



Još jedno priznanje za Metalac posuđe

„MOJ IZBOR” PO GLASOVIMA POTROŠAČA



- Ma koliko da smo se navikli na ovakva priznanja, uvek je iznova važno da potrošači potvrde jesmo li na pravom putu – rekao je Generalni direktor Petrašin Jakovljević, primajući 3. put priznanje „Moj izbor”. U najužoj konkurenciji u kategoriji „Sve za kuću” među prva tri bili i Gorenje frižideri i Metalac bojleri, a ispred Alfa-Plama, šporeta Smederevac... Priznanje uručio dr. Vladimir Marinković, potpredsednik Narodne skupštine Republike Srbije.

• STRANA 5

Redovna sednica skupštine Metalca a.d. održaće se 24. aprila

PREDLOŽENA DIVIDENDA 150 DINARA BRUTO

Na dnevnom redu redovne sednice skupštine Metalca a.d. je usvajanje godišnjih finansijskih izveštaja i odluka o raspodeli dobiti Metalca a.d. ostvarene poslovanjem u 2014. godini. Dobit ostvarena u 2014. godini raspodeljuje se za dividende akcionarima u bruto iznosu od 153 miliona dinara. Raspodela dobiti za dividende akcionarima vršiće se u bruto iznosu od 150 dinara po jednoj akciji.

Dividenda se isplaćuje akcionarima iz Jedinствене evidencije akcionara Metalca a.d. kod Centralnog registra, depoa i kliringa hartija od vrednosti na dan 14.04.2015. godine. Dinamiku i dan isplate dividende odrediće Izvršni odbor. Preostali iznos dobiti od 88 miliona dinara raspodeljuje se kao neraspoređena dobit.

„GOSPOĐA MINISTARKA” POVODOM 4. APRILA

Povodom 4. aprila, Dana kompanije Metalac večeras će za poslovne partnere i prijatelje Metalca, u našem amfiteatru nastupiti glumica Ljiljana Stjepanović, monodramom „Gospođa ministarka”.

REČ GENERALNOG DIREKTORA

PROBLEMI NISU IZA NAS

Bilo bi dobro da u ovom obraćanju Vama mogu da istaknem i da se pohvalim boljim rezultatima. Ako sam u decembru konstatovao da je iza nas jedna od najtežih godina u istoriji Metalca, onda ćete itekako razumeti koliko je upozoravajuće što je već prvi kvartal 2015. pokazao da se ćemo se verovatno boriti sa još težom.

• STRANA 2

JUBILARNE NAGRADE ZA 96 ZAPOSLENIH

Ove godine 26 zaposlenih slavi 20 godina neprekidnog rada u Metalcu, čak 60 zaposlenih 30 godina, 8 koleginica je ovde 36 godina, dok su predsednik Kompanije Dragoljub Vukadinović i Miloš Luković iz Metalac posuđa Kompaniji verni 40 godina.

Povodom 4. aprila, Dana kompanije Metalac, biće dodeljene jubilarne nagrade za dugogodišnju vernost Metalcu. Ovoga puta na spisku je 96 zaposlenih. Pored nagrada za 20 i 30 godina rada, od ove godine novim kolektivnim ugovorom o radu predviđeno je da jubilarne nagrade dobiju i žene za 36 godina neprekidnog staža u Metalcu i muškarci za 40 godina.

VUKADINOVIĆ 40 GODINA SA METALCEM



Samo nekoliko meseci nakon što je obeležio 25 godina na čelu Kompanije, predsedniku Dragoljubu Vukadinoviću će danas biti uručena jubilarna nagrada za 40 godina vernosti Metalcu.

- Metalac i ja smo se zajedno razvijali. Uvek sam težio boljem od svega što je prosečno i svih koji su prosečni... I Metalac ima takav duh jer ne pristaje na prosečnost, radi više i teži dalje od drugih - jedno je od njegovih često citiranih izjava.



PROBLEMI NISU IZA NAS

Poštovani radnici Metalca,

Kao što znate, naši proizvodi plasiraju se u preko 20 zemalja širom sveta. U najvećem broju slučajeva beleži se pad tražnje generalno, a za proizvodima iz naše grane posebno, što dodatno otežava situaciju. Na pojedinim, za nas presudno značajnim tržištima, a pre svega Rusiji, imamo i dalje veliki pad. Situaciju na domaćem tržištu Vam ne moram dodatno objašnjavati jer i sami jako dobro znate šta znači sveukupni pad standarda, sveukupni pad privrednih aktivnosti, a golim okom je vidljivo da nijedan grad, uključujući i Beograd nema pristojan kran koji bi pokazao da se nešto gradi.

Što se naše interne ekonomije tiče - i tu smo u situaciji da teškom mukom balansiramo sve faktore poslovanja. Zadržava se visok nivo uposlenosti sa neizbalansiranom strukturom asortimana, posebno u posudu i znatno povećanim troškovima poslovanja. Prirodno je da to nije održivo na duži rok i eto novog ozbiljnog izazova za sve nas. Nije mi cilj da unosim bilo kakav strah. Ali, moram da Vas sve podstaknem na još veću

upornost, kreativnost i efikasnost. Vreme je kratko, a obaveza je puno i mi odgovore moramo davati u veoma kratkom vremenu. A svi odgovori leže u bržem prilagođavanju ponude zahtevima tržišta, u povećanju produktivnosti i smanjenju troškova i iznad svega, u pronalaženju novih tržišta. Na svakom tržištu, međutim, ograničenja možemo savladati samo ako je naša ponuda konkurenta u odnosu na druge ponuđače.

Bez obzira na sve, ja verujem da Metalac može i ono što se drugima čini nemogućim. Imamo sve resurse, imamo ljude, znanje, tehnologiju, informacione sisteme, sposobne radnike... Imamo veliko poverenje partnera, kupaca i što je posebno važno, krajnjih potrošača.

Izlaženje ovog Biltena poklapa se sa godišnjicom Kompanije, pa na ovaj način koristim priliku da svim zaposlenima čestitam 56. rođendan Metalaca.

Petrašin Jakovljević

JAKOVLJEVIĆ MENADŽER GODINE U IZBORU MAGAZINA BIZNIS

Sigurno je da ima još menadžera koji zaslužuju ovakvo priznanje, ali je sigurno da nas je sve manje iz realnog sektora, a još manje u teškom metalском kompleksu – rekao je Jakovljević, podsećajući da je isto priznanje pre 6 godina primio i predsednik kompanije Dragoljub Vukadinović, koji je svojim saradnicima u svemu postavio visoke standarde.



Tradicionalne nagrade Planeta Biznis koje dodeljuje redakcija časopisa Ekonometar i Magazina Biznis uručene su 23. februara u Beogradu u prisustvu brojnih bankara, privrednika, ekonomista i medija. Generalnom direktoru Metalca, Petrašinu Jakovljeviću uručeno je najviše priznanje „Menadžer godine“ za uspešno upravljanje kompanijom.

- Ovo priznanje shvatam pre svega kao priznanje onome što smo nekad zvali neimarstvom, a Metalac sa svojih 1.750 zaposlenih to sigurno još uvek jeste. Metalac je i dalje prisutan na svih 20-ak tržišta, plasira oko šest miliona jedinica proizvoda, zaposleni i dalje primaju zarade svakog 20. u mesecu, nismo otpustili nijednog radnika, proglašeni smo najboljim korporativnim brendom decenije. Ako to jeste uspeh u današnje vreme, onda mogu smatrati da sam deo tog uspeha – rekao je ovim povodom Jakovljević.

Priznanja „Planeta Biznis“ dodeljena su takođe Ljiljani Karaklajić vlasnici kompanije „D ekspres“ za doprinos razvoju preduzetništva i predsednici Izvršnog odbora Banke Inteza Druginji Đurić, za najuspešniji program korporativne društvene odgovornosti.

