

# BILTEN Metalac

**metalac**  
AD  
broj 253  
30. jun 2023.  
godina XXXVI

## Proizvodna društva

Trećinu ukupne polugodišnje realizacije Metalac Grupe donelo je pet proizvodnih društava koja prvo polugodište završavaju relativno uspešno imajući u vidu nezahvalne okolnosti za poslovanje. Od toga se više od polovine odnosi na kor biznis kompanije – Metalac posuđe, dok Metalac FAD beleži najveći rast. Breme na koje Metalac nije mogao da utiče, a sa kojim se veoma požrtvovano nosi već nekoliko godina, i dalje se odražava na poslovne rezultate proizvodnih društava. Ipak, uz dobro planiranje i organizaciju, direktori naših fabrika su uvereni da će i u drugoj polovini godine, iako sa ozbiljnim spoljnim pritiscima, biti uspešni.

3. - 5.



## Trgovačka društva

Iako su sva trgovačka društva donela preko 50% ukupnog prihoda Grupe, najveći deo se odnosi na domaće trgovine, imajući na umu situaciju koja je uticala na realizaciju dve Metalčeve firme u Moskvi i Kijevu, a posebno smanjenje učešće ruskog tržišta. Apsolutno naveće učešće već tradicionalno imaju dva najveća Metalčeva trgovinska lanca – Metalac Market i Metalac Proleter. Ipak, i preduzeća u Zagrebu i Podgorici su takođe uspela da izbalansiraju nezahvalnu situaciju sa svim problemima koji su uticali na standard i kupovnu moć građana sa jedne i troškove poslovanja sa druge strane.

8. - 11.



Regres  
20.000 dinara,  
a od 1. avgusta  
zarada 5% veća



## Reč generalnog direktora

Bez obzira na sve probleme prva polovina godine je završena po planu, sa prihodom od 75 miliona evra i 3 miliona evra dobiti

Da li smo zadovoljni? Da, ako uzmemo u obzir sve ono sa čime smo suočeni. Ne, ako to posmatramo sa efektom inflacije - onda nam je poslovanje ispod očekivanja. Očigledno nam nedostaje posla i nije lako dopreti do novih tržišta i kupaca iako na tome menadžment neprestano i veoma aktivno radi. Fizički obim je, kao što znate, manji nego prethodnih godina, vrednosno isporuke su manje i jednom rečju kompletan proces se usložnjava, a u ukupan obim smanjuje.

Sada je jasno zašto smo krenuli da optimizujemo procese, radimo na povećanju produktivnosti, smanjenju odsustva, maksimalnom korišćenju radnog vremena. Kroz optimizaciju procesa smo smanjili broj zaposlenih i to ćemo i dalje raditi. Da to nismo postepeno radili verujte da bismo već sada sa manjim obimom imali pad rezultata i lošu finansijsku sliku. Ponajmanje šansu da povećamo zarade.

2.



**Radmila Trifunović, generalna direktorka Metalac a.d.****Zajedno ka istom cilju, uprkos problemima**

**Ni vi, ni rukovodstvo nećemo tražiti opravdanja i izgovore koliko je teško ispuniti zadate ciljeve. Zadatak svih nas je da tražimo prilike i šanse i da izademo sa što manjom štetom od onog na šta ne možemo da utičemo. Ponasna sam što ste toga svesni i to sam se uverila nedavno u razgovoru sa grupom radnika. Zaista me je obradovalo koliko su upućeni u probleme u globalnoj ekonomiji i koliko brinu kako se to odražava na naše poslovanje.**

Poštovani radnici,

Jasno je da niko od zaposlenih nije pošteđen svojih briga iz istih razloga koji opterećuju i Kompaniju. Ne treba biti mnogo pametan i zaključiti da skoro nijedan problem sa kojim smo ušli u 2023. godinu nije nestao. U takvima uslovima logično je da je teško plasirati proizvode iz našeg assortimenta jer ne spadaju u prioritetne. Pritom rast troškova života čini svoje. I tako se začarani krug komplikuje sa malo ili nimalo izvesnosti da će se stvari promeniti u nastavku godine..

**Bez obzira na sve probleme prva polovina godine je završena po planu, sa prihodom od 75 miliona evra i 3 miliona evra dobiti**

Da li smo zadovoljni? Da, ako uzmemo u obzir sve ono sa čime smo suočeni. Ne, ako to posmatramo sa efektom inflacije - onda nam je poslovanje ispod očekivanja. Očigledno nam nedostaje posla i nije lako dopreti do novih tržišta i kupaca iako na tome menadžment neprestano i veoma aktivno radi. Fizički obim je, kao što znate, manji nego prethodnih godina, vrednosno isporuke su manje i jednom rečju kompletan proces se usložnjava, a u ukupan obim smanjuje.

Sada je jasno zašto smo krenuli da optimizujemo procese, radimo na povećanju produktivnosti, smanjenju odsustva, maksimalnom korišćenju radnog vremena. Kroz optimizaciju procesa smo smanjili broj zaposlenih i to čemo i dalje raditi. Da to nismo postepeno radili verujte da bismo već sada sa manjim obimom imali pad rezultata i lošu finansijsku sliku. Ponajmanje šansu da povećamo zarade.

**Zahvaljujući zajedničkim naporima stvoreni su uslovi za još jedno povećanje zarade od 5%**

Drugi put ove godine povećavaju se zarade za 5%. Ovo se ne odnosi na Metalac Proleter koji kao akcionarsko društvo ima svoju politiku zarada. Možda su očekivanja veća, ali trenutno nema više prostora i verujem da svi razumemo imperativ da zajedno prebrodimo ova teška vremena. Metalac nikada nije bio gluv i slep na potrebe svojih radnika i ovo potvrđuje koliko smo ozbiljno shvatili problem zarada i visokih troškova života. Samo je zaista teško balansirati između realnog stanja i potrebe da budemo zdravi, stabilni i uspešni i u budućnosti.

**Kao ključ svega je optimizacija**

I dalje nemamo drugog izbora nego da optimizujemo sve što se može optimizovati – svaki trošak, svaki višak, svaki komplikovan proces, svaku neefikasnu organizaciju... Sa druge strane da investiramo i uvedemo novine koje će pomoći



efikasnijem poslovanju i većoj profitabilnosti. Na takav način ćemo i dalje rešavati smanjenje broja zaposlenih – bez pritiska i tenzije. Prirodno. Ali, i evidentno nedostajući kadar za pojedine oblasti rešavamo tako da nam efekti буду maksimalni – bilo zapošljavanjem, bilo angažovanjem eksterne pomoći.

Ovog leta mnogi će raditi u julu. I to je jedan od načina da iskoristimo tople dane i zahvaljujući solarnoj elektrani napravimo značajne uštede u potrošnji energije, koja je za nas jedno od najvećih opterećenja. Sigurna sam da nema čoveka u Metalcu, koji nije svestan koliko je to važno. Većini će možda i odgovarati da pomeri vreme odmora na neki drugi period.

Kada god da vaš odmor započne, želim da znate da vas vaš Metalac uvek ima na umu i da rukovodstvo sa velikim optimizmom, voljom i upornošću zajedno s vama ulazi ne samo u drugi deo godine, već i u zadatke koje smo zacrtali strategijom do 2025. To je ono što možemo, hoćemo i što zavisi od nas.

Na kraju hvala što razumete trenutnu situaciju i što se ponašate onako kako ćete najbolje doprineti da uspešno završimo i drugu polovicu godine sa svim izazovima koje čak ne možemo ni da predvidimo potpuno.

## Raduje rast na domaćem i Ex YU tržištima,

**Petomesečno relativno zadovoljstvo Metalac Posuđa pokvario je veoma loš jun, pa će tako naše najveće preduzeće prvo polugodište završiti realizacijom od oko 14,1 milion evra, 1% ispod plana i 2% iznad ostvarenja u prošloj godini. Direktor Stojan Slović je apsolutno nezadovoljan imajući na umu uticaj povećanja cena koji dodatno umanjuje vrednost polugodišnje prodaje. Ipak, niz ugovorenih aktivnosti za drugu polovicu godine olivaju optimizam.**

- Koliko god da sam zadovoljan onim što smo sa našim partnerima ostvarili na domaćem tržištu gde je prodaja posuđa 8% iznad planirane i 13% iznad prošlogodišnje, pre svega zahvaljujući Metalac Marketu i aranžmanu sa Coca Colom, - zabrinjava koliko su ostali kanali podbacili jer nisu postigli planirano i mala je uteha to što su im prometi veći od prošlogodišnjih. Da li je reč o kumulativnom efektu svih faktora koji su ozbiljno uticali na standard i promenu prioriteta građana, ili smo preambiciozno planirali kanale veleprodaje, videćemo u drugom polugodištu za koje imamo značajne već isplanirane aktivnosti – kaže direktor Slović.

Sa druge strane, cifre pokazuju da je izvoz vrednosno na nivou prošlogodišnjeg, ali 7% ispod planiranog. Pritom je veoma važno što je plasman na tržišta Ex YU sveukupno 11% iznad plana i približno toliko iznad ostvarenja u istom period prošle godine, ali to se ne može reći za ostala tržišta koja su podbacila čak 23%.

- Najveći pad smo imali u Češkoj gde smo prošle godine imali veliku prodaju za loyalty akciju, kakvu ove nismo mogli da ponovimo. Manje smo izvezli i u Ameriku, Nemačku, Španiju, Švedsku i pad realizacije se kreće od 8% do 70%. Srećom, najveća tržišta su imala manji pad. Jasno je da ni ove zemљe nisu pošteđene sveukupnih problema koji utiču na ponašanje naših kupaca i potrošača generalno. Pa i to što smo u Rusiju izvezli robe koliko i 2022. godine je relativan uspeh jer je reč o tržištu od koga očekujemo mnogo više – iskreno komentariše Stojan Slović, ističući retke svetle tačke, van regionala, kao što je skok izvoza u Englesku, Finsku i Francusku (gde je pad prometa jednog kupca nadomesnil rast prometa drugog), kao i Gruziju i Moladaviju i to ne zbog veličine izvoza u ove dve zemlje, već zato što je otvorena šansa da se posao razvija.



Najvažnije je ipak da su, zahvaljujući ugovorenim aktivnostima i na domaćem i na tržištu Ex YU zemalja stvoren preduslovi da druga polovina godine bude dobra. Istine radi, totalno neizvesna situacija na izvoznim tržištima van Ex Yu zahteva dodatne napore da bi se održali i nivo prometa i broj kupaca na tim tržištima, a imperativ otvaranja novih tržišta se podrazumeva.

## Srbija i Ex YU u fokusu marketinških aktivnosti

**Fokus na Srbiju i ExYU je posledica činjenice da su to tržišta na kojima se dominantno pozicioniramo pod brendom Metalac i, drugo, ona tradicionalno donose najmanje dve trećine ukupne realizacije Metalac Posuđa, a ovog polugodišta čak 77%.**

Nastavljujući strateško jačanje učešća našeg brenda u ozbiljnoj konkurenčiji u svim programima, marketinške aktivnosti su, uz podršku akcijama unapređenja prodaje i imidž kampanje, bile usmerene i na istraživanja i analizu ovih tržišta kako u sektoru marketinga, tako i u Digitalu i Standardima prodaje.

