

VUKADINOVIĆU URUČENA NAGRADA ZA ŽIVOTNO DELO “STVARATELJI ZA STOLJEĆA”

Nagrade su uručene u okviru III Regionalnog samita preduzetnika Srednje i Jugoistočne Evrope “300 najboljih” i Međunarodnog ekonomskog foruma “Perspektive”, održanog početkom marta u Dubrovniku. Osim Vukadinoviću, nagrada za životno delo uručena i Branku Rogliću, vlasniku “Orbico grupe” iz Hrvatske.

· strana 2

Reč generalnog direktora

DOBAR POČETAK, ALI MORAMO JOŠ BOLJE

Nemam dilemu da smo godinu dobro započeli, mada rast realizacije ne znači automatski i rast dobiti, što ćemo videti tek kad sravnimo obe strane poslovanja. To je, uostalom, i najvažnije da bismo u skorijoj budućnosti obezbedili prostor za rast standarda naših radnika.

· strana 2

POZNATA STRATEGIJA DO 2019. GODINE

Nakon druge sednice Nadzornog odbora Metalac a.d. održane u četvrtak 31. marta u Beogradu, poznate su strategije zavisnih društava za period 2017. do 2019. godine. Time je završen dvomesečni rad na analiziranju i predviđanju svih faktora poslovanja i elemenata koji treba da doprinesu zdravom rastu svakog zavisnog društva pojedinačno i Kompanije u naredne tri godine. Izvestilac je bio generalni direktor Metalca a.d. Petrašin Jakovljević, a Sednicom je predsedavao predsednik Nadzornog odbora Dragoljub Vukadinović.

OTVOREN NOVI POSLOVNI PROSTOR U PODGORICI

Kao kruna devetogodišnjeg uspešnog rada na tržištu Crne Gore i rešenosti da se celokupno poslovanje podigne na još viši nivo, preduzeće Metalac market Podgorica od početka marta radi u svojoj novoj poslovnoj zgradi u Podgorici, na izvršnoj lokaciji na izlasku prema Baru. Na 1500 m² tri etaže kancelarijskog prostora, izložbeno-prodajnim salonom u prizemlju, dva magacina od po nepunih 500 kvadrata i isto toliko pomoćno skladište.



· strana 13

U OVOM BROJU:

PRODAJA IZNAD PLANIRANE

IZLOŽBA “NOVE USPOMENE” U MIKSER HOUSE-U

VEOMA ŽIVO NA SAJMU U FRANKFURTU

POJAČANE SVE PRODAJNE AKTIVNOSTI

PRVI KVARTAL NA NIVOU PLANA

U RUSIJI KREĆE NABOLJE

PROMET 17% IZNAD PROŠLOGODIŠNJEG

JUBILARNA KRENULA VEOMA USPEŠNO

DOBAR POČETAK, ALI MORAMO JOŠ BOLJE

Nemam dilemu da smo godinu dobro započeli, mada rast realizacije ne znači automatski i rast dobiti, što ćemo videti tek kad sravnimo obe strane poslovanja. To je, uostalom, i najvažnije da bismo u skorijoj budućnosti obezbedili prostor za rast standarda naših radnika.

Poštovani radnici Metalca,

Danas je 57 godina od kada je 4. aprila 1959. spajanjem metal-ske zadruge „Jedinstvo“ i zanatsko-automehaničarske radionice „Metalac“, osnovana naša Kompanija, jedna od najuspešnijih i najzdravijih u Srbiji. Kao generalni direktor zaključujem da se i poslednjih deset godina malo koja uvodna reč u prazničnom biltenu bitno razlikovala, pa neće ni ova, jer smo i 2016. godinu započeli u veoma turbulentnim i neizvesnim procesima. U domaćim okvirima pažnju ponovo odvlače izbori, što uvek proizvodi stagnaciju i neizvesnost na tržištu. Van domaćih okvira sa velikim interesovanjem smo pratili događanja vezana za izbeglice iz ratom zahvaćenih područja, terorističke napade na evropske metropole, kretanja u Rusiji i Ukrajini, poplave u Srbiji...

Prvo tromesečje 2016, ipak, završavamo relativno zadovoljni, pre svega činjenicom da su skoro sva preduzeća ostvarila ili prebacila planove prodaje. Posebno nas raduje da naše novo preduzeće Metalac FAD raste zacrtanom dinamikom boreći se sa najtežim izazovom – povratiti poverenje kupaca izgubljenih tokom perioda stečaja. U Podgorici smo otvorili sopstveni poslovni prostor na oko 1.500 kvadrata, uz očekivanja da se uloženo opravda još uspešnijim radom i daljim rastom. Rusko

tržište se za nijansu pokrenulo. Sajam u Frankfurtu je pokazao da je reputacija Metalca u kor biznisu zaista visoka, te da smo i dalje kvalitetni i inovativni u ponudi. Na tržištu Amerike, ni posle sajma u Čikagu, ne očekujemo spektakularne pomake, ali u međuvremenu smo otvorili nova tržišta, a neke veće poslove započemo, po svemu sudeći, upravo sa drugim kvartalom 2016.

U svakom slučaju, nemam dilemu da smo godinu snažno započeli, mada rast realizacije ne znači automatski i rast dobiti, što ćemo videti tek kad sravnimo obe strane poslovanja. To je, uostalom, i najvažnije, da bismo u skorijoj budućnosti obezbedili prostor za rast standarda naših radnika. Važno je, međutim, da je Metalac i dalje Kompanija koja ima visoku reputaciju, kako u poslovnom svetu, tako i kod potrošača i društvene zajednice. Uz rezultate koje postizemo znači da smo i dalje zdrava kompanija, a takvo zdravlje je preduslov daljeg uspeha.

Šta drugo mogu da poželim povodom 57. rođendana Metalca nego da ostane zdrav, snažan i, pre svega, oslonjen na svoje ljude i njihovu lojalnost i sposobnost.

Petrašin Jakovljević

RAST BELEŽE SKORO SVA DRUŠTVA

Sa 18,2 miliona evra ukupne realizacije za prvi kvartal 2016. kompanija Metalac je plan ostvarila sa 114%, uz čak 27% rasta u odnosu na isti period prethodne godine. Ipak, za realnu ocenu upešnosti kvartala treba sačekati da se podvuče konačna crta.

Pet proizvodnih društava učestvuju u ukupnoj realizaciji sa 8,6 miliona eura, odnosno 47% i skoro sva beleže rast, najviše Metalac posude sa oko 32% boljom realizacijom nego u prvom kvartalu 2015. Slede Metalac print sa 27% rasta i Metalac Bojler sa 17%, jedini je metalac Inko imao nešto slabiji kvartal od prošlogodišnjeg, dok je Metalac FAD-u ovo zapravo početak prve cele godine.

Pet trgovačkih preduzeća na domaćem tržištu ostvarilo je skoro 7,5 miliona eura prometa, što predstavlja 41% ukupne realizacije Metalac grupe i takođe su sva zabeležila rast koji na nivou cele “domaće trgovine” iznosi skoro 19%.

Rast postoji i na nivou ukupnog prometa četiri trgovinska preduzeća u inostranstvu i to za prosečnih

24%, ali njihovo ukupno učešće u realizaciji Metalac grupe je sišlo na 11,5%. Naime, treba imati u vidu da i Metrota i Metalac Ukraina pomake realno prave u odnosu na značajno niža ostvarenja u prethodnih par godina, kada je došlo do velikog pada prodaje zbog poznatih razloga. Metalac market Podgorica je bila približna prošlogodišnjem ostvarenju, dok jedino Promometal beleži pad od preko 20% u odnosu na prvi kvartal 2015.

U svakom slučaju za konačnu ocenu upešnosti kvartala treba sačekati da se crta podvuče jer ćemo tek u odnosu ukupnih prihoda i rashoda znati koliko realno možemo biti zadovoljni.

POVODOM 4. APRILA, DANA METALCA

DODATNO PENZIJSKO OSIGURANJE ZA JOŠ 36 RADNIKA

Kompanija Metalac nastavlja praksu dodeljivanja dobrovoljnog dodatnog penzijskog osiguranja zaposlenima koji su se istakli svojim radom i postignutim rezultatima i time ih dodatno stimuliše na postizanje još boljih rezultata. Svečano potpisivanje i dodela Ugovora, biće upriličeni upravo 4. aprila, na Dan kompanije.

Ove godine ovim vidom nagrade obuhvaćeno je 36 zaposlenih u Metalac a.d.-u i zavisnim društvima

(Metalac posuđu, Metalac printu, Metalac inku, Metalac bojleru, Metalac marketu i Metalac trade-u).

Dodatnim penzionim osiguranjem do sada je nagrađeno ukupno 327 radnika, uključujući novonagrađene, sa tendencijom da se i svake naredne godine na ovaj način stimulišu i nagrade zaposleni koji su se posebno isticali svojom odgovornošću, marljivim radom i ostvarenim rezultatima.

VUKADINOVIĆU URUČENA NAGRADA ZA ŽIVOTNO DELO

- Nagrada za životno delo dodeljuje se preduzetnicima koji su u kontinuitetu svoje karijere ostvarili posebne rezultate, koji su doprinijeli razvoju zajednice u kojoj žive i rade, te koji su vlastitim primerom inspirirali druge da sopstvenim radom, znanjem i kreativnošću nesebično doprinose razvoju i boljoj budućnosti celokupne zajednice. Želim svima nama da se ugledamo na gospodina Roglića i gospodina Vukadinovića i da doprinosimo ovoj našoj sredini u kojoj živimo, radimo i stvaramo – rekao je na dodeli Vinko Ćuro, predsednik UO-a Međunarodnog ekonomskog foruma Perspektive.

Sa ovim obrazloženjem dodeljeno je apsolutno najviše priznanje, “Velika nagrada sa zlatnom lentom za životno delo u preduzetništvu - STVARATELJI ZA STOLJEĆA” na području Srednje i Jugoistočne Evrope.

