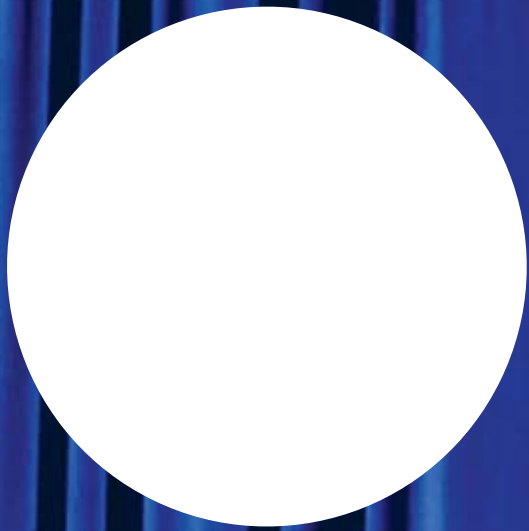


20
MGM
GODIŠNJI 18 ANNUAL
IZVEŠTAJ REPORT



60
1959 2019

www.metalac.com

SADRŽAJ

4	Reč predsednika
11	Poslednjih deset godina
14	Svečana akademija - 60 godina
46	Reč generalnog direktora
57	Proizvodna društva
72	Trgovinska društva
85	Digitalna transformacija
88	Zaposleni
93	Društvena odgovornost

20
MGM
GODIŠNJI 18 ANNUAL
IZVEŠTAJ REPORT

60

1959

2019

*Ovo izdanje revijalnog
godišnjeg izveštaja kompanije
Metalac za 2018. godinu
biće drugačije. Pišemo ga
odmah nakon što je Metalac,
4. aprila 2019, obeležio
60 godina postojanja. Uz
proslavu sa oko 400 partnera
iz Srbije, regiona i sveta,
objavljena je i obimna
Monografija, koja obuhvata
period 1959-2018. Sama
priroda izveštavanja i značaj
ovog događaja nametnuo
je opredeljenje da se na
2018. osvrnemo kroz prizmu
Jubileja, poslovnih rezultata
i najvažnijih vrednosti, koje
su Metalac učinile jednom od
najuspešnijih i najzdravijih
kompanija u Srbiji.*



OLUJE NAGONE HRASTOVE DA PUSTE DUBLJE KORENJE

Od 60 godina postojanja Metalca ja radim u njemu 45 godina i verovatno sam najpozvaniji da povodom ovog Jubileja iznesem svoje viđenje šta je Metalac učinilo uspešnom, stabilnom i jednom od najvećih srpskih firmi.

Prvih 30 godina bilo je i uspona i padova, ali i jedno i drugo je davalo snagu da tražimo put i idemo napred. Ustajali smo posle svakog posrtanja, otklanjali uzroke i prepreke i bili uspešniji. Bilo je tu godina koje su završavale sa gubicima, ili pozitivnom nulom, izradom sanacionih programa, partijskih proglašenja na jedinstvo i pregalaštvo... Takvo je bilo vreme. Realno, Metalac je imao nisku produktivnost, loš kvalitet, slabu organizaciju, nedostatak kadrova, zastarelu tehnologiju, nedisciplinu i loše međuljudske odnose.

Kao mladom inženjeru i rukovodiocu, bilo mi je jasno da su najpogubniji i najrazorniji bili upravo loši međuljudski odnosi. Sve ostalo je lako popravljivo uz dobre kadrove. Poslednjih 30 godina, što se poklapa sa mojim dolaskom na čelo fabrike 1989., najvažniji i stalni zadatak bio je upravo da gradimo dobru atmosferu u Kompaniji i da stvorimo uslove za zapošljavanje kadrova. Te 1989. bilo ih je 27. Danas je ponos reći da Metalac ima 220 visokoobrazovanih ljudi. Nije važan samo broj – važan je kapital koji je Metalac stvorio ulažući u stalnu edukaciju, obuke, treninge, u razvijanje njihove stručnosti, menadžerskih sposobnosti i timskog duha.

Sloga i skoncentrisanost na posao bili su i ostali naše pravilo i naša velika prednost. Zato tvrdim da je najveća snaga Metalca složna porodica 2200 zaposlenih, među kojima 220 ospobljenih menadžera. Ni oko čega se nismo delili. U firmi nema mesta politici – zato i nemamo trećerazredne političare, već radnike posvećene firmi i poslu koji rade.

LJUDI ISPRED VREMENA

Postoje neumorni ljudi, koji se nikada ne mire sa postojećim i stalno teže progresu. Oni su bili ljudi ispred vremena. Marketing nije bio njihov posao, ali su mu otvarali vrata. Drugčije vaspitani, sa dubokim osećanjem za ličnu i društvenu odgovornost, za razvoj kadrova i stimulisanje stvaralačkog duha. To su ljudi koji su imali visoku svest da moraju ostaviti trag, – zapisano je u „Povelji počasnih ambasadora primenjene filozofije marketinga“, koje su uručene u sklopu promocije knjige „Svedočanstvo o jednom vremenu“ krajem jula 2019. godine. Među 11 slavodobitnika čak dvojica iz Gornjeg Milanovca - Jovan Tomović i Dragoljub Vukadinović

Već 30 godina se u decembru dogovaramo šta ćemo raditi u narednoj godini i pojasnimo svakom zaposlenom što je njegov zadatak. U aprilu raspoređujemo ono što je zarađeno - vlasnici i zaposleni na Skupštini akcionara odlučuju koliko i kako.

