaju ostvare u prisnijem, personifikovanom prijateljskom odnosu. Kupac i Metalac danas su poznanici koji se prepoznaju po vrednostima Poštenje, Poverenje, Poštovanje i Posvećenost u kreiranju proizvoda i usluga – uveo nas je u razgovor Vojin Vukadinović, izvršni direktor za razvoj, digitalne komunikacije, IT i marketing.**

**Možemo li reći da su tri ključne komponente digitalne transformacije – kultura za digitalno doba, digitalna platforma i postojanje koncepta/vizije? Ako je tako, šta imamo i šta nas očekuje u narednom periodu?**

Do sada je bilo vrlo teško praviti velike pomake u digitalnoj transformaciji ka platformi, kulturi i viziji novog biznis modela. Zato su pravljene mali koraci. Internet prodavnica i društvene mreže se rade tako da budemo najbolji. Uskoro stvaramo novi, operativniji i efikasniji korisnički servis, kojim ćemo na relaciji sa našim kupcima biti 24 sata sedam dana u nedelji. Važnost i težina digitalne transformacije je u tome što naposljetku podrazumeva promenu biznis modela. Treba odgovoriti na pitanje kako da zarađujemo novac u novom budućem svetu digitalnih proizvoda i usluga. U protekle dve godine opredelili smo se za mala unapređenja poslovnih procesa za koje su odgovorni Metalac digital i IT sektor. Proveli smo godinu dana u stalnoj razmeni ideja sa kolegama iz zavisnih društava i u planiranju budućih velikih iskoraka. Zato ne želim da kažem bilo šta konkretno o promeni biznis modela jer o tome odlučuje Nadzorni odbor, a mi sada samo pripremamo moguće scenarije i prve korake ka tome. Inkrementalna unapređenja naših internih procesa su već planirana u biznis planu.

**Ako je digitalna transformacija zapravo novi nivo automatizacije podataka i njihovo pretvaranje u nova operativna znanja i proizvode, koliko dosadašnja informatička sistemsko pismenost Kompanije može da doprinese dinamici daljeg napredovanja?**

Digitalna pismenost u Metalcu postoji, ali mnogo je važnije da uvek imamo na umu i digitalnu etiku. U svetu „obične” pismenosti, koja počinje od prvog razreda osnovne škole, decu vaspitavamo najvažnijim vrednostima koje su u krajnjem i Metalčeve bazične vrednosti: Poštenje, Poverenje, Poštovanje i Posvećenost. Naši poslovni procesi moraju da se podignu na viši nivo, prikupljanjem i obradom podataka o kupcu i trendovima. Moramo da poznamo kupce ponaosob da bi uskladili našu ponudu. Za to je potrebno neprestano prikupljanje, obrada i sistematizovanje baze podataka o svakom pojedincu koji jeste. Ili je voljan da sa nama bude na stalnoj relaciji. Naravno, podrazumeva se neophodnost poštovanja zakona o čuvanju podataka o ličnosti, odnosno Opšte uredbe (GDPR) i mi ćemo se toga strogo pridržavati. Ostalo je stvar tehnologije, softvera, alata za obradu baze i njeno ukrštanje sa svim drugim informacijama koje ćemo imati o našim potrošačima, njihovim navikama i preferencijama.

**Ako biste Metalac opisali iz perspektive obeležavanja 70. godišnjice, dakle celu deceniju unapred, šta je to što će nas bitno razlikovati od onog što jesmo na pragu 60. rođendana ?**

Astrolozi bi rekli da čovek koji slavi 60. rođendan treba da je već pokazao najbolje kvalitete Vage u horoskopu. A čovek koji slavi 70. rođenda treba da se ponaša kao već najbolja Vodolija. Verujem da ćemo za 10 godina uveliko biti digitalna kompanija koja svoju ultimativnu vrednost i nesumnjivu konkurentsku snagu bazira upravo na poznavanju ličnih podataka velikog broja kupaca. Upravo zahvaljujući tome, kupci će imati koristi i poverenje u nas. Dakle, mi treba da proizvodimo digitalne proizvode preko kojih postajemo prijatelji sa kupcima i to posredstvom sadržaja i ponude koju će oni sa zadovoljstvom plaćati.

**Reklo bi se da Vaš resor kao izvršnog direktora za digitalizaciju, razvoj, IT i marketing objedinjuje sve funkcije koje traže kretanje krupnim koracima u susret promenama, uz veliku odgovornost naravno. Kako vidite svoju ulogu?**

Sa timom koji je okrenut krajnjem kupcu možemo da napravimo dobra rešenja za kupca i ozbiljan posao za Metalac. Moj zadatak je da ponavljam da je kupac centar sveta. Sve ostale organizacione, kadrovske, tehničke, softverske i druge promene samo su put kojim potvrđujemo osnovno opredeljenje tj. naš centar sveta. I sve to što radimo doneće profit Metalcu. Stvaranje te tanane mreže u kojoj je kupac centar naših namera i delovanja, jeste i vizija i posao za ovaj tim.

Sadašnje vreme ima svoja pravila. Danas pažnja u proseku ne traje duže od osam sekundi za decu rođenu u vreme interneta, a to su naši budući prijatelji, sa čijim smo roditeljima i bakama već dugo poznanici. Metalac je izuzetno vredan brend koji neguje svoja prijateljstva. Samo što ćemo sada to činiti u realnom vremenu, na mnogim jezicima, pružajući preporuke za zdravlje, kuvanje, prijatnu serviranu atmosferu oko trpeze... I sve što im treba za takvu atmosferu dostavićemo u preporučenim paketima i najdirektnijoj komunikaciji kao prijatelj-prijatelju.

