

Metalac Grupa očekuje da polugodište zavši sa oko 45 miliona evra realizacije, 3% više u odnosu na plan i 9% više u odnosu na isti period prošle godine. Nakon napornog prvog polugodišta, slede još veći izazovi da se dostignu ciljevi za celu 2018.

KAD JE PRIHOD VEĆI, A DOBIT MANJA, ZADATAK JE OZBILJAN

Uprkos nešto boljem očekivanom prihodu od prodaje, ostvarena dobit će biti značajno manja. Na to su pre svega uticale negativne kursne razlike i više cene repro materijala. I tu počinje naš ozbiljan zadatak za drugo polugodište.

Reč generalnog direktora

str. 2



OD 1. JULIA CENA RADNOG ČASA 160 DINARA

Naknada za topli obrok sa 250 ide na 260 dinara dnevno. Zarada pripravnika sa visokom stučnom spremom će ubuduće iznositi 90% osnovne zarade. Za isplatu jubilarne nagrade u visini tri prosečne zarade, ženama potrebno dve godine, više tj. 38 godina radnog staža.

str. 3

POSUĐE JOŠ
JEDNOM NAJBOLJI
SUPERBREND

JELENI
LUKOVIĆ
PRIZNANJE

NA JESEN NOVA
INTERNET
PRODAVNICA

U BANJE 170
RADNIKA

KAPACITET ŠTAMPE
POVEĆAN

RASTE PLASMAN
LIVENIH
POLIMERA

SVI
NEŠTO
UVOZE

SA GOSTIMA IZ
ČEŠKE, SLOVAČKE
I CRNE GORE

PRVI PUT
NA SAJMU U
AMSTERDAMU

PREPLAVLJENO
PLAVO SANDUČE

SLEDE ČETIRI
NEDELJE
REMONTA

NOVI MODELI
BOJLERA

RESETIFIKACIJA
UZ POHVALE

PLASMAN
AUTO DELOVA
VEĆI 16%

VIDIM TI
SIGURAN
DOBITAK

KAD JE PRIHOD VEĆI A DOBIT MANJA, ZADATAK JE OZBILJAN

Ako bismo naše zajedničke ciljeve i lične želje podveli pod nekoliko najvažnijih – onda su to svakako: ostvarenje planova, duh zajedništva, međusobno poštovanje i poverenje. Ispunjnjem ovih ciljeva, ponovo smo pokazali da smo dorasli svakoj situaciji. Metalac Grupa će polugodište završiti sa oko 45 miliona evra realizacije, 3% više u odnosu na plan i 9% više u odnosu na isti period prošle godine. Time smo ispunili prvi uslov da, kako je Biznis planom bilo i predviđeno, od 1. jula podignemo cenu rada sa 152 na 160 dinara, a nadoknadu za toplo obrok sa 250 na 260 dinara. Ipak, da bismo bili međusobno iskreni, potpuna istina bi bila da će uprkos nešto boljem očekivanom prihodu od prodaje, ostvarena dobit biti značajno manja. Na to su pre svega uticale negativne kursne razlike i više cene repro materijala. I tu počinje naš ozbiljan zadatak za drugo polugodište.



Poštovani radnici Metalca,

Pred nama je druga polovina godine, tradicionalno bolja i mi to moramo dokazati i ovog puta svojom spremnošću da odgovorimo na izazove koje tržište postavlja pred nas. Kao što znate, najteže je upravljati prodajnim cenama jer to diktira ponuda na tržištu i tu se u kratkom roku malo može učiniti. Kao i uvek sigurna rezerva može biti pre svega u operativnoj efikasnosti, većem zalaganju i manjim troškovima. Očekujem zato da i proizvodnja i prodaja učine maksimum napora kako bismo postigli željeni rezultat i zadržali performanse kompanije kakve želimo.

Imamo 200 visoko obrazovanih kadrova i to je snaga od koje očekujem najviše a pre svega dobro planiranje i efikasno

sprovodenje planova. Nema prostora za prazne hodove u operativnim procesima a još manje za bilo kakvo uljuljkivanje svakog od nas, ma koliko Metalac bio velik i uspešan. Takođe, moramo bolje pratiti i uticati na neplanirana odsustva, pre svega na zloupotrebe bolovanja. Naša zlatna rezerva su ljudski i materijalni resursi koje moramo koristiti efikasno i efektivno. To je uslov svakog našeg napretka.

Vreme je da se svi odmorimo i prikupimo energiju kako bi se voljni i raspoloženi vratili ovoj kući i porodici Metalac, od koje svi živimo.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Dragan Bošković".

RESETIFIKACIJA UZ POHVALE ZA DOBRO URAĐENU TRANZICIJU

Opšti je utisak da je Metalac veoma dobro odradio tranziciju, pre svega zato što je kreiranjem strategija u prethodnim godinama stekao dobru praksu u realnom sagledavanju konteksta organizacije, unapređenju i dokumentovanju procena rizika i prilika i razumevanju relevantnih potreba svih relevantnih zainteresovanih strana – ocena je resetifikacione provere, sredinom juna.

Metalac je potvrdio visok nivo poštovanja standarda ISO 9001:2015 i ISO 14001:2015 i stoga sledi izdavanje sertifikata. Time je proces tranzicije na nove standarde završen. Konstatovano je da nema velikih neusaglašenosti. Naprotiv, dobijeno je dosta pohvala za dobro odraćenu tranziciju, uz konstataciju da se ponovo vidi izuzetan napredak u odnosu na prethodni period.

Poslednja eksterna provera bila je zapravo resetifikacioni audit po standardima ISO 9001:2015 i ISO 14001:2015. Sedmočlan tim proverivača TMS CEE, koji je partner TÜV SÜD AG, obavio je 13. i 14. juna kontrolu integrisanog sistema IMS u proizvodnim zavisnim društvima i Metalcu a.d. Ciljevi provere bili su: određivanje stepena usklađenosti sistema upravljanja sa kriterijumima provere; ocena sposobnosti sistema menadžmenta

da osigura ispunjavanje važećih zakonskih, regulatornih i ugovornih zahteva; ocena sposobnosti menadžmenta u pogledu obezbeđenja kontinualnog ispunjavanja uspostavljenih ciljeva za klijunčne performanse procesa; identifikacija oblasti za potencijalno poboljšanje sistema upravljanja; ocena odgovornosti rukovodstva za politiku kompanije; ocena veze između standardnih zahteva i zahteva sistema upravljanja; ocena operativne kontrole procesa, uključujući interne provere i pregled upravljanja.

Uz konstataciju da nema velikih neusaglašenosti, ocenjivački tim je, na završnom sastanku, izdvojio sedam malih neusaglašenosti, deset mogućnosti za poboljšanje i osam pohvala. Za male neusaglašenosti je potrebno analizirati uzroke nastanka i planirati korektivne mере за njihovo otklanjanje.



POSUĐE JOŠ JEDNOM NAJBOLJI SUPERBREND U KATEGORIJI NAMEŠTAJ I OREMA ZA DOMAĆINSTVO

U kategoriji Nameštaj i oprema za domaćinstvo najboljim proglašeno Metalac posuđe. Sledi: Enterijer Janković, Forma ideale, Simpo, Tarkett, Eurosalon i Home plus. Nagradu primio Aleksandar Marković, generalni direktor Metalca. I Metalac bojler među super brendovima u kategoriji Kućni aparati, zajedno sa Boshom, Candy-jem, Philipsom, Sony-jem, Samsungom i Gorenjem, koje je proglašeno najboljim.