Već 30 godina plata mora biti 20. u mesecu do 10h. Nije to tražio Sindikat, već je bila odluka menadžmenta. Baš kao što je menadžment predložio da stipendiramo svako dete našeg radnika, da povećamo natalitet novčanom nagradom i sigurnim radnim mestom, da 250 radnika svake godine pošaljemo u banje i planine na rekreativni oporavak, da 500 najboljih radnika imaju plaćeno dobrovoljno penziono osiguranje u neoporezivom iznosu svakog meseca. To je stvaralo dobru atmosferu među svim nivoima zaposlenih. Ona je glavni pokretač razvoja Metalca, jer ljudi svoju energiju troše na rad i stvaralaštvo, a ne na podele i svađe.

Konačno, u poslednjih 30 godina imali smo ogromne teškoće u radu, a nijednu od tih teškoća nismo mi prouzrokovali. Jugoslavija se raspadala, Srbija je bila u hiper inflaciji, pod sankcijama, pod NATO bombama... Imali smo dve ekonomske krize 2008. i 2013... i sve smo prebrodili jer smo imali viziju u kom pravcu da usmerimo brod i atmosferu, u kojoj svi zaposleni složno veslaju u zadatom pravcu. A mogao bih to opisati i drugačije: oluje nagone hrastove da puste dublje korenje. Metalac danas ima i duboko korenje i razgranatu krošnju i spremne pupoljke za novu dekadu.

Ponosan sam što sam svoje 44 godine podelio sa ljudima koji, kao i ja, Metalac doživljavaju kao svoj drugi dom.



Istorija Metalca počinje 4. aprila 1959. godine. Spojile su se Metalska zadruga Jedinstvo i Zanatsko mehaničarska radionica Metalac... Sveukupno, 30-ak radnika, sa namerom da naprave nešto novo, nešto veće i bolje.

Bilo je to vreme snažne industrijalizacije i ubrzanog razvoja. Vreme stvaranja novih životnih navika. Tržištu posleratne Jugoslavije sve je bilo potrebno. Selo silazi u grad. Razvija se radnička klasa. Niču stanovi, naselja... Rastu potrebe i tražnja za najraznovrsnijim proizvodima za domaćinstvo. A šerpa?! Njena uloga bila je naročito važna – za svaki dan, za pripremu zimnice, za slavlja, za useljenje u novi stan...

Preuzevši tehnologiju od Slobode iz Čačka, Metalac veoma brzo postaje jedan od vodećih proizvođača emajliranog posuđa u zemlji. Iz centra grada, proizvodnja se krajem 1967. seli u današnju fabriku, u severnoj industrijskoj zoni Gorneg Milanovca. Od vrednih zanatlija, do kvalifikovanih industrijskih radnika, za samo deset godina Metalčeva porodica narasta na čak 1000 članova.

Sedamdesete će ostati zapamćene, kao godine najvećeg blagostanja u staroj Jugoslaviji. Gornji Milanovac u to vreme slovi za pravo »privredno čudo«. Grad postaje prepoznatljiv po svojim gigantima: PIK Takovu, Konfekciji Rudnik, Tipoplastici, Graditelju, Dečjim novinama... Metalac je nekako, uvek bio na začelju. Život radničkih mantila u metalском kompleksu bio je daleko iza slike i standarda drugih milanovačkih

preduzeća, kojima se divila cela zemlja.

Osim emajliranog posuđa, Metalac je proizvodio pribor za jelo, pocinkovano posuđe, pravio izlete u proizvodnju delova sa kragujevačkom "Zastavom"; Elektronskom industrijom-Niš; kraljevačkim "Magnohromom"...

Menjao je programe, kao i direktore. Tokom prve četiri godine postojanja, svake godine po jednog, da bi tek peti po redu, Milan Mišković, ostao celih deset godina. Ipak, tehnološki i organizaciono nerazvijen, bez stručnih mladih kadrova, sa problemima u plasmanu na domaćem tržištu... Metalac je stigao do sanacionog programa.

Stvari će početi da se menjaju 1974. godine zahvaljujući dolasku Branka Milovanovića, diplomiranog mašinskog inženjera, sa dugogodišnjim direktorskim iskustvom. Tokom pet godina, on okuplja tim mladih inženjera i ekonomista, osavremenjuje organizaciju, menja način rada... Najviše se ulagalo u automatizaciju i usavršavanje proizvodnog procesa, a najvažniji trenutak došao je sa prvim izvoznim poslovima i to u Nemačku i Ameriku.

U trećoj deceniji, koja se vezuje za rukovođenje Dušana Papića i Radivoja Lučića, Metalac je sve aktivnosti usmerio u nove investicije i strateško prilagođavanje. Ulaže u novu opremu, izgradnju savremenog skladišta, u nove peći, nove prese ... Ma koliko danas zvučalo neverovatno, izašlo se iz pakovanja slamom. Emajlirano posuđe je dobilo kartonsku ambalažu.