## TROMESEČJE SA 9% RASTA NA NIVOU GRUPE

Sva preduzeća Metalac grupe završiće prvi kvartal najverovatnije sa ukupno oko 22 miliona evra realizacije. Time je plan prebačen 4%, a prošlogodišnje tromesečje nadmašeno za 9%. Na pet proizvodnih društava odnosi se 44% ukupne realizacije, tj. skoro 10 miliona evra, naravno uz apsolutno najveće učešće kor biznisa – Metalac posuđa. Sva proizvodna društva su na tržištu Srbije ostvarila 45% svoje ukupne realizacije, a 55% je ostvareno izvozom. Pet trgovačkih društava na domaćem tržištu ostvarilo je ukupno 9,5 miliona evra, odnosno 43% ukupnog prihoda, uz rast od 16% u odnosu na isti period prethodne godine i prebačaj plana od 5%. Četiri trgovačka preduzeća u inostranstvu učestvuju sa oko 13% u ukupnoj realizaciji, a među njima najviše Metrot iz Moskve. Izvoz u Rusiju je ispod planiranog, a preduzeće u Kijevu praktično se održava radi prisustva na ovom još uvek rizičnom tržištu.

## RAST PRODAJE UZ SVE ZANIMLJIVIA PARTNERSTVA



Sa 6,4 miliona evra realizacije Metalac posuđe je u prvom kvartalu prebacilo plan i ostvarilo skoro 10% rasta prodaje. Nešto više od 35% ostvareno je na domaćem tržištu, a među preostalim dvadesetak tržišta najveće učešće su imali BIH, Rusija i Francuska. Grand kafa i Coca Cola najvažniji cobrending partneri. Potvrđeni uzorci za francuski Carrefour. Za Rusiju se sprema šest novih dekora.

Planovi su ispunjeni i na domaćem i na ino tržištu, pri čemu je u Srbiji rast skoro 13%, a u izvozu 8%. Zanimljivo je da je sveukupno najviše raslo tržište bivše Jugoslavije i to čak 36%.

- Možemo biti zadovoljni rezultatima koje smo ostvarili za prva tri meseca, a očekujemo da se ovaj trend nastavi i u narednom periodu. Ugovorena su dva velika posla sa Coca Colom i Grand kafom, a proizvodnja za ove dve velike nagradne igre je uveliko u toku. Pored tržišta Srbije, sa Grand kafom je ugovoren posao i za tržišta Makedonije i Bosne, a sa Coca Colom za tržišta Hrvatske i Bosne. Coca Cola asortiman po prvi put plasiran je i na tržište Grčke, a stigao je i upit iz Irske, tako da se dobra priča o Metalac posuđu, kao pouzdanom i kvalitetnom dobavljaču, širi kontinentom – poručuju iz komercijale Metalac posuđa.

Konačno su potvrđeni i uzorci od strane lanca Carrefour iz Francuske, a za sredinu aprila zakazan je tehnički audit, što

je ujedno i završna faza u pregovorima koji intenzivno traju već godinu dana. Značajno je i potpisivanje memoranduma o razumevanju sa partnerom iz UAE – Al Watania Consultants Limited. Tokom marta kupac je posetio fabriku i dogovoreni su uslovi za početak saradnje.

Od početka 2018. za Rusiju se intenzivno razvija šest novih dekora, a uzroci će biti poslani početkom aprila. Prema rečima naših ljudi iz Moskve, sa navedenim dekorima se planiraju velike akcije lojalnosti.

U toku su takođe i intenzivne pripreme za sajam World of Private Label u Amsterdamu, koji se održava 29. i 30. maja, na kojem Metalac posuđe po prvi put izlaže.

## NA SAJMU AMBIENTE U FRANKFURTU

**Pored raznovrsnih linija posuđa, od klasičnih emajliranih do savremenih aluminijumskih, izrađenih u skladu sa najnovijim proizvodnim trendovima, Metalac posuđe je predstavilo i ekskluzivne linije namenjene HoReCa korisnicima.**

Metalac je imao zapažen nastup i na ovogodišnjem najvećem sajmu robe široke potrošnje u Frankfurtu, na kome se okupilo 4.500 izlagača iz 96 zemalja i preko 140.000 posetilaca.

Na svom štandu predstavili smo više od 40 setova i 22 nova dekora, od kojih veliki broj čine nagradni radovi sa petog Facebook konkursa, kao i dekori dizajnera sa kojima Metalac ima saradnju više godina, poput Sanje Dević, Dženana Hajrovića, STUDIOLAV-a i drugih.

Koncept ovogodišnjeg sajma je „Susret tradicije i inovacija”. Suština je stvaranje proizvoda, ili izraza koji je u isto vreme tradicionalan ali i moderan - sa novim izrazom koji je blizak modernom čoveku. Ova ideja se mogla videti na postavkama većine izlagača, počevši od posuđa, preko keramike, tekstila, dekoracija životnog prostora itd.





## AKCIJE LOJALNOSTI – NE IZLAZE IZ MODE NA CELOJ EX YU

**Početak 2018. obeležilo je čak 17 akcija lojalnosti širom regiona, a u toku su pripreme za još pet novih, već ugovorenih. Među akcijskim artiklima prevladuje emajlirano posuđe.**

U Srbiji smo na ovaj način dostupni kroz Lukoil pumpe, prodavnice Qvattro, Aroma, a po obimu najveća je akcija na liniji New Blue Lux, u saradnji sa Mol pumpama, na preko 60 objekata, koja od samog početka nagoveštava dobre rezultate.

Na tržištu BIH traju akcije, kako na najpopularnijim Tufnicama, Brokoliju, liniji New Blue Lux, tako i na novim dekorima Akvarel i Francuske novine. Akcija kroz Konzum je na samom startu privukla pažnju odličnom prodajom New Blue Lux posuđa.

Na tržištu Makedonije u toku su akcije na liniji aluminijumskog nelepljivog posuđa sa efektom granita, dok je tržištu Hrvatske i Crne Gore interesantna linija emajliranog posuđa sa dekorom Brokoli.