Zahvaljujući na nagradi, Dragoljub Vukadinović je, osim svojih 44 stvaralačkih godina u privredi, od kojih 27 na čelu Metalca, u istu ravan smestio i zasluge 2.000 zaposlenih u Kompaniji, posebno svojih saradnika i Uprave, zato što su verovali u njegove ideje i bezrezervno radili na ostvarivanju postavljenih ciljeva, iako to nije bilo lako, pogotovu ne u teškom periodu i izolaciji kakvu je Srbija prošla krajem 20. veka. Još jednom naglasivši da svojim najvećim uspesima u životu smatra svoju porodicu i Metalac, Vukadinović je zaključio:

- Iskreno, primio sam do sada puno nagrada, ali ova ima posebnu vrednost. Prvo, u njenom imenu sve je rečeno - Stvaratelj za stoljeća - i ne treba joj dodati ni jednu reč pojašnjenja. A drugo, zaista mi znači što je Komitet ovog velikog regiona smatrao da uz moje ime idu osobine naznačene u kriterijumima.

Nagrade su uručene u okviru III Regionalnog samita preduzetnika Srednje i Jugoistočne Evrope “300 najboljih” i Međunarodnog ekonomskog foruma “Perspektive”, održanog početkom marta u Dubrovniku. Osim Vukadinoviću, nagrada za životno delo uručena i Branku Rogliću, vlasniku “Orbico grupe” iz Hrvatske. Samit je okupio oko 200 učesnika iz desetak zemalja regiona.



OSNOVAN KLUB LAUREATA “STVARATELJI ZA STOLJEĆA”

U okviru velikog Samita u Dubrovniku osnovan je Klub laureata kojim će predsedavati Svetozar Janevski, predsednik UO Vinarije Tikveš iz Makedonije, dok su potpredsednici, osim Dragoljuba Vukadinovića za Srbiju i Branka Roglića za Hrvatsku: Tanja Skaza, vlasnica Plastika SKAZE iz Ljubljane, zatim Midhat Terzić, SARAJEVO-OSIGURANJE, BIH i Vasilije Kusovac, LUKA KOTOR ad, Crna Gora. Istovremeno je u Programski odbor narednog samita izabran i generalni direktor Metalca a.d. Petrašin Jakovljević.

Cilj osnivanja i rada Kluba Laureata “Stvaratelji za stoljeća” je negovanje kulture preduzetništva, promocija dobrih preduzetnika, umrežavanje članova Kluba i razvoj saradnje na regionalnom nivou. Osim toga, izuzetno je važno ukazivati na važnost preduzetništva za razvoj društva, kao i regionalno povezivanje i razmenu iskustava i znanja, isticali su organizatori ove impozantne manifestacije - prof. dr Nikica Gabrić i Vinko Ćuro za MEF Perspektive, prof. dr Jugoslav Jovićić za program “300 najboljih” i prof. dr Siniša Zarić, kao predsedavajući međunarodnog Komiteta za dodelu nagrada.

Tradicionalno, kao i svake godine na Dan Metalca, danas 4. aprila uručuju se i jubilarne nagrade za neprekidan rad, posvećenost i lojalnost Metalcu. Najveću nagradu u visini dve prosečne zarade za 40 godina neprekidnog rada u Metalcu dobijaju Branislav Jovanović, pomoćni radnik u magacinu sirovina i Milan Joksić, viljuškarista u Metalac posuđu. Maksimalnu nagradu dobija i 11 žena koje su Metalcu lojalne po 36 godina svog radnog staža. Iz Metalca a.d. to su: Mirjana Jovović, Bosiljka Hadžić, Bosiljka Drobnjak i Rada Miljković, a iz Met-

alac posuđa: Ljubica Lukić, Dragana Glišović, Dobrinka Đurđević, Milka Vasović, Jasminka Kalojević i Nada Tanasković.

Po 30 godina staža u Metalcu ima 46 zaposlenih, dok 8 radnika prima nagradu za 20 godina rada, sa tendencijom da godine lojalnosti budu duplirane. U svakom slučaju, godine poverenja, uzajamni trud i rad, neko na koga možeš da se osloniš – to je obostrano značenje ovih nagrada, i za Metalac i za njegove “jubilarce”.

PRODAJA IZNAD PLANIRANE, ALI UZ VELIKO UČEŠĆE LOYALTY AKCIJA

Rasli i izvoz i plasman na domaćem tržištu pa je prvi kvartal završen sa prebačajem plana prodaje za 19% i rastom od 32% u odnosu na inače loše prvo tromesečje 2015. godine. U isto vreme proizvodnja je bila 10% veća u komadima i 6% vrednosno. Na pomolu veliki posao za francuski "Auchan", a možda i Poljsku.

Sa 5,73 miliona evra realizacije, najveće Metalčevo preduzeće i kor biznis kompanije, Metalac posuđe ostvarilo je u prvom kvartalu 2016. godine prebačaj plana za 20% i 32% u odnosu na prvi kvartal prethodne godine, koji je inače bio neuobičajeno loš. Trećina ukupne realizacije ostvarena je na tržištu Srbije, gde je plan takođe prebačen, i to za 13% u odnosu na isti period 2015.

Ohrabruje činjenica da je i realizacija na tržištu Rusije znatno viša od prodaje u prethodnoj godini, što je, uz dalji trend rasta na eks YU tržištima, bitno uticalo na prebačaj plana izvoza za 24%.

Loyalty akcije – neželjeni ustupak trendovima

Iako nametnut princip rada, akcije lojalnosti još uvek su praksa iz koje pre svega ne izlaze veliki sistemi i prodajni lanci, a time ne ostavljaju manevarski prostor ni svojim dobavljačima.

Posle rekordne 2015. godine po broju loyalty akcija, i 2016. je počela na isti način. Četiri smo započeli u prvom kvartalu, a već od aprila kreću još četiri. Sa posebnom pažnjom se prati loyalty akcija na Granit line-u kroz DTL lanac, imajući na umu impresivna iskustva sa Tufnicama. Iskustvo loyalty akcije će biti novo i sa Univerexport-om, i to na višenamenskim posudama. Sa DIS-om ulazimo prvi put u njihove franšize. Paralelno se završavaju, ili započinju, nove akcije kroz nekoliko lanaca u BIH, kao i četvoromesečna akcija na posuđu Mehrzer u Konzumu u Hrvatskoj.

Osim toga, jednostnevne i višednevne akcije na posuđu – popularni Dani posuđa, još uvek daju dobre rezultate. Tako je bilo i ove godine za Mladence, kada je kroz standardni promotivni miks, u kombinaciji nacionalnih i regionalnih TV frekvencija i društvenih mreža, ispraćena takođe standardna akcija na celokupnom asortimanu posuđa.

Insistirajući na zdravom proizvodu, a posebno na zdravstvenoj superiornosti emajliranog posuđa za pripremu i čuvanje hrane, našoj ukupnoj argumentaciji pridružujemo i nedavno završenu "Studiju o kvalitetu emajliranog posuđa Metalac za čuvanje hrane", koja je urađena od strane Tehnološko-metalurškog fakulteta Univerziteta u Beogradu.

Naime, u cilju komparativne analize i sagledavanja kvaliteta ovog posuđa, izvršeno je i paralelno ispitivanje posuđa i ambalaže drugih proizvođača na



Posao za francuski "AUCHAN"

Metalac posuđe je u završnoj fazi pregovora o proizvodnji linije posuđa za multinacionalnu korporaciju AUCHAN sa sedištem u Francuskoj. AUCHAN ima oko 3.000 hipermarketa i supermarketu u 15 zemalja sveta.

Predstavnici ove korporacije nedavno su boravili u Metalcu, a nedugo potom uvid i kontrolu svih aspekata proizvodnje za njih je uradio nezavisni auditor. Imajući na umu da su obe posete bile veoma pozitivno ocenjene, za očekivati je da već ovih dana startuje i prvi posao. Dugoročnost ugovora i potencijal AUCHAN-a otvaraju široka vrata vraćanju ozbiljnijeg učešća, kakvo je Metalac svojevremeno imao na po-jedinim tržištima zapadne Evrope, ali i stvaraju šansu za širenje na tržišta na kojima nikad nismo bili.

Takođe, već je poprilično izvestan i značajan posao za poljsko tržište, od kojeg se puno očekuje. No, kako su završni razgovori planirani za kraj aprila, sačekamo sa preciznijim informacijama.

Dinamično u proizvodnji

Sa 1,3 miliona proizvedenih jedinica u prvom kvartalu 2016. godine, plan je ispunjen 102% komadno i 101% finansijski, odnosno proizvodnja je bila 10% veća u komadima i 6% vrednosno u odnosu na isti period prošle godine.

- U ovom periodu u proizvodnji je puštena u rad nova mašina za brizganje bakelita "Krauss Mafei" i novi uređaj za zavarivanje inox prstena "Kočevar". U proizvodnji emajliranog posuđa rađeno je nekoliko novih linija za domaće tržište i tržište Cefte. U pogonu emajlirnice u delu ručnog emajliranja započete su aktivnosti na unapređenjima proizvodnih procesa i povećanju produktivnosti kroz metodologiju Lean – izjavio je tehnički direktor Metalac posuđa Milan Filipović.

našem tržištu, koje se koriste za čuvanje hrane. Ispitivanja obuhvaćena ovom studijom potvrdila su da emajlirano posuđe za čuvanje hrane, koje proizvodi Metalac, ima visok kvalitet. Izmerene vrednosti sadržaja teških metala, kao i ukupne migracije jona, znatno su ispod vrednosti propisanih Pravilnikom o zdravstvenoj ispravnosti predmeta opšte upotrebe koji se mogu stavljati u promet i propisanim standardizovanim testovima prema EU regulativima.