Poslednjih 30 godina Metalca su zanimljiva i poučna priča kako je jedno preduzeće, u potpunom nevremenu, nasuprot svim pogubnim događanjima i teškoj sudbini metalskog kompleksa, ispisalo neverovatne stranice svoje istorije i postalo primer uspešne, dobro vođene, društveno odgovorne kompanije.

Četvrta i peta Metalčeva decenija pripadaju vremenu raspada Jugoslavije, ratnih sukoba, stalnog smanjenja domaćeg tržišta, vremenu sankcija, bombardovanja, političkih turbulencija, tranzicije... VREME-NEVREME. A u takvom nevremenu, Metalac postaje primer mogućeg u nemogućim uslovima.

Iz današnjeg ugla posmatrano, sve bi sigurno bilo drugačije da tom apsolutnom nevremenu, nije prethodila jedna promena, koja će presudno uticati i na sve druge tokove u Kompaniji.

Jedino to je bilo drugačije u odnosu na mnoga druga i mnogo bolja preduzeća, koja se nisu održala. Septembra 1989. godine, nakon jednog štrajka, dužnosti generalnog direktora Metalca se prihvata Dragoljub Vukadinović. Profil nesumnjivog lidera je nadalje odredio i profil Kompanije, na čijem je čelu punih 30 godina...

JEDNA OD
NAJPOŠTENIJIH
VLASNIČKIH
TRANSFORMACIJA
U SRBIJI

mladi i stručni kadrovi
standardizacija i upravljanje kvalitetom

diversifikacija programa
informatička podrška

konzistentan
menadžerski tim

investicioni
inženjering

SLOŽNA PORODICA

DIGITALNI MARKETING

društvene mreže
sistem vrednosti

društvena odgovornost

izvoz

Budućnost
će reći svoje
kad na ovaj
period bude
gledala
sa veće
istorijske
distance,
ali nekoliko
aspekata,
nijedna
analiza neće
moći da
zaobiđe:

Najpre, zvanično je ocenjeno, za Metalac se vezuje jedna od najpoštenijih vlasničkih transformacija u Srbiji. Najbrojniji vlasnici postali su upravo Metalčevi radnici i penzioneri. Početkom ovog veka Metalac je među zaposlenima imao najviše dinarskih milionera u Srbiji. Takvo vlasništvo, preraslo je u svojevrsan akcionarski duh. Kako i ne bi, kada je Kompanija redovno isplaćivala i zarade, i premije i dividendu...

Drugo, izvoz je bio i ostao strateško opredeljenje. Imperativ. Mera uspeha. Metalčevi proizvodi su doprli skoro do svih kontinenata izuzev Latinske Amerike, a partnerstva su postajala čvrsta, dugoročna, respektabilna.

Treći kamen temeljac, jeste Metalčev sistem vrednosti, u kome je svako sagledavan u svetlu četiri osnovna merila: poštenje, poštovanje, povrenje i posvećenost. Upravo te vrednosti sačuvala su kompaniju od nagrizanja spolja i iznutra, a danas su neodvojive od njene poslovne etike i kulture.

Strateški postojano, Metalac tokom ovih 30 godina osnažuje ulogu mladih i stručnih kadrova. Danas ih sa visokom spremom ima 220, od kojih je polovina ispod 35 godina. Osposobljeni su, odgovorni i posvećeni. Metalac ne uvozi rukovodioce. Sam ih priprema i razvija. Na istim vrednostima i timskom duhu.

U samom vrhu ključnih faktora uspeha svakako je upravljanje svim aspektima kvaliteta i zaštite životne sredine. Sve što je danas zapisano u dokumentima Integrisanog menadžment sistema, politikama, strategijama, kodeksima... izraz je ugleda i kulture koju je ova kompanija baštinila decenijama.

Metalčeva porodica se, poslednjih 20 godina, proširila i preko granica Srbije. Osnovana su preduzeća u: Moskvi, Kijevu, Podgorici, Zagrebu... a kraće vreme i u Milvokiju. Posebnu stratešku dinamiku, donela je kupovina najstarijeg milanovačkog posleratnog preduzeća "Proleter" koje je, za poslednjih 15 godina, izraslo u lidera milanovačke, a postepeno i opština u okruženju. U vlasništvo Metalca 2004. godine prešla je i nekadašnja Agrovodina - Metalurgija iz Novog Sada. Komšijsku fabriku automobilskih delova FAD kupio je 2015, a 2018. i sve objekte nekadašnjeg milanovačkog giganta - konfekcije Rudnik. Štagod da je kupio, Metalac je to uradio sa namerom da razvija. Ništa nije otuđio, samo je gradio i uvećao.

Metalčeva porodica se, poslednjih 20 godina, proširila i preko granica Srbije. Osnovana su preduzeća u: Moskvi, Kijevu, Podgorici, Zagrebu... a kraće vreme i u Milvokiju. Posebnu stratešku dinamiku, donela je kupovina najstarijeg milanovačkog posleratnog preduzeća "Proleter" koje je, za poslednjih 15 godina, izraslo u lidera Milanovačke a postepeno i opština u okruženju. U vlasništvo Metalca 2004. godine prešla je i nekadašnja Agrovodina - Metalurgija iz Novog Sada. Komšijsku fabriku automobilskih delova FAD kupio je 2015, a 2018. i sve objekte nekadašnjeg milanovačkog giganta - konfekcije Rudnik. Štagod da je kupio, Metalac je to uradio sa namerom da razvija. Ništa nije otuđio, samo je gradio i uvećao.