## PRVI PUT NA MEĐUNARODNOM SAJMU GAST U SPLITU

Pažljivo isplaniran nastup sa marketinškom podrškom u specijalizovanim časopisima, brošurama i digitalu, imao je za cilj prvenstveno predstavljanje naše ponude za Horeca segment. Utisak je da, uz dobro isplaniran tržišni nastup imamo šansu i prostor za pozicioniranje u ovom segmentu na hrvatskom tržištu.

Kao što je odlučeno još pre godinu dana, Metalac posuđe je krajem februara po prvi put nastupilo na 23. Međunarodnom sajmu Gast u Splitu, u glavnoj dvorani Spaladium arene.

Potencijalnim partnerima i široj javnosti predstavljen je emajlirani program Gastro serving, kao i linije Professional u inoksu i aluminijumu. Osim posuđa, na sajmu je predstavljen i odabrani asortiman inox i XGranit sudopera. Sveukupno, i ovim nastupom je nastavljena serija aktivnosti usmerenih na ulazak u hotele i restorane u regionu.



## KONFERENCIJA HOTEL SUMMIT BEOGRAD

Prva konferencija namenjena tržištu hotelijera, Hotel Summit, održana je krajem marta u hotelu Hajat u Beogradu. Cilj ove konferencije jeste da razmatra i promoviše primere dobrog i inovativnog poslovanja i aktuelne trendove u ugostiteljstvu u zemlji, regionu i svetu.

Metalac posuđe bilo je prijatelj konferencije, a oko 200 hotelskih profesionalaca moglo je da se informiše o Metalčevoj ponudi za HoReCa segment kroz brošure i predstavljene uzorke linija Professional, Gastro serving, kao i sa Granmatrix materijalom, koji je takođe predstavljen ovom prilikom.



## POSUĐE METALAC ZA NAJBOLJE SEKRETARICE IZ HRVATSKE

Direktorica našeg preduzeća Metalac home market u Zagrebu, uručila je sredinom februara simbolične poklone u ime Metalca najboljim sekretaricama izabranim na 10. jubilarnoj Konferenciji „NajTajnica.hr” 2018. godine. Reč je o najvećoj „edukativnoj, poslovnoj konferenciji za poslovne tajnice/ike, voditelje ureda i administrativne djelatnike”, koju tradicionalno organizuje časopis Poslovni savetnik. Kako je na skupu dominantno prisustvo žena, pokloni iz Metalca su došli sasvim prirodno.

## UZ RAST PRODAJE I NOVE LINIJE OD KARTONA U PRATEĆEM ASORTIMANU



**Čak 14% veća realizacija u odnosu na prethodnu godinu i prebačaj plana za 11% saldo su prvog tromesečja u Metalac printu. Prihod od eksternog tržišta porastao 24%. Uvedena nova grupa proizvoda od kartona - Dekorativa.**

Na naša zavisna društva, koja su prioritetni kupci proizvoda i usluga Metalac printa, odnosi se 57% ostvarene realizacije u prva tri meseca, uz rast od 7%. U strukturi interne prodaje evidentan je porast učešća dekora od oko 15%, dok je realizacija ambalaže blago uvećana u odnosu na prošlu godinu.

Zanimljivo je, međutim, da je za čak 24% porasla prodaja ambalaže na eksternom tržištu. Stalni rad na proširenju baze eksternih kupaca dao je rezultate u vidu započinjanja saradnje sa velikim, ali i značajnim brojem manjih kupaca, što se pozitivno odrazilo na povećanje prihoda u prvom kvartalu.

Početkom marta Print je na tržište uveo novu grupu proizvoda pod nazivom Dekorativa. Reč je o čestitkama, poklon setovima, slagalicama, ukrasnim kutijama, kartonskim reciklažnim ofingerima itd. Ceo program je nedavno prezentovan menadžmentu Metalca, a prve isporuke čestitki i poklon setova otišle su naravno našim maloprodajnim lancima – Proleteru i prodavnicama Metalac.

Radi se i na prezentaciji ostalih proizvoda iz programa Dekorativa, kao što su kartonski reciklažni ofingeri, za koje je jedna od vodećih modnih kuća iz Srbije pokazala interesovanje.

Pogon preslikača je osvojio 40 novih dekora, od čega je 20 uvršteno u redovnu proizvodnju. Usled povećanog broja zahteva dizajn studio je radio svaku subotu u martu mesecu.

- Na svim radnim centrima proizvodnih pogona vidljivi su i merljivi rezultati uvođenja WCM metodologije (proizvodnja svetske klase), mada nas još očekuje dug i uporan put implementacije



na svim nivoima. Povećane serije naloga za jednog značajnog kupca ukazale su na uska grla na mašini za lepljenje kutija u tri tačke, kao i na nedostatak proizvodnog i magacinskog prostora. Izgradnja nadstrešnice ispred ulaza u magacine, kao i nabavka još jednog viljuškara trebalo bi da donekle ublaže navedene probleme u logistici. Do kraja prvog polugodišta očekuje nas i instalacija opreme za direktno lasersko osvetljavanje sita i ofset ploča, koja bi, pored materijalnih ušteda u odnosu na dosadašnji način izrade, trebalo značajno da ubrza i odziv na zahteve kupaca ofset ambalaže i preslikača – poručuju iz Metalac printa.

## I DALJE RASTE UČEŠĆE LIVENIH POLIMERA



**Metalac inko forsirano nadomešćuje očekivani izostanak realizacije za dva tržišta, a novi kvalitetni ugovori za Granmatrix i dolazak sezone za sudopere garantuju uspešan nastavak godine.**

Realizacija Metalac inka u prvom kvartalu iznosi nešto više od pola miliona evra, što je 5% iznad plana i značajno ispod ostvarenja u prvom tromesečju prethodne godine. Pad je inače očekivan, pa dakle i planiran, zbog prestanka saradnje sa Kovinoplastikom i izostanka izvoza za Rusiju. Istovremeno, na ostalim ino tržištima je zabeležen rast od 8%, kako je i zamislilo rukovodstvo Metalac inka, sa ciljem da nadomesti zaostatak.