Opšti utisak je da je i ovogodišnji nastup Metalca na prestižnom najvećem sajmu robe široke potrošnje „Ambiente fair Frankfurt“ u februaru, bio veoma uspešan. Tokom pet dana sajma obavljeno je čak 160 kontakata i sastanaka sa postojećim i potencijalnim kupcima iz oko 20 zemalja. Posetioci štanda bili su iz Engleske, Turske, Rusije, Ukrajine, Nemačke, Francuske, Italije, Grčke, Rumunije, Egipta, Libana, Moldavije, Bugarske, Holandije, Australije, SAD-a, Meksika, Brazila, Izraela, Indije itd. Ne samo da su pojedini poslovi dogovoreni, već se očekuje da neki početni razgovori rezultiraju izlaskom na tržišta na kojima do sada nismo bili.

Na ovogodišnjem sajmu u Frankfurtu bilo je 4.800 izlagača iz 90 zemalja, dok je sajmom prodefilovalo oko 134.000 posetilaca iz 150 zemalja. Sajam je predstavio trendove i inovacije najšire ponude roba za narednih godinu dana. Zato je ovo decenijama prava prilika za upoznavanje sa ponudom konkurencije, kao i mogućim pravcima na tržištu u budućnosti.

Vlasnici i direktori svih 14 članica domaćeg trgovinskog lanca DTL boravili su 23. februara u kompaniji Metalac u Gornjem Milanovcu. Povod je bila nova akcija od 1. marta 2016. godine, takođe sa velikim očekivanjima. Ovoga puta, posredstvom više od 500 objekata, lanac DTL svojim potrošačima nudi liniju non-stick posuđa Granit line. Zato je susret bio dobra prilika za obilazak fabrike posuđa i demonstraciju svih prednosti nove linije proizvoda – kako drugačije nego pripremom ukusnog zaloga. Za to su se u novom izložbenom prostoru Met-



VEOMA ŽIVO NA SAJMU U FRANKFURTU – U ČIKAGU UTISCI SLABIJ

U okruženju najpoznatijih svetskih proizvođača i trgovaca posuđem, Metalčev štand u Frankfurtu je poznata adresa za dobru ponudu, posebno emajliranog posuđa po kojem smo najpoznatiji. Predstavljena postavka sa više od 20 novih dekora naših dizajnera, uključujući i nagrađene radove na nedavnom regionalnom konkursu "Nove uspomene". Obavljeno više od 160 razgovora sa partnerima iz 20-ak zemalja. Sa sajma u Čikagu utisci znatno slabiji.

Poseban kutak ove godine Metalac je posvetio izložbi nagrađenih rešenja sa nedavno završenog regionalnog konkursa "Nove uspomene", koji je sproveden u saradnji sa Balkanskom dizajn mrežom. Ova izložba je izazvala prilično interesovanje, posebno prvonagrađeno rešenje Nine Čačković. Ova mlada arhitektica pojavila se na našem štandu tri nedelje kasnije, ali u Čikagu kada je i konkretizovana dalja saradnja, pa uskoro treba očekivati da linija One-two-three krene u redovnu proizvodnju.

Dakle, nakon Frankfurta, Metalac je u prvoj polovini marta predstavio najnovije modele posuđa i na sajmu u Čikagu na "International home+housewares show". Ali, posećenost je bila znatno manja i opšti utisak generalno lošiji. Ipak, obavljena je serija razgovora sa kupcima iz SAD, Argentine, Meksika, Kolumbije, Indije, Brazila, Izraela, Nemačke, Francuske...

alca postarali kuvari, dok su gosti degustirali biftek sa povrćem i, naravno, palačinke.

Inače, sledeći praksu da sednice svojih najviših organa održavaju u gradovima u kojima su sedišta članica, ovom prilikom je u Poslovnom centru kompanije Metalac održana prva ovogodišnja redovna skupština osnivača DTL-a, kao i Komercijalni odbor. Podsećamo, i trgovačko preduzeće Metalac proleter je član DTL-a.

NOVA AKCIJA SA DTL-OM ZAPOČETA DRUŽENJEM UZ DEMONSTRACIJU PRIPREME U GRANIT LINE TIGANJIMA

Posle izuzetno uspešne akcije „Sakupljaj markice za tufnice“, sa čak 150 hiljada prodatih jedinica posredstvom svih članica Domaćeg trgovinskog lanca DTL, od 1. marta krenula nova akcija sa tiganjima Granit Line, koji će, po svemu sudeći, zabeležiti još veći uspeh.

Izložba "Nove uspomene" u Mikser House-u

URUČENE NAGRADE ZA REDIZAJN POSUĐA METALAC

Regionalni konkurs "Nove uspomene", koji su, u saradnji sa Metalcem raspisali Mikser organizacija i Balkanska dizajn mreža, kulminirao je 23. januara, otvaranjem izložbe u Mikser House-u. Pobjednici Nini Čačković i svim ostalim dobitnicima, uručene nagrade kao i prvi uzorci posuđa. Sve nagrađene radove Metalac je potom predstavio na sajmu Ambiente u Frankfurtu sredinom februara i u Čikagu početkom marta. Otvaranju izložbe prisustvovali svi članovi međunarodnog žirija, većina autora, brojni gosti i delegacija Metalca, uključujući i predsjednika Kompanije i generalnog direktora

U galeriji Mikser House-a, 23. januara predstavljeno je oko 50 od ukupno 240 radova, prispelih iz desetak zemalja na regionalnom konkursu "New memories". Prikazani su i prvi osvojeni uzorci većine nagrađenih autora, kojima su uručene nagrade. Prva nagrada je primila Nina Čačković, autorka iz BIH, koja živi i radi u SAD; druga nagradu je dobio "STUDIOLAV" iz Londona za autorsko rešenje "GRAPHITECTURE", a treću Jelena Bošković iz Beograda, za rad "BIRDY NAM NAM". Osim toga, uručena su specijalna priznanja za idejna rešenja autorima: Teji Kleč iz Slovenije, Ozani Ursić iz Hrvatske, Dženanu Hajroviću i Ani Čuzović iz Srbije.

Posetioци su mogli da vide kako izgledaju proizvodi koje se Metalac potrudio da osvoji, kako zbog ove izložbe, tako i zbog nastupa na sajmu u Frankfurtu. Nagrade su dodeljene u prisustvu skoro svih članova stručnog žirija, koji su činili: Slavimir Stojanović (grafički dizajner, Srbija), Ivana Borovnjak (industrijski dizajner, Hrvatska), Nikola Radeljkić (industrijski dizajner, Hrvatska), Slobodan Jovanović Coda (grafički dizajner, Srbija), Jelena Matić (industrijski dizajner, profesorka Šumarskog fakulteta), kao i stručni timovi Miksera i Metalca. Događaju su, osim dobitnika nagrada, prisustvovali brojni gosti, a Metalčev tim su predvodili predsednik kompanije Dragoljub Vukadinović i generalni direktor Metalca Petrašin Jakovljević.

Prisutne su pozdravili arhitekta Maja Lalić - kreativni direktor Mikser House-a; Aleksandar Marković - direktor fabrike posuđa Metalac i Nadica Vujić Mitrović, direktor marketinga Metalca. Svi su se složili da je konkurs bio veoma uspešan i raširio puteve povezi-

vanja kreativnog i realnog sektora, u ovom slučaju dizajnera iz regiona i proizvođača posuđa - što i jeste jedan od ciljeva Balkanske dizajn mreže.

Istovremeno, Metalac je ovim konkursom dobio odgovor kako mladi dizajneri Balkanske dizajn mreže iz svog ugla vide kulturne modele posuđa.



ONE TWO THREE U VIĐENJU AUTORKE

(Preuzeto iz intervjua na portalu Kameleon 2016)

Sa portala KAMELEON

INTERVJU: Tuzlanka Nina Čačković osvojila prvu nagradu za redizajn posuđa

Kolekcija "One two three".

Posuđe koje je dio gotovo svakog doma na području bivše Jugoslavije dobilo je novi identitet... Prva nagrada dodijeljena je Nini Čačković iz Tuzle za kolekciju "One two three".

- Nina Čačković trenutno živi i radi u Čikagu, otišla je tamo po završetku gimnazije 2008. Master arhitekture završila je na "Illinois Institute of Technology" 2014. godine i od tada živi, radi, istražuje i prakticira kao arhitektica u arhitektonskom birou Valerio Dewalt Train u Čikagu.

KAMELEON: Osvojili ste prvu nagradu, šta Vam to predstavlja?

NINA: Obzirom da sam arhitektica po struci, obrazovana van Bosne i Hercegovine, Mikser House je za mene uvijek bio odličan izvor informacija i nekog shvatanja kreativnih struja u našem regionu. Svakako da mi je čast biti dio tog kruga, ali isto tako i učestvovati u redizajniranju kulturnih Metalčevih proizvoda, posebice meni lično dragog "lončića".

KAMELEON: Nina je sav svoj fokus i energiju do sada usmjeravala na edukaciju, konkretno na uspješno završavanje Master studija u Čikagu, što nije ostavljalo mnogo prostora za takmičenja. Ali već nešto novo radite?

NINA: Iskreno govoreći, produkt dizajn nije nešto u što sam se mislila upuštati, ali Metalčev konkurs se učinio interesantnim, obzirom na zadana ograničenja. Dizajnirati nešto "iz nule" je u principu prilično lako, ali ako morate poštivati postojeću formu ili kontekst, to već postaje izazov. Trenutno radim na natjecanju za stambene module ("Tiny house competition") za studente, koji se zbog ekonomske situacije - posljedicom rasne podijeljenosti i socijalne nepravde, po kojoj je Čikago nažalost poznat, često nađu bez krova nad glavom...

KAMELEON: Gdje pronalazite inspiraciju i šta je bila inspiracija za dizajn posuđa?