Pre dve godine započeta imidž kampanja sa sloganom "Ono što vredi, to i traje", koji i korporativno i komercijalno podržava ime Metalac, nastavljena je i tokom prvih šest meseci 2023. godine. Ovoga puta više usmerena na inox posuđe, pre svega na tržištu Srbije, BiH i nešto slabije u Crnoj Gori. Takođe, iako u nižem intenzitetu, sa sloganom "Tvoje najvažnije pravo je da porasteš zdravo", sprovedena

je kampanja za "Mini m" kolekciju sa likovima Dinosaurus i Unicorns. Ova linija, kreirana internim resursima, koja je na tržište krenula avgusta 2022, stigla je do kraja maja ove godine do preko 80 000 mališana i potpuno nadmašila čak i liniju sa Diznijevim junacima.

Inače, Metalac Posude se regionalno kontinuirano promoviše kako posredstvom društvenih mreža, tako i kroz nekoliko TV formata kao što su: Kitchen TV, Gastronomad, Radna akcija sa Tamarom itd, a sa krajem ove godine trebalo bi upravo inox posuđem da budemo zastupljeni u veoma ambicioznom regionalnom takmičarskom kulinarskom projektu "Slatki izazov".

U prvoj polovini godine u Srbiji i regionu je, osim više akcija kroz maloprodajni lanac Metalac, odgovarajućim materijalima prdržano i šest loyalty akcija sa velikim sistemima u Srbiji, BiH, Crnoj Gori i Sloveniji. Raduje da je novih 10 već ugovorenog, najvećim delom počev od septembra i oktobra što obećava rođnu jesen.

# Optimizam nasuprot realno teškim uslovima poslovanja

**Dosta je neizvesnosti za budući period, a prilično je i dalek horizont. Pa ipak, radimo na tome da u nastavku godine pronađemo adekvatan odgovor na sve što je pred nama. Radimo na dosta razvojnih projekata, nismo stali ni u pogledu investicija, što nam sve daje nadu da ćemo planirane rezultate i ostvariti, – kaže direktor Milan Filipović.**

Zahvaljujući znatno boljem prvom kvartalu, Metalac Bojler će polugodište zavrti sa realizacijom 3% ispod planirane i 6% iznad istog perioda 2022. Zbog inflacije i opšte neizvesnosti pad prodaje neprehrambenih proizvoda je evidentan. Kamatne stope kod banaka su sve veće i zaduživanje je trenutno poslednja opcija kako stanovništvu tako i firmama. Građevinarstvo je na „stand by“ režimu poslednjih nekoliko meseci, što dodatno otežava ostvarenje planiranih ciljeva. Direktor Milan Filipović ističe da Metalac Bojler plasman pokušava da nadomesti na ino tržištu zahvaljujući nekim novim programima i novim kupcima. Učešće izvoza u prvoj polovini godine u ukupnoj realizaciji je iznosilo 40%, što je na nivou plana i 17% više nego prošle godine. U prvoj polovini godine smo bili prisutni sajmovima u Češkoj, Slovačkoj, Nemačkoj, Sajmu građevinarstva u Beogradu i kućnom Sajmu kupca Etaž iz Beograda, sve u cilju promocije naših novih linija proizvoda i pronalaženje novih kupaca – kaže Filipović, koga posebno uznenimira dalji pad kupovne moći stanovništva, sporo smanjivanje visoke inflacije i visoke kamatne stope, uz neizvesnost u pogledu oporavka stanja u građevinarstvu i nestabilnost političke situacije. Pritom pad cena pojedinih materijala može u dogledno vreme izazvati pritisak na cene gotovih proizvoda što može pokvariti rezultat u drugoj polovini godine.

## Nije i neće biti lako



**Značajno manji izvoz od planiranog, pre svega u kupatilskom programu, dominantno je uticao na 3% manju ukupnu realizaciju nego u istom periodu prethodne godine i 13% manje od plana. Plan nije ostvaren ni na domaćem tržištu, ali je realizacija bila 17% veća nego lane, a domaće tržište učestvuje sa 40% u ukupnoj prodaji.**

Na domaćem tržištu je zabeležen rast prodaje svih grupa proizvoda - komadno za 8%, a vrednosno za 17%, što je delom posledica rasta cena, a delom strukture prodaje. Lako u realizaciji na domaćem tržištu učestvuje samo 15% - raduje da je vrednost prodaje granmatrix proizvoda veća 85% u odnosu na prvu polovicu 2022. U isto vreme inox sudopera učestvuje sa 45%, a granitne sa 40%.

Prodaja sudopera rasla je i na ino-tržištu i to za 17%, ali je zato kupatilski program imao pad od 15%. Najveći rast zabeležen je na tržištima Estonije, Ukrajine i BiH, a najveći pad je na tržištima Nemačke i Mađarske. Ostala tržišta su na sličnom nivou realizacije kao prethodnih godina.

- Najeći izazov koji nas očekuje u predstojećem periodu je visoka inflacija i smanjenje kupovne moći stanovništva. Dobro je to da postoji rast i komadno i vrednosno kad je reč o plasmanu sudopera, ali objektivno biće potrebno maksimalno angažovanje kao i dobra marketinška podrška, da bi se to održalo. Potrebne su i dodatne aktivnosti na pronalaženju tržišta za povećanje realizacije kupatilskog programa. Uz sve to, neophodno je raditi na smanjenju troškova poslovanja na svim nivoima – zaključio je direktor Metalac Inka Vladan Stojković.

**metalac  
INKO**



**metalac  
BOJLER**

# Tražnja za transportnom ambalažom značajno manja

**Sa 7 miliona proizvedenih jedinica (10% manje nego lane), prodaja ambalaže i dekora doneće Metalac Printu na kraju prvog polugodišta 2,54 miliona evra, što u odnosu na plan iznosi skoro 96%, a u poređenju sa istim periodom prošle godine slabije je za 5,5%. Učešće internih kupaca, tj. preduzeća Metalac Grupe poraslo je na 39% u poređenju sa prošlogodišnjim polugodištem. Sa druge strane, došlo je do značajnog pada prodaje transportne ambalaže eksternim kupcima.**

Prodaja ambalaže na eksternom tržištu realizovana je sa 1,55 milion evra što čini 92% planirane i 89% prošlogodišnje realizacije. U strukturi prodaje prema zavisnim društvima u prvom polugodištu evidentan je porast prodaje dekora za 27%, 4% rasta prihoda u domenu komercijalne ambalaže, dok je realizacija transportne ambalaže za interne kupce imala pad od 6%. Kod strukture eksterne realizacije u segmentu offset ambalaže došlo je do blagog rasta prihoda (5%), dok se u delu prodaje transportne ambalaže desio značajan pad prihoda od 15% u poređenju sa istim periodom prošle godine.

- Poslovna 2023. godina počela je sa usporenom tražnjom za proizvodima Metalac Printa u domenu transportne ambalaže. Taj pad, uzrokovan velikom inflacijom u 2022. godini, se iz meseca u mesec povećava, tako da je u trenutku pisanja Biltena realan pad srpskog tržišta transportne ambalaže između 15-20%. Smanjena tražnja doveo je do opštег cenovnog rata među konkurentima što je za nas bio signal da se moramo mudro ponašati. Ipak, činjenica je da se trenutno poslovanje odvija u vrlo turbulentnim i napetim okolnostima, bez naznaka da će doći do skorije stabilizacije i rasta tražnje. Služba prodaje trenutno se bori sa najvećim pritiscima na cene u svakodnevnoj rovovskoj borbi da zadrži postojeće i pronađe nove kupce – sažet je komentar stanja na tržištu ambalaže koji nam je dao direktor Predrag Lazović.

I pored svih otežanih tržišnih okolnosti, kao i rasta troškova u skoro svim bilansnim kategorijama, poslovni rezultat na šest meseci će biti bolji od planiranog i nešto lošiji u poređenju sa prošlom godinom. Julski plan proizvodnje se popunjava i raspored rada u julu biće u skladu sa zahtevima internih kupaca i popunjenošću plana eksternih kupaca.

Inače, dizajn studio i pogon preslikivača je predložio i osvojio 66 novih dekora od kojih je u redovnu proizvodnju lansiran 41 dekor. Veliki procenat dekora koji su predloženi za frankfurtski sajamski nastup, pronašao je put do krajnjih kupaca.

## Zahvaljujući izvozu čak 40% veća prodaja

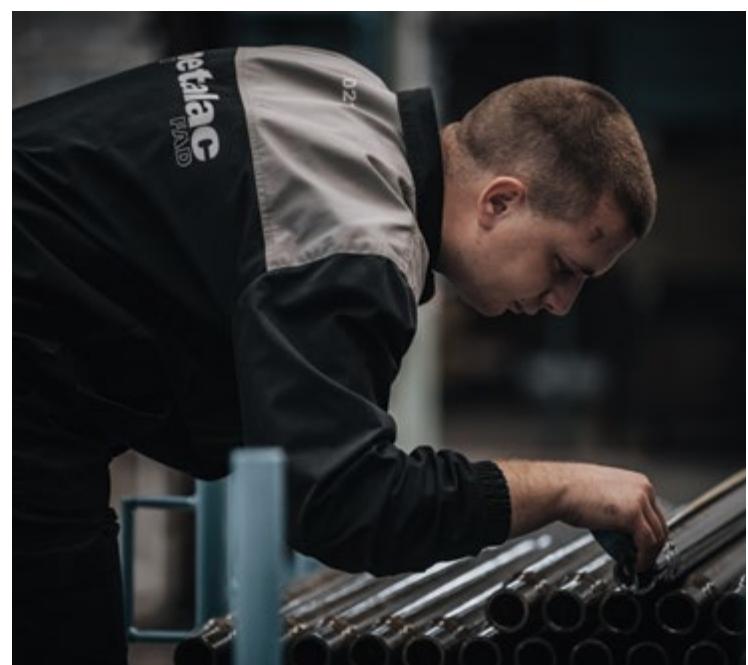
**metalac  
FAD**

**Prvi pet meseci ove godine u Metalac FAD-u obeležio je značajan rast realizacije, pre svega na izvoznim tržištima, gde su se postojećim priključili Luksemburg i Emirati. Sve to uticalo je da petomesječje bude 5% iznad ambicioznog plana i čak 40% više u odnosu na isti period prethodne godine. Očekivanja su da i polugodište bude sa istim trendom rasta.**

- Dobra struktura prodaje, pre svega, visoko učešće prve ugradnje uticali su i na znatno bolju sliku kada je reč o ključnim poslovnim performansama. Rast prodaje beležimo i na domaćem i na ino tržištu, ali je nosilac rasta svakako ino tržiste gde su nam prihodi od prodaje veći za oko 45% u odnosu na prošlu godinu – zaključuje direktor Metalac FAD-a, Goran Mijatović.

Mijatović posebno ističe problem rasta cena kapitala, što je učinilo upitnim finansiranje novih projekata i investicija.

- Konkretno, FAD u ovoj godini ima 6 puta veća izdvajanja za kamate u odnosu na isti period prethodne godine, i to uglavnom po osnovu ranije uzetih kredita. Započete investicione projekte u prošloj godini, u vrednosti od oko 800.000 evra, u najvećoj meri finansiramo iz sopstvenih izvora. Poskupljenje kapitala usporava privredne aktivnosti, pre svega na tržištima EU i SAD, i otvara bojazan od nove recesije koja može zadesiti globalnu ekonomiju. To se u ovom trenutku reflektuje kroz značajniji pad cena sirovina, što govori da na tržištu postoji disbalans između ponude i tražnje, tačnije da je tražnja počela da usporava – kaže Mijatović podsećajući da je sve što se dešavalo prethodne 3-4 godine, značajno zakomplikovalo uslove poslovanja: velike oscilacije u cenama sirovina, rast cena kapitala, cena energenata, inflacija.