Nagrade u 35 kategorija dodeljene su kompanijama koje rade po najvišim svetskim standardima i društveno su odgovorne. U procesu izbora posmatrano je 2.600 preduzeća iz Srbije, a izbor laureata izvršen je putem kombinovanih glasova Stručnog saveta za Superbrendove i glasova dobijenih na osnovu ankete javnog mnenja. Naši brendovi, našli su se po drugi put među najboljima, a posuđe Metalac je proglašeno najboljim u kategoriji nameštaj i oprema za domaćinstvo.

Status superbrenda predstavlja pouzdan putokaz potrošačima - naglasio je Toplica Spasojević, Predsednik Stručnog saveta Suprebrends Srbija, programa koji se sprovodi u skoro 90 zemalja sveta, uz autentičan pristup analizi brendova na nacionalnim tržištima. Kriterijumi za njegovo dobijanje su dugogodišnja doslednost i pouzdanost brenda, prepoznatljivost i ugled, te korporativna odgovornost.

Predsednik Superbrends Srbija Simeon Comokos istakao je da nisu brendovi samo kompanije kojima se uručuju, već ljudi koji stoe i za njih. Inače, Superbrands je nastao 1994. godine u Velikoj Britaniji i predstavlja jednu od vodećih svetskih platformi za promociju brendova. U prepunoj svečanoj sali Metropola, dodeli priznanja u ime naše kompanije prisustvovali su i direktor Metalac posuđa Stojan Slović i direktor marketinga Nadica Vujić Mitrović.



OD JULIA CENA RADNOG ČASA 160 DINARA

Naknada za topli obrok sa 250 ide na 260 dinara dnevno. Zarada pripravnika sa visokom stučnom spremom će ubuduće iznositi 90% osnovne zarade. Za isplatu jubilarne nagrade u visini tri prosečne zarade, ženama potrebno dve godine, više tj. 38 godina radnog staža.

Ovo je suština Aneksa kolektivnog ugovora koji su 18. juna potpisali generalni direktor Metalca i Odbor za pregovore, koga čine predstavnici oba sindikata. Najznačajnija izmena Kolektivnog ugovora je povećanje cene radnog časa u drugoj polovini godine sa 152 na 160 dinara, čime su zarade zaposlenima od 01. jula povećane za 5,26%. Takođe se povećava i naknada za topli obrok za 4%, sa dosadašnjih 250 na 260 dinara.

Osnovna zarada pripravnika sa visokom stučnom spremom ubuduće će iznositi 90% osnovne zarade, a pripravnika sa višom stučnom spremom, kao i do sada, 80% osnovne zarade utvrđene platnim razredima i rangovima za poslove za koje se pripravnici obučavaju.

Izmenjene su i odredbe kojima se reguliše pravo na isplatu jubilarne nagrade zaposlenim ženama. Umesto potrebnih 36 godina neprekidnog rada za ispatu jubilarne nagrade u visini tri prosečne zarade ostvarene u Metalcu, ubuduće je uslov 38 neprekidnih godina rada kod poslodavca. Razlog je što je prema Zakonu pomerena starosna granica za žene za prevremenu penziju, pa je shodno tome i izvršena navedena izmena člana 49. Kolektivnog ugovora.



SA 22 INO TRŽIŠTA DVE TREĆINE REALIZACIJE

metalac
POSUDE

Dve trećine realizacije u prvom polugodlu ostvareno je izvozom posuđa, a jedna trećina na domaćem tržištu. Takođe, ako Srbiju i tržišta ExYU posmatramo kao region u kome posuđe plasiramo pod imenom Metalac, onda bi se moglo reći da je oko 2/3 realizacije ostvareno eksplicitno na našem brendu, a ostalo od proizvodnje za poznate kupce, od kojih je za nas posebno značajno učešće robne marke Metrot koju izgrađujemo na ruskom tržištu.



Metalac posuđe će prvu polovinu 2018 godina završiti sa oko 12,64 miliona evra, što je 1,5% iznad plana i 5,5% iznad ostvarenja u istom periodu prošle godine. Oko 34% ostvarenja odnosi se na Srbiju – što je na nivou plana i na nivou prošlogodišnje realizacije u istom periodu. Među manje ili više uspešnim akcijama unapređenja prodaje, izdvojili su se svakako kobrending projekti sa Coca-cologom i Grand kafom. Ipak, najveće učešće u prodaji posuđa na domaćem tržištu i dalje ima maloprodajni lanac Metalac sa 78 prodavnica širom Srbije.

Što se izvoza tiče, na 22 tržišta biće ostvareno oko 8,4 miliona evra, tj. oko 66% ukupne realizacije. Najveće učešće i dalje imaju Rusija, BiH i Francuska, a raduje nas i ulazak Švedske, čiji će prvi nalog vrednosti 300 hiljada evra biti realizovan u avgustu. Tržište ExYU beleži 20% rasta u odnosu na isti period prošle godine. Trend povećanja prodaje imaju tržišta Hrvatske i Kosova koja su, istini za volju, prošle godine imale loš rezultat. Na prošlogodišnjoj zdravoj osnovi poraslo je i tržište Bosne, gde su se, pored standardno dobre redovne prodaje u prvom polugodlu nizali i značajni projekti lojalnosti. Rast je zabeležen i na tržištu Makedonije, gde je otpočela saradnja sa Bratstvom iz Ohrida. Manji pad prodaje Metalac posuđe je imalo samo na tržištima Crne Gore i Slovenije. Direktor Metalac posuđa, Stojan Slović

očekuje da i ukupni poslovni rezultat na kraju 6 meseci bude na nivou prošlogodišnjeg, a najavljuje i dobru jesen, kako zbog već ugovorenih novih linija i isporuka, tako i zbog očekivanog rasta plasmana za USA, Englesku, Francusku, Švedsku...

Proizvodnja iznad plana – slede četiri nedelje remonta

Proizvodnja u prvoj polovini godine je bila 12% veća i u komadima, i finansijski u odnosu na godišnji plan, dok je u odnosu na prošlu godinu proizvedeno 3% više jedinica i 7% više vrednosno. Operativni planovi su završeni sa 101% u komadima i 100% finansijski. Proizvodi van klase su ispod planiranih vrednosti.

U toku su pripreme za remont opreme koja će trajati 4 nedelje, pri čemu je remont na delu opreme već započeo.

Pored sređivanja svih peći za emajliranje kao glavne stavke svakog remonta, tehnički direktor Milan Filipović ističe da su ove godine planirani i radovi na zameni poda u pripremi lima i sistemu za rekuperaciju toplotne energije u pogonu završne obrade. U julu stiže nova presa za brizganje plastike i mašina za satiniranje inox profesional posuđa, a do kraja godine i nova presa za brizganje bakelita.

ZA ŠEST MESECI 19 AKCIJA ŠIROM REGIONA

Praksa loyalty akcija je još uvek neminovnost. U prvoj polovini 2018. godine, manje ili više uspešno, Metalac posuđe ih beleži ukupno 19, od kojih 7 u Srbiji, po 4 na tržištima BiH i Makedonije i po jedna u Hrvatskoj i Crnoj Gori.

