

Bilten

metalac
AD

br.236_godina XXVIII_decembar_2015

2016



KONAČNO GALERIJA PROIZVODA PO MERI KOMPANIJE

Stari kancelarijski prostor iznad restorana pretvoren u moderno opremljen show room za sva Metalčeva proizvodna društva sa prostorom za prezentacije, edukacije i sastanke.

NAGRAĐA ZA DOPRINOS RAZVOJU SRPSKE PRIVREDE

Generalnom direktoru
Metalac a.d. Petrašinu
Jakovljeviću nagradu je
uručio predsednik PKS
Marko Čadež.

Nagrade I priznanja Privredne komore Srbije dodeljena su 23. decembra na svečanoj sednici Skupštine PKS kolektivima i pojedincima za postignuti uspeh u poslovanju i doprinos unapređenju razvoja srpske privrede. Osim Metalca, ističemo preduzeća koja su dobila nagrade povodom svojih velikih jubileja: Heineken Srbija Zaječar, za 120 godina uspešnog poslovanja, Zavod za javno zdravlje Leskovac za 85 godina, Arriva Litas Požarevac za 70 godina, Kadinjača Užice za 70 godina, Institut za higijenu i tehnologiju mesa Beograd, za 60 godina, Rudarski institut Beograd za 55 godina uspešnog poslovanja.... Sednici I svečanoj dodeli priznanja prisustvovao je i ministar privrede Željko Sertić.

Metalac je ovom nagradom još jednom svrstan među zaslužne za razvoj i unapređenje privrede Republike Srbije. Poslednji put kompanija je ovu nagradu PKS dobila 2006. godine povodom 150 godina postojanja Privredne komore Srbije.



U OVOM BROJU:

VUKADINOVIĆ STVARATELJ STOLEĆA

PROFESOR ĐURIČIN 25 GODINA SA METALCEM

JAKOVLJEVIĆ: UZBRDICA IMA KOLIKO I NIZBRDICA

PRIZNANJE RADMILI TODOSIJEVIĆ

REALIZACIJA KAO U 2014.

NADOMEŠTEN PAD NA RUSKOM TRŽIŠTU

FAD UŠAO U PORODICU METALAC

NAGRAĐA „MOJ IZBOR” FONDACIJI METALAC

SOPSTVENI POSLOVNI PROSTOR U PODGORICI

235 RADOVA NA KONKURSU „NOVE USPOMENE”

PROLETER LIDERSKI ULAZI U JUBILEJ

REKORDNIH 55 BEBA U 2015.

MI NEĆEMO POSUSTAJATI

Poštovani radnici Metalca,

Iskreno sam veoma zadovoljan kako izlazimo iz 2015. godine, imajući na umu sa kakvom smo strepnjom u nju ušli. Uspeli smo dosta da nadoknadimo gubitak plasmana na nekim tržištima, posebno ruskom, da održimo punu uposlenost radnika i redovno servisiramo sve svoje obaveze. Procenjujemo da će ukupna realizacija Metalac grupe u 2015. biti 68,6 miliona eura - isto koliko i u prethodnoj godini, ali 3% ispod plana.

Kao što i sami vidite, ima mnogo stvari čije je kretanje teško prognozirati. Ulazimo u 2016. sa planom da blago rastemo od 2 do 5%, mada lično ne bih bio nezadovoljan ako bismo 2016. ponovili 2015. Mnogo je neizvesnosti. Prihodi u javnom sektoru se ne povećavaju. Najavljeno je novo smanjenje broja zapos-

lenih, otpuštanje u javnom sektoru... uz to svetski problemi čije nam posledice, eto, prolaze kroz dvorište, jasno pokazujući da ne možete biti izvan sveta.

Mi nećemo posustajati. Iako je sve teže materijalizovati napore na novim, ali i na postojećim tržištima – mi ostajemo dosledni istini da svojom sudbinom moramo sami upravljati. I koliko god da je teško, ne sumnjam da ćemo uspeti. Zato se odmorite i pripremite za nove izazove već od 11. januara 2016.

Želim vam da u dobrom zdravlju i veselom raspoloženju provedete Novogodišnje i Božićne praznike, okruženi onima koji vam najviše znače u životu.

Petrašin Jakovljević



Petrašin Jakovljević, 10 godina na mestu generalnog direktora Metalca a.d.

UZBRDICA IMA KOLIKO I NIZBRDICA

Jedna istorijska fotografija i danas slikovito podseća na trenutak kad je, aprila 2005. godine, Dragoljub Vukadinović, uz simbolične tri koverta za krizne situacije, predao dužnost generalnog direktora svom dugogodišnjem saradniku Petrašinu Jakovljeviću. Deset godina kasnije, Jakovljević kaže da još uvek sebe vidi kao deo tima i da je najponosniji što Metalac i dalje ima visoku reputaciju.

Mislim da kao generalni direktor mogu da budem zadovoljan kako smo se proteklih deset godina izborili sa svim izazovima. Presudnom mi se čini reorganizacija i decentralizacija na više društava 2006. Tim činom smo regrutovali mnogo više kadrova, podstakli jedan takmičarski duh među preduzećima i obezbedili veću fokusiranost svakog rukovodioca na razvoj svog biznisa.

2006. pojavili smo se na tržištu bojlera, a potom napravili fabriku i pustili je u rad 2009. Iako u veoma nesretnom trenutku za osvajanje tržišta, 2008. smo pustili u rad i fabriku kompozitnih materijala koju nije bilo jednostavno održati zbog sveopšte krize, ali koja upravo sada daje rezultate.

Koliko god da je već 2007. godina bila vanserijska po poslovnim rezultatima, mora se priznati da je opuštanje veoma kratko trajalo i da su već 2008. i 2009. donele opasnu glavobolju i neizvesnost!

Tačno je da smo 2007. imali ekspanziju na svim tržištima i onda vam se učini da sve možete. Ali eksplozija krize 2008. i pad svih rezultata 2009. nas je vratio nazad i iznova grubo osvestio istinom da nizbrdica ima koliko i uzbrdica i obrnuto. Tako smo već od 2010. počeli oporavak sa stalnim postepenim rastom, da bismo se 2012. i 2013. opet vratili na pozicije iz 2007. Ali, zato već 2014. opet počinje recesija koja je nastavljena i u ovoj godini.

Čime ste posebno zadovoljni?

Generalno, mi smo se ipak posle 2009. brzo povratili i, mada sa više napora, uspeali da održavamo pristojan tempo u poslovanju. Smatram da smo dosta dobro razvili trgovinski lanac a pre svega Metalac market, koji je postao respektivna trgovina. Posle niza godina koje su bile potrebne da se prevaziđe zaostalost i iskristališe pravac razvoja, Proleter je veoma stabilno rastao i razvio se. Zado-

voljan sam i što smo kupili FAD i lično verujem da će posle Metalac posuđa, on biti druga tačka oslonca kompanije. Naravno, za to je potrebno vreme, upornost i dodatna ulaganja. Već sada fabrika je ušla u fazu stabilnog poslovanja sa zaradom, kao i fabrika sudopera. Trenutno je možda u najvećim problemima Metalac Print, ali se održavaju i dobar su servis drugim proizvodnim društvima.

Da li ste za ovih 10 godina otvorili bar jednu od 3 simbolične koverta koje Vam je takođe predao predsednik Vukadinović i da li ste uopšte na to nekad pomislili?

Te koverta još stoje, nijedna nije otvorena i ne nameravam da to učinim. Iako pretpostavljam šta u njima piše, nisam nijednu morao da otvorim. I nadam se da ću svom nasledniku preneti neotvorene koverta.

Lično sam zadovoljan. Uspevamo da zadržimo nivo biznisa i nivo profitabilnosti i uposlenosti.

Dodatno, sačuvana je dobra visoka reputacija Metalca u Srbiji i to nam je nabolji marketing. Ljudi poklanjaju poverenje Metalcu, jer mi puno ulažemo u razvoj i zajednicu. Stvarno smo firma sa visokom reputacijom i to je očigledno gde god da odemo.

Puno vodim računa da se na najpravedniji način opredele sredstva za sve zainteresovane strane (radnike, vlasnike, širu zajednicu). Voleo bih da možemo više, ali ovo je radno intenzivna grana, a mi pritom još uvek istrajavamo u nizu aktivnosti po kojima smo već dobro poznati: stipendiramo naše studente, isplaćujemo premije, kao i sredstva za bebe, sport i omladinu; za rehabilitaciju radnika... radničke sportske igre...ekologiju, bezbednost...

Metalac veoma široko deluje, i mislim da to očekuju i zaposleni i zajednica u kojoj svi živimo, ali i akcionari su svesni da takve aktivnosti doprinose reputaciji i ukupnom zdravlju kompanije.

SAMO ONI KOJI SE ODVAŽE STVARAJU ISTORIJU

Upravo u godini u kojoj je obeležio 40 stvaralačkih godina u Metalcu, od kojih više od 25 na njegovom čelu, stigla je informacija da je Dragoljub Vukadinović među dobitnicima velike nagrade za životno delo u preduzetništvu pod nazivom „Stvaratelji za stoljeća” na području Centralne i Jugoistočne Evrope.

„Komitet za dodjelu nagrada i priznanja donio odluku o dodjeli VELIKE NAGRADE SA ZLATNOM LENTOM ZA ŽIVOTNO DJELO U PODUZETNIŠTVU „STVARATELJI ZA STOLJEĆA“ i uvaženom gospodinu DRAGOLJUBU VUKADINOVIĆU“ – glasilo je obaveštenje iz Hrvatske pristiglo sredinom novembra. „Svečanost dodele nagrada bit će održana u Dubrovniku, u martu 2016. godine u okviru III Regionalnog samita poduzetnika Srednje i Jugoistočne Evrope 300 NAJBOLJIH“.

Naime, Nagrada za životno delo u preduzetništvu dodeljuje se preduzetnicima koji su u kontinuitetu svoje karijere ostvarili posebne rezultate, koji su doprineli razvoju zajednice u kojoj žive i rade, te koji su vlastitim primerom inspirisali druge da vlastitim radom, znanjem i kreativnošću nesebično doprinose razvoju i boljoj budućnosti celokupne zajednice. Među 411 kandidata iz 9 zemalja, u više krugova selekcije, nagrade se dodeljuju u pet kategorija, uz poseban značaj kategorije „Nagrada za životno delo u preduzetništvu”.

Odluku o laureatima doneo je međunarodni Komitet za dodelu Nagrada i Priznanja „STVARATELJI ZA STOLJEĆA” kojeg čine istaknuti stručnjaci za ekonomiju, marketing, finansije i preduzetništvo, iz Nemačke, Austrije, Hrvatske, Slovenije, Srbije, BiH, Makedonije i Kosova. Predsednik Komiteta od 15 članova je prof. dr. Siniša Zarić.

Program svečanosti dodele nagrada i priznanja događa se u sklo-



pu Trećeg Regionalnog samita poduzetnika Srednje i Jugoistočne Evrope 300 NAJBOLJIH i Međunarodnog panela eksperata pod nazivom „KUDA IDE SVJETSKA EKONOMIJA – EKONOMIJA BUDUĆNOSTI” koji se od 3 do 5. marta održavaju u Dubrovniku. „Opređenje organizatora je da se, upravo na tom skupu, javno oda priznanje i široj javnosti skrene pažnja na velike vizionare i lidere sutrašnjice...”.