## Proaktivno sa svim dobavljačima



**Prvu polovinu godine Metalac market će prema proceni završiti sa 16% većim prometom u odnosu na isti period prethodne godine i 9% iznad plana, a posebno raduje rast prodaje Metalac posuda za 20%, koliko je rasla i prodaja posredstvom internet prodavnice. U nešto manjem procentu rasla je prodaja i ostalih Metalčevih programa. Sve kategorije proizvoda propraćene su sa oko 60 akcija unapređenja prodaje**



Direktor Damir Pehrat posebno značajnim smatra preseljenje pet prodavnica u veće objekte na boljim lokacijama. Preseljene su prodavnice u Smederevskej palanci, Jagodini, Somboru, Zrenjaninu, a svakako najveći poduhvat bilo je integrisanje dva maloprodajna objekta u Kragujevcu u jedan, najveći do sada na 350 m<sup>2</sup> u samom centru grada.

- Smanjenje kupovne moći stanovništva i visoka inflacija, koja utiče i na rast troškova, otežavaju posao. Zato su nam najveće šanse u proaktivnom pristupu koji podrazumeva kontrolu troškova i značajna prilagođenja u delu prodaje. Tu mislimo pre svega na promenu marketniškog pristupa i prilagođenju assortimenta u cilju podizanja prometa uprkos opštem padu tražnje koji je prisutan na tržištu – kaže Pehrat.

Više od 60 akcija unapređenja prodaje sa svim dobavljačima i na svim kategorijama proizvoda, bile su ciljano usmerene i prilagođene, kako značajnim praznicima, tako i preseljenjima, ali i jubilejima pojedinih objekata kao što je recimo 25 godina prodavnice u Vranju. Takođe, sa ciljem animiranja potrošača i podizanja svesti o zaokruženosti ponude za kućne potrebe u maju i junu su održane četiri prezentacije pred prodavnicama u Zrenjaninu, Somboru, Smederevskej Palanci i Kragujevcu, u kojima su osim Metalac posuda i Sigme, učestvovali i Vivax, Roventa i Tefal.

Metalac market u ovom trenutku ima 81 prodavnici, od kojih je jedna mobilna, a jedna online. Internet prodavnica je već dруže vreme na vrhu po učešću u ukupnoj prodaji.

## Sinhronizovano sa marketima u Srbiji i Crnoj Gori



Iako je realizacija na pet meseci na nivou planirane i nešto viša u odnosu na prethodnu godinu, ostvareni rezultat u ovom periodu je manji od planiranog, najviše kao posledica značajno viših troškova u odnosu na prethodnu godinu. I pored toga, sprovode se brojne aktivnosti kako bi se na šest meseci u svemu približili planiranom rezultatu.

- Teško je idealno balansirati. Ipak, pozitivne okolnosti su stabilan kurs USD u ovoj godini i pad troškova transporta, mada su ovi troškovi i dalje iznad nivoa pre perioda pandemije. No, svakako kurs dolara, a posebno niži troškovi transporta, daju nam prostor za relativno konkurentne prodajne cene, mada još uvek u prodaji imamo značajno učešće zaliha robe iz prethodnog perioda, koje su opterećene tadašnjim izuzetno visokim troškovima transporta – ocenjuje situaciju Marija Veselinović, direktorka Metalac Trade-a.

Direktorka Veselinović takođe ističe značaj odlaska na sajam u Kini, posle čak tri godine pauze. Tokom tog trogodišnjeg perioda Trade je bio prinuđen da funkcioniše na drugi način, da sarađujemo samo sa pouzdanim kontaktima i starim dobavljačima, bez bilo kakvih rizika. Zato je poseta sajmu u Kini u aprilu otvorila nove mogućnosti za proširenje assortimenta u skladu sa tražnjom i trendovima na tržištu.

Konkurenca na tržištu je i dalje veoma izražena, a Trade ostaje dosledan strategiji difenciranja i sprovodimo brojne aktivnosti u oblasti dizajna, pakovanja, kao i osmišljavanje dekora i potpuno novih artikala, kako bismo se razlikovali od konkurenije i učinili ponudu što atraktivnijom, – kaže Veselinovićeva. Inače, tri četvrtine realizacije Metalac Trade ostvaruje na srpskom tržištu, najviše posredstvom našeg maloprodajnog lanca, a 25% na tržištima Makedonije i BiH i posebno Crne Gore, zahvaljujući našem preduzeću u Podgorici i maloprodajnom lancu posredstvom koga se plasira zajednički planiran posebno osmišljen assortiman.



## Svakodnevni kontakt sa kupcima



**Metalac na društvenim mrežama ima više od pola miliona pratilaca. Svakodnevni kontakt sa kupcima na 5 Facebook, 2 Instagram stranice i Twitter nalogu pomaže da jasnije razumemo njihove potrebe, želje i probleme sa kojima se susreću i usmerimo svoje aktivnosti u skladu sa tim. Dalji plan je otvaranje Instagram naloga u Hrvatskoj sa ciljem da se ponudom više približimo mlađoj populaciji na ovom tržištu**



U prvih 5 meseci 2023. godine na tri internet prodavnice u Srbiji, Hrvatskoj i Crnoj Gori imali smo preko 13.000 poružbina 975.000 evra neto prometa, što je za 25% više u odnosu na isti period prešle godine.

Internet prodavnice i web prezentacije Metalca imale su 2,4 miliona poseta i preko 21 milion pregledanih strana.

Program lojalnosti Digitalna kartica trenutno broji 40.000 korisnika. Fokus je i dalje na povećanju broja lojalnih korisnika, ali i da se u drugoj polovini godine sve više ide ka personalizaciji ponude i sadržaja koji se plasira korisnicima u zavisnosti od njihovih kupovnih navika. Od juna je program lojalnosti Digitalna kartica aktivan i u sistemu maloprodaje Metalac Market Podgorica, a prave efekte očekujemo sa rastom korisničke baze.

U aprilu je publikovan novi sajt Metalac Bojlera. Redizajn web prezentacija se nastavlja. Trenutno je u izradi sajt za Metalac Trade, a zatim sledi Metalac Posude.

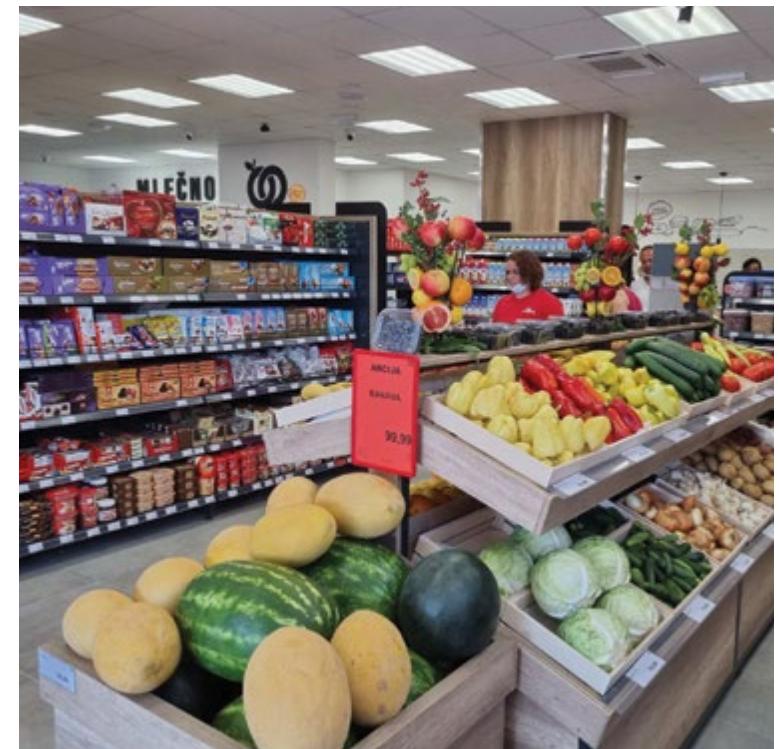
## I dalje dvocifren rast



**Očekivani promet kroz 44 maloprodajna objekta Metalac Proletera u prvom polugodištu 2023. godine je oko 2,6 milijardi dinara, što je 19% iznad plana i za četvrtinu više nego u istom periodu prethodne godine. Počela kampanja DTL "Tu smo, komšije".**

- Zahvaljujući efikasnom i efektivnom poslovanju uz kontrolu troškova očekujemo dvocifreni rast rezultata u odnosu na rezultat koji je ostvaren u prvom polugodištu 2022. godine – kratak je komentar generalne direktorce Metalac Proletera Jelene Luković. Ona posebno ističe važnost početka prve imidž kampanje za Domaći trgovinski lanac (DTL) pod sloganom „Tu smo, komšije“, koja se emituje na nacionalnim medijima i ima za cilj da DTL i sve njegove članice još više približi srpskom potrošaču. U poslednjem kvartalu 2023. godine planirani marketinški nastup će od imidža krenuti ka komercijalnom oglašavanju akcija, takođe na nacionalnim medijima. Time lanac DTL sa svojih 14 članica ostvaruje još jedan od nekoliko krupnih ciljeva kojima je motivisana sveukupna integracija, koja je svojevremeno počela, pre svega zbog snaženja moći kod dobavljača, a nastavila se unificiranjem identiteta što je i omogućilo zajednički promotivni nastup.

Inače, Metalac Proleter planira da u poslednjem kvartalu 2023. godine otvari još jedan, šesti po redu, maloprodajni objekat u Čačku, a četrdeset peti u celom sistemu. Na oko 300 metara kvadratnih prodajnog prostora, sa više hiljada artikala, objekat će biti u skladu sa svim zahtevima moderne trgovine.



## Izvrsno polugodište u Crnoj Gori

Iako je prvi kvartal imao mnogo veći rast od drugog, ishod polugodišta će biti izvrstan. Metalac market Podgorica očekuje da prvih šest meseci završi sa 20% većom realizacijom u odnosu na isti period prethodne godine i u odnosu na plan. Pritom raduje da je rast prodaje Metalčevih proizvoda u istom periodu čak 35%. Društvene mreže posebno doprinele sveukupnom rastu. U junu počela digitalna kartica.

Sudeći prema izveštaju direktorce preduzeća u Podgorici Sanje Dašić, trend ozbiljnog rasta iz 2021. godine je nastavljen. Ukupnom rastu realizacije za šest meseci 2023. godine od oko 20% doprineli su podjednako i veleprodaja i maloprodaja, koja učestvuje sa preko 75%.

- Maloprodaja posredstvom 12 prodavnica je rasla 25% u odnosu na prošlu godinu a veleprodaja 10%, dok je internet prodavnica imala skoro dupliranu realizaciju, iako je njen učešće idalje nisko. Pritom, u maloprodaji beležimo porast prodaje Metalčevih proizvoda za čak 35% u odnosu na prošlu godinu, pri čemu najveći rast ima Sigma za 43%, potom posudje za 37%, dok je na sudoperama zabeleženo 16%, a na bojlerima 6%. Ukupno posmatrano, čak i računajući efekte podizanja cena i inflacije, realizacija je značajno iznad plana – ocenjuje Sanja Dašić i naglašava da su programi bojlera i sudopera značajno više rasli u kanalu veleprodaje jer je proširena mreža kupaca i unapređeno pozicioniranje proizvoda u objektima.