NINA: Vrhunac kreativnosti, po mom mišljenju, dolazi iz već pomenutih ograničenja. Na primjer, u slučaju Metalca, dizajneri nisu mogli mijenjati postojeću formu posuđa, već kroz grafičke aplikacije i aksesoare reinterpretirati identitet Metalaca u savremenom kontekstu. Ono čime se Metalac ponosi jeste materijalnost i dugotrajnost njihovog posuđa. U isto vrijeme, ubrzani način života savremenog čovjeka, sve manji prostori u kojima boravimo, sve veća želja za efikasnošću procesa kojima se koristimo u obavljanju naših dnevnih zadataka, oslikava se i u predmetima koji nas okružuju. Razvojem novih tehnologija postavljaju se i nova mjerila pragmatičnosti i funkcionalnosti naših uređaja, alati i pomagala. Te dvije činjenice zajedno bile su ideja vodilja u redizajnu ovog posuđa.



Zadnje vrijeme nekako stalno "zapinjem" o vaše proizvode i oni me nekako vezuju za moje djetinjstvo, za točkasti lončić toplog mlijeka i kruha za dobro jutro ili laku noć. U kolektivnoj memoriji ovog našeg podneblja taj lončić, zdjele (u primorju gdje živim kaže se padela) ostale su zauvijek smještene, usidrene i izazivaju uvijek ugodu, smješak, toplinu. Na kraju svog života, po dobrim običajima žena moga kraja, taj bi lonac, zdjela postala posuda za cvijeće, pa bi na kraju svu svoju povjest prženja, dinstanja, kuhanja, baš kako i dolikuje u svakoj zahvalnoj gesti, okitio nekim žarkim cvjetnim buketom - napisala nam je pre nešto više od mesec dana umetnica iz Rijeke i Senja Marija Zudenigo, najavljujući da te slike iz sećanja želi da vrati na trg ispred svoje galerije u Senju i još desetak vrtova svoga grada.

Marija Zudenigo će najpre na pročelju kuće na glavnom trgu i ispred galerije ove godine postaviti na desetine "starih" lonaca sa cvijećem. A na samom otvaranju ove art instalacije svojim sugrađanima će podijeliti desetak takvih lonaca sa biljkom Žižula, koja, kako kaže, "jednako vraća osjećaje djetinjstva kao i točkasti crveni lončić" i čijem spašavanju želi da posveti svoj art koncept. Ovaj šerpasti vrt trajace na tom mestu dva meseca i mi smo Mariji uzvratili "točkasti pozdrav" i obećali da ćemo pomoći da se ova zamisao realizuje.

Samo par nedelja kasnije u Metalac je, uz fotografiju jedne vesele kuhinje, stigao pozdrav iz Zagreba.

- Cijenjeni radnici Metalca! Javljam vam se jer vam

Za samo šest meseci privukli smo 10.000 fanova na Fejsbuk stranici Metalac Hrvatska, na kojoj smo sadržaje i komunikaciju prilagodili hrvatskom potrošaču. Do sada nismo imali nijedan negativan komentar i sa zadovoljstvom usmeravamo fanove na prodajna mesta na kojima mogu pronaći naše proizvode na teritoriji Hrvatske. Najveći doseg u februaru imali su upravo postovi sa linijama Frozen i Novum. Cilj ovakvih postova je da se potrošači u Hrvatskoj upoznaju sa celom paletom proizvoda Metalac.

"Postoje kulinarski blogovi, a postoje i kulinarski "bogovi". Olivera Senić, autorka i gospodarica bloga "Ja u kuhinji" je jedna od njih - food blogerka koja priprema prelepe recepte i još lepše fotografije... na poznatom kulinarskom sajtu "Hrana, piće, priče" tako opisuju našu dugogodišnju saradnicu.

Posle pet godina Metalac nastavlja saradnju sa ovom kreativnom blogerkom, koja Metalčevo posuđe predstavlja u nekom novom svetlu, a samim tim nas, svojim receptima, uvodi u novi kulinarski svet, malo drugačiji od onog na koji smo navikli.

- Od moje prve posete Metalcu prošlo je pet godina. U fabrici sam bila još par puta. Za to vreme sve linije posuđa su prošle kroz našu kuhinju i objektiv kamere. Srećna sam što će se ta saradnja sa Metalcem nastaviti, jer se moj prvi utisak o našem proizvođaču posuđa tokom vremena nije promenio - kaže Olivera Senić.

želim izraziti posebno divljenje na dizajnu i kvaliteti vašeg posuđa. Bio sam oduševljen kad sam prvi put otkrio vaše proizvode u velikim prodajnim centrima Zagreba. Stvarno ste posebni. Čestitam i samo nastavite tako! Posebno me raduje što dolazite iz grada Gornjeg Milanovca, u kojem sam živio od svoje druge do šeste godine... - napisao nam je, između ostalog, Prof. dr sc. Zdravko Dovedan Han, redovni profesor na odseku za Informatičke nauke Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Staviše, poslao nam je, umesto pozdrava, francusku šansonu u sopstvenom izvođenju, jer to mu je i hobi i strast po kojoj ga poznaju ljubitelji ove muzike...

I tako, odnekud uvek iznenada dune neki bolji vetar. Posebno šarmantan bio je portal poslovni preduzetnik. Tekst pod naslovom "Kulinarstvo je 'in', a oni imaju dobar nos za biznis" započeo je konstatacijom da je "gotovo svaka domaćica u bivšoj državi imala barem jedan komad Metalac posuđa, a danas taj brend doživljava pravi 'revival'". Sve što se potom da pročitati sjajan je uvid u Metalac i njegovu kvalitetnu ponudu za hrvatsko tržište.

Lepota našeg emajliranog posuđa privukla je i Ljupku Tanevsku, koja vodi najčitaniji blog u Hrvatskoj, (oko 4 miliona poseta godišnje). Saradnja je krenula početkom godine i Ljupka nas redovno promovira putem objava na društvenim mrežama. Imajući na umu da radi kao food stilista za nekoliko domaćih i stranih kulinarskih časopisa, logično je što naše posuđe na njenim postovima zaista izgleda svetski.

VIDLJIVIJI NA HRVATSKOM TRŽIŠTU



FB METALAC HRVATSKA NARASLA NA 10 000 FANOVA

U februaru smo započeli saradnju sa poznatom hrvatskom blogerkom Ljupkom Tanevskom, urednicom bloga GuerrillaGirl.net. Saradnja je zamišljena u vidu uzajamnog promovisanja na društvenim mrežama, a naša saradnica iz Hrvatske je do sada imala više objava našeg posuđa na svojim kanalima, pre svega Fejsbuku i Instagramu, u vidu izvanrednih fotografija raznih recepata spremljenih u posuđu Metalac.



ČUDESNI SVET RECEPATA OLIVERE SENIĆ

PRVI KVARTAL BOLJI OD PROŠLOGODI- ŠNJEG

Prebačaj plana i rast zabeležen i prema internim i prema eksternim kupcima. Osvojeno je 35 novih dekora, od kojih je 26 lansirano u redovnu proizvodnju

Nakon slabije 2015. godine, Metalac print će prvi kvartal 2016. godine završiti sa realizacijom od oko 755.000 evra, čime je plan prebačen za 24%, uz 27% rasta u odnosu na isti period prethodne godine. Skoro 57% ostvarene realizacije odnosi se na plasman za interne kupce, odnosno Metalčeva zavisna društva, gde je takođe zabeležen prebačaj plana i rast od 26%. Naravno, najveći uticaj na takva kretanja imao je porast plasmana ambalaže i dekor preslikača najvećem kupcu Metalac posuđu, i to za 18%.

Prodaja ambalaže na eksternom tržištu učestvuje u ukupnoj realizaciji prvog kvartala sa preko 40%. I ovde je zabeležen prebačaj plana i rast za 28% u odnosu na prvi kvartal 2015, najviše zahvaljujući skoro duplo većem plasmanu ofset ambalaže.

Direktor Metalac printa Predrag Lazović takođe ističe da je u ovom periodu u dizajn studiju i tehnologiji izrade preslikača osvojeno 35 novih dekora, od kojih je 26 lansirano u redovnu proizvodnju. Jednakaest novih rešenja Printovi dizajneri su ponudili na Frankfurtskom sajmu, od kojih je pet već pronašlo put do krajnjih kupaca.

- U pogonu preslikača u punoj funkciji je linija za lakiranje, koja radi paralelno sa linijom štampe, pri čemu su podignuti kapaciteti izrade preslikača i proizvodni proces unapređen, pa je i način rada iz četvorbrigadnog sistema preveden u rad u tri smene.

Osim toga, do kraja prvog polugodića, očekuje se realizacija proširenja magacinskog prostora koji bi trebalo da rezultira većom protočnošću sirovina i gotovih proizvoda i ujedno proizvodnju u pogonima kartonaže učini efikasnijom – kaže Lazović.



Od 11 dekora lansiranih za sajam u Frankfurtu, pet je već pronašlo put do novih kupaca.

U SRBIJI ISPOD – U IZVOZU IZNAD PLANA

Na sva tri programa Metalac inko je u proseku ostvario 96% plana, odnosno 2% manju realizaciju nego u istom periodu prethodne godine.

Skoro 55% ukupne realizacije ostvareno je na domaćem tržištu, gde je podbačaj bio nešto veći, a ostalo izvozom, gde je plan prebačen 4%, a prošlogodišnji prvi kvartal 6%.

Posmatrano po programima, skoro 70% realizacije ostvareno je plasmanom inox sudopera. Podbačaju u ukupnoj realizaciji najviše je, ipak, doprinelo manje ostvarenje na Granmatrix programu. U ovom kvartalu je realizovano dosta manjih projekata, ali njihov ukupan obim nije mogao da nadomesti nedostatak nekog većeg projekta.