Na domaćem tržištu realizovano je 62% ukupnog prometa, uz rast od 2%. Liveni polimeri i dalje imaju tendenciju rasta, tako da je po prvi put realizacija u ovom programu premašila realizaciju inox sudopera.

- Otpočeli smo saradnju sa nemačkom firmom Baiel & Demmelhuber koja se bavi opremanjem prodajnih salona najpoznatijih svetskih brendova. To nam otvara priliku za plasiranje naših proizvoda u jednoj jako interesantnoj tržišnoj niši, kojoj da sada nismo imali pristupa. U prethodnom periodu smo investirali u alate za izradu mini kuhinje, kao i u set alata za izradu novih modela granitnih sudopera, što će poboljšati konkurentnost naše ponude i otvoriti vrata za otpočinjanje saradnje sa novim partnerima. Na osnovu informacija koje imamo od poslovnih partnera, kao i aktivnosti koje se čine u cilju unapređenja naše

ponude, očekujemo da ćemo ovu poslovnu godinu završiti na planiranom nivou – istakao je kao najbitnije Vladan Stojković, direktor Metalac inka.

U prvom kvartalu započeto je i sa uvođenjem više novih modela granitnih i inox sudopera.



## BOJLERIMA SEZONA TEK DOLAZI, USKORO I NOVE LINIJE



**Metalac bojler će završiti prvi kvartal sa realizacijom koja je približna prošlogodišnjoj u istom periodu, uz ostvarenje plana od 98%. Trend rasta iz prethodnih godina je izostao, pre svega zbog izuzetno jake konkurencije, ogromnog pritiska sa nabavnog tržišta i skoka cena sirovina.**

Na domaćem tržištu u toku su aktivnosti vezane za plasman novih proizvoda – inox bojler sa suvim grejačem i malolitražni pritiski bojleri, za sada u varijanti sa inox, a kasnije i sa emajliranim kazanom. U nastavku godine očekuju se svakako dobri rezultati upravo od realizacije novih proizvoda.

Tržište Rusije će i dalje biti u fokusu kad je reč o izvozu. Realizacija na ovom tržištu je povećana 2,5 puta u odnosu na isti period prošle godine. Na sajmu Aqua Therm u Moskvi, u februaru, predstavljeni su novi modeli, a neki će se već u maju naći i u prodaji. Takođe, u toku su i pregovori sa kupcima iz Ukrajine i Albanije kao novim tržištima na kojima će bojleri pokušati da se pozicioniraju u narednom periodu. Jedan od proizvoda koji će biti značajan u nastupu na svim ino tržištima biće malolitražni pritiski bojler sa emajliranim kazanom.

- U 2018. godini nastavljamo sa investicionim aktivnostima koje su započete prošle godine. U maju nas očekuje završetak projekta robotskog zavarivanja, a zatim i izrada studije za nabavku opreme za hemijsku pripremu, uređaja za ispitivanja životnog veka bojlera i interne laboratorije za ispitivanje. Takođe, sveobuhvatni projekat uvođenja WCM koncepta organizovanja proizvodnih procesa je u fazi uvođenja u prve, predefinisane procese, kroz formirane timove. U narednom periodu planirano je da se svi zaposleni



upoznaju sa ovom metodologijom i na taj način uključe u projekat – istakao je Zoran Ognjanović, direktor Metalac bojlera.

Rukovodstvo preduzeća je u martu posetilo čuveni svetski sajam Mostra Convegno u Milanu, koji se bavi oblastima klimatizacije, grejanja, zagrevanja vode, obnovljivim izvorima energije i sl. Za april je najavljen nastup na sajmu građevinarstva SEEBBE 2018, na kom će biti predstavljeni novi i redizajnirani postojeći modeli bojlera.

## OBNOVLJENA SARADNJA SA NEMAČKIM SAF HOLLAND-om



**Metalac FAD će prvi kvartal 2018. godine završiti sa rastom prodaje u odnosu na isti period prošle godine za oko 17% i prebačajem plana za 9%, pre svega zahvaljujući značajnom rastu izvoza, mada je i na domaćem tržištu prodaja za par procenata bolja nego lane.**

- Prvi kvartal je posebno značajan zbog obnovljene saradnje sa nemačkim proizvođačem osovina Saf Holand, kome smo isporučili robu u februaru i martu. Očekivali smo da krenu isporuke i za novog kupca na ruskom tržištu, međutim, komplikovana procedura oko izdavanja neophodnih sertifikata za tržište Rusije odložila je početak isporuka za april – izjavio je direktor Goran Mijatović.

U ovoj godini FAD je planirao nastup na dve sajamske manifestacije pod nazivom Automehnika u avgustu i septembru i to najpre u Moskvi a potom u Frankfurtu, uz očekivanje da oba sajma odškrinu vrata kod novih kupaca na inače veoma zahtevnom evropskom tržištu.

- Poslednji kvartal prošle godine i prvi kvartal 2018. obeležio je rast cena čelika, pa je neophodno da u narednom periodu

menjamo politiku cena, što nije popularna mera, ali je u ovom slučaju svakako opravdana – poručio je Mijatović.



U FAD-u se nastavlja i sa realizacijom novih investicija pa će planirani iznos od oko 500 hiljada evra verovatno biti premašen. Najznačajnije investicije do kraja godine biće induktor za kaljenje jabučica i za pertlovanje cevi. Nastavlja se i sa sprovođenjem WCM programa, koji na duge staze treba da donese benefite u vidu podizanja efikasnosti ali i jačanja tehnološke discipline, podizanja kvaliteta proizvoda i pouzdanosti procesa rada.