Za letnju turističku sezonu pripremljena je linija mornarskog dekora, kao nesto sto ce biti i funkcionalnog i suvenirskog karaktera. Ipak, naše kolege u Crnoj Gori su pod velikim pritiskom konkurenata, kako sistema koji sami uvoze posuđe, tako i prodajnih lanac koji imaju nekoliko desetina puta veće prodajne prostore. Za sada se bore atraktivnom ponudom, širinom assortimenta, kao i obućenim i posvećenim osobljem. Tu posvećenosti potvrdila je i ojačaja i nedavna poseta matičnoj kući u Gornjem Milanovcu, sa obilaskom proizvodnje, ali i izletima u zanimljive centre Vojvodine i druženje na svečanoj večeri. Svi su, kako saznajemo, puni utisaka i ponosa.

- Početak juna je obeležio i ulazak na tržiste sa digitalnom karticom, koju smo sa nestripljenjem svi isčekivali. Zaposleni u radnjama su spremno počeli sa upoznavanjem tržista o prednostima i mislim da ce nam taj kanal u budućnosti veoma značiti kako bi se na najbolji mogući način približili, a i odužili našim lojalnim kupcima. Takođe pokušavamo da iskoristimo veliki uticaj društvenih mreža na naše tržiste. Mislim da su dominantno doprinele rastu prodaje Metalčevog assortimenta u našim radnjama.

## U Hrvatskoj iznad očekivanja

Iako su u 2023. ušli sa velikom strepnjom zbog najveće inflacije u poslednjih 30 godina, direktorka preduzeća u Zagrebu Ana-Marija Galić Cvitković procenjuje da će Metalac Home Market prvih 6 meseci završiti 14% iznad plana i isto toliko iznad ostvarenja u istom periodu prethodne godine, pri čemu je još zadovoljnija značajno većim ostvarenjem marže u odnosu na planirano.

- Ukupni promet na lokalnom tržištu trebao bi da dostigne cca 850.000 evra. Troškovi prate kretanja na tržištu i uistinu se trudimo ograničiti svaki izdatak koji nije neophodan – kaže Galić Cvitković i ističe da su rastu ukupne realizacije podjednako doprineli svi kanali prodaje. Tako je jedina prodavnica u Zagrebu imala skok 50%, veleprodaja 9% uz značajno učešće i još veći uticaj Metalčeve internet prodavnice. Imajući na umu da digitalni mediji i e-shop dopiru do svih krajeva Hrvatske pa tako utiču i na maloprodaju i na veleprodaju, ulaganje u ovaj kanal komunikacije i prodaje se i dalje smatra prioritetskim. Inače, rastu veleprodaje doprinele su pre svega *in/out* akcije kroz kanal supermarketa, uz česte izmene dekora i novitete koje izbacuje Posuđe. Direktorka preduzeća u Zagrebu takođe smatra važnim da je rast prometa ostvaren sa istim malim timom što opravdava nastojanje da oni budu zadovoljni adekvatnim nagradjivanjem. A što se predstojećeg perioda tiče važno bi bilo zadržati postojeće cene jer već sada prelaze psihološke granice impulsne trgovine, kao i da osiguramo što različitiju ponudu *in/out* projekata za zimske praznike jer upiti već naveliko stižu.

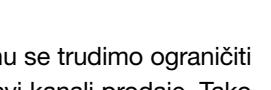
## Statistika iz Rusije

Za 17% manju realizaciju u Rusiji u odnosu na isti period prošle godine, direktor preduzeća u Moskvi Milan Vujović ima pre svega statističko objašnjenje: pad kupovne moći građana za 30%, inflacija 15%, slabljenje rublje za 18%, pad dohotka stanovništva za 25%, apstinencija potrošača, promena životnih navika i seljenje potrošnje u takozvani jeftini segment za preko 80%.

- U takvoj situaciji mi smo prisutni u svim kanalima prodaje: veleprodaji, food i non-food sistemima, tradicionalnoj trgovini, direkt marketingu i na market place-u. U zavisnosti od kanala primetna su i značajna odstupanja u prodaji – kaže Vujović i, uprkos opštoj nepredvidivosti, najavljuje poboljšanje uslova od sredine trećeg kvartala, jer je drugi kvartal tradicionalno nesezon za našu robu. Uz internu racionalizaciju koja je urađena još u februaru, Vujović poručuje da naš tim zna šta treba da radi i kako treba da reaguje na sve izazove i nepredvidivosti.

## Tim u Kijevu čini koliko može

Tročlan tim preduzeća Metalac Ukrajina u Kijevu, na čelu sa direktorkom Tatjanom Nikolaevnom Eremenko, veoma odgovorno nastoji da održi poslovanje koliko je moguće. Kompanija Metalac za to ima samo poštovanje jer je najvažnije da se situacija u Ukrajini stabilizuje, da svi budu zdravo i dobro, pa će onda doći vreme da se otvore putevi normalne saradnje. Ratni sukobi koji su zahvatili ovu zemlju obesmišljavaju bilo kakvo planiranje ili prognoze. Međutim, Metalčovo preduzeće i dalje koliko-toliko funkcionise. Metalac nastavlja da prati situaciju u toj zemlji i u svakodnevnom je kontaktu sa tamošnjim zaposlenima.



## Industrija 4.0 kroz metaforu puta ka digitalnoj sarmi

Izvanredan događaj, 36. po redu panel "Industrija 4.0 – iz prakse za praksu", potvrdilo je prisustvo više od 100 ljudi, pre svega inženjera. Osim eminentnih predavača, proaktivnoj diskusiji doprineli su brojni gosti iz univerzitetskog miljea, privrednih organizacija, vojno-tehničke industrije, regionalnih komora, koji su u Metalac stigli iz Beograda, Kragujevca, Kraljeva, Požege, Valjeva, Čačka, Gornjeg Milanovca, pa čak i iz Zagreba. Opšti utisak svih učesnika Panela, održanog u martu, povrđuje domete i značaj primene računara i digitalnih alata u industriji. U ime Kompanije prisutne je pozdravila generalna direktorka Radmila Trifunović.



- Prvi panel izvan Mašinskog fakulteta održali smo još 2016. godine u Metalcu. Mojim studentima uvek kažem da je potrebno što je više moguće savladati teorijsko znanje, ali da mi inženjeri ipak radimo i proizvodimo praktične stvari, a te praktične stvari najviše mogu da vide u Metalcu. Metalac je lider u mnogim oblastima. Na ovom panelu govorili smo o dve važne stvari. Najpre šta je to aditivna proizvodnja, jedna nova tehnologija, koja je zahvaljujući industriji 4.0 punim jedrima stupa na scenu. A drugo, što je još važnije, imali smo priliku da od svih predavača uključujući i naše uvažene kolege iz Metalca, čujemo rezultate primene Industrije 4.0 u praksi – zaključio je prof. dr Vidov Vojin Majstorović, koji je inače sa kolegama profesorima Radivojem Mitrovićem i Žarkom Miškovićem, govorio o devet stubova na kojima se model Industrije 4.0 zasniva.

Aditivna proizvodnja (3D štampa) obuhvata proizvodne tehnologije koje omogućavaju izradu trodimenzionalnih objekata

na osnovu 3D modela u digitalnom formatu, dodavanjem materijala sloj-po-sloj. Ove tehnologije ne koriste alate kao konvencionalne obradne tehnologije, pa se zbog toga odlikuju visokim stepenom fleksibilnosti.

O aditivnoj proizvodnji mašinskih i metalnih delova, kao i proizvodnji velikih dimenzija, prisutne su informisali Svetozar Kolesar iz "3D republike" i Fran Bare u ime firme "IZIT". Na temu "Na putu ka digitalnoj sarmi – prvi korak šerpa" govorio je prof. dr Srđan Krčo iz DunavNET-a, dok su Jovan Živković i Vojin Vukadinović iz Kompanije Metalac govorili o primeni modela Industrije 4.0 u Metalcu.

Danas više od 45 industrijski najrazvijenijih zemalja u svetu imaju svoje nacionalne programe za Industriju 4.0, a Srbija je svoj Program usvojila 2019. godine, pod nazivom: Digitalna platforma za Industriju 4.0.

## Business intelligence u funkciji optimizacije i napredne analitike

Nakon što je u drugoj polovini 2022. završen prvi deo implementacije BI kojim su u jedinstvenu bazu objedinjeni određeni podaci iz 6 različitih informacionih sistema, ove godine intenzivno se radi na postavci standardizovanih prodajnih izveštaja koji će pojednostaviti proces izveštavanja o prodaji i uštedeti značajno vreme koje su zaposleni trošili za pripremu izveštaja. Osim toga BI je put da premostimo razlike koje postoje između načina izveštavanja u pojedinačnim zavisnim društвima i obezbedimo jedinstveni pristup praćenju ostvarenja prodajnih rezultata. Programom „Poslovne inteligencije“ obuhvaćeni su - Posuđe, Bojler, Inko, Trade, Market i Home Market iz Novog Sada.

Izvršni direktor za prodaju Marina Jevtić, koja vodi ovaj proces, takođe ističe da je cilj u implementaciji BI da se svakodnevna analitika koja je neophodna za donošenje operativnih odluka na nivou svakog zavisnog društva radi dosta lakše, brže i efikasnije. Naprosto, uvide je moguće ostvariti bukvально „na klik“, da bi „kao na dlanu“ raspolažali potrebnim informacijama o assortimanu, kupcima, tržištima, dobavljačima u maloprodaji čime se optimizuju postojeći procesi.

- Da bi se svi potencijali koje BI pruža i iskoristili, neophodno je da se obezbedi i njegovo svakodnevno korišćenje i upotreba od strane što šireg kruga ljudi. U tom cilju smo krenuli sa intenzivnim

obukama. Imamo eksternu podršku od isporučioca BI rešenja, ali ono što je najznačajnije i najvrednije imamo i interni tim ključnih korisnika, koji na čelu sa Markom Radulovićem iz našeg IT sektora, svakodnevno i posvećeno radi na postavci izveštaja, proveri podataka, unapređenju postojećih rešenja i nesebičnom deljenju znanja. – kaže Marina Jevtić. Sada je pored 10 ključnih korisnika u intezivnu obuku uključen tim od još 60-ak budućih korisnika sa kojima se u manjim grupama od 5-6 ljudi radi svake sedmice po principu mini radionica. Entuzijazam postoji i zaposleni vrlo brzo vide ogromne koristi od upotrebe.

## O robotizaciji procesa kroz 64. rođendan Kompanije demonstraciju ciklusa

**Sredinom marta, u amfiteatru Poslovnog centra Kompanije Metalac održan je drugi modul demonstracionog ciklusa "Robotizacija procesa u industriji - oblast rezanja i zavarivanja korišćenjem novih tehnologija" sa ciljem razmene znanja i dobre prakse i upoznavanja sa najnovijim tehnologijama u oblasti zavarivanja. Prisutne je prvo pozdravila generalna direktorka Radmila Trifunović, a nakon predavanja upriličen je koktel u show room-u.**

Andelka Čarović iz Metalac Bojlera predstavila je prisutnima izazove i rešenja u procesu zavarivanja u proizvodnji bojlera, sa posebnim akcentom na kontinuirano unapređenje kvaliteta i produktivnosti kroz automatizaciju i robotizaciju procesa zavarivanja u proizvodnji bojlera. Iskustva u zavarivanju bakra i inoksa u proizvodnji kazana za pečenje rakije, do kojih su došli kroz sopstvena praktična istraživanja i potrebe, predstavila je kompanija Rapid.