TRAGOM NOVIH TRŽIŠTA I DO ANGOLE

Reč je o nezasićenom tržištu u ekspanziji na kome su se značajne promene desile u poslednje tri godine. Na stotine kranova nasuprot siromašnim četvrtima i prisustvo svih značajnijih svetskih brendova potvrđuju jačanje srednjeg sloja, a time i mogući prostor za plasman svih naših proizvoda.

Ovo je u najkraćem zaključak sa kojim su se iz višednevne posete Angoli, u kojoj su bili početkom februara, u Metalac vratili Goran Mijatović, izvršni direktor za izvoz i Ivan Igrutinović iz službe izvoza Metalac posuda.

Nakon temeljne prezentacije održane za celokupan menadžment Metalca, generalni direktor je formirao tim u kojem su komercijalni direktori svih proizvodnih društava. Zadatak ovog tima, na čelu sa Goranom Mijatovićem je da se sva zapažanja i analize pretoče u predlog mogućeg ulaska na ovo tržište sa 22 miliona stanovnika.

Inače, na tržištu Angole prisutan je veći broj trgovačkih lanaca kao što su Kero, Maxi, Sopright, Noso Super, Brico Mat, FerMat, a očekuje se da u 2015. godini na ovo tržište dođu i Walmart, Spar i Continente.

Tržišta Angole samo je jedno od nekolicine tržišta koje rukovodstvo Metalca razmatra u poslednje vreme sa ciljem da ne samo nadomesti ozbiljan pad plasmana na tržištu Rusije, već i da trajnije obezbedi dodatni potencijal za budućnost.

TEŠKO JE NADOMESTITI PAD NA RUSKOM TRŽIŠTU

Prvi kvartal 17% ispod plana, najviše jer je nastavljen pad prodaje na tržištu Rusije. Na domaćem tržištu realizacija na nivou planirane i ostvarenja u istom periodu prošle godine. Najznačajniji kanal i dalje Metalac market. U narednom periodu u planu brojne aktivnosti unapređenja prodaje lojalni akcijama. U prva tri meseca, operativni planovi proizvodnje neznatno ispod plana.

Metalac posuđe prvi kvartal 2015. završava sa realizacijom 17% ispod plana i sa padom od 20% u odnosu na isti period prošle godine. Na domaćem tržištu, za prva tri meseca realizovano je 1,74 miliona evra čime je plan ispunjen, a ostvareno ujedno na nivou prošlogodišnjeg. Na ukupnu realizaciju, presudno je uticalo neispunjenje plana izvoza, koji je sa realizacijom od 2,36 miliona evra na 75% plana za prva tri meseca, dok u odnosu na isti period prošle godine beleži pad od čak 30%.

-Na domaćem tržištu situacija je nepromenjena tj. podjednako teška kao i do sada. Kriza, otpuštanje, smanjenje plata, štrajkovi su svakodnevno prisutne teme, a takva situacija ne ostavlja puno prostora za optimizam kada je u pitanju prodaja. Ipak, ostvarenim možemo biti zadovoljni, posebno imajući na umu da smo već u prvom kvartalu krenuli sa nekoliko ozbiljnih lojalni akcija, a neke su već dogovorene za jesen - rezimira kvartal Danijela Filipović, šef domaće prodaje Metalac posuđa.

Najveći kupac Metalac posuđa na domaćem tržištu je i dalje Metalac market, koji u prvom kvartalu 2015. ima veću realizaciju u odnosu na isti period prošle godine za preko 20%. Tome su najviše doprinele akcije pred Božić i Mladence. Pored Marketa značajan rast prodaje ostvaren je na terenima Zapadne Srbije i Beograda. Ove godine po prvi put biće organizovana i lojalni akcija na tržištu Kosova.

Na izvoznom tržištu poslovanje je obeležila recesija, nestabilan kurs i pad opšte tražnje na najvećem izvoznom tržištu Metalac posuđa, Rusiji. Ipak, u narednom periodu u Metalac posuđu se nadaju stabilizaciji međunarodne situacije, koja će uticati na ostvarenje značajno boljih poslovnih rezultata.

-Snage usmeravamo najpre na tržišta u svetu gde smo dugo prisutni i gde ima prostora za rast, a pre svega na tržište Cefte gde je brend Metalac dobro poznat potrošačima. Sa druge strane,

fokusirani smo na osvajanje novih tržišta i novih market segmenata. U tom kontekstu dogovaramo lojalni i kobrending aktivnosti na tržištu Cefte, uvodimo novu zajedničku liniju sa nemačkim partnerom Metalac-Munder kojom ulazimo u segment nostalgije. U toku su pregovori sa većim trgovinskim lancem u Bugarskoj, a planiramo i obilazak tržišta Češke, Slovačke i Španije. Za tržište Skandinavije u planu je proširenje ponude posuđem sa inox rubom - kaže Marina Jevtić, šef izvoza Metalac posuđa.

Proizvodnja posuđa u prva tri meseca ove godine je 99% u odnosu na planiranu operativnim planovima i u komadima i finansijski. U odnosu na prva tri meseca prošle godine ostvarena je proizvodnja 17% veća u komadima i 5% veća finansijski. U odnosu na godišnji plan za ovu godinu ostvareno je 7% više u komadima i 16% manje finansijski.

-U prva tri meseca nastavljen je povećana potražnja klasičnog emailiranog posuđa i u tom smislu smo tražili rešenja kako bi zadovoljili tu tražnju. Za sada smo uspeali jeste da emailiranje jednog dela klasičnog asortimana radimo na automatima. Iako ima prilično ograničenja, nastavimo i dalje sa ovom praksom jer dobijamo bolji kvalitet, manje odbačenih komada i veću produktivnost. Što se tiče produktivnosti u toku su započeti Lean projekti na odeljenjima dekora i pakeraja kao i 5S projekti u svim delovima fabrike i oni će trajati čitave godine. U pogledu uštede energenata napravljeni su određeni planovi za racionalizaciju potrošnje, korišćenje energetski efikasnije rasvete, korišćenje rasvete u meri koja je potrebna, korišćenje mašina i opreme na najbolji mogući način i uz najmanje troškove. Sve ovo iz razloga što se i ove godine nastavlja rast cena energenata, a samim tim i troškova našeg poslovanja. Što se tiče novih proizvoda u prvom kvartalu smo finalizovali prethodno započete razvojne projekte i većinu njih izložili na sajmu u Frankfurtu sredinom februara - kaže Milan Filipović, tehnički direktor Metalac posuđa.



Na sajmu u Frankfurtu predstavljeno je više od 50 varijanti emailiranog posuđa. Značajan deo odnosi se na klasiku koja je u trendu širom sveta. Za naše potencijalne kupce napravili smo i mali elektronski katalog setova snimljenih u različitim enterijerima na više lokacija u Gornjem Milanovcu. Katalog možete pogledati na internoj adresi S:\HOLDING\MARKETING\Sajamski nastupi\Sajam Frankfurt 2015\Katalozi i prezentacija





NA SAJMU „AMBIENTE“ U FRANKFURTU 33. PUT

Najznačajnija svetska izložba robe široke potrošnje imala je 4.700 izlagača iz 90 zemalja i 145.000 posetilaca iz čak 160 zemalja sveta. Ovaj sajam je tradicionalno važan za Metalac posuđe kao dobar pokazatelj onoga što možemo očekivati u predstojećem periodu.

I ove godine smo od 13. do 17. februara učestvovali na sajmu „Ambiente“ u Frankfurtu. Metalac je imao respektabilnu postavku sva tri programa posuđa. Naravno, najpoznati i najprivlačniji smo po emailiranom posuđu pa smo tako samo u ovom programu pripremili oko 50 setova sa preko 20 novih dekora. U klasiци su pored novih boja i prskane klasike, predstavljene i nove linije Novum classic i Metalac Munder, koje su privukle veliku pažnju. Od novih formi posuđa sa inox rubom izloženi su Novum lux i Special lux. Kada je u pitanju posuđe specijalne namene, predstavljena su tri nova čajnika: ruski, nemački i japanski.