“Organizatori procenjuju da će na Summitu sudjelovati preko 400 uspešnih ljudi. O značaju i mogućnostima razvoja poduzetništva govorit će više od 60 stručnjaka kao i uspešni poduzetnici iz regije, među kojima i Branko Roglič, osnivač i vlasnik ORBICO grupe koja posluje u 17 zemalja (Hrvatska) i Dragoljub Vukadinović, kreator gospodarskog čuda poznatog pod nazivom METALAC (Srbija)”... objavljeno je na uvodnoj web stranici Konferencije.

Danas u sedištu Kompanije sednice organa upravljanja svih akcionarskih društava u okviru Metalac Grupe

UZ SEDNICE I OBILAZAK METALAC FAD-A

Nakon sednica Odbora direktora Metalac Metalurgije a.d. i Metalac Proleter a.d. biće održana i sedma sednica Nadzornog odbora Metalca a.d. Glavna tema svih sednica je usvajanje biznis planova i konsolidovanog biznis plana za sva društva za 2016. godinu, kao i razmatranje finansijskih izveštaja za 11 meseci 2015.

Svi članovi Uprave će sa predsednikom Kompanije Dragoljubom Vukadinovićem ovu priliku iskoristiti za obilazak i upoznavanje sa novim članom porodice Metalac – preduzećem Metalac FAD, kao i obilazak novog show room-a i renoviranog restorana.





Prof. dr Dragan Đuričin

SA METALCEM 25 GODINA

Sve je počelo septembra 1990. godine na stručnom susretu sto privrednika i univerzitetskih profesora u Beogradu, kada je tadašnji direktor Metalca Dragoljub Vukadinović zapazio jednog mladog, uverljivog i ambicioznog docenta i odmah bio siguran da baš takav akademski gabarit treba Metalcu. Ime profesora Ekonomskog fakulteta u Beogradu dr Dragana Đuričina postalo je u međuvremenu veoma poznato u stručnim i poslovnim krugovima. Što se Metalca tiče, ovaj stručnjak za stratejski menadžment i upravljanje projektima, inače zamenik predsednika Nadzornog odbora Metalca, jedan je od aktera ključnih odluka u razvoju naše kompanije poslednjih 25 godina.

Kakvo je Vaše sećanje na prvi susret sa Metalcem?

Dragoljuba Vukadinovića i njegov tim sam upoznao krajem 1990. godine. Kada je uprava Metalca najavila sastanak, to sam doživeo kao izuzetnu priliku za razmenu mišljenja sa uglednim ljudima iz domena poslovne ekonomije i biznisa i pionirima privatizacije u privredama u tranziciji. U to vreme sam radio kao docent na Ekonomskom fakultetu i sarađivao sa Vladom na pitanjima privatizacije. Ponuda uprave Metalca da se uključim u rad organa korporativnog upravljanja za mene je predstavljala veliki izazov i, na neki način, profesionalnu satisfakciju. Od prvog trenutka nisam imao nikakvu dilemu u vezi sa prihvatanjem ponude. Međutim, imao sam dilemu da li zaslužujem tu poziciju. Taj me osećaj prati do danas i podstiče da pratim dostignuća iz oblasti poslovnog upravljanja koja su relevantna za Metalac.

Ako biste kompaniju Metalac danas uporedili sa tom prvom slikom – koje promene Vam deluju najupadljivije, a koje razlike smatrate suštinski ključnim iz stručnog ugla?

Posle 25 godina mentalitet je isti, što je posledica iste vrste liderstva. Njegove glavne komponente su posvećenost razvoju, poštovanje partnera, ekonomska racionalnost, domaćinski duh i respektovanje širih društvenih interesa. Međutim, zbog dinamičnih promena u okruženju, ostanak na toj putanji je zahtevao strukturno prilagođavanje kompanije. Srbija je tokom celog tog perioda bila u regresiji, ali je liderstvo kompanije bilo usmereno na Evropu, što je omogućilo održiv rast i razvoj. Glavne promene, kauzalno

i hronološki, bile su: početak privatizacije preuzimanjem kapitala od strane zaposlenih, investiranje u stratejsko prilagođavanje, završetak privatizacije, organizaciona promena, uvođenje ERP softvera, internacionalizacija poslovanja i inkluzivan razvoj. Zahvaljujući tim promenama, kompanija je ostvarila konkurentsku prednost u odnosu na regionalne konkurente i postala značajan učesnik na tržištu Evrope i Ruske Federacije.

Šta smatrate najvažnijim za dalji strateški održivi razvoj Metalca, imajući na umu turbulentno stanje na makro planu? Na šta biste nam posebno skrenuli pažnju?

Danas je tržište možda još vrednija aktiva nego nekada. Razlog su dramatične promene izazvane globalnom strukturnom krizom, čije su glavne manifestacije rast duga, migracije stanovništva i terorizam. Ekonomske mere borbe protiv krize, kao što su ekspanzivna monetarna politika i finansijalizacija ekonomije, predstavljaju osnovu za pojavu novih spekulativnih balona, koncentracije bogatstva i uzdržavanja od investiranja u realnu ekonomiju. Da bi se "plivalo sa krizom" u uslovima hiperkonkurencije i socijalne nestabilnosti, neophodno je imati agilan, motivisan i efikasan tim. U prethodnom periodu rad na unapređenju humanog kapitala je predstavljao suštinu stratejskog repozicioniranja kroz diversifikaciju. Metalac danas ima efikasan i efektivan menadžerski tim na svim nivoima, sposoban da odgovori na nove izazove. Što se mene tiče, i danas, kao i prvog dana, sebi postavljam pitanje: da li zaslužujem poziciju koju imam u mom Metalcu!

Na svečanoj sednici Privredne komore Kraljevo

NAGRADA RADMILI TODOSIJEVIĆ

„Njeno ime je odavno postalo sinonim finansijske discipline u kompaniji Metalac i metafora racionalnog domaćinskog odnosa. Radmila Todosijević je neodvojivi deo jednog izuzetno uspešnog tima koji je tokom proteklih 25 godina proveo Metalac kroz teška vremena i presudno doprineo njenoj višegodišnjoj reputaciji jedne od najzdravijih srpskih kompanija. Osim stručnosti, Radmilu Todosijević krase apsolutna posvećenost i odanost Kompaniji više od 40 godina, a pre svega poštenje i poverenje koje ukazuje drugima i koje bezrezervno očekuje od ljudi koji je okružuju” – kaže se, između ostalog, u obrazloženju.

Regionalna privredna komora Kraljevo dodelila je sredinom decembra na svojoj svečanoj sednici nagrade za uspeh u poslovanju u 2015. godini. Uz konstataciju da u Raškom i Moravičkom okrugu ima rasta industrijske aktivnosti, ali da proizvodnja još nije na nivou iz 2013. godine, poseban značaj imaju ona preduzeća i pojedinci koji predstavljaju svetlu tačku i primer uspešnosti.

Osim Radmile Todosijević, izvršnog direktora za finansijske poslove, ljudske resurse i logistiku Metalca a.d. egrade za uspeh u poslovanju dobili su i generalni direktor kompanije „Sloboda“ Zoran Stefanović, generalni direktor ugostiteljskog preduzeća

„Morava“ iz Čačka Verica Kostić, suvlasnik preduzeća „Master Tehniks“ iz Kraljeva Radmila Đurović, i Slađana Pantović, vlasnica i glavni dizajner modne kuće „P.S. Fashion“ iz Čačka.

Najboljim preduzećima sa područja dva okruga, za 2015. godinu proglašeni su sjenička „Divlja reka“, kraljevački „Avioprom 2011“ i „Tehnograd inženjering“, gornjomilanovački „Spektar“ i hladnjača „Frigomil“ iz Kotraže u lučanskoj opštini.

Nagrade je uručio Petrašin Jakovljević, predsednik RPK Kraljevo.

Zadovoljstvo ostvarenjem Metalac posuda je utoliko veće kada imamo na umu da je na početku 2015. izgledalo gotovo nemoguće nadomestiti dalji veliki pad prodaje na ruskom tržištu. Ipak, pokazalo se još jednom da samo upornost i fokusiranost na pronalaženje rešenja – stvarno i donose rezultat.

- Kada se uzmu u obzir sve otežavajuće okolnosti i na domaćem tržištu i u izvozu, možemo zaista biti zadovoljni. U situaciji kad je na rusko tržište otpremljeno tek nešto više od 50% prošlogodišnje vrednosti izvoza, onda je jasno koliko smo morali da nadomestimo na drugim tržištima, uključujući i domaće. Iako će ukupna realizacija biti oko 3% ispod plana, smatram uspehom što smo dostigli ostvarenje iz prošle godine – kaže Tamara Đurović, komercijalni direktor Metalac posuda.

Od 23 aktivna tržišta najveći realni rast imali su BIH, Francuska, SAD, Finska, Nemačka, Češka, pa i Izrael, uz, naravno, nezamenljiv doprinos domaćeg potrošača jer tržište Srbije, sa svega 2,5 miliona domaćinstava, učestvuje čak 39% u ukupnoj realizaciji Metalac posuda. Tako se prodajna sila našeg najvećeg preduzeća pokazala dolasom veoma složenoj situaciji.

Što se prodaje na domaćem tržištu tiče, nakon izuzetno uspešne akcije sa Grand kafom na kraju 2014. bilo je teško i zamisliti da se godina može ponoviti sa istim uspehom. Zato se u 2015. ušlo sa skromnijim planom, ali ostvareno je 8,35 miliona eura, 1% više od naizgled nedostižne 2014. i 19% preko plana. Presudne su bile kontinuirane loyalty akcije sa svim velikim sistemima, uključujući i izuzetno uspešnu akciju sa DTL-om koja još uvek traje i čak 2 akcije sa sistemom DIS. Najveće pojedinačno učešće, međutim, i dalje imaju 73 prodavnice Metalac širom Srbije.

Što se izvoza tiče, sve je bilo u duhu stava da se mora pojačati prisustvo na postojećim tržištima i paralelno ući u nova. Raduje, međutim, rast koji beleže neka Ex YU tržišta, a posebno tržište BIH, koje je favorit po učešću u izvozu. Sa rastom u Sloveniji i Crnoj Gori i očekivanjima od tržišta Hrvatske i Makedonije, moglo bi se reći da će Ex YU izvesno ostati posebno važan tržišni region. Paralelno je očigledno da reputacija Metalca kao pouzdanog i kvalitetnog proizvođača, konkurentnog u zadovoljenju najrazličitijih zahteva ino-kupaca i rokovima isporuke – rezultira ozbiljnim rastom na tržištima Francuske, SAD, Finske, Nemačke, Češke, Izraela....

- Široko diversifikovan portfolio proizvoda, kao i prodaja na mnogim tržištima, uz fleksibilnost proiz-

Nova organizacija prodaje

Idući u susret realnim potrebama pozicioniranja posuda Metalac na tržištu Ex YU i specifičnostima rada za poznatog kupca na drugoj strani, napravljena je nova organizacija komercijale Metalac posuda sa tri prodajne divizije. Prodajom na Ex YU ili tzv. „Adriatik“ regiji rukovodi Danijela Filipović, dok prodajom po zahtevu kupca van ovog regiona rukovodi Ivan Igrutinović. Administracijom i analizom za ove dve prodajne divizije bavi se služba kojom rukovodi Dejan Đorđević.

vodnih kapaciteta, pokazali su se kao efikasno oružje protiv naglih padova tražnje. Na tome nameravamo da baziramo strategiju i za naredni period. Razvijaćemo našu sposobnost da proizvodimo ručno rađene artikle uz optimalne proizvodne troškove, a tako da kapacitetom zadovoljimo tržišne potrebe. Pažljivom politikom cena moramo zadržati tržišno učešće a istovremeno obezbediti i dovoljnu maržu da pokrijemo troškove i ispunimo očekivanja akcionara – komentariše direktor Metalac posuda Aleksandar Marković, u očekivanju još jedne neizvesne godine sa daljom oscilacijom valuta, kako u Rusiji, tako i u svetu, što utiče na isplativost biznisa, ali i na tražnju na pojedinim tržištima.