Oblasti ispitivanja, standarde, ispitne metode i opremu koju primenjuju u ispitivanju bez razaranja i sa razaranjem zavarenih spojeva, prikazao je Zavod za zavarivanje.

Predstavnici Yaskawe iz Slovenije su prikazali najnovije sisteme za lasersko zavarivanje robotom gde se koriste različite integrisane tehnologije, dok je Meser prikazao najnovije mešavine tehničkih gasova za zavarivanje koji smanjuju vreme zavarivanja, poboljšavaju kvalitet i povećavaju produktivnost. Predstavnik kompanije Timtech je predstavio neka od rešenja automatizacije različitih tehnologija kao i načina dizajna u kojem učestvuje klijent koristeći naočare za virtualnu stvarnost kao i rešenje automatizacije u robotskom preciznom zavarivanju rendgenskih glava, koje je razvila ova kompanija.

Kroz interaktivnu komunikaciju su razmenjene informacije, praksa, kao i pozivi za rešavanje novih izazova. S obzirom na razvoj tehnologije u ovoj oblasti istaknuta je potreba za narednim modulom koji bi omogućio prezentaciju i novih rešenja i novih tehnologija.

## Dividenda 90 dinara bruto po akciji

Redovna skupština akcionara održana je 19. maja. Usvojen je finansijski izveštaj za prethodnu godinu, a na osnovu ostvarenih rezultata doneta je odluka o raspodeli dobiti.

Uprava kompanije predložila je da se iz prošlogodišnje dobiti od 256,5 miliona dinara na ime dividende opredeli nepunih 174 miliona dinara odnosno 90 dinara bruto po akciji. Ova dividenda predstavlja povećanje od 5,9 odsto u odnosu na prošlogodišnju dividendu od 85 dinara po akciji.

Kompanija će radnicima i menadžerima na ime premija isplatiti bruto iznos od 40 miliona dinara, dok će preostali iznos profita od 42,5 miliona dinara biti zadržan kao neraspoređena dobit.



**Jubilarne nagrade za 100 zaposlenih koji su kontinuirano verni Kompaniji 20, 30 i 40 godina. Još 56 zaposlenih dobilo dodatno penziono osiguranje – sada ih ima više od 600 korisnika. Poklon predstavom "Komedija zabune" Metalac podelio rođendanski trenutak sa saradnicima i prijateljima kompanije, kao i brojnim Milanovčanima.**

Povodom svog 64. rođendana i dana Kompanije, Metalac je svečano uručio polise dodatnog penzionog osiguranja za još 56 zaposlenih, koji se već duži vremenski period ističu svojim radom, zalaganjem i rezultatima. Polovina njih je najdirektnije vezana za proces proizvodnje.

- Vi ste odabrani da se priključite grupi koja danas čini preko 600 zaposlenih, koji svojim zalaganjem, požrtvovanjem i odanošću zaista doprinose Metalčevom uspehu i trajanju. Možda to sada ne sagledavate jer ste mlađi, ali ovo osiguranje će vam veoma značiti kad dođe vreme za penziju. Vaše kolege, kojima smo počeli da uplaćujemo dodatno osiguranje 2006. ili 2007. godine, sada kada odlaze u penziju na svom računu imaju oko 2 miliona dinara. Iznos nije preveliki, imajući na umu da se prikupljalo 16-17 godina, ali imajući u vidu kakve su penzije, svakako nije zanemarljiv. O takvim dodatnim osiguranjima bi trebalo i sami da razmišljate, a ovo vam Metalac od srca daruje i verujemo da ćete to opravdati. – rekla je generalna direktorka Metalca Radmila Trifunović

Povodom Dana kompanije tradicionalno su uručene jubilarne nagrade za 100 radnika koji su kontinuirano ispisivali stranice istorije Kompanije Metalac. Nagradu u visini tri prosečne zarade dobio je 40 zaposlenih koji su u Metalcu već 40, odnosno 38 godina (kada je reč o ženama). Po dve prosečne zarade uplaćene su radnicima za 30 godina kontinuiranog staža, a po jedna onima koji su u Kompaniji 20 godina. Svečanosti uručenja prisustvovalo je celo rukovodstvo.

Obeležavanje Dana kompanije, Metalac je dan pre započeo pozorišnom predstavom "Komedija zabune" za sve prijatelje i saradnike.

## Poslovno upravljanje u vreme krize iz ugla Prof. dr Dejana Erića

**Sposobnost i hrabrost da se brže menjamo, poslovna fleksibilnost i inovativnost, agilnost i mogućnost predviđanja, ali i prevaziđanje psiholoških barijera i ustaljenih navika – osnovni su preduslovi koje privredni subjekti moraju primeniti i poboljšati u okolnostima gotovo svakodnevnih promena - teze su dekana Bankarske akademije u Beogradu, prof. dr Dejana Erića, koje je obuhvatilo na predavanju u Kompaniji Metalac, organizovanom u okviru sednice Parlamenta privrednika u proširenom sastavu na temu: Uticaj aktuelnih svetskih zbivanja na privredu Srbije. Prisutne su pozdravili Zvonko Tufegdžić, direktor Regionalne privredne komore Kraljevo, i Radmila Trifunović, generalna direktorka Kompanije Metalac.**

- Najpre kovid kriza 2020., potom globalna suša 2022. i rat na tlu Evrope između Rusije i Ukrajine, koji nije samo vojni, već ekonomski i informacioni, uslovili su da danas u svetu vlada visok stepen neizvesnosti u međunarodnim odnosima, pa i u poslovanju, naročito u industrijskim kojima su oslonjene na izvoz i cene proizvodnih sirovina na svetskoj berzi. U zemljama sa privredom zavisnom od uvoza i stranih investicija, gde vlada prezaduženost i koje pribegavaju pozajmljivanju kod međunarodnih izvora za održavanje finansijske stabilnosti – a Srbija je takva zemlja – neophodno je stalno sprovoditi promene u strukturama, načinu razmišljanja i vrstama poslovanja iznutra, dakle u samim preduzećima. Uzdajte se, dakle, samo u svoje resurse; nemojte čekati da vam drugi pomognе, to se verovatno neće desiti, - poručio je, između ostalog, Erić.

Generalna direktorka kompanije Metalac, Radmila Trifunović, potvrdila je da se procesi planiranja i kod nas sažimaju na kraće rokove, što posledično menja sve procese i ustaljene radne navike, a na pitanje ima li razloga da sugrađani, koji rade u Metalcu, strepe za svoja radna mesta zbog poremećaja na svetskoj sceni, rekla je:

- Metalac u 16 preduzeća ima 2200 zaposlenih. Nismo ni mi spokojni zbog tog broja ako pogledamo šta se sve dešava, od koga smo sve zavisni i šta sve utiče na naše poslovanje. Metalac upravo i opstaje toliko godina zato što stalnim planskim aktivnostima traži neke nove kupce, neka nova tržišta, kreira nove proizvode, pa tako i sada. I pre aktuelne krize smo otpočeli sa menjanjem procesa proizvodnje i plasmana u pravcu digitalizacije i robotizacije. Međutim, naša politika je, kao što znate, da ne pribegavamo otpuštanju radnika, bez



Prof. dr Dejan Erić, dekan Bankarske akademije

obzira na sve, ne treba ljudi da budu zabrinuti. Tačno je, da će zbog optimizacije proizvodnje morati da dode do određenog smanjenja broja radnika, ali to će se dešavati prirodnim putem, na jedan pristojan, ljudski način, dok ćemo za to vreme otvarati neke nove opcije za zaposlenja – izjavila je Radmila Trifunović po okončanju predavanja o poslovnom upravljanju u vreme krize u kompaniji Metalac.

## Svečani ručak i nagrade za 100 jubilaraca

**Po 3 prosečne zarade dobiće 17 kolega za 40 godina neprestanog rada u Metalcu i 23 koleginice sa po 38 godina staža. Za radnike sa 30 godina staža sleduju po dve prosečne zarade, a jedna zarada kao nagrada odlazi radnicima sa po 20 godina staža. Kao i uvek reči zahvalnosti stižu od najvišeg rukovodstva Kompanije uz podsećanje da su ljudi najvažniji Metalčev kapital i da je više nego ikada važno da razumemo, prihvatom i delujemo u skladu sa brzim promenama i nepredvidim situacijama u okruženju. Kolektivni duh, hrabrost i preuzimljivost ključni su preduslovi stvaranja konkurenčke prednosti u veoma teškim vremenima.**

Dan kompanije, 4. aprila, tradicionalno je posvećen i svečanom uručenju jubilarnih nagrada za radnike sa kontinuiranim 20, 30, 38 i 40 godina staža u Metalcu. Ovom prilikom, takođe po tradiciji, pominjemo one koji su sa Kompanijom najduže. Tako su 23 koleginice u radnu knjižicu ubeležile 38 godina i to: Milica Lukić, Vesna Nešović, Nada Katanić, Biljana Mutapović, Milica Bojović, Ljiljana Verbić, Ljiljana Jovanović, Sladana Drašović, Nadežda Simeunović, Svetlana Đorđević, Vesna Adamović, Verica Bajić, Mirjana Borisavljević, Milena Gavrilović, Kovina Jovanović, Slavica Marić, Budislava Nešović, Svetlana Radojević, Branislavka Petaković, Čelka Živković, Mirjana Joksić, Snežana Kusić, Mira Josipović.

Što se muškaraca tiče njih 17 je u Metalcu provelo punih 40 godina: Pavle Vujičić, Jovan Đokić, Zoran Vukašinović, Zoran Kočović, Dragan Pešović, Radoslav Zarić, Vojislav Avramović, Radoslav Gajović, Stanoje Lazarević, Jovan Marinković, Milovan Vukašinović, Milutin Stevanović, Jugoslav Simić, Siniša Lazić, Milan Jovičić, Ljubiša Ponjavić i Vitomir Marković.

## Pоловина колекција изложенih у Frankfurtu успењо пласирана на тржиште

**Posle dve godine digitalnog predstavljanja, Metalac Posuđe je ovog februara ponovo izlagalo na sajmu u Frankfurtu. Od 23 nove kolekcije više od polovine je uvedeno u redovnu proizvodnju i već se valorizovalo u odličnoj prodaji i reakciji od strane krajnjih potrošača.**

- Pozicija štanda i velika posećenost od strane kupaca, dobavljača i drugih poslovnih partnera govori o uspešnosti samog projekta. Dobili smo pohvale za kolekcije posuđa koje su prezentovane i do sada smo više od polovine linija realizovali na tržištu. Sa druge strane, naši kupci iz Evrope su nam potvrdili da postoji značajan pad tražnje za posuđem usled visoke inflacije, rasta cena hrane, troškova struje i gasa ... što je dovelo do pada kupovne moći stanovništva i samim tim odricanje od kupovine proizvoda neprehrane. Tako je recimo samo u Poljskoj u poslednjem kvartalu 2022. godine zabeležen pad prodaje u sektoru neprehrane za čak 27%. – ocenila je Tamara Đurović, komercijalni direktor Metalac Posuđa.

Slabo posećenosti štanda je, kako ističe Đurović, doprinelo je i neizlaganje nekoliko većih brendova kao što su *Fissler*, *WMF*, *Le Creuset* ... pre svega zbog pripreme za sajam u Kini koji se dešavao posle tri godine.

Inače, nakon sajma nastavljene su aktivnosti na razvoju dve nove linije inoxa, nekoliko modela ekspres lonaca i dve linije aluminijumskog programa pogodnih za indukciju. Navedene linije će se prodavati u regionu u poslednjem kvartalu ove godine, uz očekivani plasman i na tržište Rusije. Takođe, na jesen će se realizovati prodaja premium linije emajliranog posuđa koju smo razvili za kupca *Zwinger* iz Poljske.