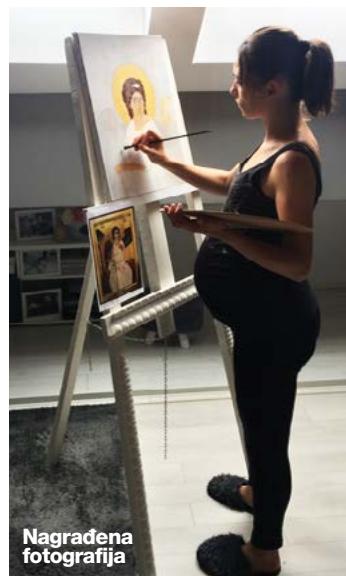
Akcija kroz Maxi i Tempo objekte uticala je na rast prodaje Express lonaca za 50% u odnosu na isti period prethodne godine. Posle Tufnica, brokolija i Blu lux-a, na tržištu Bosne i Hercegovine traju

akcije na novim dekorima Francuske novine i dekoru Akvarel, autorke Sanje Dević, veoma uspešno plasirane kroz Kort markete. Na tržištu Makedonije aktuelne su akcije na liniji aluminijumskog nelepljivog posuđa sa efektom granita, kao i inox posuđe.

U drugoj polovini godine takođe je najavljen značajan broj akcija, a važno je da će, po svemu sudeći, podjednako biti zastupljeno i emajlirano i inox posuđe.

DEČJI SETOVI ZA NAJ TRUDNICE I NAJ BEBE

Afirmišući porodične vrednosti i populacionu politiku Kompanije, Metalac posuđe je poklon setovima podržalo projekat veoma posećenog portala „Trudnoća i zdravlje“ koji je imao konkurse na temu NajFoto trudnica i NajFoto Moja beba. Malo posuđe iz Metalca za buduće velike ljude, olaksanje mamama pripremanje, serviranje i čuvanje hrana za decu, a ostaje i kao ukras i divna uspomena na druženje sa Metalcom



PODRŠKA EKIPAMA IZ SRBIJE NA TAKMIČENJIMA U PRIPREMANJU TRADICIONALNIH JELA

Na petom međunarodnom gastro turističkom festivalu u Nišu, od 15. do 17. juna, predstavnici 30 zemalja promovisali su nacionalne kuhinje i očuvanje tradicije pripremanja jela. Svoje kulinarske veštine pokazalo je više od 350 takmičara iz Češke, Rusije, Ukrajine, Izraela, Italije, Švajcarske, Nemačke..., a najviše iz Turske. Takmičili su se profesionalci, amateri i učenici, a specijaliteti srpske kuhinje pripremani su naravno u Metalčevim šerpama, pekačima i tiganjima. Metalac posuđe je takođe podržao i ekipu Udruženja ugostiteljskih i turističkih poslenika iz Niša na Internacionalnom takmičenju u Budvi. Ova ekipa je proglašena za sveukupnog pobednika u dve discipline – pripremanje jela nacionalne kuhinje i pripremanje torti. Kako sve dolazi prirodno, Metalac je bio deo ove priče.

ČASOVI UŽIVO ZA NAGRAĐENU DIZAJNERKU

Početkom maja u dvodnevnoj stručnoj praksi u fabriki bila nam je Maja Zoranović, prvonagrađena dizajnerka na regionalnom nagradnom konkursu „Šerpino novo odelo 2018“. Inače, njen nagrađeni dekor pod nazivom Cookroom u maju je ušao u redovnu proizvodnju i može se pronaći na svim tržištima.



VIDIM TI SIGURAN DOBITAK GRAND KAFA I METALAC PONOVO ZAJEDNO

Nakon jednog od najuspešnijih kobrending projekata između Grand kafe i Metalca, koji je 2014. godine rezultirao sa 140.000 jedinica posuđa za Grandove lojalne potrošače, dugogodišnje partnerstvo je od 26. aprila ponovljeno istoimenom akcijom. Ovoga puta Grand kafa je odlučila da najlojalnije potrošače nagradi emajliranim posuđem specijalnog dekora. Treći partner u veoma atraktivnom projektu u Srbiji ponovo je lanac prodavnica Metalac. Naime, učesnici akcije preuzimaju poklone u naših skoro 80 prodavnica. Akcija traje do 10. jula, a pokloni će moći da se preuzimaju do kraja meseca. Sveukupno, Metalac je za Grand kafu pripremio 100.000 emajliranih posuda. Inače, istu akciju, sa dodatnih 50 hiljada poklona u istom assortimanu Grand sprovodi i u BiH i Makedoniji.

ŠTA METALAC IMA ZAJEDNIČKO SA LEPIM BRKOM, VIJEKOM, NEŠOM TRAVKOM I KATY THE COOK...

Verovali smo od početka i krenuli od prve emisije; najpre sa Lepim Brkom u Gastronomadu na RTS-u pre 8 godna, a onda i sa novom regionalnom televizijom Kitchen TV, koja ovih dana obeležava dve godine postojanja.

Ova partnerstvo za rezultat ima oko 1100 kulinarskih emisija sa posuđem Metalac, od čega oko 650 produciranih kroz Kitchen TV u dvadesetak formata. Ovaj kablovski kanal svoj program danas emituje u 5 država i trenutno je najpopularniji kanal te

vrste u regionu sa oko 2,5 miliona gledalaca. Popularni voditelji više od 20 serijala svakog dana su u kućama svih 24 sata, a neki su se baš izdvojili. Osim lepog Brke i Steva Karapandže, tu su Neša travka, Aleksandra sa Začinom ljudavi, Vijeko, Sarini mali zalogaji, Katy the Cook... Sve to bogatstvo uskoro će sa istim partnerom da se pojavi na novim platformama što će Metalcu napraviti dodatnu konkurenčku prednost u digitalnom svetu kulinarstva.



PRVI PUT NA SAJMU U AMSTERDAMU

Naši predstavnici su tokom dva dana sajma, 29. i 30. maja imali više od 20 razgovora sa zainteresovanim kupcima iz Italije, Nemačke, Belgije, Holandije, Engleske, Švedke, Turske, Rusije, Jordana...

Sajam u Amsterdamu je najveći sajam privatnih robnih marki (PL) na svetu. Na njemu izlažu proizvođači proizvoda PL kao i proizvođači koji se proizvodnje svojih renomiranih brendova imaju i proizvodnju PL proizvoda za ključne kupce, što je slučaj i sa Metalcem. Sajam je organizovan u 12 hala. U proseku svake godine izlaže oko 2.400 proizvođača na 4.300 štandova iz 70 država sveta. Činjenica da je uglavnom reč o proizvođačima iz Evrope, dodatno doprinosi atraktivnosti sajma. Od izlagača posuđa tu je bio Flonal iz Italije, Silampos iz Portugalije i Beka iz Belgije. Metalac posude je po prvi put imalo dobro pozicioniran štand, a izlagali smo emajlirano posuđe rađeno na automatu, sa kojim inače radimo PL.