Sve ovo vreme Kompanija, takođe, razvija informatičku podršku poslovnim procesima, prateći svetske trendove u informacionim tehnologijama. Sa istom strateškom vizijom, poslednjih 10 godina uključuje se u digitalne kanale komunikacije i marketinga, postaje deo sveta društvenih mreža i tek se priprema da na tom planu napravi veliki iskorak.

Konačno, čak i u poslednjoj deceniji, bez obzira na pritisak svetske ekonomske krize, Metalac nije zapostavio nijednu od aktivnosti na koje se obavezao. i više od toga, ispoštovao je dogovor sa radnicima - da otpuštanja neće biti i da će teret krize zajedno podneti. A i, kako bi drugačije, imajući na umu strateško opredeljenje Kompanije - da profit stvara na način kojim se može ponositi.

POSLEDNJIH

10

GODINA



2009

- Otvorena nova fabrika bojlera • Pokrenuta internet prodavnica www.metalacmarket.com
- Krenuli smo u proizvodnju granitnih sudopera
- Dobili smo tri priznanja za društvenu odgovornost • Metalac postao peta listirana kompanija na beogradskoj berzi • Metalac obeležio pola veka postojanja

2010

- Bojleri Metalac ispunili uslov za izvoz u zemlje EU • Doneta odluka o osnivanju preduzeće u Milvokiju USA i u Kijevu - Ukraina
- Posuđe Metalac peti put »Najbolje iz Srbije« u kategoriji „Sve za kuću“

2011

- Obnovljena proizvodna oprema i vozni park • Počelo da radi preduzeće u Ukraini
- Startovala fb stranica www.facebook.com/metalacposude • Započeta izgradnja fudbalskog stadiona Metalac • U akciji »Moj izbor« posuđe Metalac ponovo najbolje u kategoriji

2012

- Otvoren stadion FK Metalac • Plasirano non-stick posuđe sa keramičkim premazom
- Metalac dobio Dizniju licencu za program posuđa za decu • Preduzeće u Rusiji napravilo rekordnih 10.000.000 eura realizacije • Proizvodnja non-stick posuđa preseljena u novi pogon • Uveden je dvodolni način upravljanja Kompanijom, sa Nadzornim odborom i Izvršnim odborom. Dragoljub Vukadinović izabran je za prvog čoveka Kompanije i u naredne četiri godine.

2013

- Posuđe za decu dobilo svoje ime – „Mini M“ - Dizniji likovi Miki i Mini na posuđu krenuli na tržište • Puštena u rad nova linija za proizvodnju aluminijumskog posuđa • Metalac Posuđe ponovo Super brend Srbije • Značajno su povećani kapaciteti na ofset i sito štampi
- Kupljena četiri nova vozila za međunarodni saobraćaj.

60

2018

- Preminuo direktor Petrašin Jakovljević. Novi generalni direktor Aleksandar Marković
- Započeta izgradnja poslovno stambenog objekta od 4.400 m² • Kupljena MK Rudnik
- Metalac otvorio prodavnicu u Knez Mihailovoj u Beogradu • Otvorena prva Metalčeva prodavnica u Hrvatskoj • TÜV sertifikatom potvrđen prelazak na Integrirani menadžment sistem IMS • Informacioni sistem UPIS NET implementiran u Metalac Proleteru i Metalac Digitalu

2017

- Osnovan Metalac Digital • Započet niz WCM projekata u proizvodnim društvima • Nadograđen informacioni sistem • Izvršena je tranzicija standarda na ISO 9001:2015 i ISO 14001:2015 • Modernizovana oprema u proizvodnim društvima • Modernizovan veći broj maloprodajnih objekata

2016

- Metalac Proleter obeležio 70 godina postojanja • Fondacija Metalac proslavila prvu deceniju • Metalac Market u Crnoj Gori dobio novi poslovno-prodajni prostor u vlasništvu • Metalac Metalurgija i Promometal Zagreb promenili ime u Metalac Home Market • Metalac Posuđu 2 nagrade u 24 sata • Vukadinoviću priznanje „Stvaratelji za stoleća“

2015

- Kupljena Fabrika automobilskih delova FAD
- Krenula facebook stranica i u Hrvatskoj
- Otvoren moderan show room • Posuđu priznanje potrošača „Moj izbor“ treći put

2014

- Metalac najbolji korporativni brend decenije
- Metalac posuđu ponovo više priznanja

Srbija BiH
Rusija Francuska

Slovenija Nemačka
Crna Gora

USA Hrvatska
Makedonija

Češka Ukrajina Bugarska
Finska Holandija

Španija Engleska Švajcarska
Portugalija Mađarska Italija

Austrija Izrael Švedska Kanada Japan Rumunija
Litvanija Tajland Uzbekistan Poljska
Belorusija Grčka
Egipat Malta Estonija Belgija