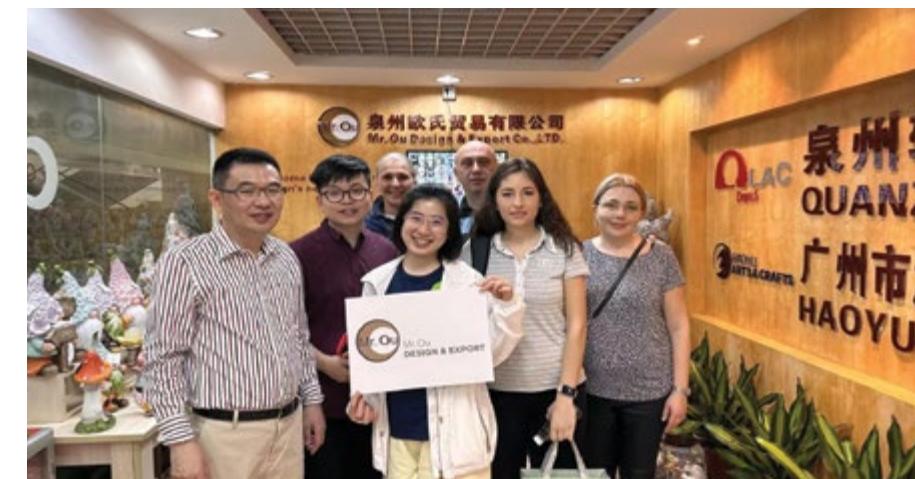
## Čikago posle 7 godina – ispod očekivanja

Nakon punih sedam godina pauze Metalac Posuđe se u martu ponovo pojavilo i na sajmu u Čikagu sa ciljem da se sagledaju mogućnosti za povećanje izvoza na, za nas, inače rastućem tržištu Amerike.

- Dugo odsustvo sa sajma je rezultiralo lošom pozicijom štanda što je, uz inače slabu posećenost razočaralo naša očekivanja. I svi ostali izlagači su se žalili na skromnu posećenost. Kao osnovni razlog navodi se da su se ove godine posetiovi uglavnom opredelili za sajmove u Frankfurtu, a posebno za aprilski sajam u Kini gde je pauza bila tri godine. – ocenio je šef izvoza Ivan Igrutinović. On ipak, veoma značajnim smatra sastanak sa potencijalnim kupcem iz Albanije koji radi u Americi i prodaje nasu robu i od koga se može očekivati da direktno krene u naručivanje naših proizvoda.

Inače, nakon sajma ponude su poslate za: Alžir, Marko, Tunis kao i ponuda za Meksičkog proizvođača emajliranog posuđa Cinsa. Dogovoren je nastavak poslovne saradnje sa postojećim kupcem Ross, koji je odmah nakon Sajma plasirao naloge za proizvodnju za april, maj, jun. Sveukupno, ispod očekivanja, uz puno informacija o nestabilnoj ekonomskoj situaciji. Primera radi, baš u trenutku održavanja Sajma došlo je do gašenja dve velike banke u Americi, što je dodatno uticalo na povećanje nestabilnosti na ekonomskom tržištu.

## U Kini posle tri godine sa direktorima Metalac Marketa iz Srbije i Crne Gore



- Odlazak na sajam nam je omogućio da se upoznamo sa novim trendovima, pronađemo nove dobavljače, obnovimo kontakt sa nekim od starih dobavljača i odaberemo brojne nove artikle kojima ćemo dopuniti i proširiti ponudu. Poseban značaj predstavlja zajednički odlazak sa kolegama iz Metalac Marketa i Metalac Market Podgorica, jer smo dogovorili zajedničke načine rada, odabrali nove linije proizvoda koji će se naći u prodavnici, a sve u cilju povećanja prodaje Sigma asortirana. Rezultate ovih zajedničkih aktivnosti možemo da očekujemo počev od četvrtog kvartala – poručuje Marija Veselinović, direktorka Metalac Trade-a



## Umesto dve prodavnice, u Kragujevcu sada jedna, ali najveća

Metalac Market je svečano otvorio prodavnicu u Kragujevcu, u ulici Nikole Pašića 3a. Dosadašnje dve prodavnice preseljene su na novu lokaciju, sa ciljem da se asortiman proširi i unapredi kvalitet usluge. Novi prodajni prostor čini ovu prodavnicu najvećom do sada, a jedna je od 80 prodavnica Metalac Marketa širom Srbije

## Sve za kuhinju i kupatilo na zajedničkom nastupu Metalac Bojlera i Metalac Inka na Sajmu građevinarstva u Beogradu

Nakon nekoliko godina pauze Metalac Inko i Metalac Bojler su učestvovali na Međunarodnom sajmu građevinarstva u Beogradu, održanom u aprilu ove godine. Na štandu Metalca, zainteresovani su mogli da vide zanimljivu postavku postojećeg i novog asortirana. Sve za kuhinje, kupatila, stambene i poslovne prostore našlo se na jednom mestu: bojleri malih i srednjih litraža sa unapređenim karakteristikama, bojleri velikih litraža za grejanje i baferi za čuvanje tople vode, kao i inox i granitne sudopere, slavine, lavabo i samostojće kade od livenih polimera.

Sajam građevinarstva u Beogradu je postao najznačajniji specijalizovani sajam iz ove delatnosti u regionu cele jugoistočne Evrope. Više od 500 domaćih i stranih izlagača, iz preko 20 zemalja, predstavilo je svoje proizvode na ovogodišnjem sajmu.



## Projekat Metalac & Konstrakta jedan od najnagrađivanih digitalnih projekata

**Što regionalno, što lokalno, ovaj projekat je do sada, sa poslednjim Mixx Awards priznanjima osvojio ukupno sedam nagrada, od čega čak dva Grand Prixxa.**

### Metalcu nagrada „PC Press top 50“

U februaru ove godine u Narodnom muzeju u Beogradu održana je dodata PC Press Top50 priznanja za 2022. godinu. "Konstruktivni Metalac", kako je naslovljeno jedno od poglavlja ovogodišnjeg PC Press-a, je odneo nagradu u kategoriji Twitter, za celokupan nastup i case Metalac&Konstrakta, koji je, podsetimo, počeo jednim tvitom, a rezultovao sa 2.500.000 dinara namenjenih NURDOR-u. Ispred Metalca, nagradu je primila direktorka Metalac Digitala, Jelena Mijatović. Takođe, važno je napomenuti da su nagrađeni najuticajniji činioci društvenih mreža u Srbiji, kako kompanijskog, tako i *influence* tipa.

- Jedan od svetlih primera uspešne kompanijske prezentacije na Twitter-u pruža Metalac AD iz Gornjeg Milanovca. Njihov Twitter nalog čini kombinacija provokativne, neposredne, otvorene i duhovite komunikacije, ali i borba s nekim od ne tako lalih pitanja i komentara pratičaca, odnosno spremnost i na pozitivne i na negativne komentare. – navodi se u PC Press-u i dodaje da Twitter nalog nije jedina snaga ovog brenda. Metalac je online prisutan na pet tržišta, četiri društvene mreže i poseduje tri Web shop-a. A uz sve to na mrežama broji pola miliona pratičaca, što je zaista sjajan broj za domaći brend.



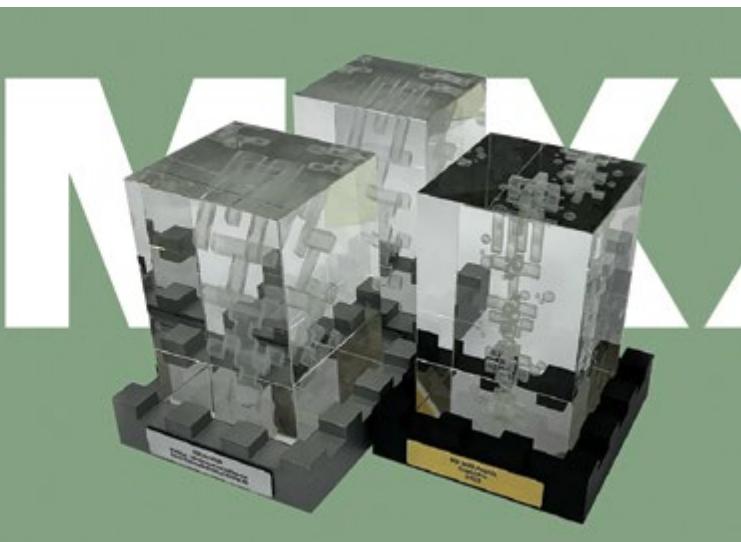
### Grand Prix na festivalu Dani komunikacije u Rovinju

Case Metalac&Konstrakta, više od godinu dana nakon svečanog uručenja 2.500.000 dinara NURDOR-u, ne prestaje da privlači pažnju i dobija nagrade. U okviru višenedeljne konferencije Dani komunikacija u Rovinju, Metalac i Pioniri su osvojili glavnu nagradu - Grand Prix Balcannes sa projektom Konstrakta x Metalac - *Umetnica mora jesti kuvano*.

Grand Prix Balcannesa predstavlja glavnu nagradu za izvanredan rad tokom cele godine, a dodeljuje se projektu sa najviše bodova koji je osvojio i zlatnu nagradu u svojoj kategoriji, navodi se u pravilniku HURA-e. Pobednici BalCannesa, regionalnog takmičenja u kreativnosti na kojem se takmiče agencije Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Severne Makedonije, Slovenije i Srbije sa svojim kreativnim idejama, proglašeni su u glavnoj dvorani Dana komunikacija.

### Priča bez kraja

Na adresu Metalca stigla su nova priznanja za case Metalac x Konstrakta. Naime, na dodeli IAB MIXX Awards 2023, održanoj u Hilton Hotelu u Beogradu, Metalcu i Pionirima dodeljene su nagrade u kategorijama Social Media i Social Good, a nakon toga i glavna nagrada IAB MIXX Grand PRIX. IAB MIXX Grand Prix je najprestižnija nagrada ovog takmičenja. Za tu nagradu se takmiče pobednički radovi iz svih kategorija, dok odluku o dobitniku Grand Prix priznanja donosi stručni žiri tajnim glasanjem na dan svečane dodele. IAB MIXX Awards jedino je globalno takmičenje koje je 100% digital. Dodeljuje se najboljim digitalnim projektima i kampanjama, a šestu godinu iza čitave organizacije stoji IAB Serbia i MIXX statue dodeljuje u okviru konferencije Digital Day.