Inače, kao što je i najavljeno, kako bi upotpunio asortiman u delu proizvoda za kuhinju, Metalac inko je tržištu predstavio nove granitne slavine pod već prihvaćenim imenom „Aquabi“. Za sada su u ponudi ukupno četiri linije, u tri boje koje odgovaraju XGranit sudoperama – crnoj, sivoj i bež. Granitne slavine prodavaće se pre svega u kompletu sa sudoperom, a tržištu će biti ponuđene i nezavisno. Nove granitne slavine biće premijerno predstavljene na ovogodišnjem Sajmu građevinarstva u Beogradu SEBBEE 2016, koji se održava od 19-23. aprila.

Metalac inko je za drugu polovinu 2016. godine najavio ponudu novih proizvoda za opremanje kupatila.

Tim proizvodima će se upotpuniti ponuda sanitarnog programa za opremanje kako privatnih objekata, a pre svega hotela. Očekujemo da ti proizvodi imaju pozitivni uticaj na realizaciju u drugoj polovini godine.



ili bez izmenjivača toplote. Osim bojlera, biće predstavljeno i nekoliko novih modela slavina „Aquabi“ i fleksibilne brinoks veze „Tucai“.

Postavka će biti upotpunjena i proizvodima Metalac inka, pre svega nove Granmatrix tuš kade, najavljene za drugu polovinu godine, kao i potpuno nove granitne slavine „Aquabi“, koje su već krenule sa prodajom na domaćem tržištu.

U APRILU NA SAJMU GRAĐEVINAR- STVA

Na istoj lokaciji kao prethodne dve godine, u prizemlju hale 2 Beogradskog sajma, Metalac boiler će od 19-23. aprila predstaviti odabrani asortiman svojih proizvoda - pre svega, bojlere od 150 i 200 litara, koji su razvijeni kako bi se zadovoljila tražnja na tržištu Rusije. Pored toga, postavku će činiti i bojleri sa tzv. „Smart“ regulacijom, koji ispunjava stroge kriterijume Evropske unije o potrošnji električne energije i omogućuje korisniku značajne uštede, kao i bojleri od velikih litraža od 200 i 300 litara, koji se mogu kupiti sa jednim, dva

POJAČANE SVE PRODAJNE AKTIVNOSTI

Zaustavljen je dugogodišnji trend pada na domaćem tržištu i nastavljen trend rasta izvoza. Sveukupno 12% iznad plana. Slavine Aquabi sve značajnije doprinose rastu ukupne prodaje

već sa aprilskom proizvodnjom. Takođe su sa rukovodstvom Metrota definisani zajednički ciljevi i dinamika razvoja novih proizvoda u narednom periodu – pojašnjava Ognjanović.

Na svim ostalim ino tržištima - eks YU i tržištima EU, Metalac boiler je ostvario rast izvoza, a jedino tržište na kojem je, iz opravdanih razloga, izostala realizacija je Ukrajina. Novi kupac sa kojim Metalac boiler očekuje rast u budućem priodu je trgovački lanac Merkator, sa kojim je ugovorena saradnja za širi asortiman bojlera i baterija Aquabi. Inače, trgovačka roba i baterije Aquabi sve značajnije doprinose rastu ukupne prodaje. Ovaj program ostvario je u prvom kvartalu rast od čak 21% u odnosu na 2015. godinu.

- U narednom periodu očekuju nas značajni izvozni nalozi za tržišta Rusije, Bugarske, Hrvatske i Slovenije. U punom jeku su i investicione aktivnosti, pre svega u opremu za nov (mokri) postupak emajliranja i nabavku mašine za savijanje cevi. Takođe, pokrenute su aktivnosti za unapređenje procesa i proizvoda, sa ciljem da svaki radnik bude uključen i da doprinese svojim zalaganjem i idejama. Akcenat na nova tržišta i osvajanje novih proizvoda su jedini pravi put Metalac bojlera - zaključio je Ognjanović.

Nakon što je prošlu godinu završio nešto ispod plana i ispod realizacije u 2014, Metalac boiler u prvom kvartalu 2016. godine beleži prebačaj plana za oko 16%, što je istovremeno rast za oko 16% u odnosu na isti period prethodne godine.

- Posebno značajnim smatramo što je zaustavljen dugogodišnji trend pada na domaćem tržištu, gde je u prva tri meseca prebačaj plana 10%, a rast u odnosu na ostvarenje u prva tri meseca 2015. godine iznosi 13%. Pojačali smo sve prodajne aktivnosti, kako bi bojleri Metalac uzeli veći deo tržišta u uslovima izuzetno jake konkurencije i pada građevinskih aktivnosti – ističe direktor Zoran Ognjanović. On je zadovoljan i ostvarenim izvozom, gde je plan takođe prebačen i trend rasta nastavljen, ovoga puta za 9% u odnosu na prošlu godinu.

Za ukupnu realizaciju najznačajnijim potencijalom se smatra tržište Rusije, na koje Metalac boiler ozbiljno računa u narednom periodu. Nakon prvog kvartala 2016. godine, uključujući i nove naloge za proizvodnju, može se zaključiti da je izvoz u Rusiju već dostigao 60% ostvarenog u celoj 2015. godini.

- Uspeli smo da se približimo kupcima na ruskom tržištu na sajmu Aqua-Therm u Moskvi početkom februara, kada smo uspešno predstavili i prototipove bojlera od 150 i 200 litara. Isporuka ovih modela kreće



U saradnji sa našim predstavnikom za tržište Ruske federacije, preduzećem Metrot iz Moskve, Metalac boiler je organizovao nastup na sajmu Aqua-Therm, koji se održava od 2-5. februara 2016. godine, a koji je posvećen stambenom i industrijskom grejanju, vodosnabdevanju, vodovodnim sistemima, ventilaciji i klimama itd.

Ovo je premijerni nastup našeg preduzeća na sajmu Aqua-Therm u Rusiji, a akcenat nastupa čine novi bojleri od 150 i 200 litara, bojleri velikih litraža sa jednim ili dva izmenjivača toplote, kao i standardni asortiman akumulacionih bojlera.

Sa više od 700 izlagača iz 33 zemlje sveta u 2015. godini, Aqua-Therm je najvažniji sajam u Rusiji i Istočnoj Evropi za proizvodni program našeg preduzeća, koje je svoju postavku bojlera izložilo u hali 13 „Crocus Expo“ centra u Moskvi.

PREMIJERNO NA SAJMU AQUA-THERM U MOSKVI

Unapređenje odnosa sa instalaterima nastavljeno je ponovnim druženjem i zabavom krajem januara. Oko 160 instalatera imalo je prilike da uživa u dobrom programu u hotelu Šumadija, kada su dodeljene i nagrade za koje se kandidovalo više od 40 članova koji su ispunili uslove. Najveću sreću imao je mladi Budimir Kljajević iz Beograda – dobio je skuter. On je, inače, u 2015. ugradio više od 100 bojlera. Ključeve skutera uručio je generalni direktor Metalca Petrašin Jakovljević, istakavši značaj koji instalateri imaju kao veoma važna karika pozicioniranja bojlera Metalac.

Aktivnosti usmerene na poboljšanje saradnje sa instalaterima bojlera započete su u martu 2014. godine, organizovanjem poseta fabrici bojlera i osnivanjem tzv. „Kluba majstora Metalac“, koji danas broji oko 250 članova iz svih krajeva Srbije.



SKUTER NAJBOLJEM INSTALATERU

PRVI KVARTAL NA NIVOU PLANA

Na domaćem tržištu vratili kupce sa kojima se radilo pre stečaja, a na ino tržištima svakodnevno u kontaktu sa postojećim kupcima, uz uporno nastojanje da se uspostave veze sa nekadašnjim ključnim klijentima, što nije jednostavno, jer je FAD kod tih kupaca izgubio poverenje.

Kraj prošle i početak ove godine u Metalac FAD-u obeležen je brojnim aktivnostima sa osnovnim ciljem da se stvori što bolja startna pozicija za celu 2016. Nakon prva tri meseca realizacija će biti na nivou planova, uz manji podbaj na domaćem tržištu koji je kompenzovan realizacijom u izvozu. Učešće izvoza i dalje je oko 80%, što je, istorijski posmatrano, uobičajeno učešće u ukupnom prihodu ovog preduzeća, koje se bavi proizvodnjom delova za upravljanje i oslanjanje za auto industriju.

- Smatramo da smo dosta učinili na domaćem tržištu. Vratili smo kupce sa kojima je FAD radio pre stečaja, a sada je na nama da damo sve od sebe kako bismo tu saradnju podigli na najviši nivo. Od januara smo prisutni u gotovo svim značajnijim firmama koje se bave delovima za teretni program. Što se ino tržišta tiče, svakodnevno smo u kontaktu sa postojećim kupcima. Neke od njih smo i obišli i za nas je svako najznačajniji "Tadano Faun" iz Nemačke, kojem FAD isporučuje proizvode za potrebe prve ugradnje u proizvodnji mobilnih kranova. Naravno, i dalje pokušavamo uspostaviti kontakte sa ključnim kupcima iz perioda pre stečaja. Tu stvari ne stoje najbolje, jer je FAD definitivno kod tih kupaca izgubio poziciju pouzdanog partnera. Takođe postoje i izvesni kontakti sa novim kupcima iz Rusije, Belorusije, Francuske, Australije, ali aktivnosti ne idu brzinom kojom bismo mi želeli. Nažalost, takava je grana i uvođenje novog kupca ide značajno sporije u auto industriji nego u segmentima široke potrošnje – pojašnjava Goran Mijatović, direktor Metalac FAD-a.

Mijatović takođe ističe da je prvi kvartal prošao u znaku izrade strategije razvoja preduzeća za period 2017-2019, kao izuzetno važnog dokumenta. Nakon očekivanog usvajanja na martovskoj sednici Nadzornog odbora, sledi operacionalizacija, odnosno spuštanje glavnih ciljeva na nivo neposrednih izvršilaca, za šta u ovoj godini takođe treba stvoriti pretpostavke.