SA GOSTIMA IZ ČEŠKE I SLOVAČKE

Predstavnici 12 firmi iz Češke i Slovačke boravili su u Metalcu početkom juna. Predvodio ih je već tradiocionalno naš partner Marex Trade. Upoznavanje sa svim aspektima proizvodnje i samih proizvoda, razgledanje show room-a uz prezentaciju novih proizvoda i poslovni razgovori, uobičajeni su raspored tokom Komercijalnih dana koje organizujemo. I ovog puta poseta se ocenjuje veoma uspešnom, a porudžbine su plasirane još tokom posete. U okviru dodatnog programa gosti su imali turistički dan u Beogradu i zajedničku večeru sa predstvincima Metalca u Norveškoj kući.



DVA MILIONA U PRVOM POLUGODIŠTU

Na ambalaži i dekorima ostvareno 12% više nego što je planirano i 13% više u odnosu na isti period prethodne godine. Evidentan je porast prodaje dekora za 15% i transportne ambalaže za 4%, dok je realizacija ofset ambalaže na nivou prošlogodišnje. Slika je malo kompleksnija ako pogledamo strukturu prihoda.

Oko 55% ostvarene realizacije Metalac printa doneo je plasman Metalčevim preduzećima, dok je 45% ostvareno na eksternom tržištu, gde je prodaja čak za četvrtinu veća od plana i 30% veća nego prošle godine. Eskternom rastu najviše su doprinele skoro duplirane isporuke transportne ambalaže. Ovo je utoliko važnije što je ofset u isto vreme zabaležio pad usled velike konkurenčije i smanjenja posla kod dva značajna kupca.

- U svakom slučaju, ukupan rast obima prodaje, uz kontrolisano upravljanje troškovima proizvodnje, uticao je na značajno bolji finansijski rezultat u prvom polugodištu. Optimistični smo i verujemo da će i druga polovina godine biti finiširana najmanje u takvom tempu – smatra direktor Metalac printa Predrag Lazović.

Povećani proizvodni i skladišni kapaciteti

U pogonu preslikača u prvoj polovini godine realizovano je 72 zahteva za osvajanje novih dekora, a 42 dekora su lansirana u redovnu proizvodnju. Pogon dekora uspešno je ispratio zahteve za većom tražnjom preslikača, jer je kapacitet štampe povećan zahvaljujući

**metalac
PRINT**

unapređenju sito maštice, koja je do sada korišćena samo za operaciju lakiranja. Do kraja avgusta biće završena instalacija kombinovanog uređaja za lasersko osvetljavanje ofset ploča i sita, gde se očekuje značajan iskorak u odnosu na dosadašnji način rada, kako u smanjenju materijalnih troškova pripreme, tako i u brzini reakcije od dizajna do štampanja. Takođe, uz navedeni uređaj biće instalirana i nova mašina za razvijanje ofset ploča, pa će proces biti kvalitativno kontrolisan i podignut na viši nivo. Takođe, u oba pogona kartonske ambalaže, kao i pogonu dekora intenzivno se uvode WCM principi (Metazen-a). Rezultati su vidljivi, merljivi i pohvaljeni od strane eksternih proveravača.

Povećana realizacija, naročito u oblasti transportne ambalaže, zadavala je dosta problema prilikom skladištenja sirovina i gotove robe usled „hroničnog“ nedostatka magacinskog i proizvodnog prostora. U drugoj polovini juna završena je nadstrešnica od oko 450 m² ispred ulaza u magacin i počelo je „lakše da se diše“.

Tokom jula meseca, u pogonu kartonske ambalaže, biće angažovano 17 radnika na izradi naloga za eksterne kupce.

I DALJE RASTE PLASMAN LIVENIH POLIMERA

**metalac
INKO**

Metalac inko je prebacio plan 2% ali ispod ostvarenja u prethodnoj zbog izostanka dva velika kupca. Novougovorenii poslovi za partnere u Nemačkoj nagoveštavaju dinamično i uspešno drugo polugodište. Izazov rada sa novim materijalom.

Naš proizvođač inoks i granitnih sudopera, kao i opreme i nameštaja od kompozitnih materijala, završava prvo polugodište malim prebačajem plana, ali ispod ostvarenja u istom period prethodne godine. Od ukupno 1,23 miliona evra realizacije, Inko je na domaćem tržištu realizovao skoro 60% ukupne prodaje koliko je i planirao, a ostalo izvozom gde beleži prebačaj plana od 5%. Posmatrano po strukturi programa, liveni polimeri imaju rast od 10%, dok program inoks sudopera beleži veliki pad u odnosu na prošlu godinu i to zbog prestanka kooperacije sa Kovinoplastikom. Sveukupno, Metalac inko je polugodište završio u granicama očekivanog.

Predstoji, bez sumnje, uspešno drugo poluvreme

Najvažnija je svakako novouspostavljena saradnja sa svetki poznatim proizvođačem kupatilskog nameštaja iz Nemačke, firmom Sanipa. U tom cilju već je ugovorena izrada alata za jednu liniju umivaonika u tri dimenzije, za koju će prva isporuka biti u septembru. Osim toga, Metalac inko će za istog partnera za početak naredne godine proizvesti još jednu liniju umivanika sa pet modela, namenjenu nastupu na sajmu ISH Frankfurt 2019. Posebno je važno što će naš proizvođač zbog ovog posla početi

da radi sa novim materijalom, pod nazivom HSAP, specijalno razvijenim za izradu sanitarija. Na razvoju ovog materijala Inko je dugo radio sa firmom Dorfner iz Nemačke.

S obzirom na veličinu tržišta na kojem je Sanipa zastupljena, direktor Vladan Stojković očekuje značajnu realizaciju u ovom programu. Takođe ističe započetu saradnju i sa firmom Kimtec na izradi sudopera za mini kuhinje, što može da bude dugoročno dobar posao, imajući u vidu značajan položaj Kimtec-a na hrvatskom tržištu.

Realizacija Granmatrix-a beleži čak 50% rasta u odnosu na isti period prethodne godine, uglavnom zahvaljujući fabrikovanim proizvodima. U prethodnom periodu realizovano je opremanje velikog broja objekata, među kojima su i hoteli Iberostar u Njivicama i Hoče u Parizu. Značajni poslovi su održeni i na opremanju enterijera na obnovi Doma sindikata i Narodnog muzeja.

U proizvodnji je pokrenut projekat WCM na poslovima livenja, što će obezbediti veliko unapređenje u praćenju proizvodnje, kao i smanjenju škarta i povećanju produktivnosti. WCM će generalno imati značajan uticaj na ukupan rast kvaliteta proizvoda i povećanje konkurentnosti, pa je logično što će ovaj metod u narednom periodu biti primenjen i na ostalim proizvodnim linijama.

PRIBLIŽNO PROŠLOJ GODINI

**metalac
BOJLER**

Na pojedinim ino tržištima i kod određenih kupaca se nastavlja trend rasta – poput tržišta Rusije, Crne Gore, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Hrvatske, ali pad prodaje je prisutan na tržištima Makedonije, Češke i Slovenije. U jakom konkurenčkom okruženju, Metalac bojler šansu vidi u efikasnosti svog prodajnog tima, kao i u mogućem diferenciranju od konkurenциje, osvajanju novih proizvoda i tržišta.

Metalac bojler završava prvih šest meseci 2018. sa 2,7 miliona evra realizacije, približno koliko i prethodne godine u istom periodu i uz ostvarenje plana od oko 98%. Ovaj odnos identičan je na ino i domaćem tržištu, koja podjednako učestvuju u ukupnoj prodaji.