U inoxu su predstavljene linije Sirius saten i Kulinaria, dok je non-stick asortiman ove godine dopunjen tiganjima od kovanog aluminijuma sa „stone“ efektom, koji je trenutno apsolutni hit na svetskom tržištu.

Najveće interesovanje posetilaca izazvali su Dizni program, Novum classic, Mažestik i klasično posuđe u pastelnim bojama kao i siva prskana klasika.



Uz respektabilnu postavku sve tri linije posuđa, naše preduzeće organizuje koktel za poslovne partnere iz inostranstva, koje tradicionalno služimo domaćom rakijom i pršutom

DVA PRIZNANJA ZA NAJTUFNASTIJE STRANICE

„Malo ko bi pomislio da brend kao što je Metalac posuđe može da izazove toliko pozitivnih komentara, budući da se ipak radi o relativno uskoj potrošačkoj kategoriji kao što je posuđe. Ali, to je Metalcu ipak pošlo za rukom“ - navodi se u obrazloženju PC Press-a povodom priznanja za Tviter nastup. Priznanje za „najtufnastiju stranicu“ stiglo i od UEPS-a.

Društvene mreže su sve važniji kanal komunikacije. Na samom kraju 2014. fejsbuk stranica Metalac posuđe je po drugi put nagrađena od strane Udruženja ekonomskih propagandista Srbije za prisustvo na društvenim mrežama kao „najtufnastija stranica“. Zasluge za uspeh delimo sa digital agencijom Pioniri Communications sa kojom uspešno sarađujemo više od dve godine.

Za razliku od 2013. kada smo nagrađeni zlatnim priznanjem, ova puta poneli smo bronzano. Time je još jednom potvrđeno koliko uspešno razvijamo ovu vrstu komunikacije, obaveštavamo o novostima i akcijama, primamo njihove pohvale, predloge i kritike – odgovarajući na sve odmah jer je to imperativ na društvenim mrežama. Trenutno, naš broj fanova na najpopularnijoj mreži, fejsbuku prelazi 70.000, dok su instagram, tviter i jutjub kanal u svakodnevnom porastu.

Prvo priznanje za @MetalacPosudje tviter nalog

Početnom 2015. godine stiglo je i prvo priznanje za tviter nalog Metalac posuđa. Ovoga puta u tradicionalnom godišnjem izboru najboljih srpskih sajtova po izboru redakcije PC Press-a, koji se organizuje još od početka razvoja interneta u Srbiji.

Na ovogodišnjem, 18. po redu izboru, po prvi put su proglašeni i najbolji nastupi na društvenim mrežama, kao i najbolje mobilne

aplikacije. Metalac posuđe je u kategoriji društvenih mreža dobilo priznanje za izuzetan nastup na tviter nalogu @MetalacPosudje.

„Malo ko bi pomislio da brend kao što je Metalac posuđe može da izazove toliko pozitivnih komentara, budući da se ipak radi o relativno uskoj potrošačkoj kategoriji kao što je posuđe. Ali, to je Metalcu ipak pošlo za rukom“ - navodi se u obrazloženju PC Press-a povodom priznanja za Tviter nastup.

Priznanje je primio Aleksandar Marković, direktor Metalac posuđa.



Još jedno priznanje za Metalac posuđe

„MOJ IZBOR“ PO GLASOVIMA POTROŠAČA

U organizaciji udruženja „Moja Srbija“ i Privredne komore Beograda, u Svečanoj sali Skupštine grada, prvog dana marta, po peti put su dodeljena priznanja „Moj izbor“ za najbolje domaće proizvode i brendove po mišljenju potrošača. U kampanji „Srbija ima kvalitet“ Metalac posuđe je ponovo imalo najviše glasova u kategoriji „Sve za kuću“.

Nagradu je primio generalni direktor Petrašin Jakovljević koji je tom prilikom rekao da je potvrda potrošača uvek iznova važna, kao i da ovakve akcije podstiču razmišljanje i aktivnost na razvijanju brendova, ali izostravaju i percepciju potrošača u Srbiji.

Na dodeli priznanja prisutnima su se obratili dr Vladimir Marinković, potpredsednik Narodne skupštine Republike Srbije; Žarko Malinović, zamenik ministra za trgovinu, turizam i telekomunikacije; Andreja Mladenović, zamenik gradonačelnika Beograda;

LOJALTI AKCIJE VEĆ SA PRVIM KVARTALOM

Uspešna saradnja sa DIS-om nastavljana je već 6. marta novom lojaliti akcijom na liniji non-stick tiganja „Pantheon“ sa „stone“ efektom kroz 17 prodajnih objekata. Samo dan ranije, 5. marta, i u 7 objekata Metro-a počela je akcija na liniji posuđa sa keramičkim premazom. Osim toga, prvi put je isti princip akcije primenjen i kroz Proleterove prodavnice sa emailiranim posuđem „Mila“, kao i kroz 35 prodavnica kupca Europrom iz Valjeva.

Za razliku od prošle godine kada smo „usko grlo“ kod potrošača na domaćem tržištu uspeli da prevaziđemo tek u drugom polugodištu, u 2014. smo srećom prve lojaliti akcije započeli već u prvom kvartalu, što je ključno doprinelo ispunjenju plana. Ovo je utoliko važnije imajući na umu izuzetno tešku situaciju na domaćem tržištu uz dalje smanjenje broja zaposlenih, smanjenje plata u javnom sektoru, štrajkove u zdravstvu i prosveti...

Inače, u prvom kvartalu je završeno i nekoliko akcija započetih krajem 2014. godine. Najmanje uspešna bila je prodaja Granit Line tiganja kroz Ideu, Rodu i Merkator koja je trajala do 15. marta. Nasuprot tome, izuzetno dobro je prošla akcija na liniji emailiranog posuđa Retro, po prvi put organizovana kroz lanac prodavnica Aman na teritoriji Beograda, koja je završena 30. marta.

Za ostvarenje plana na domaćem tržištu svakako je izuzetno važno da su već napravljeni prvi dogovori za par jesenjih velikih akcija. Takođe, sudeći prema informacijama rukovodstva Metalac posuđa, koje je obišlo sve najveće kupce na ex Yu tržištu, u najavi su i novi ugovori, među kojima su i lojaliti akcije u BiH, Hrvatskoj i na Kosovu.

Svetozar Krstić, izvršni direktor Privredne komore Beograda; kao i Milan Ristić, predsednik udruženja „Moja Srbija“.

Ove godine, isključivo na osnovu mišljenja potrošača, u konkurenciji je bilo 195 domaćih proizvoda i brendova. Istraživanje je obuhvatilo 2.010 ispitanika u četrnaest gradova Srbije.

Osim devetnaest priznanja za brendove koji su u svojim kategorijama ostvarili najbolje rezultate, dodeljene su i zlatne medalje za najomiljeniji domaći proizvod i za najomiljenijeg domaćeg proizvođača. Apsolutni pobednik je Plazma keks, a među nagrađenim proizvodima i kompanijama našli su se Imlek, Zlatiborac, Knjaz Miloš, Dijamant ulje, konfekcija Mona, Simpo nameštaj, Banca Intesa, MTS Telekom Srbija...

FROZEN - NOVI LIK NA „MINI M“ POSUĐU

Već u maju proizvod će biti dostupan u Maxi prodajnim objektima.

Prošle su tačno dve godine od kada su se na tržištu pojavile prve „mini m“ posude sa dekorom Dizni likova namenjene pripremanju, serviranju i čuvanju hrane za decu.

Nakon prvih likova Mikija i Mini Maus, koji su se našli na probranom asortimanu namenjenom ciljnoj grupi, usledile su Diznijeve Princeze za devojčice, a nedugo potom i Autići za dečake.

Odavno smo obasuti pitanjima i nagađanjima potrošača koji će novi lik osvanuti na našim šerpicama. Konačno, već krajem aprila očekuje se izlazak iz proizvodnje likova iz Zaleđenog kraljevstva, tj. popularnog „Frozen-a“.



METALAC POSUĐE MEĐU TOP SERBIAN BRANDS ZA 2014. GODINU

U organizaciji portala www.bestofserbia.rs i časopisa „Top Serbian Brands“, objavljeni su najbolji brendovi u 56 kategorija.