Inače, Metalac FAD je od sredine januara startovao sa radom u LN-u i na taj način se potpuno integrisao u grupu. Stvorene su pretpostavke za pouzdano

praćenje poslovanja. U proizvodnim pogonima deo opreme je remontovan, a deo remonta je u toku. Rade se analize i pripreme za investiciju u opremu koja se u ovom trenutku smatra najvažnijom sa stanovišta kvaliteta proizvoda ali i povećanja produktivnosti.

- Planirali smo dosta aktivnosti za ovu godinu, od izrade sajta, web kataloga, do nastupa na sajmu "Automehanika" u septembru. Ovaj sajam se održava svake druge godine u Frankfurtu i najznačajnija je manifestacija za "komponentaše" u auto-industriji. Plan je da u naredne dve ili tri godine postanemo redovni učesnici nekoliko važnih sajamskih manifestacija usmerenih na program komercijalnih vozila. Ciljeve smo dakle postavili i znamo šta nam je činiti u narednom periodu. Neophodno je i da se kadrovski ojačamo, tu mislim kako na sektor proizvodnje, tako i na sektor komercijale. Optimistični smo i verujemo da će sve doći na svoje mesto – zaključuje Mijatović.



Posredstvom svoje 53 prodavnice, Metalac market je u prvom kvartalu ostvario 2,6 miliona evra realizacije i time plan prebacio za 20% a prošlogodišnji kvartal za 17%.

- Slobodno možemo reći da su rezultati u prodaji ovako dobri pre svega zbog dve jako uspešne akcije koje smo imali sa posuđem i Sigmom pred Božić i pred Mladence, kao i zbog 57% boljeg februara nego 2015. godine, opet zahvaljujući dodatnim akcijama – ocenjuje Stojan Slović, direktor Metalac marketa.

Što se tiče ostvarene razlike u ceni, tu su rezultati nešto slabiji, jer je plan prebačen za samo 1%, odnosno ostvarenje RUC-a je 3% veće nego u istom period prošle godine. Slović ukazuje na dalji trend pada prodaje na kredit, zbog čega je Market promenama u politici prodaje značajno povećao prodaju do 10 mesečnih rata, gde je mesečna kamata manja, nasuprot prodaji na 11 do 15 rata, gde nam je mesečna kamata veća. Zato su planirani prihodi od kamata u ovom periodu ostvareni sa 90%, odnosno niži su 14% nego u istom periodu 2015 godine. Dobra strana je, pak, rast učešća gotovinske prodaje, a samim tim i

priliv novca u ovom periodu.

Posebno raduje što je realan rast prodaje zabeležen na svim Metalčevim programima. Rast prodaje posuda je 7%, Sigmie čak 25%. I prodaja bojlera je rasla za 30%, a približno toliko, tj. za oko 27%, rasla je i prodaja sudopera, iako nije baš sezona. Osim toga, čak 12% je rasla prodaja programa šporeta i peći na čvrsto gorivo, koje nabavljamo preko Metalurgije.

- Zadovoljni smo rezultatima prodaje i sigurni smo da će i krajnji rezultat našeg poslovanja za prva tri meseca biti pozitivan. I u ovom periodu smo dosta bili angažovani na podizanju kvaliteta prodajnih prostora, pa je krajem januara lokal u Valjevu preseljen u veći i lepši prostor, što se odrazilo na prodaju već u ferbruaru i martu. Zato nastavljamo potragu za novim lokalima u svim gradovima gde nemamo zadovoljavajuće prostore, a u planu nam je i otvaranje jednog novog do leta – kaže Slović, siguran da će sve ove aktivnosti, uz kontinuiranu saradnju sa dobavljačima, rezultirati daljim rastom posla i održavanjem pozitivnih rezultata Metalac marketa.



PROMET 17% IZNAD PROŠLOGODIŠNJEG

Rast prometa ostvaren najviše zahvaljujući akcijama pred Božić i Mladence, kao i nešto boljem februaru. RUC veći 3% nego u istom periodu prošle godine. Rast prodaje svih Metalčevih programa. I dalje širenje i modernizacija prodajnog lanca

DRUŽENJE SA POSLOVOĐAMA I TRGOVCIMA

I ove godine, poslednje subote u februaru, rukovodstvo Metalac marketa ugostilo je sve svoje trgovce i poslovođe. Dan je bio posvećen edukativnim prezentacijama dobavljača i velikom sastanku sa poslovođama, a večer je pripalo druženju uz svečanu večeru u restoranu "Vidikovac".

OD STAROG KA MODERNIJEM U SVIM SEGMENTIMA

- *Nekonkurentnost našeg preduzeća postoji usled velike razlike u internoj strukturi troškova. Zato smo definisali glavne zadatke: internu racionalizaciju uz sniženje operativnih troškova, investiranje u troškovno-štedljive tehnološke inovacije, ulaganje u novu opremu, redizajn proizvoda sa ciljem smanjenja troškova, uz snižavanje troškova interne logistike – navodi Goran Lučić, tehnički direktor Metalac FAD-a.*

Podsetimo, odmah nakon preuzimanja FAD-a urađena je serija aktivnosti, počev od istraživanja poslovnog sistema, do snimanja osnovnih elemenata prostora, opreme, ljudskog faktora i organizacijskih međuzavisnosti u radnom procesu. Nakon detaljne analize, Metalac FAD je odlučio da, uz potpunu i trenutnu zamenu, direktno pređe sa starog na novi ERP sistem.

Uvođenje novog informacionog sistema LN i integracija sa postojećim u okviru Metalac grupe, završeni su već sa 31. decembrom 2015. godine, pa je 2016. počela znatno unapređenim sistemom planiranja poslovnih resursa. Sada je u toku i uvođenje sistema za upravljanje dokumentima (DMS).

Osvojena su 34 nova gotova proizvoda. Urađena je analiza nedostajućih proizvoda za novije modele kamiona Mercedes, Volvo i kombi vozila. U toku su detaljne kontrole sastavnica svih artikala. Za deo proizvoda izvršena je izmena prebacivanjem izrade sa starih mašina na CNC mašine. Započet je i razvoj bežumnog zgloba, koji figuriše 80% u sastavnicama gotovih proizvoda, što utiče i na kvalitet i na znatno smanjenje troškova.

Uz neminovnost ulaganja u zamenu zastarele opreme, koja zahteva i veliko učešće kvalifikovanog ljudskog rada, efikasnost se u međuvremenu povećava i obukom radnika za različite vrste posla. U operativnoj pripremi je poboljšan sistem planiranja, uz poštovanje rokova isporuke i bolju kontrolu zaliha.

Poboljšan je izgled svih pogona (ofarbane mašine, iscertani transportni putevi), definisano je upravljanje tehnološkim i ostalim otpadima koji nastaju u procesu proizvodnje.

U toku decembra 2015. organizovano je zbrinjavanje industrijskog otpada opasnih karakteristika sa prostora Metalac FAD-a, a u prvom kvartalu 2016. obavljene su planirane remontne aktivnosti i dodatno investirano u održavanje opreme.

Dve najveće investicije u 2016. godini biće ulaganje u obradni centar, tj. pogon mašinske obrade, sa najvećim učešćem radne snage, i u postrojenje za elektrostatičko nanošenje boje u prahu.

Ove i niz drugih aktivnosti imaju za cilj da smanje faktore nekonkurentnosti našeg preduzeća usled velike razlike u internoj strukturi troškova proistekle iz zastojanja koje je FAD imao proteklih godina.

Kako je završio 2015, Metalac trade je tako nastavio i u prvom kvartalu 2016. godine. Naime, realizacija za prva tri meseca je 6% veća od planirane i 8% veća nego u istom periodu prošle godine. Direktor Dragan Tomić očekuje i veću dobit za oko 5%, ali naglašava da situacija na tržištu nije jednostavna.

- Ima dosta poteškoća, konkurencija je velika i zahteva maksimalno svakodnevno angažovanje i inovativnost. Mi nastavljamo sa uvođenjem malih kućnih aparata Sigma-MKA, kao nove linije u našem portfoliju. Pritom, stalno nastojimo da animiramo kupce i, zajedno sa njima i krajnjim potrošačima, kreiramo atraktivnu i konkurentnu ponudu, uključujući i inovacije u asortimanu i kreiranje raznovrsnih loyalty programa – kaže Tomić i podseća da za sveukupnu konkurentnost odavno nije dovoljno imati samo proizvod pod povoljnim uslovima, već se očekuje i čitav set aktivnosti u servisiranju kupaca. Uz kursne promene koje umeju da budu pretnja poslovanju i profitabilnosti, fokusirana na upravljanje promenama i rizicima je maksimalna i konstantna.



NASTAVLJA SE TREND RASTA

Za sveukupnu konkurentnost odavno nije dovoljno imati samo proizvod pod povoljnim uslovima, već se očekuje i čitav set aktivnosti u servisiranju kupaca.

JUBILARNA KRENULA VEOMA USPEŠNO

Sa očekivanih oko 355 miliona dinara u prvom kvartalu, realizacija 12% iznad plana i 19% iznad istog perioda prošle godine, čime se višegodišnji kontinuirani rast nastavlja, kao i povećanje tržišnog učešća

I 2016. će bez sumnje biti još jedna godina sa dvo-cifrenim rastom kad je Metalac proleter u pitanju. Naše trgovinsko preduzeće prvi kvartal završava sa skoro 20% većim prometom nego u istom periodu prošle godine. Najviše zahvaljujući maloprodaji koja učestvuje 93%.