Marković takođe podseća da konkurenti Metalac posuda nisu proizvođači, već trgovci koji svoju robu nabavljaju uglavnom na Dalekom istoku. Zato nasuprot niskim operativnim troškovima, ostvaruju velike marže, iz kojih obezbeđuju velike budžete za marketing. Tako se dešava da nam ne konkuriše samo posuđe, već i drugi artikli iz domena pokućstva (tekstil, jastuci, mali kućni aparati...) jer zauzimaju mesto na akcijskoj polici, a i u džepu potrošača koji je sve plići.

- Ipak, naša snaga je upravo u tome što smo domaći proizvođač, koji kvalitetom, inovativnom ponudom i kratkim rokom može da pobedi u tržišnoj utakmici – zaključuje direktor Marković.

Proizvedeno 5,2 miliona posuda

Planovi ispunjeni a rast u odnosu na 2014. bio za 8,5% finansijski i 12% komadno.

Od 5,2 miliona proizvedenih jedinica 85% je emailirano posuđe, 6,5% non-stick i svega 1,5% inox posuđe. Dnevno se u proseku proizvodilo 21.500 jedinica. Ukupna vrednost proizvodnje je bila 22,7 miliona eura.

Tokom cele godine smo imali povećanu potražnju klasičnog emailiranog posuda. Kako bismo povećali kapacitete u proizvodnji radili smo unutrašnje emailiranje određenog asortimana klasičnog posuda na automatima. U ovoj godini na automatima smo ukupno uradili 410.000 jedinica klasičnog emailiranog posuda.

U 2015. godini smo završili planirane Lean i 5S projekte. Nakon završenih Lean projekata na dekoru i pakeraju povećali smo produktivnost na tim mestima za 12%. Osim Lean-a u proizvodnji je tokom godine uspešno završeno 16 „5S“ projekata.



USPELI SMO DA NADOMESTIMO PAD NA RUSKOM TRŽIŠTU!

Sa ukupno 21,5 miliona eura Metalac posuđe je uspeo da ostvari realizaciju kao u 2014. godini. Rast od 1% na domaćem i pad od 1% na ino tržištima, samo naizgled jednostavno iskazuju veoma složenu situaciju u 2015. godini, u kojoj su učinjeni ogromni naponi da se nadomesti dalji veliki pad prodaje na najvećem izvoznom tržištu – Rusiji.



I nagrada
Nina Čačković



II nagrada
Studiolar



III nagrada
Jelena Bošković



Ozra Ursić i kolektiv NJI3

NA REGIONALNOM KONKURSU „NOVE USPOMENE“ 235 RADOVA IZ 10 ZEMALJA

Prva nagrada dodeljena Nini Čačković iz BIH za kolekciju „One two three“, druga nagrada pripala je kolektivu „Studiolar“ iz Grčke, za rad „Graphitecture“, dok je treća nagrada otišla u ruke Jelene Bošković iz Srbije za rad „Birdy nam nam“.

Specijalne nagrade stručnog žirija dobili su i: Teja Kleč iz Slovenije za rad „Od Vardara do Triglava“, Dženan Hajrović, Samir Mavrić i Sead Nailović iz Srbije za kolekciju „Modern etno i retro“, Ozana Ursić i kolektiv NJI3 iz Hrvatske za rad „Yu cook“, dok je specijalnu pohvalu stručnog tima „Metalac“ dobila Ana Čuzović iz Srbije za rad „Paunica“.

Podsećamo, konkurs „Nove Uspomene“ raspisan je u saradnji sa organizacijom Mikser i Balkanskom dizajnerskom mrežom, sa ciljem da dobijemo redizajn naših kulturnih modela klasičnih posuda i njihov novi život u savremenom kontekstu. Konkurs je, nakon produžetka, završen u oktobru, a najbolje predloge je odabrao stručni žiri koji čine eminentni regionalni eksperti za grafički i industrijski dizajn i komunikacije: Slavimir Stojanović (grafički dizajner, Srbija), Ivana Borovnjak (industrijski dizajner, Hrvatska), Nikola Radeljković (industrijski dizajner, Hrvatska), Slobodan Jovanović Caba (grafički dizajner, Srbija), Jelena Matić (industrijski dizajner, profesorka Šumarskog fakulteta), kao i stručni timovi „Miksera“ i „Metalca“.

Najbolji autori će dobiti ne samo novčane nagrade, već i trodnevnu stručnu praksu u Metalac posudu, kao i poklon set sa aplikovanim nagrađenim dekorom. Takođe, u okviru sajamskog nastupa u Frankfurtu u februaru 2016, deo postavke će biti posvećen izložbi „New ideas – new memories“. Pre toga, uz dodelu nagrada najboljim, 26. januara u galeriji Mikser House-a biće predstavljeno čak 30-ak radova koji su privukli pažnju žirija, a najavljene su i izložbe na dizajn festivalima u regionu.

Posle ovog konkursa još je teže reći šta će biti uspomene novih generacija. Sudeći po radovima, skrivena emotivna matrica budućih potrošača je reklo bi se, više tradicionalna, bez obzira na protok vremena i smenu generacija. To su pokazali ne samo predlozi već i komentari pojedinih umetnika. Evo kako kreativni tim iz Hrvatske Ozra Ursić, Dina Milovčić, Tessa Bachrach, koji su dobitnici specijalnog priznanja, pojašavaju svoj pristup za kolekciju YU_Cook:

- Podneblje u kojem živimo bogato je kulturnim nasleđem, vizualno najjače izraženim kroz karakteristične nošnje i primjenjene dekore. Istraživanjem je uočen romb kao zajednički element tradicionalnog dekora ovog podneblja. Izdvajanjem i interpretiranjem tog specifičnog elemenata stvorene su nove, suvremene forme. Na posudu su primjenjena dva uzorka, po jedan sa svake strane. Prikaz s jedne strane posuda simbolizira prošlost dok je druga strana njegova suvremena inačica. Četiri boje odabrane za dekore (Plava, zelena, ljubičasta i narančasta), skup su kolorita Balkana koji simboliziraju prirodne ljepote krajolika... Svi drveni elementi su zamišljeni kao potpuno odvojivi od samih posuda... Poklopci, koji ujedno mogu biti i podmetači, sadrže silikonske brtve zbog sigurnijeg nasjedanja na posude. Poklopac šerpe je funkcionalno oplemenjen rotacijskim elementom koji omogućava kuhanje u potpuno ili djelomično zatvorenoj posudi... Ovom sintezom korisnik proizvoda dobiva višeslojito iskustvo koje je najbitnije u procesu pripreme hrane te samog blagovanja.

FACEBOOK STRANICA METALAC POSUĐA I U HRVATSKOJ

Za četiri meseca oko 7.000 fanova sa kojima razmenjujemo informacije, komentare, sugestije...

Svet se preselio na internet komunikaciju. Blogovi i društvene mreže su postale nezamenljiv vid komunikacije, pa je potpuno prirodno što je Metalac sve aktivniji u svom virtuelnom okruženju i što su ovi kanali postali deo integrisanih marketing komunikacija kojima se planski upravlja.

Posle Srbije, od septembra 2015. godine Metalac ima i svoju Facebook stranicu za tržište Hrvatske. Stranica je za nepuna četiri meseca okupila oko 7.000 ljubitelja i korisnika posuda Metalac,

sa kojima je u svakodnevnoj virtuelnoj komunikaciji i razmeni iskustava.

Ovaj vid komunikacije doprinosi unapređenju proizvoda i usluge, na bazi komentara, sugestija i kritika, i širenju baze podataka o aktuelnim i potencijalnim potrošačima. Iako implicitno utiče na povećanje prodaje, osnovni cilj ove komunikacije je razvijanje svesti i lojalnosti kad je reč o brendu Metalac, pre svega kod mlađe populacije.



METALAC OTKUPIO KOLEKCIJU DEČJIH MINIJATURA

Kompanija Metalac je i ovog puta podržala sve nagrađene Šestog Dečjeg bijenala minijature i otkupila jednu kolekciju – prave šerpe sa tufnama i lončići otišli su autorima, a za uzvrat će, nakon svih izložbi, u naš show-room stići minijaturno posude Metalac koje su kreirali i napravili učenici učiteljice Jelene Acović: Veljko Bašić, Mihailo Simović, Bogdan Marjanović i Jovan Rajić.

Minijaturni bijenale dečjeg likovnog stvaralaštva svečano je otvoren u Likovnoj galeriji 17. novembra. Da su deci ovakve prilike zaista potrebne, potvrdilo je više od 1200 radova mladih autora, uzrasta od 6 do 19 godina, iz skoro svih škola opštine Gornji Milanovac, ali i iz cele Srbije.



TUFNE RADE SAME

Koliko je čudesna privlačnost Metalčevih tufnica pokazala je i prva loyalty akcija sa lancem DTL kroz više od 550 objekata, od kojih se u 300 nalaze štenderi sa našim posuđem. „Sakupljajte markice za tufnice“ poruka je ove akcije koja se završava u januaru i koja će, već sada je očigledno, biti jedna od najuspešnijih loyalty akcija do sada.

PREZENTACIJA EKSPRES LONCA U KUHINJI MAXI ALONSO

Prve subote u decembru, u kuhinji Maxi ALONSO u Beogradu, potrošači su imali priliku da vide i saznaju sve što ih zanima o ekspres loncima Metalac, njegovim prednostima i održavanju, kao i da uživo prisustvuju pripremi hrane. Presentacija je najavljena na FB stranici Metalca i Maxija, a video snimak sa prezentacije možete videti na Youtube kanalu Metalac posuda. Kuvar iz Metalca pripremio je juneću čorbicu koju su posetio degustirali. Inače, u Maxi objektima je u toku akcija sa 50% popusta na ekspres lonac od 5 i 9 litara, koja traje do 27. januara 2016.



NIKAD BLIŽI POTROŠAČU

Uspešna saradnja sa DIS-om nastavila se i u poslednjem kvartalu 2015, četvrtom po redu loyalty akcijom, ovog puta na ekskluzivnoj liniji emaljiranog posuda „Milenijum“. U poslednjem kvartalu počele su i loyalty akcije u saradnji sa Sinagomom iz Sombora na liniji „MILA“, zatim sa DTL-om kroz čak 300 objekata na području Srbije sa linijom „TUFNICE“, kao i sa Amanom na liniji „RETRO PLUS“, kao dopunom asortimana iz prve akcije.

Zahvaljujući dobrim rezultatima iz prve polovine godine, sredinom oktobra nastavljene su loyalty akcije u saradnji sa Mojom radnjom i Metroom na linijama aluminijumskog posuda sa nelepljivim premazima. IDEA i RODA su ponovile prošlogodišnju prime time akciju na „Granit line“ posudu.