Pobednici za 2014. godinu izabrani su na osnovu glasova građana i nezavisnog istraživanja tržišta u kome su glavni kriterijumi poznatost brenda, vrhunski kvalitet, zadovoljstvo potrošača, odličnost i poslovni rezultati.

Metalac posuđe je ovo priznanje ponelo u kategoriji najbolji robni brend - roba trajne potrošnje. Pored Metalac posuđa, kao pobednici u različitim kategorijama našli su se Plazma keks (Bambi), Jelen pivo (Apatinska pivara), NIS, Delhaize, Samsung, Fiat, Novak Đoković.



AQUABI „IZVUKAO“ UKUPAN PRIHOD

Zahvaljujući realizaciji ostvarenoj na baterijama Aquabi, Metalac boiler će prvi kvartal 2015. završiti sa rastom u odnosu na isti period prošle godine. Na boilerima je realizacija 7% ispod plana i sa padom od 9% u odnosu na prošlu godinu.

Padu realizacije boilerja doprineo je značajan pad na domaćem tržištu, dok je realizacija na izvoznom tržištu iznad planiranog, a ujedno beleži i rast u odnosu na isti period prošle godine. Ipak, zahvaljujući realizaciji ostvarenoj kroz plasman baterija za kuhinje i kupatila, situacija je značajno poboljšana pa zaključno sa prvim kvartalom u Metalac boileru očekuju ukupan rast prihoda u odnosu na prošlu godinu.

-Uvođenje trgovačke robe u prodajni asortiman pokazuje se kao dobar potez koji će doprineti očuvanju nivoa prihoda, a očekujemo da će nam popraviti „krvnu sliku“ posmatrano kroz rezultate poslovanja. Ocena je da ovaj program moramo dodatno razvijati i svakako ćemo u narednom periodu staviti još veći akcenat na prodaju baterija Aquabi. Ovim se potvrđuje naše uverenje da rast možemo praviti ili na novim tržištima, ili uvođenjem novih programa. Postojeći programi na postojećim tržištima biće uvek podložni manjim ili većim oscilacijama bez realnog potencijala za značajniji rast - objašnjava Goran Mijatović, direktor Metalac boilerja.

Po oceni Mijatovića, poslednjih par godina situacija na tržištu je relativno konstantna i daleko ispod nivoa i stanja koji bi omogućili relativno normalno poslovanje i tu se nažalost ništa ne menja na bolje. Ove godine kriza je još izraženija i dodatno podstaknuta merama štednje što je dodatno doprinelo padu kupovne moći stanovništva. Iz velike baze kupaca Metalac boilerja teško je naći one koji su zadovoljni početkom 2015. godine i ostvarenim prometima. I izveštaji menadžera sa terena su uglavnom realni, ali

nažalost pesimistični i u Metalac boileru trenutno ne vide svetlu tačku u privrednom ambijentu koja može uliti ozbiljniju nadu da će se stvari na tržištu promeniti nabolje.

Prethodna tri meseca Metalac boiler je posvetio određivanju energetske klase proizvoda, odnosno približavanju Evropskim direktivama koje obezbeđuju da proizvodi koji se prodaju na tržištu Evropske unije zadovolje više standarde u pogledu energetskih performansi, kao i ostalih faktora koji utiču na životnu sredinu. Istovremeno, veliki akcenat je stavljen na smanjenje troškova proizvodnje kroz racionalnije korišćenje prirodnog gasa i električne energije.

Od tehničkog direktora Gorana Lučića, saznajemo da je u prvom kvartalu plan proizvodnje ostvaren sa 102% i 9% manjom proizvodnjom u odnosu na isti period prošle godine.

-U toku je osvajanje SMART modela koji pored pametne tehnologije imaju i napredni LCD ekran. Inteligentna funkcija ovih modela obezbeđuje uštedu energije od 17% na godišnjem nivou. Uspešno je zaživeo pilot projekat unapređenja nivoa proizvodnje na radnom mestu montaže gde je produktivnost po zaposlenom povećana 40%, a cilj je da taj rast bude 50%. U narednim mesecima planirano je investiranje u nove automate za zavarivanje, koji će pored poboljšanja kvaliteta proizvoda uticati i na povećanje produktivnosti - rezimira Lučić.

PONOVO ZAJEDNO NA SAJMU GRAĐEVINARSTVA

Metalac boiler i Metalac inko će i ove godine svoje proizvode zajedno izložiti na sajmu građevinarstva u Beogradu SEEBBE 2015. Sajam se održava od 15. do 19. aprila u hali 2 beogradskog sajma, a Metalčev štand površine 60 m2 biće na nivou B.

Izložbenu postavku činiće proizvodni program oba preduzeća koji su pripremili za ovu godinu. Metalac boiler će prikazati boiler klasa, napredni boiler sa inox kazanom, boilerje velikih litraža od 200 i 300 litara, slavine Aquabi i brinoks veze Tucai.

Inko će fokus staviti na Granmatrix, tako da će nova kada od Granmatrix-a zauzeti centralnu poziciju na štandu, a biće pred-

stavljeni i umivaonici od Granmatrixa, između ostalog i potpuno novi umivaonici sa korpusom, kao i novi modeli granitnih sudopera. Izrada štanda i ove godine je poverena specijalizovanom izvođaču sajamskih rešenja.

lac inka će biti izložen zajedno sa Metalac boilerima. Istraživanje tržišta Srbije sa ciljem da se sagleda prisutnost i pozicioniranost sudopera i mogućnosti za unapređenje započeto prošle godine, nastavljeno je i u ovoj.



Ekspozat sa poslednjeg Sajma građevine, april 2014.

MAKSIMALNI NAPORI ZA OSTVARENJE PLANA

U prvom kvartalu plan prebačen 1%, uz rast od 6% u odnosu na isti period prošle godine. U planu ulazak na tržišta Češke i Slovačke. U aprilu i maju sajamski nastupi u Beogradu i Kijevu.

Metalac inko je u prva tri meseca 2015. plan realizovao sa 101% i time ostvario rast od 6% u odnosu na isti period prošle godine. U ukupnoj realizaciji domaće tržište je učestvovalo sa 57%, dok je 43% realizovano na inostranim tržištima. Najveće učešće imaju inox sudopere sa 68% dok su liveni polimeri učestvovali 32%. Biznis planom Metalac inko je za ovu godinu predvideo rast realizacije od 5% i uprkos lošoj situaciji na tržištu uloženi su maksimalni naponi da bi se ovaj plan realizovao.

-Početak godine je obeležio vrlo nepovoljan poslovni ambijent, a na domaćem tržištu primetan je i vrlo osetan pad kupovne moći stanovništva. Pojedinačne porudžbine od strane kupaca su smanjene jer je manja i prodaja krajnjem potrošaču. Uprkos svemu, uspeali smo da realizujemo plan i ostvarimo rast u odnosu na isti period 2014. Plan proizvodnje je takođe realizovan 100% - rezimira kvartal Vladan Stojković, direktor Metalac inka.

Za drugi kvartal Inko je dogovorio ulazak na nova tržišta i u planu je početak prodaje u Češkoj i Slovačkoj od čega očekuju uticaj na povećanje realizacije i doprinos ostvarenju planiranih ciljeva za prvu polovinu godine. Ujedno u toku su i pripreme za dva sajamska nastupa, prvi je u Beogradu na sajmu građevine sredinom aprila, a drugi u maju u Kijevu. Na oba sajma asortiman Meta-

ŠANSA ZA RAST U NOVIM KUPCIMA

Prvi kvartal 2015. završava se sa realizacijom 9% ispod plana i sa padom od 8% u odnosu na isti period prošle godine. Za razliku od interne realizacije koja je u padu, na eksternom tržištu ostvaren prebačaj plana i rast. Od početka godine „ulistano“ deset novih kupaca.