Oko 3.000 partnera na skoro
40 tržišta, centar su svih
aktivnosti kompanije Metalac jer
posredstvom njih naši proizvodi
stižu do krajnjih potrošača

Tržnica Banja Luka • Unitehna • Coca-Cola
• Delhaize • Mercator • DTL • Metro Cash &
Carry • DIS • Konzum • Grand Prom • Profas
• Kukuneš • Tehnomanija • Gers • Ross •
Muurla • Münder Email GmbH • Pengo •
Kockums • ARK Distribucion • Dexam Pilot
Moskva • KMV Hoztorg • Pitjagorsk • X5
• Posuda centar • Soping live • Akvatorija
tepla • Alpari - Vinjica • Bumerang – Harkov
• Tadano Faun GmbH • TRW KFZ Ausrüstung
GmbH • Saf - Holland GmbH • Ferdinand Bilstein
GmbH + Co. KG • Terberg Benschop B.V. • Pevec •
Eko • Mikom • Home • Aksa • Cmana • Marex trade • Plus
• Sara Priština • WIN WIN • W Fluks • Matis • Forma ideale
• Kips • Namos • Emmezeta • Biston Estonija • Epicentar
Ukrajina • Produktcoop • BIH • Civiparts • Prim - Vol Trade Kft •
Sincommerce • Saf - Holland GmbH • Rapidex Trade • Delmax • Nikom •
Sanel • Simplex • WestCar LLC • Autopartunivex • Dim trade
• Maksimedia • Kondor AS • Djulović • 8.novembar • Milošević • Nantes • Valdom • GMP
• Pobeda • Si Komerc • Mimaks • Triniti • Art trade • Građa komerc • 2. Decembar- Bar
• Adriatic • Liberama • Sam Cro Tedan • Merkur • Mercator tehnika • Voli Trade • Tehno
Max • Euro Tehnika MN • Okov • Kips • Cungu&Co Elektron Elkos • Jupiter – Smila GTD
- Zitomir • Posud De Lux • FOP Semenjihin Andrej • Mega Market • Epicentar • Rozetka •
Siljpo • Plantaže Crna Gora • Vimport • Würth • Trlić



meta

since
1959





Reputaciju Kompanije i čvrstinu njenih odnosa sa poslovnim partnerima potvrdio je 4. april 2019. godine. U Gornjem Milanovcu se, povodom Metalčevog jubilarnog 60. rođendana, okupilo oko 40 partnera iz Srbije, regiona, sveta. Bio je to, pre svega jedan veliki skup poslovnih prijatelja. Za njih je u milanovačkom pozorištu priređena Svečana akademija, uz izložbu portreta Metalčevih radnika – sve pod sloganom „Znamo se“. Milanovački Metalac je rastao uprkos brojnim društvenim, političkim i svim drugim burama. Danas su najveća vrednost ipak sami ljudi, lojalni, pozuzdani, sigurni u svoju egzistenciju, svesni da zajedno rade na stvaranju profita koji ih čini zadovoljnim i kao zaposlene i kao akcionare.



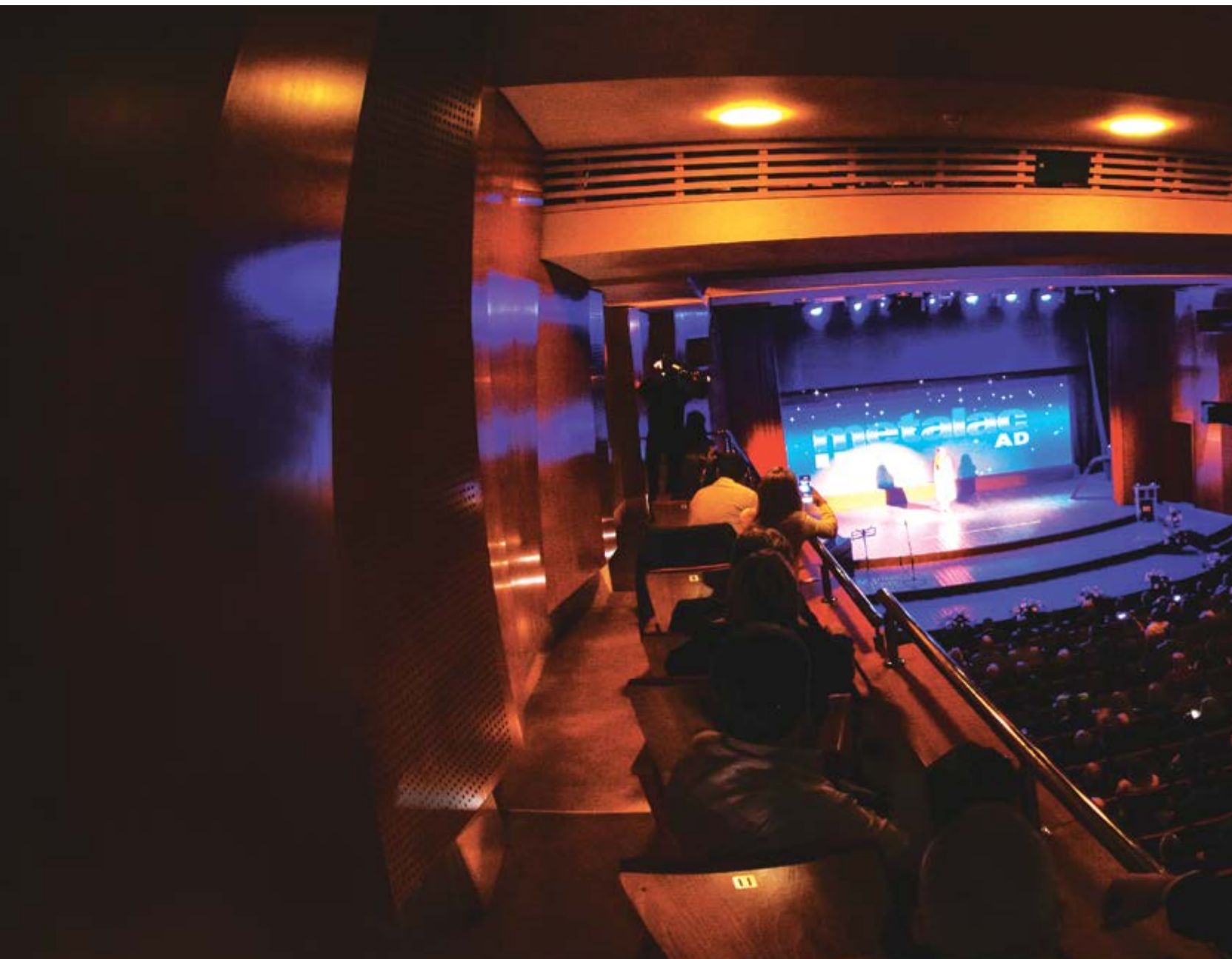
”