Uz čestitke svim zaposlenima povodom 59. rođendana kompanije i najbolje želje za Uskršnje praznike, Mijatović sa razumljivim oprezom gleda u nastavak godine, imajući na umu težak posao vraćanja pozicije našeg proizvođača auto delova.

## PLAN JE PREBAČEN 1% A PROŠLOGODIŠNJE TROMESEČJE 8%

**Najkraće, januar je bio odličan, februar veoma loš kao kao i u celoj Srbiji, a udarni mart je mogao biti bolji jer smo se spremali za rekordne promete u nedelji Mladenaca, ali iako sa rastom u odnosu na prošlu godinu, loše vreme sa snegom i niskim temperaturama ipak je umanjilo rezultate u odnosu na očekivanja - bio bi najkraći opis prvog tromesečja iz ugla Metalac marketa.**

Prevedeno na cifre, naše trgovinsko preduzeće je za prva tri meseca, posredstvom svoje 54 prodavnice, dve sindikalne ekipe i internet prodavnicom, ostvarilo nešto više od tri miliona evra realizacije. Plan je prebačen 1% a prošlogodišnje tromesečje 8%.

-Možemo ipak reći da je ovo dobar rezultat u prodaji, imajući u vidu stanje na tržištu i vremenske prilike. Mislim da su presudne bile dve uspešne akcije koje smo imali sa Metalac posuđem i Trejdom pred Božić i pred Mladence, za koje smo imali kvalitetnu ponudu i marketinški ih dobro propratili - ocenjuje direktor Stojan Slović, uz ogradu kad je reč o ostvarenoj razlici u ceni. Naime, tromesečni RUC će biti skoro skoro 8% ispod planiranog, iako za 4% veći od prošlogodišnjeg.

Za kompaniju je svakako posebno važno da je učešće Metalčevih programa 42%. Rast se beleži u skoro svakom od programa. Zahvaljujući pomenutim akcijama plasman Trade-ove robe beleži 16% rasta dok je kod Metalac posuđa rast 3%. Prodaja proizvoda Metalac inka kroz Marketov maloprodajni lanac veća je 26%. U odnosu na prvo tromesečje 2017. godine na istom nivou je bila samo prodaja bojlera, ali za njih tek dolazi prava sezona. Što se tiče ostale robe kao što su bela tehnika, mali kućni aparati,

televizori, šporeti na čvrsto gorivo i sl, Metalac market beleži rast prodaje od 8%, što se može smatrati uspehom imajući na umu kretanja na tržištu, naročito u ferbruaru mesecu.

- U celini procenjujemo da će i konačni rezultat našeg poslovanja u prvom tromesečju biti pozitivan. Doduše, zbog povećanih troškova prodaje ne možemo da garantujemo rast, već isti nivo kao u prva tri meseca prošle godine – zaključuje Stojan Slović uz podsećanje da je počela sa radom prodavnica u Knez Mihajlovoj u Beogradu, da je prodavnica u Lazarevcu preseljena u lepši i veći prostor što je od prvog dana donelo dosta veću realizaciju, a isto će se ovih dana desiti i sa prodavnicom u Aranđelovcu. Takođe, prodavnica u Boru je imala požar pa predstoji renoviranje lokala. Kruševac 2 se zatvara krajem meseca jer nije davao očekivane rezultate.

Inače, od početka godine emitovano je 1000 reklamnih TV i radio poruka, od čega je većina na nacionalnim frekvencijama. U navedenom periodu investirano je u promociju preko 43.000 evra u osam akcija u koje je bio uključen najširi asortiman Metalac marketa, uz dominantno učešće posuđa i Sigme.

## VELIKI GODIŠNJI SUSRET DOBAVLJAČA I MARKETOVE PRODAJNE SILE



Sada već tradicionalan skup prodajne sile Metalac marketa i njegovih najvećih dobavljača, organizovan je poslednjeg dana marta sa uhodanim protokolom. U oficijelnom četvorosatnom delu razgovaralo se o postignutim rezultatima, planovima i izazovima u narednom periodu. Osim toga, dva dobavljača, Kim Tek i Alfa Plam su u show room-u imali prezentaciju o novostima iz svog proizvodnog programa. Sveukupno, oko 200 ljudi okupilo se na kraju dana na zajedničkoj večeri. Bila je to prilika da ih još jednom

pozdravi dosadašnji direktor Metalac marketa Stojan Slović i da u dobrom poslovnom maniru najavi da odlazi na novo radno mesto, a da će mesto prvog čoveka Metalac marketa preuzeti njegov dugogodišnji prvi saradnik Damir Pehrat.

Dobavljači su i ove godine nagradili najbolje prodavnice i najbolje trgovce vrednim poklonima.

## KONAČNO PRODAVNICA U KNEZ MIHAJLOVOJ



**Planirali smo je odavno i tek su se početkom godine stekli uslovi da svojevrsan Metalčev prodajni salon bude otvoren na najprometnijem šetalištu u Beogradu, u Knez Mihajlovoj. Na broju 10, baš preko puta nekadašnjeg Ruskog cara, naša prodavnica se od početka februara našla u društvu poznatih brendova i od samog početka privukla veliku pažnju.**

Na 75 m<sup>2</sup> izloženi su prvenstveno asortiman Metalac posuđa i Sigme. Prometi polako rastu, mart je bio 60% bolji od februara. Sunce je tek progrijalo. Sezona šetača tek dolazi. Među kupcima je dosta stranaca, a domaći potrošači su ponosni što je, kako rekoše „konačno u Knez Mihailovoj i nešto naše”.

Istine radi, prvenstveni cilj ovog prodajnog salona je da na reprezentativan način predstavlja brend Metalac i postane prepoznatljivo mesto ne samo za redovan asortiman, već i za testiranje novih linija i prodaju budućeg suvenirskog programa.

Već sada je zanimljivo da su na spisku kupaca turisti iz Indije, Turske, BIH, Hrvatske, Irana, Iraka, Francuske, Italije, Španije, Brazila, SAD....