Metalac print će prvi kvartal 2015. godine završiti sa realizacijom prodaje u iznosu od 600.000 evra, što u odnosu na plan iznosi 91%, a u odnosu na isti period prošle godine 92,3%. U strukturi realizacije interni kupci, odnosno preduzeća u okviru Metalac grupe učestvuju sa 58%, dok je ostatak realizovan na eksternom tržištu.

Još krajem prošle godine, direktor Metalac printa Predrag Lazović, je zbog direktne vezanosti proizvodnje ambalaže za plasman posuda na ruskom tržištu bio vrlo skeptičan u pogledu davanja prognoza za internu realizaciju ove godine, uz konstataciju da se šansa za rast mora tražiti u plasmanu eksternim kupcima.

Realizacija ostvarena na internom tržištu u prva tri meseca ove godine je 20% ispod plana i u odnosu na prvi kvartal 2014. ima pad od 17%. Prodaja ambalaže na eksternom tržištu je bila

uspešnija, pa je tako plan realizovan 111%, odnosno 9% više nego u prvom kvartalu 2014.

-U prva tri meseca prisutan je značajan pad realizacije u segmentu ofset ambalaže i dekora namenjenog najvećem kupcu tj. Metalac posuđu. Ukupna realizacija u ova dva segmenta iznosi 71% u odnosu na isti period prošle godine. Na eksternom tržištu situacija je bolja, saradnja sa Metalac proleterom daje vidljive rezultate u pridobijanju novih kupaca, tako da je od početka godine „ulistano“ deset novih. Imajući u vidu da je diferenciranost proizvodnje sve veća u delu transportne ambalaže namenjene Metalac posuđu, u narednom periodu akcenat će biti stavljen na povećanje efikasnosti i produktivnosti proizvodnje u tom segmentu. S tim u vezi, formiran je LEAN tim koji do početka maja ima zadatak da napravi plan rada sa definisanim aktivnostima i rokovima, i ujedno predloži poboljšanja - kaže Lazović.

DOBAR POČETAK TEŠKE GODINE

Kvartal završen ostvarenjem plana i rastom u odnosu na isti period prošle godine. Asortiman proširen linijom malih kućnih aparata pod brendom Sigma.

Po oceni direktora Dragana Tomića stanje na tržištu Srbije je, kao što je i predviđao, lošije u odnosu na isti period prošle godine. Razlozi su ekonomsko-političke prirode, kako unutrašnje tako i spoljašnje što je već svima dobro poznato. Pa ipak, Metalac trejd je realizovao plan za prvi kvartal 2015, s tim što će ostvarena razlika u ceni biti par procenata ispod plana.

- Zaostajanje razlike u ceni je posledica veoma nepovoljnih dešavanja sa deviznim kursom, međuv valutnim pomeranjima i sl. Dolar je ojačao u odnosu na dinar 35% , a u odnosu na evro 27% što je najgora moguća kombinacija koja deluje na našu profitabilnost. Ipak, ostvarenim u prvom kvartalu možemo biti sasvim zadovoljni - rezimira prvi kvartal ove godine direktor Tomić.

U nastavku godine u Trejdu ne očekuju poboljšanje makroekonomske situacije, već naprotiv sve teže uslove privređivanja. U cilju anuliranja negativnih delovanja u okruženju i ispunjenja postavljenih ciljeva proširena je ponuda uvođenjem nove linije proizvoda pod brendom Sigma, a to su mali kućni aparati (mikseri, pegle, usisivači, tosteri...) koji se već mogu naći u Metalčevim prodavnicama. Ne mogu da se ne spomenu i redovne mesečne, ali

i tematske jednodnevne ili višednevne akcije u cilju pospešenja prodaje kroz lanac prodavnica Marketa i Metalurgije, ali i lojalni akcije sa velikim sistemima od kojih su već neke dogovorene.



DOBAR START U LOŠIM USLOVIMA

Plan ispunjen 101%, a u odnosu na isti period prošle godine ostvaren rast od 5%. Ostvarenje maloprodaje sa 11% iznad plana bolje od veleprodaje koja je plan ostvarila 90%. Sa dolaskom turističke sezone nada u bolje tržišne uslove.

Po oceni direktora Metalac marketa u Podgorici Čedomira Ralevića, postalo je pravilo da se početkom svake godine ponavlja ista konstatacija koja glasi „ova godina će biti teška...“ To se sa pravom može reći i za početak ove 2015. godine. U Crnoj Gori trgovina je jedina grana privrede koja radi, tako da je ponuda roba sve veća, a potražnja svakim danom pada jer su primanja sve manja, a raste i broj nezaposlenih.

Uprkos svemu, naše preduzeće u Podgorici je uspeo da ostvari plan 101% i sve više učvrsti svoju poziciju na tržištu. Prvi kvartal, koji je ujedno i najteži za trgovinu beleži rast od 5% u odnosu na isti period prošle godine. U maloprodaji, koja u ukupnoj realizaciji učestvuje sa 60%, plan je ispunjen 111% i ostvaren je rast od skoro 7%. Za razliku od maloprodaje, u veleprodaji je realizacija 10% ispod plana i 8% ispod ostvarenja u prva tri meseca 2014. Pad prometa u veleprodaji posebno je osetan u primorskim gradovima kao posledica vansezona i smanjenog broja potrošača iz Rusije i Ukrajine čije je učešće u kupovini sa 40 palo na 20%.

-Teškoće u poslovanju se gomilaju. Česta je praksa osnivanja novih preduzeća od strane lica koja su u blokadi, sudovi su nedovoljno efikasni pa je sve teža naplata potraživanja putem menice. Na tržištu je sve veće prisustvo razne robe sa damping cenama, a u uslovima kada je standard stanovništva nizak sve je teže održati poziciju na tržištu. Zato su kontinuirane promotivne aktivnosti i akcije neophodne. Istovremeno radimo na uređenju objekata i što atraktivnijem i kvalitetnijem izlaganju robe. Nadu u budućem periodu uliva i najava izgradnje auto-puta Podgorica - Mateševo i od ove investicije očekujemo povećanu potrošnju. Takođe ulazimo i u turističku sezonu za koju se već sada predviđa da neće biti dobra jer je u martu izostalo tradicionalno opremanje apartmana posuđem. Sve u svemu, predstoji nam težak period u kom ćemo morati maksimalno da se angažujemo kako bi očuvali stečenu poziciju i ostvarili ciljeve za ovu godinu - kaže Ralević.

IZNAD PLANA I SA RASTOM

U prva tri meseca plan ostvaren 110%, rast u odnosu na isti period prošle godine 10%. U nove objekte preseljene prodavnice u Kragujevcu i Čupriji, sledeći Aleksinac. Prvi put u poseti fabrici u Milanovcu skoro svi Marketovi trgovci.

Naš maloprodajni trgovinski lanac u Srbiji za prva tri meseca 2015. realizovao je 2,2 miliona evra što je 10% iznad plana i isto toliko više u odnosu na ostvarenje u istom periodu prošle godine. Postignutoj realizaciji doprinele su i dve jako uspešne akcije organizovane u saradnji sa Metalac posuđem i Trejdom pred Božić i Mladence što je uticalo da ostvarenja u januaru i martu budu značajno iznad planiranih.

Ostvarena razlika u ceni beleži nešto slabiji rezultat i tu je plan ostvaren 97%, dok u odnosu na isti period prošle godine beleži pad od 2%. Međutim, kada se u obzir uzmu i učešća dobavljača u akcijama koje su organizovane ukupno ostvarenje je 6% bolje u odnosu na prvi kvartal 2014. godine.