U saradnji sa Maxijem u drugoj polovini godine organizovane su dve prime time akcije i to na inox liniji „MEHRZER“ i na ekspres loncima od 5 i 9 litara. Kroz jedan preostali MERKUR objekat u poslednjem kvartalu u toku je akcija takođe na liniji inox posuda „KULINARIA“.

PORASLA LOJALNOST KUPACA IZ BOSNE I HERCEGOVINE

To potvrđuje činjenica da je tržište BIH u 2015. imalo najveće učešće među ex YU tržištima i najveći rast. Za ovakav uspeh posebno su zaslužna dva najveća kupca – Tržnica i Unitehna, ali loyalty akcije rađene su i sa drugim našim tradicionalnim kupcima.

Izraženim rastom i značajnim učešćem u ukupnoj realizaciji Metalac posuda izdvojilo se tržište BIH. Tu je u 2015. uspešno sprovedeno i nekoliko višemesečnih prodajnih akcija i to u saradnji sa kupcima sa kojima imamo tradicionalno dobro saradnju.

I u Hrvatskoj se čine naponi za boljim pozicioniranjem i rastom prodaje. Nakon jedne veoma uspešne akcije sa lancem PLODINE, od 1. decembra počela je nova akcija na dve Metalčeve linije.

POSETA KUPACA IZ REPUBLIKE SRPSKE

Krajem avgusta u trodnevnu posetu Metalcu došli su poslovni partneri iz Republike Srpske, ljudi sa kojima tradicionalno sarađuju sva naša preduzeća. Sveukupno oko dvadeset pet gostiju iz Tržnice, Unitehne i Tropika iz Banja Luke, Onogošta iz Sokolca, Zvorničanke iz Zvornika i Budućnosti iz Ugljevika. I ovog puta susreti su počeli komercijalnim sastancima, a nakon obilaska proizvodnih pogona, uspešan radni dan u Metalcu završen je svečanom večerom u opuštenu atmosferu u restoranu Lunjevica. Drugog dana posete za goste je organizovan obilazak manastira Ravanica i Manasija, zatim obilazak Resavske pećine i vodopada Veliki Buk.



RAST NA EKSTERNOM NEDOVOLJAN DA NADOMESTI PAD INTERNOG TRŽIŠTA

Na ukupan ishod najviše je uticao značajan pad realizacije u segmentu ofset ambalaže i dekora namenjenog Metalac posuđu, kao najvećem kupcu. U 2015. osvojeno 100 novih dekora, i proizvedeno 8,5 miliona preslikača i 8 miliona jedinica kartonske ambalaže

- Metalac print nije uspeo da ostvari planirani rast. Iako je realizacija ista kao i 2014. godine, plan je ostvaren tek sa 88%. Od ukupno 2,65 miliona eura 53% je ostvareno prodajom roba i usluga internim kupcima, tj. preduzećima Metalac grupe. U apsolutnom iznosu interni kupci su „povukli“ tek 89% prošlogodišnje realizacije. Naravno, najveći uticaj imao je pad realizacije u segmentu ofset ambalaže i dekora namenjenog Metalac posuđu, kao najvećem kupcu.

Sa druge strane, na eksternom tržištu ostvareno je 99% plana uz 16% rasta u odnosu na 2014. Zahvaljujući dodatnim naporima i kolegijalnosti Metalac proletera kao članice mnogo većeg sistema DTL, „ulistano“ je 30 novih kupaca, pa je eksterna prodaja saradivala sa ukupno 150 kupaca u 2015. Za očekivati je da ovako proširena mreža značajno doprinese rastu u narednoj godini iako će, realno, najveći uticaj i dalje imati najveći kupac Metalac posuđe – procenjuje direktor Predrag Lazović.

Uz redovnu proizvodnju i nove ideje

Tehnički direktor Veljko Vukadinović izveštava da je u 2015. godini proizvedeno i prodato 8,5 miliona sličica u preko 280 različitih dekora. Po zahtevu kupaca osvojeno je 97 novih dekora od kojih je 63 ušlo u redovnu proizvodnju. U toku je izrada uzoraka za sajam u Frankfurtu 2016, i to 10 rešenja koje je dao dizajn studio, kao i 7 rešenja odabranih na konkursu „Nove uspomene“. Urađena je i prezentovana studija o razvoju i mogućnostima dekoracije porcelana i keramike.

Proizvedeno je 8 miliona komada kartonske ambalaže, od čega 35% u ofset tehnologiji, a ostatak čine transportne kutije. Više od četvrtine proizvedenih jedinica isporučeno je zavisnim preduzećima, a ostatak na eksternom tržištu.

Uveden je „LEAN production sistem“ na radnim centrima: sloter, lepilica i magacin za kutije Metalac posuđa, kao i u pogonu preslikača. Svi proizvodni po daci se sada direktno elektronski unose.



Tim Metalac Printa predstavlja mogućnosti dekorisanja porcelana i keramike

U 2016. planirano je proširenje magacinskih kapaciteta koji bi trebalo da ubrzaju procese i obezbede bolju protočnost repromaterijala i gotove robe.

- Uz uvažavanje objektivnih faktora na koje nismo mogli da utičemo i očekivanje bolje 2016, svim radnicima se zahvaljujem na trudu i posvećenosti i ujedno čestitam predstojeće novogodišnje i božićne praznike – poručio je direktor Metalac printa Predrag Lazović.

KONAČNO GALERIJA PROIZVODA PO MERI KOMPA NIJE

Stari kancelarijski prostor iznad restorana pretvoren u moderno opremljen show room za sva Metalčeva proizvodna društva sa prostorom za prezentacije, edukacije i sastanke. Show room ima i kuhinju od Granmatrixa za promotivne aktivnosti Metalac posuđa.



Ono što smo dugo godina priželjkivali imajući na umu sve širi portfolio proizvoda svih Metalčevih fabrika i gusti raspored poseta poslovnih partnera – konačno je postala realnost. Izložbena postavka celokupne ponude svih proizvodnih društava sada je na jednom mestu u renoviranom prostoru iznad restorana. Uključujući i stepenišni ulazni prostor, svi sadržaji su smešteni na oko 700 m², a obuhvataju i dve velike kancelarije za susrete sa strankama, kao i prostor za poslovne prezentacije i edukacije.

U okviru ovog velikog zahvata renoviran je posle skoro 25 godina i restoran za stranke.

Renoviranje celog objekta urađeno je po projektu studija „Linea“ iz Gornjeg Milanovca a glavni izvođač bila je „Interplet gradnja“, takođe iz Gornjeg Milanovca. Elektroinstalaterske radove i rasvetu uradile su kolege iz službe održavanja Metalac posuđa.

Domaće tržište je i dalje u padu. Stanogradnje u ovoj godini takoreći nije ni bilo. Povećanje cena zbog nestabilnosti kursa, uticalo je da se na domaćem tržištu pojačaju akcijske aktivnosti, među kojima i akcija „staro za novo“, kao i intenzivnija saradnja sa instalaterima – članovima „Kluba majstora Metalac“. Ali, sve to nije bilo dovoljno da se trend pada zaustavi.

Na tržištu ex YU Metalac bojler imaće u proseku isti nivo prometa kao u prošloj godini. Pad prodaje beleži se na tržištima Crne Gore i Slovenije, a rast na tržištima Makedonije, BiH i Hrvatske. Tržišta Češke i Slovačke su na nivou prethodne godine, ali zato je dupliran plasman u Rusiju, gde su, doduše, polazne pozicije bile niske u odnosu na mogućnosti.

„Upravo Rusija je tržište na koje Metalac bojler ozbiljno računa u 2016. godini. Već su sa Metrotom definisani zajednički ciljevi, zbog čega je planiran i nastup na sajmu Aqua Therm u Moskvi početkom februara. Takođe, u saradnji sa našim preduzećem u Ukrajini, potpisali smo ugovor sa kupcem iz Kijeva za koga se radi bojlera Klasa sa suvim grejačem, pod robnom markom „Willer“. Novo tržište je Bugarska, gde se radi celokupan asortiman bojlera, pod robnom markom „Tedan“. A pomenio bih i skroman izvoz na tržište Nemačke. To su tržišta na koje Metalac ozbiljno računa u sledećoj godini“ – kaže Zoran Ognjanović, novi direktor Metalac bojlera.

Program baterija za kuhinju i kupatilo pod robnom markom „Aquabi“ učestvuje sa 7% u ukupnom prihodu i pokazao se pravim potezom sa stanovišta rezultata prodaje i profitabilnosti. Najveći plasman

bio je na tržišta Crne Gore, Makedonije, BiH, Češke i Slovačke, a očekuje se da od sledeće godine baterije Aquabi stignu i na tržišta Hrvatske i Slovenije.

Tokom 2015. završena je oprema za zavarivanje kazana akumulacionih bojlera i započet projekat poboljšanja kvaliteta i produktivnosti u procesu, sprovođenjem „Lean“ metodologije, kojom su u procesu montaže već postignuti zavidni rezultati u povećanju produktivnosti.

Saradnja sa instalaterima, članovima „Kluba majstora Metalac“, nastavljena je i u 2015. godini. Ponovni susret sa onima koji su učestvovali u takmičenju u broju instaliranih bojlera zakazan je za 23. januar 2016. godine, kada će biti izvučene i zanimljive nagrade. Metalac bojler će i dalje razvijati ovu važnu mrežu saradnika i produženu ruku prodaje kao dugoročno važan posao.

„Za narednu godinu najavljen je rast realizacije od 7%, odnosno ukupna realizacija od 4 miliona eura, od čega 45% u izvozu. Planirali smo da unapredimo postojeći standardni program uz poboljšanje energetskih razreda, ali i da osvojimo proizvodnju bojlera velike litraže sa emajliranim kazanom; u planu su i osvajanje proizvodnje pritisnih malolitražnih bojlera i dalja unapređenja u proizvodnom procesu, ulaganjem u ljudske resurse i opremu. Posle sajma u Moskvi, u aprilu ćemo nastupati na Sajmu građevinarstva u Beogradu. Iako realno očekujemo velike razvojne izazove, imamo jaku veru da ćemo ciljeve ostvariti“ – poručio je Ognjanović uz čestitke svim radnicima povodom predstojećih praznika.

Metalac inko godinu završava zadovoljan laganim, ali kontinuiranim rastom. Tako je bilo i u 2015. godini, iako malo više zahvaljujući rastu izvoza. Učešće programa inox sudopera i dalje dominantno sa 65%, dok liveni polimeri učestvuju 35% i imaju tendenciju rasta.

Kao i prethodne godine, održana je stabilna saradnja sa starim kupcima. Ostvaren je ozbiljan napredak na tržištu Ukrajine, gde je krajem godine započeta saradnja sa još jednim kupcem, od koga pozitivne efekte očekujemo u narednoj godini.

Koliko je u prethodnoj godini za realizaciju livenih polimera bilo važno opremanje hotela u Petrogradu i Gare de l'est u Parizu, toliko je u 2015. presudan uticaj u ovom delu proizvodnje imalo opremanje studentskog doma u Londonu, koji je rađen preko firme Woodcraft.

„To je ujedno i najveći posao koji smo u ovoj godini odradili sa Granmatrix-om, dok je, sa druge strane, primetan pad posla na opremanju enterijera u Rusiji. Veliki broj poslova sa Granmatrix-om koje smo radili prethodne godine su bili namenjeni ruskom tržištu, što je imalo negativan uticaj na realizaciju“ – rekao je Vladan Stojković, direktor Metalac inka.