Proleter danas ima više od 45% tržišnog učešća u prometu na teritoriji opštine Gornji Milanovac, dvo-cifren rast prometa iz godinu u godinu, 42 savremeno opremljene prodavnice na preko 3.000 metara kvadratnih prodajnog prostora, od čega pola u gradu, a pola u selu, i pravi je primer moderne komšijske trgovine okrenute svojim sugrađanima.

Unapređujući sve aspekte prodaje i zadovoljstva potrošača, sredinom februara maloprodajni objekat preko puta pošte počeo je da radi u proširenom izdanju, sa dodatnih 75 metara kvadratnih prodajnog prostora.

- Cilj nam je bio da našim potrošačima obezbedimo što udobniju kupovinu, pa smo investicijom od oko 45 hiljada evra integrisali ukupno 370 metara kvadratnih prodajnog prostora, sa dva odvojena ulaza i izlaza. Objekat od pre neki dan ima i besplatan Wi-Fi

– kaže direktorka Jelena Luković i ističe da se, uz modernizaciju prostora, intenzivno radi i na edukaciji i treninzima trgovaca. Jedan takav edukativni susret sa profesorima Petkovićem i Stojkovićem, članovima Nadzornog odbora, upriličen je upravo u drugoj polovini marta.

Osim što u kontinuitetu unapređuje svoje prodavnice, ponudu i uslugu, Proleter je i na druge načine jasno okrenut zadovoljstvu svojih potrošača i građana Gornjeg Milanovca. Tako je počela i jubilara godina, najviše akcijama za najmlađe i penzionere, ali i raznim podsećanjima Gornjomilanovčana na istoriju njihove najstarije trgovine. Povodom 70 godina od osnivanja, preduzeće Metalac proleter će 28. juna, u novoj sali Doma kulture, na svečanoj akademiji okupiti svoje poslovne partnere i goste iz grada. A dotle, naše preduzeće je aktivna podrška događanjima u gradu, kao što je “Srpski festival svetske muzike” početkom maja i sl, sve pod sloganom “I dalje rastemo zajedno”.

Inače, Proleter je od strane Privredne komore Srbije za ostvarene rezultate u 2015. godini proglašen nosiocem elektronskog sertifikata “EXCELLENT SME”.



70 godina našeg prvog posleratnog preduzeća je kao slika 70 posleratnih godina našeg grada. Život Proletera počeo je na zgaristu porušenog grada, daleke 1946. godine, na Vidovdan. Nekoliko predratnih privatnih trgovaca je dobrovoljno ustupilo svoje lokale i siromašan robni asortiman koji je zatečen u njima.

Ostalo je zapisano u Pravilima tek osnovanog preduzeća, da su početna osnovna sredstva bila: drveni metar za tekstil, rafovi, tezge sa ugrađenim pregradama za brašno, pirinač, šećer i druga skromna roba. Prvi radnici su radili sve poslove. Roba je ručnim kolicima vožena od železničke stanice do magacina i



prodavnica. Preduzeće je imalo samo jedna kolica a čak ni točkovi nisu bili gumeni. Kasnije dolazi špediter i konj Putko, a tek nakon izvesnog vremena preduzeće nabavlja prvi kamion “Praga”, jedan od prvih u čaršiji. Tako je počelo...

U sedam prodavnica, površine 210 kvadrata, 22 radnika je prodavalo na tačkice platno, šajak, gumenu obuću i nešto robe koja se dobijala od međunarodnih organizacija, dok je u slobodnoj prodaji bio katran, luč i poljoprivredni alati. Za prvog direktora postavljen je Mile Tešić, radnik i prvoborac.

Bilo je to davno posle Drugog svetskog rata, 1946. godine, kada su Mila Tešića i mene zadužili da odmah otpočnemo pripreme za osnivanje prvog trgovačkog preduzeća. U to vreme, u Čačku su Miloško Pajević i Franc Alojz formirali trgovinsko preduzeće “Partizan”. Oni su nam prižili dragocenu pomoć i istakli da moramo obezbediti najmanje pet lokala i početni kapital od 250 hiljada dinara. Po povratku je odlučeno da se pozovu svi trgovci i upitaju da li žele da učestvuju u osnivanju preduzeća. Ja sam odmah prihvatio da svoj lokal, koji se nalazio u zgradi kafedžije Milovana Tešića, prenesem u novoformirano preduzeće. U mojoj radnji je bilo robe za više od 500 hiljada dinara koju sam, takođe, uneo u preduzeće. Gvožđar Mitar Adamović je uneo svoj lokal, a Slobodan Marinković svu svoju

robu. Ubrzo zatim prišli su i lokali Vlada Đurića, kafane “Proleće” i Zanatskog doma. Novom preduzeću su, kao radnici, pored nas pristupili i Milić Adamović, Nikola Nikolić, Lazar Arić, Radojica Milojević, Velimir Radenković i Mihailo Vučetić.

Pošto su obezbeđeni svi uslovi, podnet je zahtev Ministarstvu trgovine Vlade Srbije za dobijanje dozvole za osnivanje preduzeća. Istog dana dobijena je dozvola, pošto je ministar trgovine bio Radovan Grković, naš zemljak.

Narodni odbor Sreza doneo je rešenje o osnivanju preduzeća Sreski magazin “Proleter”, sa sedištem u Gornjem Milanovcu.

Iz Novog Sada stiže informacija da je naše preduzeće Metalac metalurgija za prva tri meseca ostvarilo realizaciju 1% iznad plana, uz rast od 26% u odnosu na isti period prošle godine. I ovoga puta rastu je najviše doprinela maloprodaja, koja je prebacila plan za par procenata i ostvarila rast od 24,4%. Tako je maloprodajni lanac, zajedno sa 5 sindikalnih ekipa, ostvario 56% ukupne realizacije Metalurgije. Ostalo je donela veleprodaja, koja, doduše, nije ostvarila plan, ali je zabeležila rast od 22%.

Najvažnije je, naravno, da će RUC po svemu sudeći biti na nivou plana, uz rast od oko 10%.

- Ovakvom ishodu, gde rast beleže svi kanali, najviše je doprinela bolja snabdevenost prodavnica, veći objekti u pojedinim gradovima, nova organizacija nabavno-prodajne službe, loyalty akcije i znatno eduko-

vani je osoblje, čemu je prethodne godine posvećena posebna pažnja, a nastavlja se i ove godine – ocenjuje generalni direktor Metalac metalurgije Marko Šarenac.

Podsećamo, na području Vojvodine imamo 22 prodavnice. Uglavnom su na dobrim lokacijama. Naravno, tamo gde su objekti mali, prelazi se u veće, poput Sremske Mitrovice, gde je 70 m² zamenjeno duplo većim prodajnim prostorom, a u drugom kvartalu će i prodavnica u Subotici iz 100 m² preći u 140 m², čime će sveukupna ponuda i usluga biti unapređene.

Inače, na kraju prošle godine Šarenac je najavio da će sindikalna prodaja najverovatnije otići u istoriju, ali je, po svemu sudeći, sve živnulo, pa je tako i ovaj kanal, sa jednom ekipom manje, napravio istu realizaciju kao u prvom kvartalu prošle godine i za sada ostaje.

Metalac market Podgorica će u prvom kvartalu ostvariti planiranu realizaciju što je na nivou ostvarenja iz 2015. Učešće maloprodaje u ukupnom prometu već prelazi 60% sa tendencijom sve većeg jačanja istominenih prodavnica, kojih će uskoro biti deset na celom području Crne Gore.

- Iza nas je težak period, a mislim da nas čeka još teži, imajući u vidu da je tržište ostalo bez ruskih turista, koji su u prethodnih nekoliko godina bili naši veliki potrošači. Sa druge strane, konkurencija nikad nije bila jača, jer svi pribegavaju direktnom uvozu, najviše iz Kine – ističe Sanja Dašić, direktor preduzeća u Crnoj Gori, uz napomenu da su na ovom tržištu uglavnom

sve domaće trgovine, u vlasništvu domaćih ljudi, koji su finansijski veoma jaki i uvoze sami većinu robe.

Zato Dašićka najavljuje da će, osim prodaje posuda i Sigmee, sada malo pojačati prodaju bojlera i sudopera, za koje tržište do sada ipak nije detaljno obrađivano.

- Krećemo u izradu web stranice i radu na društvenim mrežama, što je uvod u internet prodaju. U fazi smo pronalaženja i odabira odgovarajućeg novog informacionog sistema, sve sa ciljem da modernizacijom i što boljim kombinovanjem kanala prodaje dorastemo svim teškoćama sa kojima se susrećemo – zaključuje Sanja Dašić.

Kao kruna devetogodišnjeg uspešnog rada na tržištu Crne Gore i rešenosti da se celokupno poslovanje podigne na još viši nivo, preduzeće Metalac market Podgorica od početka marta radi u svojoj novoj poslovnoj zgradi u Podgorici, površine 1.500 m², na izvršnoj lokaciji na izlasku prema Baru.

Svečanom otvaranju prisustvovali su brojni partneri Metalčevog preduzeća u Crnoj Gori, kao i rukovodstvo kompanije Metalac, na čelu sa predsednikom Grupe Dragoljubom Vukadinovićem i generalnim direktorom Petrašinom Jakovljevićem.

- Novi poslovni prostor u Podgorici dolazi samo nekoliko meseci nakon što je Metalac kupio Fabriku automobilskih delova FAD u Gornjem Milanovcu, što potvrđuje da se kompanija kontinuirano razvija. Što se zaposlenih u preduzeću u Podgorici tiče, očekujem da ih novi, mnogo bolji uslovi za rad, dodatno motivišu

i donesu još bolje rezultate – rekao je predsednik Vukadinović, obraćajući se brojnim gostima.