Na domaćem tržištu pojedini tereni, poput tržišta Beograda, imaju trend rasta, kao što raste i plasman kroz Metalčev maloprodajni lanac. Ali, sa druge strane, pojedini kupci na terenima Južne i Zapadne Srbije imaju manji nivo prodaje u odnosu na 2017. godinu, što je uticalo na ukupan ishod prodaje u Srbiji.

U drugom kvartalu na tržište su krenuli novi proizvodi, pre svega inoks bojleri sa suvim grejačem i pritisni malolitražni bojleri. Efekat se može meriti u drugoj polovini godine, jer je tržištu potrebno da se informiše. Takođe, nastavljena je saradnja sa Građevinskom direkcijom Srbije kroz prodaju emajliranih bojlera i slavina Aquabi.

U drugom kvaratalu održano je nekoliko prezentacija kod kupaca na domaćem i ino tržištu, koje već daju rezultate. Tome će se u drugoj polovini godine posvetiti dodatna pažnja, posebno kod ključnih kupaca i servisera.

Direktor Zoran Ognjanović je posebno zadovoljan efektima ulaganja u novu opremu, koji se ogledaju u povećanoj fleksibilnosti proizvodnje i racionalizaciji troškova. Od započetih projekata pri samom kraju je robotsko zavarivanje, koje će doprineti povećanju produktivnosti i otklanjanju uskog grla u proizvodnji, što će se osetiti već od avgusta, kada je planiran početak eksploracije.



Metalac bojler je ove godine samostalno nastupio na Sajmu građevinarstva u Beogradu, koji je održan u aprilu. Uspešno su predstavljeni novi modeli bojlera i dopuna asortimana slavina Aquabi. Iako Sajam građevinarstva iz godine u godinu beleži sve manju posetu, rukovodstvo je zadovoljno nastupom i ostvarenim kontaktima, pre svega sa kupcima sa tržišta bivše Jugoslavije.

PLASMAN AUTO DELOVA VEĆI 16% UZ IZLAZAK NA RUSKO I POLJSKO TRŽIŠTE

metalac
FAD

Realizacija Metalac FAD-a i novi poslovi koji su na pomolu, rezultat su trogodišnjih napora rukovodstva da ovo preduzeće i njegov proizvod vrate na tržište. Direktor Goran Mijatović je, ipak, veoma oprezan, jer je reč o veoma specifičnoj industriji, a i kretanja u pojedinim segmentima poslovanja nisu dovoljno predvidiva. U julu predstoji resertifikacija po zahtevima novog standarta IATF 16949.

Sredinom juna Metalac FAD je bio domaćin serviserima i predstavnicima transportnih firmi, koje je okupio eminentni kupac Rapidex iz Novog Sada. Cilj posete je bio jačanje odnosa prema proizvodima i brendu FAD. Uz obilazak fabrike i upoznavanje sa procesom proizvodnje, naglasak je bio na edukaciji o komparativnim prednostima našeg proizvoda i uspostavljanju međusobnih čvršćih veza.



Metalac FAD završava prvo polugodište sa realizacijom od 1,65 miliona evra, rastom od 16% u odnosu na isti period prethodne godine i prebačajem planova za 7%. Lako i domaće i ino tržište beleže rast, ovakvom ishodu doprinoje pre svega veći izvoz. Najviše je rastao plasman delova za prvu ugradnju, tj. isporuke za proizvođače vozila, pa je i učešće Metalac FAD-a u ovom segmentu poraslo.

Izdvajamo da je FAD putem novog kupca ušao na rusko tržište, a najavljen nastup na sajmu u Moskvi u avgustu će biti prva prilika da se vide reakcije ovog značajnog tržišta. Takođe, FAD će kao izlagač nastupiti i na najvećem sajmu Automehanika, koji će se održati u septembru u Frankfurtu. Vredan pomena je i novi kupac Martex, sa kojim naše preduzeće očekuje značajan prodor na veoma potentnom poljskom tržištu. Ova firma se bavi distribucijom rezervnih delova za motorna vozila, ima 26 ekspozitura, blizu 500 zaposlenih i ekspanzivan rast, ne samo na poljskom, već i na ostalim evropskim tržištima.

- Uzorci naših proizvoda su poslati na tržišta Grčke, Irana, Izraela i Švajcarske, gde je neophodno da se krajnji korisnici uvere u kvalitet kako bi se krenulo na sledeći nivo dogovora. U narednom periodu

imamo dogovorene prve sastanke sa predstvincima dva velika imena, jednim u svetu mobilnih kranova, a drugim u svetu osovina – ističe komercijalna direktorka Marina Jevtić.

Pripreme za resertifikaciju sistema kvaliteta su u završnoj fazi. Resertifikacioni audit od strane austrijske revizorske kuće Quality Austria planiran je u julu. Biće to za Metalac FAD izazov da odgovori na nove, dodatne zahteve, koji su stavljeni pred proizvođače u auto industriji. Umesto dosadašnjeg standarda ISO/TS 16949 obaviće se resertifikacija po zahtevima novog standarda IATF 16949. Rukovodstvo Metalac FAD-a veruje da su svi zaposleni svesni činjenice da se uz nove obaveze otvaraju i nove mogućnosti i šanse koje ne smemo da propustimo. Dakle, svi su spremni za novi stepenik.

Resertifikacija u julu

- Kako smo ove godine uspeli po prvi put da napravimo dve nedelje pauze u proizvodnji, zaposlenima želimo da lepo provedu zaslужeni odmor i da odmorni i sa voljom uđemo u drugu polovicu godine i prihvatićemo nove izazove – poručuje rukovodstvo Metalac FAD-a.

DINAMIČNO POLUGODIŠTE SA 10% RASTA REALIZACIJE

metalac
MARKET

Lanac prodavnica Metalac se širi i unapređuje. U ukupnom prometu Metalčevi proizvodi učestvuju 37%. Dobavljači rado učestvuju u aktivnostima unapređenja prodaje kroz našu maloprodajnu mrežu. Raste učešće internet prodavnice.

U prvih šest meseci Metalac market je imao promet od preko 5,9 miliona evra i time ostvario plan, uz rast od 10% u odnosu na isti period prošle godine. Istovremeno, prihod od kamate beleži pad 10%. Učešće Metalčevih programa je 37% u ukupnom prometu. Rast u odnosu na prošlu godinu je nešto više od 3%. Pri tome prednjači Inko sa rastom od preko 11%, Sigma sa rastom od preko 7%, dok je posuđe na istom nivou, a u padu je jedino prodaja bojlera.

Paralelno su nastavljene aktivnosti na proširenju i unapređenju maloprodajnog lanca. Godina je počela otvaranjem prodavnice u Knez Mihailovoj. Nedavno je na preko 200 kvadrata otvorena druga prodavnica u centru Novog Pazara. U značajno veće lokale preseljene su prodavnice u Lazarevcu i Aranđelovcu. Nakon izbijanja požara, potpuno je renovirana prodavnica u Boru. Preuređena je prodavnica u Topoli. Zatvorena je jedino druga prodavnica u Kruševcu koja nije postizala očekivane rezultate.