Asortiman livenih polimera namenjen je, naime, velikim specijalizovanim proizvođačima kuhinjskog nameštaja i firmama koje se bave enterijerom. Osim na tržištu Srbije, Metalac inko je prisutan i na tržištima zemalja potpisnica CEFTA sporazuma, na tržištu EU, kao i u Ukrajini.

Nastavljeno je širenje asortimana u programu granitnih sudopera – u drugoj polovini godine uvedena su dva nova modela – XQuadro 60 i XQuadro 1.5D, u standardne četiri boje. Realizacija granitnih sudopera je u porastu i na domaćem tržištu i u izvozu, gde posebno treba istaći rast izvoza u Češku i Ukrajinu. I za sledeću godinu se najavljuje nekoliko novih modela granitnih sudopera, uz proširenje palete boja.

U planu je uvođenje granitnih slavina u postojećim bojama sudopera. Granitne slavine će se uvoziti, a plan je da se prodaju isključivo u paketu sa sudoperama.

Od većih poslova na domaćem tržištu treba izdvojiti opremanje tržnih centara Aviv, i to u Beogradu, Pančevu i Zrenjaninu. Naravno, inko je opremio i novi showroom i restoran Metalca ekskluzivnim pultovima i umivaonicima u toaletima.

MANJE NEGO PROŠLE GODINE

Metalac bojler će 2015. godinu završiti 10% ispod plana i za 3% manjom realizacijom u odnosu na 2014.

I dok izvoz i ove ima godine ima rast za 12%, prodaja na domaćem tržištu i dalje trpi posledice sveukupne stagnacije u građevinarstvu. U 2016. fokus na razvoju novih proizvoda i agresivnijem nastupu na ino tržištima.

RAST I U 2015 – POMALO, ALI STALNO

Iako skromno, prihod raste iz godine u godinu, uprkos slaboj kupovnoj moći i padu u sektoru građevinarstva. I u 2015. rast realizacije će biti više od 2%. Napredak u plasmanu sudopera na tržište Ukrajine, a u Granmatrix-u najveći posao bio opremanje studentskog doma u Londonu.

FAD UŠAO U PORODICU METALAC

Novo zavisno društvo i 14. preduzeće Metalac grupe registrovano je pod korporativnim imenom Metalac FAD, ali je zadržano robno ime FAD za sve njegove proizvode. U najuže rukovodstvo Metalac FAD-a postavljeno su: Goran Mijatović na mesto direktora društva, Marina Jevtić kao komercijalni direktor i Goran Lučić kao tehnički direktor. Sada, nepuna 4 meseca nakon ulaska u dojučerašnju fabriku u komšiluku, pitali smo direktora Mijatovića kakva su početna iskustva i šta najavljuje za 2016. Mimo običaja, odgovore prenosimo taksativno, jer smatramo da svi zaposleni u Metalcu treba da razumeju aktuelnu poziciju i mogućnosti koje nam donosi kupovina ovog preduzeća

FAD ulazi u 55 godinu postojanja. Osnovan je 1961. godine u Gornjem Milanovcu kao „Fabrika automobilskih delova FAD” i pod tim imenom će poslovati sve do septembra 2015, kada prelazi u vlasništvo kompanije Metalac ad. Od samog osnivanja fabrika je specijalizovani proizvođač grupe sigurnosnih delova – zglobova, spona, vodica mosta, zglobova vešanja, oscilujućih ramena i izmenljivih podsklopova.

U FAD-u smo zatekli 187 zaposlenih i nivo prosečne mesečne realizacije od 205.000 evra. Ovaj broj zaposlenih nije bio održiv, imajući u vidu zatečeni nivo prometa. Uz pomoć rukovodilaca iz FAD-a, nastojali smo da napravimo što bolji izbor zaposlenih sa kojima ćemo startovati u novoosnovanoj firmi Metalac FAD.

FAD je u prethodne dve godine funkcionisao u stečaju, poslovanje je bilo otežano i najpozitivnija stvar je što smo ovde ipak zatekli određeni obim aktivnosti. Nismo gubili kontinuitet u radu. Sve naše aktivnosti bile su fokusirane na dva koloseka: sa jedne strane, servisirati sve postojeće kupce i obezbediti kontinuitet u proizvodnji i isporukama, a, sa druge strane, stvoriti što bolju osnovu sa koje ćemo startovati u 2016. godini. U tom kontekstu, značajno smo korigovali cene ključnih materijala u nabavci.

Izvršen je detaljan popis svih zaliha i osnovnih sredstava, kako bismo pouzdano utvrdili imovinu kojom FAD raspolaže. Izvršili smo defektažu opreme koja je bila van funkcije i pripremili plan remonta. Koliko je bilo moguće, uredili smo pogone i fabrički krug.

Zbrinuli smo velike količine opasnog otpada, koji je kumuliran u prethodnim godinama. Krajem oktobra imali smo resertifikaciju ISO/TS 16949 i ISO 9001 sertifikata, koji su neophodni u autoindustriji. Preduzeli smo sve aktivnosti kako bismo od januara prešli na novi informacioni sistem, koji je već implementiran u proizvodnim društvima Metalac grupe.

Na domaćem tržištu obišli smo sve značajne aktuelne i potencijalne kupce, kako bismo ih upoznali sa budućim planovima. Kontaktirali smo gotovo sve ino kupce sa kojima je FAD radio u prošlosti. Obišli smo i dva sajma značajna za ovu branšu – „Agrotehnika” u Hanoveru i „Automehanika” u Šangaju. Imali smo priliku da vidimo potencijalne kupce, ali i konkurente.

Utisak je da je reč o segmentu koji ima veliki potencijal, ne toliko na domaćem tržištu, koliko na ino tržištima. Istorijski posmatrano, FAD je oko 80% prihoda ostvarivao izvozom u preko 40 zemalja. Najznačajnije tržište bilo je Nemačka, u kojoj je ranije ostvarivana realizacija od 2,7 miliona evra na godišnjem nivou, a takođe treba istaći i Rusiju, Veliku Britaniju, Francusku, Italiju, Poljsku, Mađarsku, Rumuniju...

Posmatrano kroz asortiman proizvoda, najveći deo prihoda, oko 87%, ostvaruje se proizvodima namenjenim komercijalnim vozilima (kamionski program), a mišljenja smo da i traktorski program ima veliki potencijal, pre svega na domaćem i tržištima u regionu. Što se tiče konkurencije, jako je izražena. Nema direktnih domaćih proizvođača, ali su prisutni jaki proizvođači iz Turske, Italije, Nemačke.

U narednu godinu ulazimo sa ambicioznim planom da ostvarimo rast od oko 43% u odnosu na tekući nivo realizacije. Planiramo razvoj 30-ak novih proizvoda sa ciljem da pokrijemo najtraženije Mercedes modele, proizvedene 2012/2013 godine. Planiramo investiciju u čekić za kovanje, čime ćemo podići i nivo produktivnosti u pogonu kovačnice, ali i unaprediti naše potencijale na kovanju.

Sve što budemo preduzeli biće usmereno na dva ključna cilja, koji treba da rezultiraju u poboljšanju preformansi poslovanja, a to je rast produktivnosti i prihoda po zaposlenom i smanjenje troškova poslovanja. Sigurno ćemo nastupiti na najvećem svetskom sajmu u ovoj kategoriji, reč je o sajmu „Automehanika” u Frankfurtu, a sagledaćemo i potrebu nastupa na još jednom sajmu.

Pred nama je izazovna godina koja treba da donese preokret i da trend pada prihoda, koji je prisutan od 2012. godine, preokrene u rast. To se neće desiti samo od sebe, potreban je kontinuiran i koordiniran rad svih zaposlenih, od kojih očekujemo da usvoje sistem vrednosti Metalac grupe.

- Želim da se zahvalim zaposlenima na kooperativnoj saradnji u protekla tri meseca i da svima poželim srećnu Novu godinu, ispunjenu ličnim i profesionalnim uspesima – završna je poruka Gorana Mijatovića.

INAT, PATRIOTIZAM I VERA DA FAD MOŽE NAPRED

„Istina je da je naš projekat kupovine FAD-a prošao „kroz iglene uši”, ali ovo je ipak naš grad, a Metalac je već na Proleteru pokazao da ništa ne uzima da bi uništio, već naprotiv, da razvija, da ljudi imaju posla i da stvari idu napred. FAD nije ono što je bio pre deset godina, kada smo prvi put razmišljali da bude deo Metalčeve porodice. Jedina naša prednost sada je što nemamo obavezu ni prema kome. Sve knjige se zatvaraju, otvaraju se novi računi, zapošljavamo ljude i krećemo od nule. I imamo ime, jer FAD je ostao sinonim za kvalitet i na domaćem i na ino tržištu. To mora i dalje da se održava, ali mora se i investirati kako bi se povećala efikasnost” – rekao je Petrašin Jakovljević, generalni direktor Metalca, u razgovoru za Takovske novine 31. avgusta 2015, upravo u danu kada je uplaćeno svih 242 miliona dinara i u sudu overen ugovor kojim je Metalac a.d. zvanično postao vlasnik Fabrike automobilskih delova

Posredstvom 53 prodavnice u 41 gradu Srbije, Metalac market je u 2015. godini ostvario 10,38 miliona eura realizacije čime je prebacio plan za 17% i ostvario rast od skoro 18% u odnosu na prošlu godinu. Tempo rasta realizacije ne prati i rast razlike u ceni od 4% jer se sve više prodaje sa akcijskim popustima i sve manja je prodaja na odloženo plaćanje tako da se Market prilagođava situaciji na tržištu modifikovanim uslovima prodaje, kao i pojačanim promotivnim aktivnostima uz veće prisustvo na RTS-u.

Za kompaniju je posebno važno da je rasla prodaja svih Metalčevih proizvodnih programa. I ove godine, drugu godinu zaredom, najveći rast od čak 24% beleži prodaja sudopera. Prodaja programa Metalac bojlera beleži rast od 8,2% dok je prodaja robe Metalac trade-a rasla 3,7%. Za 2,8% porasla je i prodaja Metalac posuđa čime je premašena i izvanredna 2014. kada smo imali akciju sa Grand kafom.

Kad je reč o prodaji robe eksternih dobavljača rast se beleži na svim robnim grupama a najveći od čak 34% je ostvaren na programu čvrstog goriva. Ove godine, u ukupnoj realizaciji značajno je bilo i učešće od prodaje DVBT uređaja u postupku digitalizacije TV signala, gde je uz vaučere koje je država finansirala ostvareno preko 650.000 eura.

Uz sitna poboljšanja u softveru i delimično proširenje asortimana internet prodavnica je ostvarila promet od preko 10 miliona dinara sa rastom od preko 90%, pa će ovom kanalu prodaje u 2016. godini biti posvećena veća pažnja.