## KONAČNO MEĐUVALUTNA STABILNOST



**Za prva tri meseca plan ispunjen, prodaja malo iznad prošlogodišnje u istom periodu, razlika u ceni veća 4%. Za razliku od prethodnih godina, prvi kvartal je obeležila međuvalutna stabilnost, koja je značajno pogodovala poslovnim rezultatima, a biće i preduslov da se dobar trend nastavi i do kraja godine.**

Uprkos trendu smanjenja obima saradnje sa velikim sistemima, Metalac trade je uspeo da to nadomesti i čak napravi rast na domaćem tržištu pre svega zahvaljujući unapređenju saradnje sa dosadašnjim kupcima i pronalaženju novih.

Na ovakav rezultat je uticao rast realizacije na domaćem tržištu, dok je izvoz na nivou istog tromesečja prošle godine, pre svega zbog toga što su neki od ino kupaca postali uvoznici sličnog asortimana, što je to dovelo i do smanjenja realizacije na nekim tržištima u okruženju, osim u Crnoj Gori, gde postoji značajan rast zahvaljujući Metalčevom preduzeću u Podgorici i maloprodajnom lancu širom Crne Gore.

Kao i u prethodnoj godini, deo prometa je ostvaren kroz različite vidove akcije lojalnosti, što će biti nastavljeno i u drugom kvartalu. Dosadašnje skromne aktivnosti na društvenim mrežama će

sigurno biti unapređene, jer je napravljen detaljniji plan aktivnosti u narednom periodu, što će, zajedno sa drugim vidovima promocije i prezentacije, doprineti boljoj i većoj prepoznatljivosti brenda Sigma kod krajnjih potrošača.

- U narednom periodu nastavljamo sa unapređenjima različitih aspekata poslovanja, a tu pre svega mislim na pravovremenu, optimalnu i kvalitetnu nabavku i podizanje efikasnosti i produktivnosti svih internih procesa. Interaktivni odnos sa kupcima je prioritet, sa ciljem podizanja poverenja i lojalnosti, a značajna stavka u tom pravcu je stalno poboljšanje asortimana po dubini i širini. Ukoliko sve od navedenog budemo ostvarili, velike su šanse da ambiciozni plan i ostvarimo do kraja godine – poručio je Dragan Tomić, direktor Metalac trade-a.

## IZVRSNI POČETNI REZULTATI NAJMLAĐEG PREDUZEĆA



**Kreiranje i optimizacija sadržaja na sedam Facebook stranica, unapređenje prodaje na Marketovoj internet prodavnici, uspostavljanje i razvijanje baze potrošača, kao i prvi koraci na uspostavljanju jedinstvenog Metalčevog korisničkog servisa, okosnica su rada novoosnovanog preduzeća Metalac digital u prethodna tri meseca.**

Metalac digital se, kao deo digitalne transformacije sistema, od osnivanja bavi ukupnom digitalnom komunikacijom sa tržištem i to kroz web prezentacije, društvene mreže i online prodaju, a sa ciljem jačanja svesti o brendu Metalac, rasta prodaje online kanalima i rasta korisničkog zadovoljstva.

Kreiranje i optimizacija sadržaja na sedam Facebook stranica rezultirali su povećanjem baze fanova za 25.000 od početka godine, kao i njihove angažovanosti. Pored novih Facebook stranica za tržišta Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Makedonije, u martu je aktivirana i stranica Metalca na engleskom jeziku.

- Zahvaljujući online kampanjama, u prva tri meseca internet prodavnica Metalac marketa imala je 340.000 poseta, što je

rast od 80% u odnosu na isti period prošle godine, i 2,7 miliona pregledanih strana. Promet je u odnosu na prvi kvartal prošle godine veći za 170%. U toku je implementacija nove e-commerce platforme za Srbiju, a do kraja godine planirano je, u skladu sa analizom konkurencije i šansi na tržištima u okruženju, otvaranje još jedne internet prodavnice u regionu – izjavila je Jelena Mijatović, direktorica Metalac digitala.

Takođe, pokrenuti su i projekti za unapređenje kontakt servisa Metalca, uspostavljanje i razvijanje baze potrošača, a sve u cilju personalizovanijeg pristupa korisnicima proizvoda i usluga.

## ZAŠTO SE METALAC PONOSI PROLETEROM



**Nastavljajući višegodišnju uzlaznu liniju, Proleter je ponovo postao ponos Gornjeg Milanovca isto koliko i Metalca. Prvi kvartal 2018. završava sa više od četiri miliona evra realizacije, što je rast od čak 45% u odnosu na isti period prethodne godine. I ostvarena razlika u ceni prati realizaciju u sličnom procentu rasta.**

Visok procenat rasta Metalac proletera u velikoj meri je posledica preuzimanju dva objekta u Ljigu u oktobru 2017. Da je reč o dobrom poslovnom potezu potvrđuje činjenica da ove dve prodavnice, nakon šest meseci rada, učestvuju sa preko 20% u ukupnoj realizaciji maloprodaje.

Naravno, i bez toga rezultati bi bili izvrsni jer bi generički rast za prvi kvartal iznosio 15%, što ukazuje na dalji rast tržišnog učešća u opštini Gornji Milanovac i dobar početak poslovne godine.

- U prvom kvartalu nastavljeno je sa unapređenjem prodajne mreže. Nakon renoviranja startovao je sa radom krajem marta objekat u Brđanima. Tokom aprila prodavnica u Vuka Karadžića 42 biće preseljena na novu lokaciju u istoj ulici ali na broju 69 (bivši Almi), gde će u većem prostoru za potrošače biti obezbeđen širi asortiman robe i udobnija kupovina - istakla je Jelena Luković, direktorica Proletera, koja je odnedavno, zahvaljujući izvrsnim rezultatima, predsednik odbora za usluge regionalne privredne komore Moravičkog i Raškog okruga.