Veoma intenzivne aktivnosti unapređenja prodaje nastavljene su u saradnji sa skoro svim dobavljačima. Uz uobičajene akcije, zanimljiva je bila saradnja sa Blic ženom, kojom je po prvi put zajednički podizana lojalnost čitalaca ovog magazina i kupaca Metalčevih proizvoda. Kobrending akcija sa Grand kafom ulazi u završnu fazu i, mada ova akcija ne utiče neposredno na ukupan rezultat, posredno je značajna u dobijanju novih potrošača, kao i potencijalnom prihodu po osnovi realizacije vaučera sa popustima, koje učesnici akcije „Vidim ti siguran dobitak“ dobijaju od Metalca.

Sve u svemu, u prvoj polovini godine je emitovano skoro 4.500 reklamnih poruka, kako u nacionalnim, tako i lokalnim elektronskim medijima, a svaka aktivnost unapređenja prodaje praćena je i digitalnim marketinškim kanalima. Sve to doprinosi rastu prodaje, kao i pozicioniranosti prodavnica Metalac, koje su uveliko prepoznate kao mesta široke ponude za kućne potrebe.

PROMET I PROFIT RASTU, LANAC SE ŠIRI, KOLEKTIV SE PODMLAĐUJE

U celom Proleterovom lancu dnevno se obavi više od 15.500 kupovina, od čega više od polovine upravo u gradu Gornjem Milanovcu. Prebačaju plana prodaje za 16%, a posebno rastu od čak 46%, značajno su doprinela tri maloprodajna objekta u Ljigu. I RUC rastao 45%. Uskoro još jedna prodavnica u Čačku.

U prvih šest meseci 2018. godine Proleter očekuje realizaciju više od 8,5 miliona evra. Sa svojih 40 objekata maloprodaja učestvuje 96% a ostatak se odnosi na prihode od veleprodaje i zakupa. Prebačaju plana za 16%, a posebno rastu od čak 46%, značajno su doprinela tri maloprodajna objekta u Ljigu, preuzeta septembra 2017. godine. Očekuje se da ove prodavnice u prvom polugodištu 2018. godine učestvuju sa 22% u ukupnoj realizaciji maloprodaje, što ukazuje na dobar poslovni potez i isplativost investicije u relativno kratkom roku.

- Važno je imati na umu da bi, i bez prodavnica u Ljigu, Proleter bio više nego uspešan. Generički rast prometa, posmatrano po svakom objektu u odnosu na isti period prethodne godine, iznosi 15%. Ostvarena razlika u ceni u maloprodaji prati rast prometa i očekujemo da će u prvom polugodištu ove godine biti za 45% bolja nego u 2017. i 17% iznad planirane. Do kraja godine planiramo da našu mrežu proširimo za još jedan maloprodajni objekat na teritoriji opštine Čačak. Zaista rastemo u svim

aspektima prodaje i kvaliteta usluge – zaključila je Jelena Luković, generalna direktorka Metalac Proletera.

Inače, od ukupno 300 zaposlenih više od dve trećine su trgovci. Kroz njihove ruke dnevno u proseku prođe 15.500 računa, tj. kupovina – najviše u gradu Gornjem Milanovu (55%), dok se u selima realizuje 26% ukupnog broja kupovina, a ostalo u gradu Ljigu.

Od početka godine Proleter je primio 20 novih mladih trgovaca, pa je prosečna starost zaposlenih snažena na 38 godina.

Zadovoljna ukupnim rezultatima, direktorka Luković smatra da će najveći izazov biti dolazak Lidl-a na tržište Gornjeg Milanovca. Istovremeno, ona veruje da su osnovni alati u borbi sa nadolazećom konkurenjom vezani za kvalitet usluga, širok asortiman svežih domaćih proizvoda i komšijski odnos sa potrošačima, uz dalji razvoj postprodajnih usluga. Proleter je u tome ispred konkurenije, što nedvosmisleno pokazuju lojalni potrošači.

JELENI LUKOVIĆ PRIZNANJE „KAPETAN MIŠA ANASTASIJEVIĆ“

Kao veoma uspešan menadžer i generalni direktor preduzeća Metalac Proleter, Jelena Luković je ovo društveno priznanje dobila za poslovnost i tržišnu pozicioniranost. Nagrada joj je uručena 12. juna u Vrnjačkoj Banji, a dodeli su prisustvovali predsednik kompanije Metalac Dragoljub Vukadinović i predsednik Odbora direktora Metalac Proletera prof. Dr Stevo Janošević.

- Uz podršku Metalčevog tima, ova preduzimljiva dama je za samo pet poslednjih godina, napravila preokret u rastu i razvoju najvećeg maloprodajnog lanca u opštini Gornji Milanovac, koji se veoma efikasno širi i na opštine u okruženju... Maloprodajni lanac Proleter je ponovo ponos Gornjomalnovčana, a preduzeće Metalac Proleter novi biser Metalac Grupe – rečeno je u obrazloženju.

Inače, priznanje Kapetan Miša Anastasijević već 18 godina zajednički dodeljuju agencija Media invent iz Novog Sada, Novosadski i Beogradski univerzitet, uz pomoć Privredne komore Vojvodine, PKS i lokalnih samouprava. Nagrada predstavlja svojevrsno vrednovanje preduzetničkog stvaralaštva u okviru projekta Put ka vrhu.



SA SIGMOM 10% IZNAD PLANA

Relativno stabilno polugodište uz pritisak dobavljača za povećanje cena. Konkurencija sve veća.

Metalac trade bi prvu polovicu godine trebalo da završi na nivou planiranih 1,7 miliona evra realizacije, ali uz 10% veću razliku u ceni i, što je najvažnije, sa preko 10% većom dobiti u odnosu na isti period 2017. godine.

- Što se tiče deviznog kursa, prvo polugodište možemo oceniti kao relativno stabilno, ali imamo veliki pritisak na rast cena od strane dobavljača, što je u ovom trenutku najveći problem. Takođe, konkurencija na tržištu je sve veća, sa sve većim brojem aktera, koji uvoze sličnu robu kao i mi, a do juče su bili naši kupci. I pored toga, angažmanom na terenu, povećavamo broj kupaca i pokušavamo da anuliramo negativne efekte takvih pojava. Takođe, planiramo nekoliko novih lojaliti programa, koje do sada

nismo radili. Očekujemo da će rezultati biti slični kao i prilikom ranijih akcija. Situacija na ino tržištu nije mnogo drugačija. Osim rasta plasmana u Crnoj Gori, na svim ostalim tržištima se suočavamo sa padom prometa. U toku su intenzivne aktivnosti sa potencijalno novim kupcima kako bismo ublažili trend pada prodaje. Bez obzira na sve, ukoliko ne bude nekih većih lomova na tržištu, mi smo optimisti i verujemo da će Metalac trade imati uspešnu 2018 godinu – tvrdi direktor Dragan Tomić

Optimizam u pogledu rezultata u drugoj polovini godine baziran je i na proširenju ponude sezonskih artikala, pre svega malih kućnih aparata za grejanje (grejalice, konvektori, uljni radijatori), kao i na nikad široj ponudi artikala sa novogodišnjim motivima.

DA LI JE SINDIKALNA PRODAJA PROŠLOST?