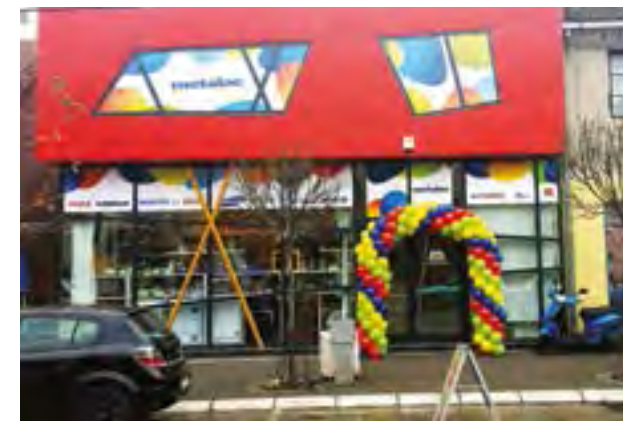
Širenje, renoviranje, modernizacija

Intenzivne aktivnosti na proširenju i renoviranju maloprodajnih objekata su nastavljene. U Kragujevcu je jedna prodavnica preseljena u znatno veći i bolji prostor, dok je druga, u samom centru preuređena novom opremom uz značajno proširenje asortimana. Prodavnica u Čupriji je takođe preseljena u novi prostor

Metalac trade završava 2015. godinu sa realizacijom 5% većom od planirane i 8% većom od ostvarene u 2014. U isto vreme ostvarena razlika u ceni je na nivou planirane i za 2,8% veća od prošlogodišnjeg ostvarenja. Ukupan ishod bi bio znatno bolji da nije bilo dramatičnog rasta kursa dolara prema dinaru za čak 30% i evru za 25%, što je bitno uticalo na konkurentnost proizvoda i profitabilnost.

„Ovakve kursne promene su najgora moguća varijanta za naše poslovanje i našu profitabilnost, jer rast realizacije ne prati i adekvatan rast razlike u ceni. I nadalje nam ne preostaje drugo nego da se maksimalno oslonimo na svoje interne resurse i racionalizaciju troškova, uz paralelno maksimalno angažovanje na unapređenju kvaliteta ponude, tj. asortimana, cena i servisiranja kupaca” – poruka je direktora Dragana Tomića.

Prilagođavajući se aktuelnoj situaciji na tržištu, Metalac trade sve više pažnje posvećuje promociji i aktivnostima unapređenja prodaje kroz loyalty pro-



površine preko 350 m2 sa višestruko širim asortimanom, kao i prodavnica u Paraćinu koja je dobila novi lokal od preko 300 m2. Time su obezbeđeni uslovi za maksimalno pozicioniranje našeg maloprodajnog lanca u Pomoravlju.

Otvorena je nova prodavnica u Trsteniku u samom centru grada sa površinom od 170 m2 uz funkcionalan magacin od 100 m2 koja je od samog početka krenula sa izvanrednim prometima.

Direktor Stojan Slović najavljuje nastavak aktivnosti na repozicioniranju prodavnica. Očekuje da će nakon dugog traganja nove i bolje pozicije dobiti sva 3 lokala u Nišu, kao i prodavnice u Valjevu i Šapcu. U planu je potpuno renoviranje lokala u Čačku koji je apsolutni rekorder u svakom segmentu među našim maloprodajnim objektima.

- Mislim da smo zaista uradili mnogo toga u 2015., kako ostvarenom realizacijom tako i proširenjem kapaciteta, stečenim iskustvom, ojačanim i kompletnim timom ljudi čime smo se pripremili za dalji rast u poslu kojim se bavimo. Očekujemo dobar poslovni rezultat na kraju godine - poručio je Slović.

grame. I u 2015. Trade je, u saradnji sa svojim odabranim kupcima, organizovao više akcija unapređenja kao i prezentacije svojih proizvoda, među kojima su i novouvedene linije malih kućnih aparata pod brendom Sigma, kojom je proširio svoju ponudu koja sada ima više od 1500 artikala.



RAST PRODAJE ZA 18% UZ MODERNIZA- CIJU LANCA

Iako je rast razlike u ceni znatno manji nego rast prodaje, u Metalac marketu su zadovoljni jer se veliki svakodnevni trud isplatio, imajući na umu stanje na tržištu, pritisak konkurencije i neophodnost stalnih akcijskih aktivnosti. Više prodavnica preseljeno na nove lokacije u veće, bolje i modernije opremljene lokale. Podignut nivo poznatosti, kupovine su učestalije, sa sve izraženijom naklonošću i poverenjem potrošača.

NEPOVOLJAN KURS USPORIO RAST

Metalac trade u kontinuitetu održava skroman rast prihoda uz realno manju dobit, pre svega zbog nepovoljnih kursnih razlika



UZ VELIKI JUBILEJ I LIDERSKA POZICIJA

Metalac Proleter očekuje da 2015. godinu završi sa realizacijom 17% iznad plana i 20% većom u odnosu na 2014. godinu. Njegovo učešće na tržištu robe široke potrošnje u opštini Gornji Milanovac time dostiže 42%.

Od svih cifara i procenata, najvažnije je da Metalac Proleter u kontinuitetu raste već više godina i da je ukupnom ponudom i kvalitetom usluge povratio identitet najstarije milanovačke trgovine, na zadovoljstvo naših sugrađana. Maloprodajni lanac Proleter u 2016. puni 70 godina postojanja. Reč je o prvom posleratnom preduzeću u Gornjem Milanovcu osnovanom 1946. godine. Poslednjih 12 godina ovim preduzećem upravlja kompanija Metalac kao većinski vlasnik.

I 2015. godinu Metalac Proleter završava prebačajem plana i rastom od oko 20% u odnosu na prethodnu. Ovaj promet će ostvariti najviše zahvaljujući rastu maloprodaje, koja dominantno učestvuje u ukupnoj realizaciji. Naime, 42 maloprodajna objekta, u dva profitna centra, ostvarila su 22,5% veći promet nego u 2014, čime će povećati tržišno učešće na teritoriji opštine sa 38% na 42%.

- Mi zaista u kontinuitetu razvijamo i unapređujemo svoje prodavnice idući u susret potrebama, ali i željama naših sugrađana. U modernizaciju maloprodajnih objekata u 2015. godini uloženo je više od 75.000 eura. Gornjomilanovčani sve to primećuju i nagrađuju svojom lojalnošću – pojašnjava neke od faktora uspeha Jelena Luković, generalni direktor Metalac Proletera i podseća da su u 2015. kroz ovaj

lanac uspešno organizovane dve loyalty akcije na programima Metalac trade-a i Metalac posuđa.

Inače, Metalac Proleter je član Domaćeg trgovačkog lanca DTL koji promovise domaću proizvodnju i trgovinu i omogućava bolje pregovaračku poziciju kod dobavljača.

U susret jubilarnoj 2016. godini, naše preduzeće je sprovedo i istraživanja kojima je uz matematički jasan rast učešća na tržištu robe široke potrošnje, moglo da izvede i druge zaključke neophodne za dalje unapređenja zadovoljstva potrošača.

- Godina jubileja bice posebno orjentisana prema našim kupcima, što je jedan od osnovnih ciljeva Metalac proletera koji opstanak i uspeh preduzeća meri prevashodno nivoom zadovoljstva kupaca. Posebno ćemo voditi računa o našim budućim potrošačima, pa će i naše aktivnosti unapređenja prodaje biti često usmerene ka dobrobiti najmladijih što smo hteli da pokažemo i simboličnim poklonom potrošačima, novogodišnji kalendarom sa likom male Nine Mijatović i sloganom „Rastemo zajedno“ – najavljuje Jelena Luković.

MANJE NEGO PRETHODNE, ALI FINANSIJSKI REZULTAT POZITIVAN

Rast prometa za 16% zabeležio samo maloprodajni lanac. Veleprodaja ima pad za čak 20%, a takozvana sindikalna prodaja, po svemu sudeći, odlazi u istoriju. U 2015. otvorene tri nove prodavnice

Sa 5,82 miliona evra, naše preduzeće u Vojvodini nije uspeo da dostigne realizaciju iz 2014. godine. Rastao je samo promet posredstvom 22 maloprodajna objekata i to za 16%. I mada naše prodavnice u Vojvodini učestvuju sa skoro 52% u ukupnoj realizaciji Metalac metalurgije, ukupan ishod nije zadovoljavajući zbog velikog pada zabeleženog u veleprodaji od čak 20% u odnosu na 2014. godinu i takozvanoj terenskoj-sindikalnoj prodaji, koja je pala 10%.

„Nismo zadovoljni postignutim obimom prometa, ali smo zadovoljni što ćemo imati pozitivan finansijski rezultat. Naše fokusiranje na maloprodajni kanal prodaje pokazalo se opravdanim. U maju smo najpre otvorili prvu prodavnicu u Vršcu, krajem godine Zrenjanin je dobio još jednu prodavnicu, a Novi Sad četvrtu po redu. Sada ih ima 22. U narednoj godini fokusiraćemo se na maloprodajni kanal, a za to imamo sve preduslove: pravi asortiman robe, sigurne dobavljače, maloprodajnu mrežu, sopstveni transport“ – kaže Marko Šarenac, generalni direktor Metalac metalurgije, uz

uverenje da će, sa malo više timskog pristupa, naredna godina sigurno biti značajno bolja.

Šarenac takođe ocenjuje da će takozvana sindikalna tj. terenska prodaje otići u istoriju. U određenom trenutku ovaj kanal prodaje je značajno doprinio ukupnom prometu, jer je potrošaču dolazio „na noge“ uz povoljne kreditne uslove, ali vremena su se promenila. I kanal veleprodaje je značajno podbacio jer je, ocenjuje direktor Šarenac, tržište neuređeno, praćeno opštom pravnom nesigurnošću, gde su poverioci potpuno nezaštićeni. Osim toga, proizvođači i uvoznici su se okrenuli direktnoj obradi i snadbjevanju maloprodavaca, pa veleprodaja u klasičnom smislu reči sve više gubi svoju poziciju na tržištu.

Dakle, Metalac metalurgija će se u 2016. fokusirati na svoj maloprodajni lanac, jer prodavnice ima u skoro svim većim mestima u Vojvodini, dobro su pozicionirane, sa konkurentnom kombinacijom usluge, asortimana, cena i uslova prodaje.

približavamo politiku prodaje krajnjem kupcu i planiramo proboj na druga tržišta EU. Osim toga, u 2015. smo modernizovali informacioni sistem, pokrenuli Facebook stranicu i povećali kapacitete skladišta“.

Ma kakva da su ograničenja ili opravdanja, jedno je nesporno: tržište Hrvatske predstavlja potencijal koji još nismo dovoljno iskoristili. Iako, realno, Promometal nije jedini koji plasira posuđe Metalac, pa je i ukupan plasman na tržištu Hrvatske veći nego što se to može zaključiti na osnovu poslovanja naše firme u Zagrebu, sve je još uvek daleko od ambicioznih ciljeva koje smo sebi postavili tokom proteklih godina.

- Metrot se u 2015. susreo sa mnogim situacijama koje čak ni u najgorem scenariju nismo mogli predviđati. Procenjujemo da će nam prihoditi biti za 30% niži u odnosu na 2014. Pratili su nas teški uslovi poslovanja usled izuzetno složene makroekonomske situacije, političkih i ekonomskih sankcija, niske cene nafte itd. Sve je to uticalo na opšti pad tražnje. Kupovna moć građana je manja za oko 20% koliko su manja realna primanja, uz inflaciju od 16% i stalnu valutnu nestabilnost. Promenila se i struktura trgovine u korist sistema maloprodaje, pa tako veleprodaja sada učestvuje tek oko 70%” – pokušao je ukratko da objasni direktor Metrota Milan Vujović.

U takvim okolnostima Metrot je počeo da radi sa nekoliko federalnih i nekoliko lokalnih sistema maloprodaje, a očekuje i uspešan završetak još nekoliko pregovora kako bi u prvom kvartalu 2016. bili još prisutniji na tržištu. Jedna slobodna niša pokazala se

Sa tržišta Ukrajine nema mnogo optimističkih informacija. Direktor našeg preduzeća u Kijevu Vladimir Ponjavić nas nije iznenadio konstatacijom da je i protekla godina bila izuzetno teška za poslovanje.