Konačno, izuzetno važno, nakon više meseci ozbiljnih napora u saradnji sa Metalčevim sektorom IT-a, od 1. aprila Proleter je prešao na novi informacioni sistem, koji će omogućiti veću efikasnost i efektivnost svih poslovnih procesa u sistemu i svih 40 prodajnih objekata u Milanovcu, Čačku i Ljigu pojedinačno.



*Proleter je danas apsolutno bez konkurencije u Ljigu. Ima četiri prodavnice, od kojih su dve kupljene prošle godine. Reč je o prodavnicama koje više od petnaest godina snabdeavaju Ljizane najširim asortimanom robe. Proleter se temeljno i iskreno potrudio da zadrži inače veoma lojalne potrošače, kao i prodajnu silu na koju su oni već navikli.*

## METALAC HOME MARKET NOVI SAD



**Iako plan prodaje nije ispunjen, zahvaljujući većem učešću profitabilnijih kategorija proizvoda, ostvarena je planirana razlika u ceni, uz rast od 15%. Učešće Metalčevih programa u ukupnom prometu je 48%.**

Posredstvom 24 prodavnice, pet terenskih ekipa i službe veleprodaje, naše preduzeće u Novom Sadu ostvarilo je u prvom tromesečju oko 1,5 miliona evra, što je 5% ispod plana i 10% manje u odnosu na isti period prošle godine. Sa druge strane, plan razlike u ceni je ispunjen, uz rast od 15%, pre svega zahvaljujući većem učešću profitabilnijih kategorija proizvoda.

Učešće maloprodaje i dalje raste pa se sada dve trećine realizacije ostvaruje posredstvom lanca prodavnica i terenskih ekipa. Nema dileme da će tako biti i nadalje, imajući na umu da je kanal veleprodaje (bez tranzitne prodaje) zabeležio 14% manji promet u odnosu na isti period 2017. Doduše, iako sa rastom od 3% ni maloprodaja nije ispunila plan, pre svega zbog posebno loših vremenskih uslova – nedostajala je zima kad je trebalo prodavati peći na čvrsto gorivo, a padao je sneg uz niske temperature u vreme martovske akcije. Osim toga, terenska prodaja konstatno

beleži pad ali zato prodavnice u 20-ak gradova Vojvodine beleže 10% rasta. Tome su doprinele i zajedničke marketinške kampanje na nivou celog lanca prodavnica Metalac u Srbiji.

- Ono što nas posebno raduje je visoki procenat učešća kompanijskog programa od 49%, pri čemu je najviše rasla prodaja sudopera i to za 20%. Što se budućnosti tiče, svakako ćemo se pozabaviti pretresanjem realnog potencijala terenske prodaje, ali fokus će biti na daljim aktivnostima unapređenja prodaje i kampanjama u saradnji sa Metalac marketom. Jedinstven vizuelni identitet prodavnica takođe je veoma značajan, imajući na umu promenu naziva preduzeća i prodajnog lanca, pa ćemo taj posao dovršiti u 2018. godini - poručuje Marko Šarenac, generalni direktor Metalac home marketa i podseća da prvi sledeći veliki izazov dolazi sa kobrending akcijom Grand kafe, Metalac posuđa i našeg lanca prodavnica.

## METALAC UKRAJINA NA ODRŽIVOM MINIMUMU



**Tako bi se mogla definisati kompanijska strategija za naše preduzeće u Ukrajini, koje će nastaviti da radi samo onoliko koliko je neophodno da se zadrži prisustvo na ovom tržištu, a pomaci se mogu očekivati tek sa ozbiljnijim sređivanjem makroekonomske i sveukupne političke situacije u Ukrajini.**

Naše zavisno preduzeće u Ukrajini očekuje da prvo tromesečje završi sa realizacijom koja će biti za 2% manja u odnosu na prošlogodišnju, dok je razlika u ceni u padu za 25%.

- U prethodnom periodu sproveli smo akciju prodaje posuđa i sudopera preko velikog sistema Epicentar, kao i akcijsku

prodaju posuđa preko veletrgovaca. Za dalje planiramo uvođenje jednobojnog, nedekorisanog posuđa i nove dekore, a ispitujemo i mogućnost uvođenja druge klase. Očekujemo da naš asortiman proširimo i uvođenjem novih modela granitnih sudopera i slavina - poručio je Vladimir Ponjavić, direktor preduzeća u Kijevu.



## U RUSIJI I DALJE FOKUS NA NOVE KANALE PRODAJE

**Osim nedavno završenih predsedničkih izbora, koji utiču na sve aktivnosti, sveukupno u Rusiji i dalje imamo složen društveno ekonomski ambijent, nastavak pada tražnje, učestale fluktacije rublje. Sve to donelo je 3% nižu realizaciju u odnosu na isti period prošle godine.**

- Tendencija pada veleprodaje se nastavlja po svim regionima u Ruskoj federaciji. Naši bazni napori su usmereni ka sistemima prehrambene i neprehrambene robe, direktnoj prodaji i internet hipermarketima – prva je konstatacija Milana Vujovića, direktora našeg preduzeća u Moskvi. To znači da i dalje traje ozbiljno prestrojavanje kad jer reč o kanalima prodaje što je logična posledica nestabilnosti valute, nesigurnosti i opšte opreznosti kad je plasman robe u pitanju.

Od ostalih aktivnosti u prvom tromesečju, Metrot beleži izuzetno dobar nastup na sajmu Aquatherm u februaru, u saradnji sa Metalac bojlerom, čije proizvode pozicionira na ovom tržištu i gde oba naša preduzeća očekuju još bolju zastupljenost. Naime, pozicioniranje naših bojlera na tržištu Ruske federacije i dalje je u fazi razvoja i posle ozbiljnog iskoraka u 2017, u toku su razgovori sa nekoliko partnera na teritoriji cele Rusije. To je dug proces a prve vidljive rezultate treba očekivati sa početkom sezone, odnosno od maja. Što se sudopera tiče, početni koncept nije dao rezultate.