Posredstvom 24 prodavnice u Vojvodini, Metalac home market ostvario je 54% ukupne realizacije. Kupci sve manje žele sindikalnu prodaju. Učešće Metalčevih programa zadržano na 40%. I dalje fokus na aktivnostima unapređenja prodaje u saradnji sa dobavljačima i unapređenju maloprodajnog lanca.

Metalac home market očekuje da će prvo polugodište završiti sa oko 3,2 miliona evra, što je 5% manje od planiranog i 1% iznad realizacije u istom periodu prethodne godine. Najveći podbačaj je ostvaren u kanalu terenskih prodavnica. Takozvana sindikalna rodaja je manja čak 20% od planirane.

Realizacija 24 prodavnice Metalac home market na tržištu Vojvodine predstavlja 54% ukupnog ostvarenja. Nažalost, pad u terenskoj, tj. sindikalnoj prodaji je uticao da cela maloprodaja beleži podbačaj od 7% u odnosu na plan. RUC je, pak, bolji za jedan procenat. Što se kanala veleprodaje tiče, može se reći da

je ostvario zacrtane ciljeve, jer je plan RUC-a prebačen za 9%, uz 15% rasta u odnosu na isti period prošle godine. U drugom kvartalu prodavnica u Bačkoj Palanci je preseljena na novu lokaciju, dok su renovirane prodavnice u Futogu, Indiji i Vrbasu.

Kompanijski programi i dalje beleže značajno učešće od 40% u ukupnom prometu. Najveći rast od 11% ostvaren je na prodaji sudopera. Cilj je da se u drugoj polovini godine kroz zajedničke akcije sa proizvodnim preduzećima i eksternim strateškim partnerima dodatno poveća promet, prvenstveno posuđa.

NA JESEN NOVA INTERNET PRODAVNICA



Od početka godine, Metalac Digital aktivno radi na unapređenju odnosa sa kupcima kroz digitalne kanale komunikacije. U toku je implementacija i razvoj kontakt servisa Metalca – jedinstvenog mesta za pružanje informacija korisnicima proizvoda i usluga, podršku internet prodaji i osnov za razvoj modela upravljanja odnosima sa kupcima.

Oglašavanjem putem digitalnih marketing kanala, na internet prodavnici Metalac Marketa u prvoj polovini 2018. godine generisano je ukupno 560.000 poseta sa 4,2 miliona pregledanih stranica, što je rast od 68% u odnosu na isti period 2017. godine. Promet je u odnosu na prvu polovicu prošle godine veći za 140%, odnosno porastao je sa 6,5 miliona na 15,5 miliona dinara.

Pored novih i planiranih aktivnosti, Metalac Digital se kontinuirano bavi održavanjem web prezentacija svih zavisnih društava, optimizacijom sadržaja i nastupom na društvenim mrežama.

Implementacija nove e-commerce platforme za Srbiju odložena je za septembar 2018. godine, pred izazovima sa kojima se Metalac Digital susreo. Sa novom internet prodavnicom, pored kontakt servisa, kupcima će biti omogućen i elektronski način plaćanja porudžzbina.

Pred Metalac Digitalom je složen i dug proces, kao deo ukupnog procesa digitalne transformacije sistema, koji zahteva detaljno planiranje i saradnju svih sektora unutar kompanije, a sposobnost proaktivnog upravljanja odnosima sa kupcima postaje kritična mera uspeha.

ODRŽAVANJE NA MINIMUMU TROŠKOVA



Pošto situacija na tržištu Ukrajine nema optimističkih naznaka za ambicije i poslovne okvire kompanije Metalac, naše malo preduzeće u Kijevu će u budućem periodu promeniti model u svom poslovanju. Redukovanje broja zaposlenih će imati uticaj na smanjenje troškova ali će, sa druge strane, podizanje prodaje

i rast RUC-a obezbedi profitabilnost. Ovo će svakako biti težak zadatak, imajući u vidu veoma nestabilne uslove na koje ekonomija nema uticaja. Ipak, bez obzira na okolnosti, stav kompanije Metalac je da održi prisustvo na velikom tržištu Ukrajine i da se kroz konstantne aktivnosti prati trenutna, ali i dugoročna pozicija.

„DOK SE IGRA FUDBAL NIKO NE ULAZI U PRODAVNICE“, A MOŽE I „PAD STANDARDA BLOKIRA PRODAJU“



Šala ili istina, tek potrošačka aktivnost u Rusiji je smanjena, a opšta ocena je da se produžava neizvesnost i nesigurnost kad je standard u pitanju - poručuje direktor Metrota Milan Vujović. Rezultat svega toga su 17% manji prihodi našeg preduzeća u Moskvi u odnosu na 2017. godinu i značajni gubici na osnovu negativnih kursnih razlika.

Posle kraćeg perioda dobrih rezultata Metrot je ponovo ušao u period složenog poslovanja, pre svega zbog toga što je rublja od aprila izgubila 9% svoje vrednosti, a tražnja je u proseku pala 17%. Najveći pad tražnje beleži kanal veleprodaje i to za čak 40%, dok su sistemi statistički pali 15%, direktna prodaja 5%, a internet prodaja 3%. Sve to dešava se kao posledica smanjenih prihoda građana za 15% u odnosu na 2017.

- U svakom slučaju, nismo zadovoljni sa sveukupno oko tri miliona evra realizacije u prvom polugodištu. Ali, već imamo nekoliko dogovorenih aktivnosti za treći kvartal. Nastavljamo saradnju sa dva sistema Posuda Centar i Karuselj, iako u značajno manjem

obimu nego što je na početku dogovarano. Nastavljaju se pregovori sa sistemima Lentom i Perekrrostak o potencijalnim akcijama lojalnosti za prvi kvartal 2019. godine. Značajan je ugovor sa firmom Mosoblgaz za isporuku 3.000 bojlera sa izmenjivačem. Predstavnici ove firme će u avgustu posetiti našu kompaniju. Širimo ponudu novim dekorima i linijama proizvoda za serviranje, a sve to daje mogućnost za sasvim novi koncept i pristup tržištu – kaže Milan Vujović, direktor našeg preduzeća u Moskvi, sa željom da poentira optimizmom i očekivanjima da će se situacija od kraja avgusta stabilizovati i da će se ući u fazu rasta, štagod to značilo.

DOBAR TREND PREDUZEĆA U ZAGREBU

metalac
HOME MARKET

Sa samo tri zaposlena, Metalac home market prvo polugodište završava sa 390 hiljada evra realizacije. I promet i RUC su 30% veći nego u istom periodu prošle godine.

Direktorka našeg preduzeća u Zagrebu Marija Erdeljić je zadovoljna postignutim na veoma teškom hrvatskom tržištu. Realizacija na šest meseci je za četvrtinu veća nego u istom periodu prošle godine, a planski ciljevi premašeni 30%. Sav promet ostvaren je na posudu i sudoperama, pri čemu posuđe učestvuje 70%.

- Pored ustaljenih aktivnosti, dobrom rezultatima doprinijela je i ponovna suradnja sa kupcem Pevec, koji u ovom polugodištu ima učešće u ukupnom prometu preko 20% – pojašnjava direktorka Erdeljić. Ona takođe ističe da je, nakon nastupa Metalac posuđa na specijalizovanom sajmu GAST u Splitu, otvoreno nekoliko manjih kupaca u tom segmentu, doduše još uvek daleko od mogućnosti i naših očekivanja.