Ja sam samo kormilar broda u kojem svi zaposleni veslaju prema željenom cilju.

Dragoljub Vukadinović,
predsednik Kompanije:

- Metalac je danas fabrika sa 2.200 zaposlenih, prihodom od skoro 120 miliona evra i profitom koji omogućava zadovoljne zaposlene, zadovoljne akcionare i kontinuirano ulaganje u razvoj. Tajna uspeha su ljudi – zaposleni u Metalcu, koji vole ovu kompaniju i koji su posvećeni radu. Nikada se nismo delili. Ja sam samo kormilar broda u kojem svi zaposleni veslaju prema željenom cilju.

Budućnost Metalca vidim sjajno, pogotovo u narednoj deceniji. Biće to godine uspona, laganog hoda po uzbrdici. Nastavićemo naše uspehe i dalje ulagati u modernizaciju i razvoj postojećih programa. Završetkom auto-puta, za godinu – dve, stvoriće se uslovi da mnoge inicijative koje imamo od strane inostranih partnera pretvorimo u zajednička ulaganja. To do sada nismo mogli jer Milanovac je grad koji nije povezan sa okruženjem ni auto-putem, ni železnicom. Za deset godina mi ćemo se ovde opet okupiti i uveriti se u istinitost ovih mojih reči .



Preduzetnički duh koji osvaja i svetska tržišta „

Dejan Kovačević,
predsednik opštine Gornji Milanovac:

– Nema puno opština u Srbiji koje imaju ovakav preduzetnički duh u ljudima, koji su stvorili i koji i dalje stvaraju ovakve i slične kompanije u Gornjem Milanovcu. Ja sam bio impresioniran na jednom od najvećih sajmova u Frankfurtu, u kakvim uslovima i u kakvoj konkurenciji se Metalac iz jednog malog Gornjeg Milanovca bori da dokaže kako se upornim radom, vrednim radom i nadasve kvalitetom mogu osvajati i svetska tržišta.





Posebnu draž Akademiji su u ulozi voditelja dali dvoje mladih Gornjomilanovčana – Tatjana Dimitrijević, glumica Pozorišta na Terazijama i Ivan Perković, glumac Banjalučkog pozorišta. Jedna od nezaboravnih scena svakako će ostati „ples sa šerpama“ u ritmu valcera.



Dobitnici Statueta "Za godine vernosti"

Posebno zaslužnim pojedincima čije su kompanije, ili lična posvećenost doneli zajednički uspeh i čvrsto utemeljena pratnerstva, uručeno je najviše kompanijsko priznanje – Statueta za godine vernosti. Statuetu, sa zemljinom kuglom na plavom stubu, kao simbolima svetskog tržišta i Metalčeve stabilnosti... kreirao je akademski vajar Nebojša Savovića Nes izrađena je od emajla, inoxa i granmatrixa - tri materijala od kojih se prave Metalčevi proizvodi. Priznanje je uručio predsednik Kompanije Dragoljub Vukadinović, a Statuete je dobilo sedmoro odabranih partnera i prijatelja Kompanije.

Mladen Milanović, vlasnik više kompanija, od kojih je za Metalac najvažnija Tržnica Banja Luka - najveći kupca sa teritorije BiH i trenutno apsolutno najveći eksterni kupac posuđa Metalac. Vredan i pouzdan partner. Čovek od reči.