Pristup tržištu je izmenjen a ishod će se znati sa sezonom za ovaj program, tj. od avgusta, kako procenjuje Vujović.

Predstavnici Metrota su, u okviru nastupa Metalac posuđa na sajmu Ambiente u Frankfurtu, imali dobru posetu potencijalnih kupaca, a pre svega nekoliko sistema iz Rusije i više veleprodavaca iz Belorusije i Kazahstana.

- Naše osnovne aktivnosti imaju za cilj da se kroz akcijske projekte poveća učešće prodaje naših proizvoda u postojećim sistemima, a razrađujemo i metodologiju za ulazak u nove sisteme. Već smo ispregovarali nekoliko akcija lojalnosti sa postojećim partnetima za kraj 2018. godine. One podrazumevaju i izradu novih dekora, specijalno za ove potrebe – kaže Vujović i naglašava da je Metrot već doneo odgovarajuće mere kako bi nadoknadili zaostatak iz prvog kvartala i obezbedi osnovu za dalji razvoj i rast u 2018. godini.

## IZ ZAGREBA DOBRE VESTI I JOŠ BOLJA OČEKIVANJA



**Nastavak aktivnosti koje je naše zavisno preduzeće u Zagrebu započelo u 2017. pozitivno je uticao i na poslovanje u prvom kvartalu ove godine. Realizacija će biti oko 44% veća u odnosu na plan i 35% u odnosu na isti period prethodne godine.**

Naše preduzeće u Zagrebu očekuje da isti intenzitet rasta zasigurno zadrži do kraja prvog polugodišta. U ostvarenoj tromesečnoj realizaciji posuđe učestvuje sa 75%, a sudopere sa 25%.

- Dobrim rezultatima na kraju prvog kvartala pre svega je doprinela maksimalna racionalizacija troškova, povećanje učešća na tržištu, jače marketinške aktivnosti i intenzivno prisustvo na

društvenim mrežama. Novim HoReCa asortimanom planiran je ulazak u nove tržišne kanale (restorani, hoteli, apartmani), a krajem februara u saradnji sa Metalac posuđem prvi put smo učestvovali na Sajmu GAST u Splitu, na kome je promovisan upravo Horeca program, kao i sam brend Metalac. Reakcije potencijalnih kupaca bile su jako pozitivne i već smo započeli sa realizovanjem nekih dogovora sa sajma – istakla je kao najvažnije Marija Erdeljić, direktorka Metalac home marketa iz Zagreba, uz podsećanje da je ponovo uspostavljena saradnje sa sistemom Pevec, preko koga je u toku akcija lojalnosti od koje očekujemo značajnije ostvarenje prometa.

## VEĆA OČEKIVANJA OD 12 PRODAVNICA U CRNOJ GORI



**Metalac market Podgorica je u godinu ušao sa 12 maloprodajnih objekata, dva više nego u istom periodu prethodne godine. Ipak, prvi kvartal nije donelo velike pomake. Maloprodaja je rasla 5% ali je zato veleprodaja značajno ispod plana, jer su mnogi kupci počeli sami da uvoze. Rasla je, ipak, ostvarena razlika u ceni za 6%.**

Metalac market iz Podgorice će prvi kvartal završiti na istom nivou realizacije kao i prethodne godine. Dva nova objekta u Budvi i Kotoru nisu značajnije doprinela promeni, a veleprodaja pada jer sve veći broj kupaca pokreće sopstveni uvoz, što direktno utiče na pad plasmana naše robe. Osim toga PDV je povećan sa 19% na 21% što je uticalo na ukupni rast cena na tržištu Crne Gore, a samim tim i na manju kupovnu moć stanovništva.

Dvanaest maloprodajnih objekata u devet crnogorskih gradova učestvuje u ukupnoj tromesečnoj realizaciji sa 70%, uz rast od 5%. Pritom je rasla prodaja celokupnog Metalčevog proizvodnog programa i robne marke Sigma. Najveći rast ostvaren je kod programa sudopera i to za 30%, a zatim kod Sigme 15%, posuđa 13% i bojlera 12%. Sa druge strane, pad prodaje od 10% beleži

bela tehnika, što je rezultat oštre konkurentske borbe na tržištu i pada cena kod određenih trgovinskih lanaca.

- I dalje u kontinuitetu nastojimo da se približimo krajnjim potrošačima. Nažalost, i dalje su najvažnije akcije pa je tako trodnevno sniženje cena za 20% u martu donelo četvrtinu ukupne realizacije u tom mesecu. Akcije promovisemo putem kataloga, insertovanog u dnevnim novinama. Važno novina je intenzivno prisustvo na društvenim mrežama. Nastavljamo i sa promovisanjem naših proizvoda na RTCG u emisiji Ukusi jutra, u kojoj se kuva u našem posuđu i koriste aparati Nutri fit i Duo fit, a pripremamo i nove marketinške aktivnosti, svesni da trgovina danas ne trpi ni dan opuštanja – poručila je Sanja Dašić, direktor našeg zavisnog preduzeća iz Podgorice.



## METALČEVE BEBE NAJLEPŠI MOTIVI NOVE IZLOŽBE U METALČEVOM RESTORANU

Povodom Dana preduzeća i predstojećih praznika urađena je nova izložbena postavka u restoranu Metalca, sa najlepšim motivima koji će vas sigurno radovati svakog dana tokom proleća. Umesto Uskršnje čestitke poklanjamo vam neke od tih slika.

*Христос Васкрсе*

### Redakcioni odbor:

Aleksandar Marković, Radmila Trifunović, Nadica Vujić-Mitrović  
Grafički dizajn: Dizajn studio Metalac, Štampa: Zlatna knjiga, Jagodina, april 2018.

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