Sanja Dašić, izvršni direktor Metalac marketa Podgorica, istakla je funkcionalnost novog objekta ukupne površine 1.500 m². Reč je o bivšoj poslovnoj zgradi „Elektrotehne“ na izlazu iz Podgorice u pravcu Bara i Petrovca, sa tri etaže kancelarijskog prostora, dva magacina od po nepunih 500 m² i isto tolikim pomoćnim skladištem. U prizemlju zgrade otvoren je i izložbeno-prodajni salon sa celokupnim proizvodnim asortimanom Metalca. To je deveta Metalčeva prodavnica u Crnoj Gori. Metalac market Podgorica se već skoro celu deceniju bavi prodajom i pozicioniranjem Metalčevih proizvoda i prisutan je u skoro svim prodajnim sistemima, a paralelno razvija i sopstveni lanac prodavnica.

RASLI I MALO- PRODAJA I VELEPRODAJA

Bolja snabdevenost prodavnica, veći objekti, loyalty akcije, edukovanje osoblje... neki su od faktora rasta prodaje

ŠIRIMO SE U CRNOJ GORI

U najavi i 10. maloprodajni objekat i to na oko 150 m² u Beranama, kao i proširenje prodavnice u Pljevljima sa sadašnjih 60 m² na 120 m².

OTVOREN NOVI POSLOV- NI PROSTOR U PODGORICI

Na 1500 m² tri etaže kancelarijskog prostora, izložbeno-prodajnim salonom u prizemlju, dva magacina od po nepunih 500 kvadrata i isto toliko pomoćno skladište.





URUŠIJI KREĆE NABOLJE

Situacija je značajno bolja što se tržišta tiče, ali sva-ko planiranje je složeno, a prognoze gotovo nemoguće – poručuje Vujović iz Moskve

Kada je prošlog decembra Milan Vujović izjavio da se Metrot u 2015. susreo sa situacijama koje ni u najgorem scenariju nisu mogli da predvide i izrazio uverenje da je najteža faza završena, teško da smo mogli poverovati da će 2016. doneti rast prihoda sa ruskog tržišta. Ipak, prva Vujovićeva rečenica na kraju prvog kvartala 2016. tu "nadu" čini značajno opipljivijom.

- Metrot se posle dužeg perioda postepeno oporavlja od stanja na tržištu koje ga je zadesilo! U prvom kvartalu smo uspeali da ostvarimo rast od 34% u odnosu na plan ili 50% više nego u istom periodu 2015. Uspešno smo se pozicionirali u jednom kanalu direktne prodaje. Sa lancem Magnit smo uspeali da do kraja dovedemo sve dogovore i pripreme za početak prodaje posuda u drugoj polovini aprila 2016. Uspeali smo takođe da uspostavimo saradnju sa jednim sistemom iz Almati, Magnum, što će nam biti značajan iskorak na tržištu Kazahstana. Počinjemo saradnju i sa Otom, takođe kanalom kataloške prodaje - navodi detalje Milan Vujović, svestan da je svaka ovakva informacija izuzetno značajna, imajući na umu da su pad prodaje i problemi na ruskom tržištu proteklih ne-

metalac
UKRAJINA

BLAGI POMAK U NESTABIL- NOJ UKRAJINI

Teško je ocenjivati pomake u tako nestabilnim političkim i ekonomskim prilikama kao što je to slučaj sa ukrajinskim tržištem, gde je nacionalna valuta od početka godine devalvirala još 13%.

Reklo bi se da je blagi rast koji smo zabeležili u 2015. godini nastavljen i u prvom kvartalu 2016. Direktor Vladimir Ponjavić iz Kijeva poručuje da je naše preduzeće uspeo da završi kvartal prebačajem plana prodaje za 30%.

- U ovom periodu imali smo izvoz posuda na tržišta Moldavije i Gruzije. Pored toga, ušli smo u dodatne objekte sistema Mega Market. U toku je priprema prve isporuke posuda u veliki sistem Epicentar sa kojim već sarađujemo u asortimanu sudopera. Prodaja sudopera za prvi kvartal je imala značajan rast u odnosu na isti period prethodne godine, posebno u asortimanu granitnih sudopera, zahvaljujući prodaji putem

koliko godina ozbiljno uticali na ukupno ponašanje i refokusiranje, posebno Metalac posuda.

Takođe raduje i da je, nakon predstavljanja programa bojlera Metalac na sajmu Aqua-Therm u Moskvi, dogovoreno nekoliko poslova sa inženjerskim kanalom prodaje, odnosno za investicionu ugradnju. Servisna mreža za bojlere je takođe formirana i proširuje se i dalje sa širenjem posla. Širi se i asortiman bojlera koji nudimo tržištima ovog dela sveta, pa je tako počela i prodaja bojlera od 150 i 200 litara, bojlera sa izmenjivačima toplote, a trenutno se za potrebe ovog tržišta razrađuju i "flet" modeli itd.

- Sve u svemu, situacija je značajno bolja što se tržišta tiče, uz stalno prisutan problem devalvacije rublje, koji takođe nekako prevazilazimo. Očekuje nas još puno toga kako bismo uspeali da se vratimo na nivo 2014 godine - kaže Vujović, uz napomenu da je jedino izvesno da će svako planiranje i dalje biti veoma složeno, a da je još teže davati prognoze na duži period. Naprosto, prilagođavanja datim uslovima su na dnevnom nivou.

internet prodavnice Rozetka - javio nam je Ponjavić.

Sa tržišta Ukrajine ipak i dalje nema mnogo optimističkih informacija. Pored nerešenih političkih pitanja, prisutan je izuzetan pad ekonomskih aktivnosti, sveobuhvatan pad spoljnotrgovinske robne razmene, dalje slabljenje nacionalne valute, pad proizvodnje i pad obima maloprodaje. Da li će u takvim uslovima naše preduzeće u Kijevu uspeti da se izbori za opstanak ili će Kompanija biti primorana da preispita svoj stav, videćemo. Upravo ova godina se čini prekretnicom.

promometal

I DALJE ZNAČAJNO ISPOD PLANOVA I OČEKIVANJA

Sa realizacijom 34% ispod planirane i 23% ispod prošlogodišnje u istom periodu - sve upozoravajuće lampice upaljene, posebno imajući na umu da je i 2015. bila veoma loša

Nema dileme da naše preduzeće u Zagrebu Promometal još nije pronašlo dobar put za jače pozicioniranje proizvoda Metalac i rast učešća na hrvatskom tržištu. Činjenica je da je reč o možda najzahtevnijem izazovu među tržištima eks YU, uz veoma izraženu konkurenciju, kao i naklonost jače pozicioniranim brendovima, ili pak jeftinijoj ponudi. Ipak, ništa ne umanjuje apsolutni imperativ - Metalac mora zauzeti prostor koji mu kao regionalnom lideru pripada, jer je apsolutno dominantan ne samo u Srbiji, već i u BIH i Crnoj Gori.

I direktor Promo-metala Aleksandar Jelić je, naravno, nezadovoljan ostvarenim. Izostali su čak i očekivani rezultati u loyalty akciji sa Plodinama, koji je trebalo značajno da doprinesu boljem ukupnom skor. U svakom slučaju, ostvareno je tek 70% planiraniranog, odnosno 80% prošlogodišnjeg prometa.

- Jasno nam je da nema više vremena i da hitno moramo menjati i sopstveni pristup, kako bismo dobili drugačiji rezultat od ovog koji imamo. Već smo u završnoj fazi dogovora akcije sa Nacionalnim trgovačkim lancem za 200 novih prodavnica. Sa

SAMO 6 BEBA ZA PRVA TRI MESECA

Upravo ovih dana, u vreme obeležavanja Dana preduzeća navršava se 10 godina od osnivanja Fondacije Metalac, namenjene postizanju humanitarnih i drugih društveno korisnih ciljeva. Nakon rekordne 2015. godine kada je rođeno 56 dečaka i devojčica, ova godina je počela sa svega 6 beba, što, doduše, ne prejudicira konačni ishod 2016, ali je izvesno da će dece biti znatno manje nego u prethodnoj.

Podsećamo da je upravo u jubilarnoj 2016. godini Fondacija Metalac organizovala novu etapu humanitarne akcije, ovoga puta pod sloganom „Za budućnost rastemo zajedno“, koja i dalje za cilj ima pružanje doprinosa naporima društvene zajednice u borbi protiv „bele kuge“. Nagrade za svako novorođeno dete radnika Metalca su povećavaju i to: 1000 evra za prvo, 2000 evra za drugo, 3000 evra za treće, 4000 evra za četvrto i tako redom, po hiljadu evra 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.

PRIZNANJE “MOJ IZBOR” ZA METALČEVE BEBE

Akcija Fondacije Metalac “Deca naša radost i budućnost” tokom koje je u prvih 10 godina čestitkama od 500 do 4000 evra nagrađeno 430 dece, sa ukupno oko 450 000 evra, postala je zadivljujući primer odgovornosti prema zaposlenima, a posebno odnosa prema ženama i roditeljstvu. Upravo zato je nagrađena priznanjem “MOJ IZBOR 2015” za društvenu odgovornost i to u akciji koju organizuje udruženje “Moja Srbija” i Privredna komora Beograda.

Priznanje je na svečanosti u Skupštini grada Beograda 29. decembra uručeno Petrašinu Jakovljeviću, generalnom direktoru Metalca i predsedniku Fondacije.



Vikend izlet koji je Samostalni sindikat organizovao povodom 8. marta pod povoljnim uslovima - izazvao je takvo interesovanje da su na put, umesto jednog, krenula dva autobusa sa 111 radnika. Ambiciozna maršruta Dubrovnik - Trebinje - Mo-

star - Sarajevo - Andrić grad, pokazala se koliko zanimljivom toliko i naporom za tako dugo putovanje sa jednim noćenjem u Trebinju. Ali, zadovoljstvo očigledno nije pomućeno, što potvrđuje interesovanje zaposlenih za novu ekskurziju.

PUT DUBROVNIKA POVODOM 8. MARTA





Za budućnost rastemo zajedno.