- HoReCa assortiman zahtjeva jedan sasvim drugačiji pristup tržištu po kojem pitanju ćemo poraditi proširenjem kadra u predstojećem

razdoblju. Sa dijelom HoReCa assortimanom ušli smo samo u lanac Metro sa linijom setova za serviranje, a sada je u toku ulistanje dijela aluminijskog programa – dodaje direktorka Erdeljić.

U ovoj godini Metalac home market u Zagrebu planina otvaranje vlastite maloprodaje, jer je procena da je to neophodno. Najpre, potrebno je eksplicitno i dostupno predstaviti i ponuditi naš kompletan assortiman direktno potrošaču, što će nas učiniti prepoznatljivijim, a takođe sopstvena prodavnica bi svakako poduprla internet prodaju, za koju ima sve više interesa od strane potencijalnih krajnjih kupaca.

- Vjerujemo da ćemo ostvarenjem planiranog doprinijeti ne samo dobrom rezultatima poslovanja, nego i jačanju branda Metalac, što nam je jedan od bitnih ciljeva – poručila je na kraju Marija Erdeljić.

KONKURENCIJA RASTE JER U CRNOJ GORI SVI NEŠTO UVOZE

metalac
MARKET
PODGORICA

Preduzeće u Podgorici u prvoj polovini godine ostvarilo 1,2 miliona evra, 2% ispod prometa u istom periodu prošle godine i 7% ispod plana. I dok je maloprodaja posredstvom 12 prodavnica Metalac ostvarila plan i porasla 4%, veleprodaja je tek na 88% prošlogodišnjeg ostvarenja.

- Na pad u veleprodaji uticao je najviše izostanak veće akcije sa posuđem, za razliku od prošle godine kada smo takvu aktivnost imali na Granit line tiganjima. Osim posuda, zabeležili smo i 10% pada u prodaji sudopera. I mada je, sa druge strane, prodaja bojlera rasla 30%, a Sigme 10%, sve je bilo nedovoljno za ostvarenje planova – pojašnjava Sanja Dašić, direktorka našeg preduzeća u Podgorici. Ona, takođe, ističe da je do izostanka akcije došlo i zbog velike konkurenциje na tržištu, kao i činjenice da su baš svi veliki kupci Metalac marketa postali i veliki direktni uvozni posuđa drugih proizvođača. Oni naprsto imaju velike kvadrature i šire assortiman i to sve više u kućnoj dekorativi. Istovremeno, prodaja naših proizvoda je u Metalčevim prodavnicama u Crnoj Gori rasla za 8%. Na bojlerima je zabeležen za četvrtinu veći promet (i u veleprodaji i maloprodaji zabeležen je najveći rast u maju i junu mesecu, nakon posete G. Milanovcu), na assortimanu Metalac trade-a rast je 10%, a na posudu 6%. Pala je samo prodaja bele tehnikе i sudopera, i to za 2%. Upravo zahvaljujući prodaji Metalčevih programa, naša maloprodaja u Crnoj Gori beleži rast i bolju prepoznatljivost.



„NISMO MOGLI DA VJERUJEMO DA TAKO NEŠTO POSTOJI“

Trodnevna poseta matičnoj firmi u Gornjem Milanovcu desila se krajem maja, dve godine nakon poslednjeg susreta sa kolegama u Srbiji. I ovoga puta na programu je bio obilazak svih proizvodnih pogona fabrike posuđa, bojlera, sudopera kao i izložbenog prostora Metalac trade-a. Uz sadržajnu prezentaciju posuda Metalac, cilj je bio osposobiti posebno mlađe trgovce da kupcima predstave programe, ali i da razumeju uputstva, načine za rešavanje reklamacija itd. Najlepše je, ipak, bilo druženje na zajedničkoj večeri uz muziku.

A koliko je važno produbljivati odnos prema matičnoj kompaniji pokazuje pismo šefa maloprodaje Jelene Kilibarde, iz kojeg izdvajamo:

- Svi su puni utisaka, motivisani za rad. Zaposleni koji su prvi put bili u fabrici kažu da nisu mogli da vjeruju da tako nešto postoji – od toga da neka firma uopšte vodi svoje zaposlene negde, do edukacije koja im je pružena u fabrici. Što se tiče nas iz kancelarije, najveći utisak su nam ostavili bojleri, valjda zato što smo prvi put i videli proizvodnju. Ubijedili su nas da je naš bojler najbolji i svako od nas ko nema Metalčev bojler je poželio da postojeći zamijeni našim. Mislim da ćemo ovu pozitivnu energiju i stečeno znanje prenijeti na naše kupce, kako u maloprodaji, tako i u veleprodaji. Veliko hvala i našoj direktorici i hvala našoj matičnoj kući koja nam se maksimalno posvetila.

Zato se i sastajemo. Posao će nekad ići bolje, nekad lošije, ali želja, upornost i posvećenost zaposlenih uvek treba da budu iznad svake situacije.

OVE GODINE BANJE ZA 170 RADNIKA

Samostalni sindikat završava pripreme oko slanja radnika na rekreativni i banjski oporavak. Već prvog jula u banje odlazi 70 radnika od ukupno 170 koliko će ove godine boraviti po raznim osnovama u banjama Srbije.



OPET NAJBOLJI U UKUPNOM PLASMANU U BEČIĆIMA

Na tradicionalnoj Letnjoj olimpijadi u Bečićima, od 12. do 17. juna, sportska ekipa kompanije Metalac je ponovo osvojila prvo mesto u ukupnom plasmanu. Daleko iza nas su bile ekipe Tarketa, Željezare Smederevo, Slobode, Fijat Automobiliali drugih. Članovi Metalčeve ekipе su uložili napor dostojan

divljenja i tako osvojili šest prvih mesta što do sada nikome nije pošlo za rukom. Ovom prilikom zahvaljujemo se svima koji su se srcem borili za svoju Kompaniju, a takodje se zahvaljujemo svima koji su dali svoj doprinos u našem uspehu.

PREPLAVLJENO PLAVO SANDUČE

Sve je veći broj zaposlenih koji pune Plavo sanduče svojim idejama i predlozima za poboljšanje u svim oblastima relevantnim za proizvodne i poslovne procese u Metalcu. Ako se prisetimo da je u celoj 2017. godini bilo 162 predloga, onda 129 korisnih ideja za prvih pet meseci 2018. nedvosmisleno pokazuje o kakvom se povećanju radi. Komisija za inovacije i racionalizacije je trodelnim setovima posuđa sa nazivom „Misli(m) svojom glavom“ nagradila 52 radnika za 68 predloga. Čak šest nagrada dobio je Božo Stevanović iz Printa, dok su po tri puta nagrađeni Strahinja Kizić, Nenad Tešić i Aleksandar Todorović iz Bojlera.

Novčanim nagradama od 4.000 do 12.000 dinara nagrađena su 23 radnika, a najviše i ovoga puta Božo Stevanović iz Printa.



Uvek je vreme za decu i ideje!

Redakcioni odbor:

Aleksandar Marković, Radmila Trifunović, Nadica Vujić-Mitrović

Grafički dizajn: Dizajn studio Metalac

Štampa: Grafoprint, Gornji Milanovac, jul 2018.

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