Stojan Bilbija, vlasnik firme Unitehna iz Banja Luke sa kojom sarađujemo 15 godina. Na visokom uzajamnom poštovanju i poverenju, ta saradnja se širi i raste.

Serge Tumeo iz Francuske, vlasnik firme CIS, jedan od najvažnijih kupaca zahvaljujući kojem Metalčevo posuđe plasiramo u najprestižnijim maloprodajnim lancima poput: Auchan (Ošana), Casina, Monoprix...

Vidosava Vida Džagić, pomoćnik direktora Privredne komore Beograd, dokazani prijatelj Kompanije. Sa svih svojih funkcija uključivala je Metalac u različite projekte.

Prof. Dr Goran Pitić, Redovni profesor i predsednik Saveta Fakulteta za ekonomiju, finansije i administraciju (FEFA). Predsednik upravnog odbora banke Societe Generale Srbija. Kao član Uprave Metalac Grupe od 2008. izuzetno je doprineo njegovom razvoju i rezultatima.

Marijana Ovčar, Vlasnica firme „Slem“ iz Slovenije, zastupnik važnog dobavljača. Sarađujemo više od 20 godina.

Алексей Владимирович Красовский, vlasnik firme Posuda Centar Novosibirsk sa 65 hipermarketa u Rusiji. Sarađujemo 16 godina. Njegova firma je naš najznačajniji partner među non-food sistemima.

Radnici Metalca na sceni Svečane akademije
povodom 60 godina postojanja Kompanije



»Niko nam drugi neće završiti posao nego mi sami i zato se moramo osloniti na sopstvene snage«... Nebrojano puta je u Kompaniji izgovorena ova rečenica svih teških godina, a niko se više i ne seća da je bilo lakših! Ko su ti ljudi! Zašto su tako izdržljivi i posvećeni? Tvrda sorta.

Metalac je počeo sa 30-ak zanatlija i stigao do 2.200 zaposlenih. Svaki deseti ima fakultetsku diplomu. Među njima, jedan doktor nauka, dva magistra, 70 diplomiranih inženjera mašinstva, tehnologije, hemije, elektrotehnike, programiranja... skoro 100 diplomiranih ekonomista i još oko 50 stručnjaka različitih profila... i svi uče i usavršavaju se. To se u Metalcu podrazumeva.

Nešto se u životu, ipak, uči malo drugačije, a najviše i najbolje se uči na



primerima. Poslednjih 30 godina svi Metalčevi rukovodioci razvijali su se na istim načelima: poštovati fer plej i nikada ne postupati nečasno. Dobar menadžer je najpre čovek kome se veruje, prvo mu moraju verovati oni kojima rukovodi, a potom i oni sa kojima deli svakodnevicu na tržištu.

Zaposleni u Metalcu su na vreme shvatili da politiku treba ostaviti van fabričkih kapija, da rešenja nisu u štrajkovima, niti u subvencijama, niti u čekanju da neko drugi završi posao. Zato se Metalčevi radnici prepoznaju po izvrsnom ponašanju, disciplini, razumevanju efikasne organizacije, sistema kvaliteta, društvene odgovornosti. Zato Metalčevi stručnjaci spadaju u veoma cenjene – stručno i moralno.

ZA BUDUĆNOST RASTEMO ZAJEDNO

Odnos dobronamernosti i strateška podrška, koju kompanija Metalac daje ljudima koji se odlučuju da prošire svoju porodicu, doneli su nezamenjiv osećaj sigurnosti svakom mladom čoveku, što je retkost u srpskoj privredi. Zato primer Metalčeva beba uživa popularnost u široj javnosti i, veoma često služi apelu da i drugi, podjednako uspešni, pronađu način i doprinesu rastu nataliteta u Srbiji.

Iako to nije jedini razlog, ovakav odnos Kompanije je doprineo rastu lojalnosti mladih kadrova, kao i visokom stepenu posvećenosti, čak borbenosti u kriznim vremenima. Kompanija je visoko podigla poimanje korporativne kulture i učvrstila održivost sopstvenog sistema vrednosti. To potvrđuju podaci. Naime, od ukupno 500 roditelja zaposlenih u Metalcu, koji su od 2006. do kraja 2018. godine, jednom ili više puta dobili sredstva Fondacije za ukupno 617 dece, njih 75 su sa fakultetskim obrazovanjem. Za tih 13 godina Kompaniju je napustilo samo četvoro tj. 0,5%, a i među njima dvoje zbog porodičnog preseljenja. Ako se ima na umu da je jedan od strateških ciljeva akcije bilo podizanje lojalnosti visokobrazovanih, posebno mladih kadrova, u čije obrazovanje i razvoj karijere ulaže velika sredstva – onda je Kompanija odabrala ozbiljan dugoročni i bez sumnje višestruko koristan model.

U vredne i dobre momke izrastaju i prve metalčeve trojke, Balšići. Rođeni 2006. Veljko, Filip i Luka danas su marljivi đaci i sjajni fudbaleri... i naravno, igraju za Metalac!