Otvaranje prodavnice u Čupriji

Trend pada prodaje na kredit se nastavlja pa su nam planirani prihodi od kamata u ovom periodu ostvareni sa 91% i 8% su niži nego u istom periodu prošle godine, ali sa druge strane imali smo rast učešća gotovinske prodaje, a samim tim i priliv novca u ovom periodu. Kada su programi naših zavisnih preduzeća u pitanju rezultati su uglavnom dobri pa smo zahvaljujući akcijama sa Posuđem i Trejdom ostvarili rast prodaje ovog asortimana, i to 7% kod posuda i 10% kod Trejda. Sudopere takođe beleže rast za 8% iako početak godine nije sezona prodaje ovih proizvoda. Jedini program koji ima pad su bojleri, koji su u odnosu na isti period prošle godine pali 10%. Istakao bih i značajan rast programa šporeta i peći na čvrsto gorivo koje nabavljamo preko Metalurgije i gde je skoro pa dupliran promet u odnosu na isti period prethodne godine - rezimira kvartal direktor Metalac marketa Stojan Slović.

Proteklih meseci u Marketu su dosta bili angažovani na podizanju nivoa kvaliteta prodajnih prostora pa je tako u Kragujevcu jedna prodavnica preseljena u nov prostor dosta veće površine, kvalitetno opremljen i sa magacinskim prostorom dovoljnim za potrebe obe radnje u ovom gradu, dok je druga radnja u centru grada potpuno preuređena uz proširenje asortimana kvalitetne robe. Krajem marta i prodavnica u Čupriji je preseljena u nov lokal znatno veće površine čime je obezbeđen i prodajni i magacinski prostor za sve tri radnje u Pomoravlju (Jagodina, Paraćin i Čuprija). Radovi na sređivanju prodavnica se nastavljaju i sledeći na redu je Aleksinac gde je postavljanjem lifta u radnji obezbeđen pristup magacinskom prostoru čime je oslobođen prostor za kompletno preuređenje objekta.

Direktor Slović je siguran da će sve navedeno, kao i kontinuirane prodajne aktivnosti u saradnji sa dobavljačima rezultirati rastom posla i pozitivnih ostvarenja u nastavku godine.

DRUŽENJE SA POSLOVOĐAMA I TRGOVCIMA

Iako nisu svi došli, nije bilo moguće smestiti prodajnu silu Metalac marketa na jednu fotografiju

Poslednjeg dana februara rukovodstvo Metalac marketa je po prvi put u Milanovcu ugostilo sve svoje trgovce zaposlene u 52 radnje širom Srbije. I dok su poslovođe bile na sastanku, za trgovce je organizovan obilazak proizvodnje, kao i izlet u manastir Vračevšnica. Sve zajedno na svečanoj večeri pozdravio je generalni direktor Metalca, a potom je u izvrstnoj atmosferi druženje u restoranu „Vidikovac“ nastavljeno uz muziku i nastup pevačke grupe KUD-a „Šumadija“.



PROLETEROVE PRODAVNICE SVE USPEŠNIJE

Zaključno sa prvim kvartalom 2015. plan realizovan 112%. U odnosu na isti period prošle godine rast prometa od 18%. Otvoren nov maloprodajni objekat u Ljigu i još jedan u našem gradu, u naselju Grobnice. Nastavlja se sa modernizacijom prodajnih objekata i edukacijom zaposlenih.

Metalac proleter će prvi kvartal 2015. po svemu sudeći završiti sa realizacijom 12% iznad planirane. Plan je prebačen najviše zahvaljujući rastu maloprodaje gde se na kraju prvog kvartala očekuje realizacija 15% veća od prošlogodišnje u istom periodu. Rast prometa prati i rast ostvarene razlike u ceni pa tako u odnosu na isti period prošle godine Proleter beleži rast prometa od 18% i rast razlike u ceni od 15%.

Iako su tržišni uslovi nepromenjeni, za Proleter je godina počela zadovoljavajuće. U planu nam je da u mesecima koji dolaze kroz razne programe edukacije zaposlenih i konstantnu modernizaciju i uređenje objekata, podignemo nivo usluge u našim prodavnicama i da zadovoljstvo potrošača pretočimo u njihovu lojalnost. Nakon uspešno završene lojalni akcije sa Metalac trejdom, nedavno je krenula i nova, po prvi put u saradnji sa Metalac posuđem.

OTVORENE JOŠ DVE PRODAVNICE

Sredinom marta Metalac proleter je otvorio svoj novi maloprodajni objekat u Ljigu. U pitanju je moderan minimarket sa oko 70 kvadratnih metara prodajnog prostora prilagođen savremenom načinu kupovine. Prvog dana aprila otvorena je još jedna Proleterova prodavnica u Gornjem Milanovcu u ulici Natalije Carevic br. 53 u naselju Grobnice.

Pošto su, zbog neprofitabilnosti u 2014. zatvorene prodavnice u Belom polju, Crnući i na zelenoj pijaci u Gornjem Milanovcu, Metalac proleter sa novoootvorenim sada ima 42 maloprodajna objekta.

Za sada smo zadovoljni odzivom potrošača - rezimira Jelena Luković, generalna direktorka Metalac proletera.



U prisustvu rukovodstva Metalca i prvih potrošača, prodavnicu u Ljigu simboličnim presecanjem vrpce otvorili predsednik odbora direktora Prof. dr. Stevo Janošević i generalni direktor Metalac proletera Jelena Luković.

NEZADOVOLJNI POČETKOM GODINE

Za prva tri meseca realizacija 12% ispod plana i sa padom od 5% u odnosu na prvi kvartal prošle godine. Rast zabeležila jedino maloprodaja sa prodavnicama širom Vojvodine. U planu otvaranje prodavnice u Vršcu i preseljenje radnje u Subotici u bolji lokal. Tek od druge polovine godine u Metalurgiji očekuju nešto bolju situaciju.

Po oceni generalnog direktora Metalac metalurgije, Marka Šarenca 2015. godina je počela dosta loše. Tržišne uslove karakteriše opšti pad tražnje, smanjena kupovna moć, umanjene penzije i plata i sve je praćeno opštom nesigurnošću.

Naše preduzeće u Vojvodini za prvi kvartal očekuje realizaciju oko 12% ispod plana, a do 5% ispod prošlogodišnje u istom periodu. Najveći podbačaj zabeležile su terenska (sindikalna) prodaja i to za oko 30% i veleprodaja za nekih 20%. Realizacija ostvarena kroz prodavnice biće na nivou plana i sa rastom od 10% u odnosu na prošlogodišnje ostvarenja u istom periodu. Akcijski dani posuda i Sigme u januaru i martu uticali su da se značajno podigne učešće ovih programa u ukupnoj realizaciji, ali i da maloprodaja ostvari rast.

U ovom tromesečju nemamo se mnogo čime pohvaliti, no ne očekujemo nista lakši ni drugi kvartal ove godine. Od jula očekujemo nešto čistiju situaciju, ali i sve nelojalniju konkurenciju jer se svakim danom sve više prometa roba i usluga seli u sive kanale. U narednom periodu veći fokus stavićemo na sopstvenu maloprodaju pa tako u drugom kvartalu planiramo otvaranje prodavnice u Vršcu, koja će biti 20. u lancu i time je praktično svaki grad u Vojvodini pokriven našom maloprodajom. Nerentabilne prodavnice moramo ili učiniti rentabilnim ili zatvoriti i ujedno raditi na većoj atraktivnosti objekata. Prva će biti Subotica gde pro-

davnicu selimo u veći lokal i na boljoj lokaciji - zaključuje Šarenac.

Posredstvom prodavnica Metalurgije realizacija Metalčevih programa u odnosu na isti period prošle godine je ostala na istom nivou, sa izuzetkom posuda koje je porastlo 3% i robe Metalac trejda koja beleži rast od 10%. U veleprodaji svi programi beleže pad, a najviše posude zbog prestanka rada sa Merkatorom, koje sada radi direktno sa Metalac posuđem. Inače, učešće programa Metalčevih preduzeća u ukupnoj realizaciji je 47%, dok je u realizaciji prodavnica njihovo učešće preko 55%.





BEZ POMAKA NA BOLJE

Ulazimo u treću godinu zastoja ruskog tržišta i smanjenog plasmana naših proizvoda na ovom tržištu. Ni 2015. nije donela promenu i poboljšanje u odnosu na prethodne dve godine u kojima je realizacija bila ispod plana. Prva tri meseca ove godine završavaju se sa podbačajem u odnosu na, inače skromniji, plan za nešto manje od 50%, dok je u odnosu na isti period prošle godine ostvareno svega 37%. Očekuje se potpisivanje ugovora sa nekoliko sistema maloprodaje u Rusiji i Kazahstanu.