## Ujedinjenje Marketinga, Digitala i Standarda

**Već neko vreme je postalo jasno da su se mesta gde se razvijao neki od segmenata marketing funkcije, pre svega mislim na sektor Marketinga i Metalac Digital, dovoljno razvila za obavljanje poslova iz svog domena, ali da nedostaje međusobne sinhronizacije i korišćenja sinergije znanja, iskustva i broja ljudi u ove dve celine. Ovo je dodatno potvrđeno na strateškim radionicama, organizovanim tokom 2022, kada su i rukovodstva zavisnih društava sugerisala da im je potrebna proaktivnija i snažnija marketinška podrška. U procesu reorganizacije i definisanja aktivnosti i procesa koje je potrebno da nova marketing funkcija obuhvati, postalo je jasno da novom pristupu prirodno pripada i *product* menadžment sa čijim se razvojem i implementacijom krenulo u okviru Standarda prodaje, pa su i oni priključeni novom marketinškom timu.**

- **Činjenica je da su svi sektori radili sa manjim brojem ljudi, a sada je zaposleno petoro novih, mlađih... kako procenjujete dinamiku procesa promene u svim očekivanim marketinškim segmentima?**

Iskreno, nisam se nadala da će konkurs za marketing menadžere i grafičke dizajnere proći kako je prošao, u pozitivnom smislu. Toliko, da nam nije bilo jednostavno da donešemo odluku o finalnom izboru. Neki od njih su imali prethodno iskustvo, čak vrlo slično poslovima koje sada obavljaju, dok su dve koleginice pripravnice. Sada je najbitnije da se nove kolege što brže uklope u tim i postepeno krenu da preuzimaju aktivnosti predviđene referatima na koje su raspoređeni. Bitno je i da prvi put imamo marketing menadžera za Metalac Trade, kao i za naše firme u Crnoj Gori i Hrvatskoj.

Podeljeni smo u 4 službe (PR i korporativne komunikacije, Dizajn studio, B2B marketing i B2C marketing), a nove kolege su raspoređene tako da svako od njih ima uz sebe nekoga sa prethodnim iskustvom na istim ili sličnim referatima, tako da mislim da će njihovo uvođenje u posao ići relativno brzo.

- **Šta će novom organizacijom biti brže, a za šta će biti potrebno više vremena?**

Očekujem da se prvo vide rezultati u sinhronizaciji različitih aktivnosti koje se odnose na marketing funkciju kojima smo se već bavili, kao i otklanjanje ili ublažavanje „uskih grla“. Zatim će fokus biti na planiranju za narednu godinu kako bismo došli do nekog optimalnog stanja u kome nam je 70% aktivnosti planirano, a 30% su neplanirane ad hoc aktivnosti.

Najveći izazov nam je svakako uvođenje *product* menadžmenta, koji, između ostalog obuhvata analizu potencijala tržišta, istraživanje konkurenčije, davanje predloga za inovacije i razvoj novih proizvoda, davanje predloga za proizvode po linijama, tržištima, grupama i kanalima prodaje, kao i davanje predloga uloga kategorija proizvoda po distributivnim kanalima i plana promotivnih aktivnosti u skladu sa definisanim i usaglašenim ulogama.

- **Šta je za vas najvažnije kada je reč o saradnji sa preduzećima za koja marketing po difoltu radi?**

Kao novoformiranim timu jako nam je bitno da od početka imamo dobru saradnju i kontinuiran kontakt i komunikaciju sa zavisnim društвima. Preispitaće se neke od postojećih aktivnosti, njihova svrshodnost i da li za njima postoji stvarna potreba, a dalje predloge unapređenja čemo svakako međusobno usaglašavati.



Transformacijom i novom ulogom integrisanog sektora marketinga rukovodiće Jelena Mijatović, dosadašnji direktor Metalac Digitala

U junu je održana zajednička radionica sa konsultantom i rukovodicima zavisnih društava gde je prezentovan novi marketing tim, a dalje se krenulo sa pojedinačnim sastancima gde se dogovaramo pre svega o načinu fukcionisanja, informisanja i pravljenju planova za aktivnosti koje nam slede do kraja godine.

- **Stiče se utisak da je iza kompletнog procesa stalo celo rukovodstvo kompanije, uz pomoć specijalizovane agencije?**

Inicijativa je i krenula od rukovodstva, odgovarajući na potrebe zavisnih društava u okviru Metalac Grupe, sa jedne strane, ali i sve bržih i kompleksnijih promena u oblasti marketinga. Specijalizovana konsultantska kuća Peterhof je angažovana da bismo bili sigurni da smo obuhvatili sve neophodne aktivnosti i procese koje marketing funkcija podrazumeva i da idemo u dobrom pravcu. Ta pomoć nam jako znači, a za planirane promene neophodna je snažna podrška vrha kompanije i rukovodstva zavisnih društava kako bismo brže i bezboljnije prošli kroz period tranzicije, odgovorili na zahteve internih korisnika naših usluga, ali i pratili i usvajali promene koje se dešavaju u oblasti marketinga.

## Potvrđeno sistemično i kontinuirano unapređenje sistema IMS

**- Hvala vam na prilici da vidimo mnogo toga što u drugim kompanijama nemamo priliku da vidimo. Kao i do sada, očigledno je koliko Metalac radi na sistemičnom i stalnom unapređenju sistema. Imate veliku pohvalu za investicije u zelenu energiju, pre svega zbog trendova i uticaja na životnu sredinu, a takođe i za humanitarnu akciju i sveukupnu komunikaciju u projektu sa Konstraktom kojom ste potvrdili reputaciju društvene odgovorne kompanije – izjavila je po završetku eksternog nadzornog audit-a Vera Živanović, vođa četvroročnog tima TMS, koje je od početka 2022. godine zastupnik nemačke sertifikacione kuće TUV NORD**



Eksterni audit, 21. po redu za ISO 14001:20215 i 27. Za ISO 9001:2015. obuhvatio je procese razvoja, proizvodnje i prodaje emajliranog, non-stick i inox posuđa, inox sudopera, livenih polimera, kartonske ambalaže i preslikača, električnih zagревачa vode-bojlera i usluge prerade i emajliranja limova, kao i procedure i procese koji se odnose na rukovodstvo i sektore Metalca a.d.

Uz konstatacije da nema kritičnih niti manjih neusaglašenosti, već samo nekoliko preporuka, članovi sertifikacionog nadzornog tima su prepoznali brojna unapređenja koja su zaslужila njihovu pohvalu. Osim visokih ocena za investicije u zelenu energiju i dobro menadžerisane humanitarne akcije u saradnji sa Konstraktom, pohvaljeni su između ostalog i sistemski pristup izmenama u procesu i dokumentaciji u poslovnoj logistici; proces razvoja novih proizvoda u Metalac Inku i Metalac Bojleru, pristup i realizacija razvoja karijere u HR-u. Pohvale su upućene i za praćenje aspekata zaštite životne sredine i upravljanje otpadom u Metalac Printu i Metalac Bojleru, kao i, kao i način upravljanja otpadom, dok je Metalac Posude pohvaljeno za znanje i prenos znanja u PIAP-u – dokumenta su jasno napisana i dostupna svakom zaposlenom.

Iako uskoro navršava punih 30 godina kontinuiranog unapređenja standarda, još od kako je 1994. među prvima u Jugoslaviji dobila sertifikat JUS ISO 9001, a već 1996. i međunarodni sertifikat sa pečatom nemačkog TUV-a – Metalac ostaje primer kompanije kojoj su svetska pravila i zahtevi upravljanja kvalitetom i zaštitom životne sredine imperativ, način razmišljanja i deo poslovne kulture.

## Sa kolegama iz Crne Gore u dobrom raspoloženju

Sredinom maja, Metalac Posude je ugostilo 46 naših kolega iz preduzeća u Crnoj Gori koji su u matičnu kuću došli sa direktorkom Sanjom Dašić. Trodnevna poseta radnika Metalac Marketa Podgorica započeta je obilaskom znamenitosti Novog Sada: Petrovaradinske tvrđave, Arsenala, Duge kasarne i Sat kule; a potom i Sremskih Karlovcava.

Topli doček priređen im je i u matičnoj Kompaniji gde ih je pozdravila generalna direktorka Radmila Trifunović kao i rukovodstvo Metalac Posuđa, predvođeno direktorom Stojanom Slovićem. Poseta je imala za cilj jačanje veza između Metalac Posuđa i uspešnog tima iz Crne Gore, kao i razmenu znanja i iskustava, uz obilazak pogona u upoznavanje sa procesima u proizvodnji, novim linijama i opremom, merama kontrole kvaliteteta i sl. Uz razgovor sa kolegama i, na kaku svega, svečanu večeru uz muziku, poseta je obostroano osnažila medjusobne odnose, prožete osećanjem zajedništva i jedinstva unutar Metalčeve porodice.



## Andelka Čarović iz Metalac Bojlera među 10 odabralih inženjerki Srbije

**U okviru inicijative koju su pokrenuli Privredna komora Srbije, kompanija Simens Srbija i udruženje „Inženjerka godine“, izabrano je deset finalistkinja izbora za „Inženjerku godine“, saopštila je PKS. Za inženjerku Srbije u 2023. godini proglašena je generalna direktorka kompanije „Global Substation Solutions“ Ana Petrović.**

U izboru su se našle inženjerke iz različitih kompanija i institucija, one koje bi svojom ličnošću i radom mogle da budu primer i inspiracija mlađim ženama koje se nalaze pred izborom budućeg zanimanja, navodi se u saopštenju PKS. Među kandidatkinjama našla se i naša Andelka Čarović, vodeća konstruktorka teholog u Metalac Bojlerima.

„U fokusu ovog izbora nisu bila inženjerska dostignuća kandidatkinja, već njihov potencijal da budu primer i inspiracija mlađim ženama prilikom odabira budućeg zanimanja“, naveli su organizatori.

Samim tim što su se našle u užem izboru, kandidatkinje preuzimaju ulogu ambasadorki ovog projekta, a sve u cilju nastavka promocije inženjerstva. Ovim se nude uzori i ohrabrenje mlađim ženama za odabir STEM studija i buduću inženjersku karijeru i da im kroz lične primere kandidatkinje pokažu da je inženjerski posao ženski baš koliko i muški, navode iz Udruženja.



**“ Mislim da je moja dosadašnja karijera pokazatelj da inženjera ima svuda i da su oni preko potrebnii svetu. Žene su potrebne inženjerstvu zbog svoje upornosti, jer nema tog cilja koji ne mogu da ostvare ,”**

## Tamara u akciji obilaska Metalac Posuđa

**Početkom aprila Metalac Posuđe ugostilo je jednog od kreatora emisije Radna akcija sa Tamarom, Tamaru Grujić. Metalac Posuđe i Triangl produkcija, koja realizuje emisiju Radna akcija sa Tamarom. Saraduje još od jula prošle godine.**

Saradnja Metalca i popularne Tamare počela je u julu 2022. godine. Metalac Posuđe je sa Tamarom sarađivalo na snimanju 14. sezone, gde se naša firma pojавila kao sponzor i svakoj porodici poklonila vredan set posuda.

Emisije u kojima je učestvovalo Metalac Posuđe snimane su na teritoriji Republike Srbije tokom leta i jeseni 2022. godine, a emitovanje 14. sezone krenulo je u martu 2023. godine. Tamara je u društvu svog supruga Vuka, koji je producent serijala, tokom posete Metalcu obišla pogon proizvodnje posuđa. Zaposleni su srdačno dočekali gošću. Tokom posete je dogovoren sponzorstvo i 15. sezone koja se snima na teritoriji Zapadne Srbije, a emitovanje počinje u septembru ove godine.



## Metalac Posuđe tema studije slučaja studenata FON-a



Poslednjeg dana marta, studentkinje Fakulteta organizacionih nauka posetile su Metalac posuđe. U okviru posete, goće su imale priliku da obiđu proizvodne pogone Metalac posuđa i vide kako nastaju emajlirano, inox i aluminijumsko posuđe, kao i da razgovaraju sa rukovodstvom najvećeg Metalčevog društva. Na čelu sa profesorkom Brankom Novčić Korać studenti su imali priliku da postave mnoštvo pitanja direktoru Metalac Posuđa Stojanu Sloviću, komercijalnoj direktorki Tamari Đurović i šefu izvoza Ivanu Igrutinoviću.