Pored nerešenih političkih pitanja, prisutan je izuzetan pad ekonomskih aktivnosti, sveobuhvatan pad spolnotrgovinske robne razmene za više od 30%, visoka inflacija, slabljenje nacionalne valute za čak 50%, pad proizvodnje i pad obima maloprodaje za 24%. Poslovni ambijent najbolje oslikava pad BDP-a od 12% za prvih 10 meseci 2015. godine u odnosu na isti period prethodne godine.

Uprkos tome, naše preduzeće u Kijevu ostvarilo je rast prodaje od 8% u odnosu na veoma skromnu prošlu godinu, pre svega zahvaljujući povećanju prodaje sudopera i ulasku u velike sisteme.

„Na posuđu smo proširili saradnju sa postojećim kupcima i započeli posao sa nekoliko novih veletrgovaca.

dobrom za realizaciju inox i aluminijumskog posuđa, pa Vujović najavljuje da upravo ovi proizvodi budu osnov rasta realizacije u 2016.

Očekuju se značajni rezultati i u plasmanu bojlera, na čemu trenutno sarađuju preduzeća u Moskvi i Gornjem Milanovcu, pre svega kroz proširenje asortimana prema potrebama ruskog kupca. Metrot takođe osniva i servisnu službu za bojlere Metalac.

Prateći potrebe tržišta i maloprodajnih lanaca, krenula je i saradnja sa agencijama za merčendajzing, kako bi se efikasnije upravljalo pozicijama u prodajnim objektima. Uz podvlačenje da će akcenat u prodaji u 2016. godini biti tržište Dalekog istoka, Vujović procenjuje da je najteža faza recesije ipak završena i da će Metrot u 2016. godini ostvariti projektovane ciljeve, odnosno napraviti rast prihoda za 26%.

Otpočeli smo, takođe, saradnju sa velikim sistemima – Siljpo i Tavria. Kod asortimana sudopera značajan je ulazak u najveći u Ukrajini lanac hipermarketa građevinskih materijala i tehnike – Epicentar. Ipak, plan RUC-a ostvaren je sa 95%. Ostvarena poslovna dobit biće pet puta veća od planirane, ali to nije dovoljno da se pokriju negativne kursne razlike nastale usled devalvacije nacionalne valute od 50%” – pojašnjava situaciju Ponjavić.

Podsećamo da je Metalac odlučan da, uz neminovni oprez i restrikcije, ostane na ovom tržištu, uveren da je važno zadržati prisutnost i sačuvati kontakte i započete partnerske odnose. Uostalom, treba imati na umu da smo, samo godinu dana nakon što je preduzeće ustanovljeno, 2013. godine na ovom tržištu od 45 miliona stanovnika ostvarili 800.000 evra. Vremena će se izvesno promeniti, a naši partnerski odnosi u Ukrajini tada bi trebalo da se pokažu kao ozbiljna konkurentna prednost.

I DALJE PAD PRODAJE U RUSIJI

Nije se ostvarila nada da će stvari krenuti nabolje. Naprotiv, i u 2015. godini naše preduzeće u Moskvi će imati 30% manji prihod nego u 2014, koja je takođe bila značajno ispod prethodne. Direktor Vujović, ipak, misli da je najteža faza završena i da u 2016. treba očekivati rast prihoda

JOŠ UVEK VEOMA TEŠKO U UKRAJINI

Rast od 8% u 2015. godini zahvaljujući ulasku u velike sisteme i povećanju prodaje sudopera, samo je naznaka možda boljih dana, imajući na umu stanje na tržištu Ukrajine i činjenicu da se poredimo sa 2014, kada smo, zbog sveukupnih događanja u ovom delu sveta, imali pad od 60%

UZ PREBAČAJ PLANA I SOPSTVENI POSLOVNI PROSTOR

Kao kruna osmogodišnjeg uspešnog rada na tržištu Crne Gore 2015. godinu obeležila kupovina poslovne zgrade u Podgorici, ukupne površine više od 1.500 m2, od čega dve trećine magacinskog prostora. Preseljenje krajem decembra. U prizemlju nove zgrade mod-erni prodajni salon

Metalac market Podgorica je i u 2015. godini uspeo da prebaci planiranu realizaciju za 5%, najviše zahvaljujući maloprodajnom lancu od osam prodavnica, gde će prebačaj biti 10%, dok je veleprodaja bila nekoliko procenata ispod plana.

Direktor preduzeća u Crnoj Gori Sanja Dašić smatra da je ovu godinu neočekivano dobrim ishodom obeležila akcija „Dani posuđa i Sigmee“ u našim maloprodajnim objektima. Samo za tri dana na ovim programima ostvareno je skoro 66.000 evra, od čega skoro 80% na posuđu i to za gotovinsko plaćanje. Poređenja radi, ovo su prometi na dvomesečnom nivou za svih osam prodavnica. Tako da su sve ostale aktivnosti na prodaji ostale u senci ova tri izuzetno uzbudljiva dana, kada je euforija vladala u celom kolektivu.

„Osim ove akcije, iskreno, vetar u leđa nam je dala odluka Metalca da krenemo u kupovinu sopstvenog kancelarijskog i magacinskog prostora. Reč je

o bivšoj poslovnoj zgradi „Elektrotehne“ na izlazu iz Podgorice u pravcu Bara i Petrovca, sa tri etaže kancelarijskog prostora od po 145 m2, dva magacina od po nepunih 500 m2 i isto tolikom pomoćnom skladištu. Jedan magacinski prostor i jednu etažu sa kancelarijama ćemo izdavati, i to komšijama/zemljacima iz G.Milanovca – Heliosu, dok će ostali prostor biti za naše potrebe. Uz 18 ari dvorišta ovo će zaista biti maksimalno komforan i poslovno funkcionalan prostor, posebno imajući na umu da ćemo u prizemlju zgrade otvoriti izložbeni salon i prodavnicu sa celokupnim asortimanom Metalca, pa će, osim posuđa i Sigmee, bojleri i sudopere po prvi put biti izloženi na pravi način. To će biti naša deveta prodavnica u Crnoj Gori a treća u Podgorici. Useljenje u novi objekat je planirano krajem decembra, a otvaranje prodavnice krajem januara“ – poručuje Sanja Dašić, uz neskrivenu radost i velika očekivanja za 2016. godinu, uprkos teškim uslovima u kojima se posluje.

PO ČETIRI NAGRADE ZA RADOJEVIĆA I VASOVIĆA

U „Plavom sandučetu” smo za 11 meseci 2015. imali 80 korisnih predloga od 53 radnika. Komisija za inovacije i racionalizacije nagradila 24 radnika za ukupno 33 predloga. I menadžment i zaposleni pred izazovom – kako povećati broj predloga i angažovanje svih zaposlenih u poboljšanjima proizvoda i poslovnih procesa.

- U 2015. godini imali smo isti broj zaposlenih koji su predlagali poboljšanje poslovanja u kompaniji u svim njegovim segmentima. I dok je isti broj radnika učestvovao, broj predloga je manji za 30%. Zato treba da razumemo kao poziv zaposlenima i zadatak za menadžment za veće angažovanje u poboljšanjima proizvoda i poslovnih procesa – smatra Dušan Lazić, predsednik Komisije za inovacije i racionalizacije.

Svakog meseca od prispelih predloga nagrađivana su po tri i to sa 8.000 dinara za prvu, 6.000 za drugu i 4.000 dinara za treću nagradu. Tako je od 80 korisnih predloga koje su za 11 meseci dala 53 radnika, Komisija ukupno odabrala 33 predloga koje su dala 24 radnika.

Ove godine najviše – po četiri puta su nagrađivani Radoje Radojević iz Metalac printa i Goran Vasović iz Metalac inka.

Slobodan Ovčarević iz Metalac posuđa, Radomir Milenković iz Metalac bojlera i Srećko Kozoder iz Metalac inka nagrađeni su po dva puta.

Po jedan put za korisne predloge nagrađeni su: Dejan Lazić, Dragan Đoković, Darko Spasojević, Aleksandar Krušković, Boško Lazić, Božana Trojančević, Dragan Ćurčić, Ranko Danilović, Aleksa Todović, iz Metalac posuđa; Dušan Vuković iz Metalac inka; Nenad Nastasović, Goran Marković, Bojan Gojak, Aleksandar Damjanović, Boban Kecović, Aleksandar Lučić, Mikailo Vidojević i Miloš Jakovljević iz Metalac bojlera; Jovan Novaković iz Metalac a.d.

Za 11 meseci u 2015. je realizovano 75% korisnih predloga i procenjuje se da je ostvarena ušteda preko 19.000 eura. Realizacijom korisnih predloga, pored materijalnih, ostvarene su i značajne koristi koje se odnose na: povećanje bezbednosti i zaštite radnika, podizanje pouzdanosti procesa, poboljšanje kvaliteta proizvoda, povećanje zadovoljstva kupca, povećanje zadovoljstva zaposlenih i unapređenje zaštite životne sredine.

- Motiv jeste novčana nagrada, ali i bez tog motiva ja jednostavno stalnim unapređenjima nastojim da najpre sebi olakšam posao koji radim – objasnio nam je svoje pristup Vasović.

Vasović je doprineo uštedi vremena i novca na šmirglanju Granmatrix površina; uštedi u nabavci ležajeva i repromaterijala repariranjem starih diskova za poliranje kompozitnih materijala, a njegova je i ideja novog načina bušenja otvora za sifon, čime se postiže bolji kvalitet obrade i preciznija pozicija samog otvora.



Goran Vasović,
fabrikator livenih polimera

- Moji predlozi su doprinela poboljšanju efikasnosti, uštedi materijala i vremena u procesu pripreme i štampe preslikača. Tako je za kontrolne otiske i pasovanje u štampi uveden hromokarton umesto papira za dekor “Tullis Russell”; urađen je odstojnik za nosač rakel gume, čime je njegovo iskorišćenje povećano čak za 100 %; urađen je uređaj za brušenje habasit trake, čime je vreme zamene oštećene trake sa tri sata smanjeno na 30 minuta i zamenu izvode mašinsti. Konačno, od delova rashodovane reprokamere napravljen je svetleći kontrolni sto za kontrolu filmova u dizajn studiju.



Radoje Radojević,
poslovođa pogona preslikača

TRI DANA ZA SUSRETE SA PENZIONERIMA

Krajem decembra Metalac je svoja vrata tradicionalno otvorio za jednu veliku fabriku u penziji, koja danas broji 663 penzionera – među njima i osmoro koji su ove godine završili radni staž.



Malo koja kompanija u Srbiji danas uopšte čini takvo zadovoljstvo sebi i svojim penzionisanim radnicima. Skromno ali svečano, uz ručak u restoranu Metalac, prikladan poklon i pozdravnu reč generalnog direktora, naši penzioneri i danas imaju razlog da osećaju pripadnost svom Metalcu, u kojem je većina provela ceo radni vek. Kao i prethodnih go-

dina mnogi su ovu priliku iskoristili da se vide sa svojim kolegama i razmene po koju reč o starim vremenima, kao i da čuju kako kompanija danas posluje.

Susreti sa penzionerima organizuju se u saradnji sa oba Metalčeva sindikata.