Stanje na tržištu Rusije je bez promena na bolje. Poslovni ambijent je i dalje izuzetno složen, devalvacija rublje je visoka, na strani stanovništva prisutan je veliki pad kupovne moći i uzdržavanje od potrošnje. Sve u svemu, tržišne aktivnosti su u popriličnom padu, a sve je praćeno i velikom političkom nestabilnošću.

Ni ostvarenje Metrota, koji je 2014. završio sa realizacijom duplo manjom od planirane, na početku ove godine ništa bitno nije promenjeno, pa će tako na našem najvećem izvoznom tržištu prvi kvartal biti završen sa ostvarenjem planirane realizacije od 49%. U odnosu na isti period prošle godine, realizovano je svega 37%.

-Bazni program u našem plasmanu je i dalje emajlirano posuđe, ali radimo na uvođenju u prodaju i aluminijumskog programa

posuđa kao i inox posuđa. U narednom periodu očekujemo potpisivanje ugovora i početak rada sa nekoliko sistema maloprodaje u Rusiji i Kazahstanu. U pitanju su maloprodajni sistemi prehrambenih proizvoda i bele tehnike gde ćemo se potruditi da kroz aktivan rad sa njima pronademo i mogućnosti za povećanje obima prodaja bojlera na ovim tržištima. Situacija je i dalje vrlo složena, ali verujemo da će drugi kvartal proteći u pokušajima da se tržište stabilizuje. Mi ćemo za to vreme planirati aktivnosti ne bi li spremni dočekali početak sezone sredinom avgusta - poručuje Milan Vujović, direktor Metalčevog preduzeća u Moskvi.

metalac UKRAJINA U UKRAJINI 60% PLANIRANOG

Dalji pad privredne aktivnosti, pad potrošnje, inflacija, devalvacija grivne i povećanje nezaposlenosti uslovi su u kojima se i dalje posluje u Ukrajini. Ostvarena dobra prodaja sudopera uz najavljen plasman bojlera preko najvećeg internet prodavca. U maju nastup sa sajmu Aqua Therm u Kijevu.

Više od godinu dana na teritoriji Ukrajine traju nemiri, politička i ekonomska nestabilnost, koji se po svemu sudeći nastavljaju i u ovoj godini. Naše preduzeće u Ukrajini preživljava u vrlo teškim uslovima za rad i promenjenoj strukturi potrošnje stanovništva. Izuzetno nestabilna situacija u zemlji odrazila se i na naše poslovanje na ovom tržištu tako da se prva tri meseca 2015. završavaju sa 60% planirane realizacije.

-Prvo tromesečje obeležila je devalvacija nacionalne valute od 35% u odnosu na kraj 2014, a u jednom trenutku devalvacija je iznosila i čitavih 200%. Dalji pad privredne aktivnosti, pad potrošnje, inflacija i povećanje nezaposlenosti uslovi su koje imamo u Ukrajini od početka godine. Takođe, došlo je i do povećanja carinskih stopa na uvoz robe od dodatnih 5%. Situacija je i dalje vrlo složena, ali se trudimo da funkcionišemo i u takvim uslovima

- objašnjava Vladimir Ponjavić, direktor Metalac Ukrajine.

U proteklom periodu na ovom tržištu izdvojila se dobra prodaja sudopera preko internet prodavnice Rozetka, najvećeg ukrajinskog internet prodavca, na čije stranice su nedavno „ulistani“ i Metalčevi bojleri i čija prodaja se očekuje u narednim mesecima. Za sledeći mesec u planu je nastup na sajmu Aqua Therm u Kijevu koji se održava od 12. do 15. maja i na kom će biti izloženi bojleri i sudopere.

promometal POČETAK GODINE ISPOD PLANIRANOG

Na tržištu hrvatske realizacija 30% ispod planirane, u odnosu na isti period prošle godine pad od preko 20%. Izuzetno loši tržišni uslovi i niska kupovna moć stanovništva obeležili prvi kvartal.

Uprkos tome što je prošla godina bila najbolja od osnivanja Promo-metala i sa najvećim prometom ostvarenim na hrvatskom tržištu, 2015. nije počela tako dobro. Kriza je i dalje sveprisutna i još uvek nema vidljivih znakova oporavka ovog trzista, čije su glavne odrednice još uvek poskupljenja, opadanje kupovne moći stanovništva, nezaposlenost i opšta nelikvidnost.

Ovakva situacija, ali i izostanak većih lojalni akcija u velikoj meri su uticali da ostvarena realizacija iznosi svega 70% plana što je ujedno i pad od preko 20% u odnosu na isti period prošle godine. U strukturi prodaje, posuđe je i dalje najzastupljenije i njegovo učešće iznosi 75%, dok oko 20% odlazi na sudopere, a ostatak čine proizvodi Trejda i Metalac bojlera.

-Nismo zadovoljni ovakvom realizacijom, ali se nadamo boljem ostvarenju u narednim mesecima, tu prvenstveno mislim na dogovor nekih novih akcija koje bi značajnije uticale na povećanje prometa. Istovremeno, u planu nam je i konačno startovanje sindikalne prodaje kojom bi obezbedili dugoročan rast i stabilnije poslovanje. U svemu tome od velike pomoći će biti i novi informacioni sistem koji smo uveli početkom 2015, a koji bih izdvojio kao veću investiciju - kaže direktor Promo-metala Aleksandar Jelić.

UPRAVLJANJE OTPADOM

Ispunjeni nacionalni ciljevi za upravljanje ambalažnim otpadom

Na nivou Metalca a.d. u 2014. godini ukupno je plasirano na tržište: papir/karton - oko 348 t, plastika - oko 31 t, metal - oko 1,5 t i drvo - oko 171 t.

Obaveze upravljanja ambalažom plasiranom na tržište Republike Srbije prenete su na ovlašćenog operatera Sekopak d.o.o. - Beograd putem pojedinačnih ugovora sa zavisnim društvima.

Prema obaveštenju operatera opšti/pojedinačni ciljevi definisani Nacionalnom strategijom upravljanja otpadom za period, a koji se odnose na 2014. godinu, su ispunjeni u potpunosti.

Upravljanje otpadom koji ima opasne karakteristike

Tokom 2014. godine ovlašćenim operaterima je, osim mulja posle prečišćavanja voda emajlirnice (542.060 kg), predato još 49.071 kg ostalih vrsta opasnog otpada (rabljeno ulje, električni i elektronski otpad, opasna ambalaža, krpe i pucval kontaminirani uljem, ...) za šta je plaćeno 125.267 evra.

Revizija Plana upravljanja otpadom Metalca ad i ZD

Metalac a.d., kao proizvođač otpada, doneo je septembra 2011.

RAZVRSTAVANJA OTPADNIH MATERIJALA

Od 01. aprila nova pravila za upravljanje komunalnim otpadom. Krajnji cilj kome težimo je da nema komunalnog otpada iz proizvodnih i poslovnih prostorija.

Činjenica je da je u toku 2014. godine JKP Gornji Milanovac iz kruga Metalca odvezlo 1.800 m³ otpada. Izraženo u tonama, godišnje se iz Metalca izveze više od 270 tona komunalnog otpada. Za iznošenje smeća na lokaciji Kneza Aleksandra 212 u prošloj godini platili smo 2.316.820 dinara.

Realna je pretpostavka da se mogu valorizovati deo kartona, papira, polietilenske folije, streč folija, polipropilenske trake, staklena ambalaža, ostaci drveta, sitnija plastična ambalaža, manji delovi metala, elektroprovodnika i ostalog, što čini preko 60% težine ili preko 80% ukupne zapremine komunalnog otpada u Metalcu.