Studenti FON-a na predmetu međunarodni marketing ove godine rade studiju slučaja za Metalac – izlazak na tržiste Austrije.

# METALAC & PROLETER - dvadeset godina rasta i napretka

Dve decenije nakon kupovine najstarijeg, Milanovačkog, posleratnog preduzeća, Proleter je postao stabilno društvo sa oko 400 zaposlenih, preko 45 prodavnica u gradu i okolini, kao i pouzdan partner svim komšijama. Tokom 20 godina, koliko je Proleter u sastavu Kompanije Metalac, firma je izlečila sve svoje slabosti, i uz dobro vođenje osnažena da uvek ide napred – još brže i bolje.



Retka su danas trgovinska preduzeća u Srbiji koja se mogu pohvaliti sa skoro 80 godina postojanja. Većina njih je nestala u turbulentnim vremenima tranzicije svake vrste. Možda se približavanje ovakom velikom jubileju ne bi dogodilo ni prvom posleratnom trgovinskom preduzeću u Gornjem Milanovcu da ga početkom 21. veka, vođena vizijom i patriotizmom, nije pod svoje okrilje uvela kompanija Metalac.

Sredinom 2003. godine Metalac je postao vlasnik 64.64 odsto kapitala najvećeg trgovinskog preduzeća u Gornjem Milanovcu. Kupovina 82.780 Proleterovih akcija, na aukcijama održanim 31. jula i 27. avgusta, koštala je Metalac oko milion evra, a približno toliko su iznosile i Proleterove obaveze prema državi i dobavljačima. Metalac je te 2003. preuzeo posustalo trgovinsko preduzeće, sa 57 godina tradicije, 270 zaposlenih, lancem od 55 maloprodajnih objekata, od kojih 32 u gradu.

Kako godine prolaze, Milanovičani su sve više svesniji činjenice da su mnoge generacije odrasle uz Proleter. Prvi komšija mnogih Milanovičana je oduvek bio baš to, komšija kome su sugrađani ostali verni i kome veruju, čak i onda kada su se pojavili mnogi veći laci u gradu kraj Despotovice.

*- Mi nismo zaslužni za nastanak, već za opstanak Proletera. Proleter je došao pod krov naše kuće. Mi smo mogli da ga prodamo – da platimo milion, a da uzmemmo pet, posebno zato što smo znali da će njegova revitalizacija trajati dugo. Ali, to nije bio naš cilj. Za nas je bilo važno da 200-tak radnika ima posao, da se lanac razvija na korist Milanovičana, da Proleter ostane u našem gradu. Trebalо nam je vreme da promenimo navike ljudi, da obnovimo zapušteno, da modernizujemo objekte, da vratimo potrošače. Drago mi je da svake godine napredujemo*

i nastavićemo tako sve dok građani Gornjeg Milanovca budu prepoznавали taj trud i dok budu verni Proleteru. Realni da budemo, Proleter je mnogo pružio ovoj opštini i skoro 80 godina je bio na usluzi – i gradu i selu. Neka tako i ostane. - Izjavio je 2016. godine Dragoljub Vukadinović, predsednik kompanije

## Proleter ostaje dobar komšija

Metalac Proleter se razvija u konceptu "komšijske trgovine" sa radnjama "na uglu". Najvažnija konkurenčna prednost današnjeg proletera su upravo dobra ponuda i direktni odnos između prodajnog osoblja i kupaca, uz sitne ali svakodnevne dodatne usluge. Najvažnija karika u tom odnosu su zaposleni i zato će njihovom razvoju i motivisanosti biti posvećena posebna pažnja.

Ukupan prihod Metalac Proletera u 2022. godini od 34.8 miliona evra, bio je za 4.5 miliona veći od planiranog i skoro 20% veći u odnosu na prethodnu godinu. I promet i ukupni rezultati su u trendu daljeg rasta. Metalac Proleter je i ove godine nastavio da ulaže u modernizaciju objekata i podizanje informatičkog i logističkog kapaciteta preduzeća.

2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
+37%	+13%	+16%	+9%	+19%
20,5	23,1	26,9	29,3	34,8

Ukupan prihod u milionima evra



## Dve decenije Metalac Trade-a

U aprilu 2003. godine, na 600 m<sup>2</sup> prodajnog i 900 m<sup>2</sup> magacinskog prostora, u Gornjem Milanovcu je počelo da radi novoosnovano preduzeće Metalac Trade, kao veletrgovina assortimanom za kućne potrebe uvezenim iz Zapadne Evrope, Indije i Dalekog Istoka. Osnovna delatnost preduzeća je uvoz, prodaja na domaćem tržištu i izvoz robe široke potrošnje, posebno artikala koji se koriste u kuhinji i domaćinstvu, a koji se naslanjaju na Metalčev assortiman.

Danas, dvadeset godina kasnije, Metalac Trade u ponudi ima više hiljada artikala koji se prodaju pod trgovackom markom Sigma. Intenzivne aktivnosti usmerene na jačanje i promovisanje brenda, stalno nastojanje da se održi kvalitet proizvoda i unapređenje partnerskih odnosa sa kupcima su doveli da Sigma u svesti potrošača postane sinonim za kvalitet. Inače, Metalac trade je sve vreme respektabilno preduzeće kad je reč o doprinisu ukupnog profita kompanije.

## Dvadeset godina poslovnog centra Metalac

Veliki i zahtevni projekti kulminirali su te 2003. godine otvaranjem modernog poslovnog centra u Gornjem Milanovcu, 25. septembra, u prisustvu predsednika Vlade Srbije Zorana Živkovića i oko 150 poslovnih partnera iz Srbije i dvadesetak iz zemalja sveta. Poslovni centar Metalac postao je odmah simbol i središte snažne koncentracije menadžerskog potencijala – integrisanja znanja, informacija, ideja i preduzimljivosti.

### Siguran put: Kući, u svet!

Poslovnim centrom "Metalac" krunišemo najuspešniju deceniju našeg preduzeća. Deceniju u kojoj smo bez oklevanja prihvatali izazove; vrednovali poštene i posvećenost kolektivu; učili i kad se činilo da je sve drugo vrednije od znanja; štedeli na malim stvarima, a ulagali u velike. Rad ispunjen vizijom doneo nam je status jednog od najuspešnijih preduzeća - partnera od poverenja.

Mera našeg uspeha su nove fabrike, oprema i programi u koje smo u protekloj deceniji uložili više od 25 miliona evra; 1200 potpuno zaposlenih radnika; tri miliona kupaca širom Evrope i više od milion na domaćem tržištu. Naše najveće bogatstvo su ipak ljudi! Radnici odani Metalcu; kupci zadovoljni našim proizvodima i prijatelji koji se raduju našim uspesima.

Ovaj poslovni centar Metalac posvećuje novom znanju, idejama i preduzimljivom duhu - ljudima koji jesu i koji će doći da neguju istu posvećenost - da viziju ostvaruju radom, a rad ispunjavaju vizijom - uvek idući najlepšim putem: KUĆI, U SVET!

Dragoljub Vukadinović, generalni direktor Metalca,  
povodom otvaranja Poslovnog centra, septembra 2003. godine



04. aprila 2002. Polaganje najstarije kofe u temelje budućeg poslovnog centra Metalac



## “Starco” u poseti logističkom centru Metalca

**Iskustva našeg logističkog centra u procesu integracije LN-a i WMS-a, kao i organizacija i način rada u WMS-u bili su, sredinom juna, predmet posete predstavnika firme „Starco“, proivođača točkova malih i velikih dimenzija za različite namene, koja je članica Kenda grupe. Sedište firme je u Danskoj, proizvodni pogoni u Velikoj Britaniji, Kini i Hrvatskoj, a prodajni, montažni i distributivni centri rasprostranjeni su širom Evrope. Kenda grupa ima 12.000 zaposlenih. Uz pohvale za dosadašnje domete organizacije i usaglašene procese, gosti su imali i nekoliko preporuka, a poseta je obostrano ocenjena veoma korisnom.**



- Pošto “Starco” već radi u LN-u, a razmišljaju o uvođenju WMS-a, na predlog S&T-a izabrali su Metalac za referentnu posetu budući da imamo oba informaciona rešenja. Posebno ih je zanimala optimizacija, jer je i u Evropi radna snaga jako skupa i nema je dovoljno. Nakon prezentacije S&T o funkcionalnostima sistema i obilaska skladišnjih jedinica u logističkom centru i Metalac Posuđu, gosti su posebno istakli utisak da su oba skladišta optimalno popunjena, nema zakrčenja robom koja nije pravilno uskladištена, putevi su prohodni i omogućen pristup robi na jasno obeleženim lokacijama namenjenim za prijem, skladištenje i otpremu, dok radnici preko čitača nakon obavljenog zadatka dobijaju nov, pa nema bespotrebnih zastoja. Sveukupno, njihovi utisci su vrlo pozitivni, ali su ocenili da postoji i dodatni prostor za optimizaciju, čega smo i sami svesni i na čemu ćemo raditi u budućnosti. Najvažnije je da su oni veoma zadovoljni posetom, a mi kontaktom i iskustvom sa jednom takvom kompanijom. Svakako nam znači i što je S&T imao puno poverenje u Metalac, smatrajući da smo sposobni da na praktičnim primerima predstavimo sve mogućnosti sistema – naglasila je Danijela Filipović, direktorka Logistike.

U Metalcu su bili vodeći menadžeri za razvoj poslovnog sistema i sistema transformacije iz Britanije, menadžeri operacija i logistike, kao i Lean six sigma specijalista iz Nemačke, projekt menadžer i menadžer operacija iz fabrike u Hrvatskoj, kao i predstavnik Infora, koleginica iz S&T iz Slovenije i predstavnici S&T-a iz Beograda.

## Regres 20.000 dinara, a od 1. avgusta zarada 5% veća

**Iz Sindikata takođe poručuju da su radnici i ove godine izabrali Prolom Banju za preventivno-rekreativni odmor. Uz pomoć Kompanije organizovano putovanje za 100 radnika. Za prvake 80 rančeva za školu sa pratećim priborom.**



U razgovorima sa rukovodstvom Kompanije dogovoreno je da se isplati regres u visini dvadeset hiljada dinara neto kao i da se cena rada poveća za pet posto od prvog avgusta 2023, što je drugo povećanje u ovoj godini.

Inače, imamo i ove, kao i prošle godine, koje su bile po svim pokazateljima izuzetno teške za položaj radnika, Samostalni

sindikat Metalca, potudio se, uz pomoć Kompanije, i krajem aprila poslao 100 radnika na preventivno rekreativni odmor u Prolom Banju, gde su za trenutak zaboravili na svakodnevne probleme.

Uporedno se radilo na rezervaciji mesta za odmore naših radnika u već poznatim banjama gde se i ove godine prijavilo oko 200 članova sindikata sa porodicama. Kao i do sada najviše se prijavilo za odmor u Prolom Banji, gde su uslovi izuzetno dobri, a pre svega voda u otvorenim i zatvorenim bazenima, ishrana na bazi švedskog stola za sva tri obroka i ostali sadržaji koji doprinose uz izuzetnu ljubaznost domaćina.

Odlazak u Prolom Banju je organizovan u dva termina: od 15. do 22. jula i od 22. do 29. jula ove godine. Za ove polaske obezbeđen je prevoz autobusom.

Samostalni sindikat se i ove godine potudio da obezbedi poklon rančeve sa priborom i sveskama za dake prvake svojih članova. Ukupno sa teritorijom Vojvodine obezbeđeno je 80 poklon rančeva.