EDUKACIJAMA OBUHVAĆENO VIŠE STOTINA ZAPOSLENIH

Više stotina zaposlenih, na svim nivoima rada i upravljanja, pohađalo je interne i eksterne kurseve, seminare i treninge. Metalac ostaje dosledan ulaganjima u svoj najveći kapital – ljudske resurse



Business strategy game
prvi trening u renoviranom prostoru iznad restorana

Prema evidenciji službe za ljudske resurse i u 2015. je organizovano skoro 20 različitih kurseva, radionica, seminara, treninga – kako interno, tako i eksterno. Obuke i stručno osposobljavanje radnika rađene su za više oblasti, kao što su: bezbednost na radu, reagovanje u slučaju požara i eksplozija, bezbedno rukovanje pojedinim postrojenjima, reagovanje u vanrednim situacijama itd.

Na dnevnom redu bili su i seminari za unapređenje znanja internih proverivača, za upoznavanje i razumevanje novih pravila u međunarodnoj trgovini, seminar posvećen novim pristupima dizajnu, inovacionim promenama i modelima upravljanja, održana je i strateška radionica – simulacija poslovne strategije, kao i ceo seminar posvećen razvijanju kreativnosti.

Nastavljeno je i sa individualnim menadžerskim obukama. Ove godine je takvu priliku imalo šestoro ljudi i to u okviru General management i Executive master of business administration programa Mokrogorske škole menadžmenta, zatim programa Cisco Net-

working Academy Računarskog centra Univerziteta u Beogradu, kao i programa namenjenog ovlašćenim internim revizorima.

Sveukupno, seminari, obuke i edukacije su u 2015. bili dostupni za više stotina zaposlenih. Sa druge strane, novoprimljenim radnicima, koji se tek uključuju u profesionalni život, pruža se bezrezervna profesionalna podrška uz prenošenje znanja i iskustava, otvorenu saradnju i stručnu pomoć.

Inače, nakon što je u svoju porodicu uključila i FAD, Metalac grupa danas ima 1955 zaposlenih u 14 preduzeća u Srbiji i inostranstvu. Među njima 196 radnika sa visokom stručnom spremom.

Tradicionalnom godišnjem susretu generalnog direktora sa visokoobrazovanim kadrovima, koji će se održati u ponedeljak 28. januara, prisustvovaće njih 159. Među njima i 9 visokoškolaca iz Metalac proletera i 18 iz Metalac FAD-a. Tema je biznis plan i ciljevi za 2016.

POLUFINALE ZA NAJBOlju TEHNOLOŠKU INOVACIJU ODRŽANO U METALCU

Generalni direktor Metalca Petrašin Jakovljević je u pozdravnoj reči istakao da podrška ovom takmičenju nije slučajna, jer Metalac pridaje veliki značaj inovacijama, a posebno radnicima koji tako razmišljaju i rade.

Drugo polufinale takmičenja NTI 2015. održano je 4. decembra 2015. godine u amfiteatru Metalca, a organizatori su: Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije, u saradnji sa Fakultetom tehničkih nauka iz Novog Sada, Privrednom komorom Srbije, Zavodom za zaštitu intelektualne svojine i Radio televizijom Srbije.

Nakon prvog polufinala, održanog na Fakultetu tehničkih nauka u Novom Sadu, na drugom polufinalu u Metalcu učestvovalo je šest timova. Na osnovu prezentacija i odgovora na pitanja, žiri je doneo odluku da u finale prolaze timovi: Analitičari iz Beograda, sa inovacijom „Izotopski analitički koncept za utvrđivanje autentičnosti vina i alkoholnih pića“; Eko Ploča iz Čačka, sa istoimenom inovacijom iz oblasti građevine (ploče od recikliranog tetrapaka) i Ambrozeri iz Beograda, sa inovacijom „Uređaj za uništavanje ambrozije“. Iako bez daljeg plasmana, izvrsne prezentacije imali su i GreenDe-

tectives – Novi Sad, i još 2 tima iz Beograda – Solaris+ i Illuminator.

Žiri su činili profesor Branko Bugarski, pomoćnik ministra prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, kao predsedavajući; profesor Miladin Kostić, rektor Univerziteta u Novom Pazaru; profesor Vladeta Stevović, dekan Agronomskog fakulteta u Kragujevcu; doktor Danica Mićanović, samostalni savetnik za inovacionu delatnost i transfer znanja i tehnologija u PKS; profesor Dušan Dobromirov sa Fakulteta tehničkih nauka iz Novog Sada i Vladan Stojković, direktor firme Metalac inko.

Finale je održano juče 24. decembra u direktnom prenosu na Drugom programu RTS-a. Jedan od članova žirija je i Petrašin Jakovljević, generalni direktor Metalca. Ali, kako je ovaj bilten u to vreme bio u štampi, ne možemo vam reći ko je pobednik.

Za proteklih 10 godina kroz takmičenje za tehnološke inovacije prošlo je 2.250 timova sa skoro 7.000 učesnika. Na osnovu tih projekata stvoreno je više od 745 preduzeća sa nekoliko stotina radnih mesta – rekao je koordinator takmičenja prof. dr Dragan Povrenović sa Tehnološko-metalurškog fakulteta u Beogradu, istakavši još jednom da je najvažniji cilj ohrabriti ljude koji imaju želju da u životu nešto novo naprave i pomoći im da to i realizuju.



PRIZNANJE „MOJ IZBOR“ ZA METALČEVE BEBE

Akcija „Deca, naša radost i budućnost“ je zadivljujući primer odgovornosti prema zaposlenima, a posebno odnosa prema ženama i roditeljstvu - konstatovano je i nagrađeno upravo pred ulazak u jubilarnu 10. godinu Fondacije Metalac

Komisija za dodelu priznanja „Moj izbor 2015“ odlučila je da ovogodišnje najviše priznanje za društvenu odgovornost dobije akcija Fondacije Metalac „Deca, naša radost i budućnost“.

Priznanje će na svečanosti u Skupštini grada Beograda 29. decembra biti uručeno Petrašinu Jakovljeviću, generalnom direktoru Metalca i predsedniku Fondacije. Aktivnost Fondacije Metalac, posvećena podsticanju mladih kadrova da zasnivaju porodice, uskoro puni 10 godina. Za to vreme rođeno je oko 410 dece čiji je do-

lazak na svet nagrađen sa oko 450.000 eura, što je u Srbiji zadivljujući primer odgovornosti kompanije prema zaposlenima, a posebno odnosa prema ženama i roditeljstvu.

Iza akcije „Moj izbor“, koja se organizuje 6. put, nalaze se udruženje „Moja Srbija“ i Privredna komora Beogradaa Metalac je do sada nagrađivan 3 puta, pre svega u kategoriji proizvoda „Sve za kuću“, a ove godine prvi put prima nagradu za društvenu odgovornost.

REKORD PRED GODINU JUBILEJA

26. decembra čestitke za 55 beba. Za prvorodeno dete po 500 eura će dobiti 18 porodica; po 1000 eura za drugo dete dobiće 29 porodica, dok će 5 porodica dobiti po 2.000 eura za treće dete i jedna 4000 eura za četvrto. Imamo i blizance koji će dobiti 1.000 eura.

Sve je očiglednija veličina i domet odluke da se formira Fondacija Metalac iz koje su prva sredstva namenjena podsticanju mladih radnika da zasnivaju porodice i rađaju decu.

Ova 2015. godina je apsolutni rekord po broju novorođene dece Metalčevih radnika. Zaključno sa 24. decembrom, kada ovaj Bilten ide u štampu, rođeno je 55 dečaka i devojčica, 11 više nego cele

2014. Oni će 26. decembra na velikoj svečanosti u hali „Breza“ dobiti čestitke od 500 do 4.000 eura. Sa tribina će aplaudirati više od 2000 dece, njih 800 iz Metalca i 1220 polaznika vrtića koje tog dana čekaju novogodišnji paketići.

Inače od osnivanja Fondacije Metalac, koja naredne godine obeležava 10. godina postojanja, nagradili smo skoro 430 dece sa ukupno oko 450.000 eura.

ZA BUDUĆNOST RASTEMO ZAJEDNO

U jubilarnoj 2016., kada obeležava 10 godina postojanja, Fondacija Metalac pokreće humanitarnu akciju pod sloganom „Za budućnost rastemo zajedno“. I dalje podrška rasti nataliteta uz doprinos naporima društvene zajednice u borbi protiv „bele kuge“.

Iz sredstava prikupljenih donacijama za ovu namenu Fondacija će, u okviru akcije, dodeljivati humanitarnu pomoć svakom novorođenom detetu u porodici zaposlenog na neodređeno vreme u Metalcu a.d. i u njegovim zavisnim društvima sa sedištem na teritoriji Republike Srbije. Novina je što će počev od 2016. – kao godine jubileja umesto dosadašnjih 500, prvorodeno dete dobijati 1000 eura, za drugo dete 2.000, treće 3.000, četvrto 4.000, ali će zato petom detetu u porodici sledovati 5.000, šestom 6.000 eura itd. – po hiljadu eura više za svako sledeće.

Blizancima, trojkama, četvorkama, kao i u drugim slučajevima rođenja više dece u jednom porođaju, dodeljivaće se od 2016. jedna novčana pomoć pripadajuća za poslednje po redu rođeno dete u porodici.



VESTI IZ SINDIKATA

Osim organizacije susreta sa 660 penzionera, Sindikati i ove godine pripremaju veliku svečanost za više od 2.000 dece, 26. decembra u hali Breza od 11 časova. Uz program Kulturnog centra i Deda mraza, novogodišnje paketiće će dobiti oko 800 dece radnika Metalca i, dodatno, 1.220 polaznika vrtića i predškolskih ustanova, zahvaljujući pomoći kompanije Metalac. Početak velikog dana posvećenog deci rezervisan je za uručenje vrednosnih čestitki Fondacije Metalac. Konačno, tu je i novogodišnja zabava koja će se organizovati u restoranu Desetka 27. decembra.

Inače, i ove godine Samostalni i Nezavisni sindikat Metalca a.d. su, što odvojeno, što zajedničkim snagama i u saradnji sa Kompanijom, sprovedi niz već uobičajenih aktivnosti. Prikupljena je finansijska pomoć za deset naših radnika koji boluju od teških i netipičnih bolesti. U banjama Srbije boravilo je 75 radnika čiji je boravak 50% potpomognut sredstvima Fonda za prevenciju i humanitarnog fonda.

Nova na spisku je bila Prolom banja, gde su radnici izuzetno zadovoljni kako uslovima, tako i ljubaznošću domaćina. Želja rukovodstva sindikata je da u banje u 2016. na ovaj način na preventivni odmor i lečenje ode najmanje sto radnika.

Iz Samostalnog sindikata ističu da su po prvi put svojim članovima omogućili nabavku razne robe na 8-10 rata zahvaljujući domaćinskom odnosu prema sredstvima kojima Sindikat raspolaže.

Svim zaposlenima Sindikati žele Srećne Novogodišnje i Božićne praznike.



Metalac Proleter je odlučio da svojim potrošačima pokloni kalendar sa likom male Nine Mijatović i sloganom „Rastemo zajedno“. To je najlepši dokaz posebne veze koju Proleter ima sa Gornjomilanovčanima već 70 godina. I više od toga - svi zaista rastemo zajedno jer, eto slučajnosti, u 2016. svoj 10-godišnji jubilej obeležava i Fondacija Metalac, kojom se naša Kompanija opredelila pre svega da podstiče mlade da zasnivaju porodicu i rađaju decu.

SREĆNO!