Za realizaciju plana eliminacije sadašnjeg obima i količine komunalnog otpada po pogonima obezbeđen je dovoljan broj kanti (kontejnera). U njima će se odlagati primarno razvrstani materijali, koji će se nakon toga odvoziti do komunalnog ostrva. U poslovnom centru primarno će se po kancelarijama odvajati papir, a spratno plastika i PET.

Zaposleni imaju zadatak da svaki od navedenih materijala koji nije više upotrebljiv u procesu odlože u posudu koja je namenjena za taj materijal.

Na komunalnom ostrvu je od 1. aprila raspoređen radnik koji prima razvrstane otpadne materijale iz pojedinih poslovnih celina samo u toku prve smene radnim danom. On će pored istovara i odlaganja otpadnih materijala po potrebi vršiti i sekundarnu selekciju na zato predviđenom mestu.

Na komunalnom ostrvu predviđena je izgradnja natkrivenog prostora za sekundarnu selekciju otpada.

plan upravljanja otpadom, koji je sadržao objektivni opis trenutne situacije upravljanja otpadom u okviru Metalca a.d. i ZD. Planom su identifikovani najakutniji problemi u upravljanju otpadom, postavljeni ciljevi za razvoj i poboljšanje postojećeg sistema za upravljanje otpadom, a preko njih i identifikovane odgovarajuće mere za unapređenje zaštite životne sredine.

Planom upravljanja otpadom Metalca a.d. i ZD definisani su opšti ciljevi - rešavanje problema u oblasti zaštite životne sredine, poboljšanje kvaliteta života osiguravanjem željenih uslova životne sredine i očuvanjem prirode zasnovane na održivom upravljanju životnom sredinom, odnosno razvijanje održivog sistema upravljanja otpadom u cilju smanjenja zagađivanja životne sredine i degradacije prostora.

Na bazi opštih, definisano je 8 pojedinačnih ciljeva sa 41. planiranom aktivnošću koje su u trogodišnjem periodu u potpunosti realizovane.

Metalac a.d. je novembra 2014. definisao revidirano izdanje (3) Plana upravljanja otpadom, koji će, nakon donošenja pojedinačnih ciljeva i aktivnosti, biti verifikovan za naredni period od tri godine.

Sprovođenje plana sveobuhvatnog upravljanja otpadom u Metalcu, sa akcentom na minimiziranje komunalnog otpada, imaće višestruke pozitivne efekte koji će se ostvariti kroz:

- značajno poboljšanje uslova za očuvanje neposredne okoline i ŽŽS uopšte
- smanjenje izdvajanja za odnošenje komunalnog otpada
- povećanje prihoda od prodaje korisnih otpada
- uređenje prostora i radne okoline
- poštovanje Zakona o ŽŽS.



Deca iz vrtića uče da recikliraju. Verujemo da će uskoro moći da vide kako to rade i stariji u Metalcu!

PODRŠKA TAKMIČENJU ZA NAJBOLJU TEHNOLOŠKU INOVACIJU

Metalac će biti domaćin drugog polufinalnog takmičenja planiranog za 4. decembar u Gornjem Milanovcu.

Takmičenje za najbolju tehnološku inovaciju u Srbiji održava se 11. put. Organizator je Ministarstvo nauke u saradnji sa Privrednom komorom Srbije, Radio-televizijom Srbije i Fakultetom tehničkih nauka iz Novog Sada. Cilj takmičenja je promovisanje inovacionog kapaciteta i preduzetničke klime u Srbiji, kao i pomoć potencijalnim i postojećim „high-tech“ preduzetnicima koji su spremni i sposobni da sopstvene ideje iznesu na tržište.

Kompanija Metalac želi da podstakne organizaciju ovogodišnjeg takmičenja i motiviše inovatore iz Šumadije, ali iz cele Srbije da na njemu učestvuju. Nakon eliminatornih krugova i višemesečne

obuke bićemo domaćini drugog polufinalnog takmičenja planiranog za 4. decembar u Gornjem Milanovcu.

„Kao kompanija koja godinama podstiče zaposlene na inovativnost i koja ovakve projekte smatra duštvno odgovornim Metalac nema dilemu da iz senke na svetlo dana treba da izađu svi koji imaju ideje, inovativni pristup i preduzetnički duh, da takve ljude i projekte treba javno popu-larisati i naravno nagraditi“ - navodi se između ostalog u pismu podrške generalnog direktora Metalca, Petrašina Jakovljevića.



LEP POČETAK DESETE GODINE POSTOJANJA FONDACIJE

U prva tri meseca 2015. zaposleni u okviru Metalac grupe dobili su ukupno 11 dece, od čega 6 dečaka i 5 devojčica.

Ovogodišnji broj novorođene dece je na nivou prošlogodišnjeg u istom periodu kada je prvi put ostvaren blagi rast posle par godina u kojima se prvo tromesečje uglavnom završavalo sa 7-8 rođenih beba.

Tri porodice su dobile prvo dete, dok je u ostalim rođen drugi naslednik. Rođeni su i jedni blizanci, koji su u porodici Jelene Arsić zaposlene u Metalac marketu u Jagodini prvo i drugo dete.



DUŠAN VUKOVIĆ NOVI PREDSEDNIK SAMOSTALNOG SINDIKATA

Nakon 13 godina na čelu ove organizacije, dosadašnji predsednik Aleksandar Sretenović je sa skoro 43 godine radnog staža otišao u penziju.

Na redovnoj izornoj skupštini Samostalnog sindikata održanoj 6. februara za novog predsednika odabran je Dušan Vuković u mandatnom periodu 2015-2020. Funkciju mu je predao Aleksandar Sretenović, koji je vodio samostalni sindikat 13 godina.

Izabran je i novi Nadzorni odbor Sindikata sa Jugoslavom Simićem kao predsednikom, dok su članovi Mileta Tomašević iz Metalac posuđa i

Radibor Obradović iz Metalac a.d.-a. Skupštini su prisustvovali i Rade Maksimović, predsednik opštinskog veća, Radoslav Aničić, predsednik regiona Zapadne Srbije, Milutin Nikitović, predsednik samostalnog sindikata FRA Čačak i Radovan Zarić, predsednik Nezavisnog sindikata Metalca. Oni su se zahvalili dosadašnjem predsedniku na izuzetnoj saradnji i angažovanju, a novom poželili uspeh i dobre rezultate.



DRUŠTVENA ODGOVORNOST PODIŽE SNAGU BRENDRA

Uz fotografiju kojom najavljujemo da proleće i ove godine stiže u Metalac, evo izvoda iz pisma potrošača koje rečitije govori o snazi Kompanije nego što bismo to sami uradili. Pismo nam je pre par nedelja poslao gospodin Marko Stojanović.

Draga kompanijo Metalac,

Danas sam posetio Tempo market obavljajući uobičajenu mesečnu kupovinu. Zastali smo kraj grupe tiganja kako bi razmotrili mogućnost da kupimo novi i zamenimo neki od starih, već dotrajalih tiganja, kada me je više nego prijatno iznenadila situacija koju sam zatekao. Gledajući vaše proizvode, jasno i izražajno u oko je zapala informacija o ekološkoj i društvenoj odgovornosti vaše kompanije kada je reč o proizvodnji posuđa. Veoma sam se začudio i na trenutak pomislio da li je to moguće, jer nisam do sada često nailazio na proizvode domaćih kompanija koje svoj marketing zasnivaju na informacijama o društvenoj odgovornosti, što je za svaku pohvalu i u koraku sa vremenom u kojem živimo. Bez previše razmišljanja odlučio sam se za vaš proizvod...

Smatram da ovime pokazujete izrazitu i nesvakidašnju odgovornost u odnosu na kompanije sa ovog prostora i mislim da ćete sa ovakvim stavom imati zagarantovani, još veći napredak u budućnosti. Mislim da predstavljate primer odgovornog poslovanja za druge kompanije i da treba da se ugledaju na vas...



Redakcioni odbor:

Petrašin Jakovljević, Radmila Todosijević i Nadica Vujić-Mitrović
Grafčki dizajn: Ana Krsmanović, Štampa: GRAFOPRINT, G.Milanovac

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