Kad deca malo odrastu... i kad malo više odrastu..., treba im pružiti šansu da se zdravo razvijaju, podalje od poroka i dokolice. Zato mnogo ne iznenađuje što je Metalac pomaže opstanak i razvoj čak šest klubova u Gornjem Milanovcu. Oni danas na terenima okupljaju više od 600 sportista, od klinaca do seniorskih timova: odbojkaši, rukometašice, kuglaši i naravno fudbaleri – za mali i veliki fudbal. Svi pod imenom Metalac. Neki su na začelju, neki medju najboljima, ali to je manje važno. Mnogo je važnije da zdravo rastu, u takmičarskom i timskom duhu. Zato, Kompanija finansira oko 70 posto njihovih potreba...



Petlići FK Metalac pozdravljaju goste na Svečanoj akademiji

NAKLON DOMAĆINA

Ljudi, ljudi i samo ljudi... Nakon Metalčevih radnika, petlića Fudbalskog kluba Metalac i Metalčevih prvih trojki - Svečana akademija završena je naklonom svih direktora preduzeća i sektora Metalca a.d., generalnog direktora i predsednika Kompanije, uz visnku pesmu u izvođenju studenata Fakulteta muzičkih umetnosti iz Beograda.





Među 3.000 poslovnih partnera Plaketu „Za godine vernosti“ dobilo je 20 kompanija



COCA COLA HBC SRBIJA - Već četiri godine njihov logotip je na crvenom emajliranom posuđu, koje poklanjaju svojim potrošačima – u Bosni, Hrvatskoj, Crnoj Gori, Bugarskoj, Irskoj, Grčkoj, Rusiji.... Ipak, ubedljivo najviše u Srbiji. Plaketu je primio Nebojša Jovanović, Shopper marketing leader

DELHAIZE SRBIJA - Godinama veliki kupac na domaćem tržištu i apsolutni rekorder protekle decenije u broju prodatih jedinica u jednoj loyalty akciji. Zahvaljujući njihovom lancu Maxi, u toku jedne zime prodato je pola miliona emajliranih posuda, a samo nekoliko meseci kasnije još 400 000 jedinica. Plaketu je primio Filipos Nanopolus, direktor marketinga

HBIS Group Serbia Iron & Steel, Smederevo - Najveći dobavljač. Dolaskom kineskog vlasništva uveli su nove modele saradnje i podrške kupcima, čime su nam značajno olakšali posao. Plaketu je primio Zhao Jun, generalni direktor HBIS Srbija

MAREKS TRADE iz Praga - Na tržištu Češke plasiraju i promovišu isključivo Metalčevo posuđe i to odlično rade već 15 godina. Saradnja se proširila i na celokupnu ponudu Metalac Grupe. Plaketu je primio Zoran Marjanović, vlasnik i direktor.

MUURLA DESIGN iz Finske – Njihovi razigrani lončići ne silaze sa Metalčevih proizvodnih traka već

osam godina. Kolekcije ovih proizvoda distribuiraju po celom svetu. Plaketu je primio Jussi Makinen iz Muurla Design marketing tima

GRAND PROM Beograd - Sa njima smo počeli eru velikih coobranding projekata. Naša dva brenda vezala su se jednom porukom, u Srbiji, Bosni i Makedoniji - "Vidim ti siguran dobitak". i zaista, uz Grand kafu svi smo bili na dobitku. Plaketu je primio Andrej Bele, generalni direktor Grand kafe

MIKOM Beograd - Naš najveći kupac u kanalu tradicionalne trgovine. Zajedno smo skoro 15 godina. i sve vreme raste obim prometa kao i naše partnerstvo sa puno međusobnog poštovanja. Plaketu je primio vlasnik firme Mišo Arsenijević

DIS Krnjevo - Partner sa kojim sve dogovore završimo mesecima unapred. Oni uvek tačno znaju šta žele. Rečeno u duhu jubileja „Znamo se“, i stvarno se dobro razumemo. Plaketu je primio Ivan Šuleić, generalni direktor

Domaći trgovački Lanac DTL Srbija - Sa svojih 13 članica prave sjajnu poslovnu priču na domaćem tržištu - od Sente do Vranja. Dokaz su da je i u Srbiji moguće uspešno ujedinjenje na višim interesima. Plaketu je primio direktor Obrad Popović.

- Naše vrednosti su poštenje, poštovanje, poverenje i posvećenost i to je ono što nas sve drži zajedno. Mi smo porodica a kad to kažem mislim ne samo na zaposlene, već i na sve vas koji ste se odazvali pozivu da sa nama podelite ovako značajan trenutak. Među vama vidam partnere sa kojima radimo i 40 godina. Vidim ovde drugu, treću generaciju naših kupaca, naših dobavljača i to je korporativna kultura naše kompanije. Vi ste takođe deo porodice, - rekao je Aleksandar Marković, koji je uručio Plakete zaslužnim kompanijama.



PROFAS Celje - Partneri koji je u izuzetno turbulentnim i teškim vremenima pomogao da opstanemo. Sarađujemo od 1996. godine. Danas su naš generalni zastupnik za tržište Slovenije i Federacije BiH. Plaketu je primio Ivan Pristovšek.

KUKUNEŠ STUGA - Prijatelj za sva vremena. Istorijski važni za opstanak, a mi takve nikad ne zaboravljamo. Oni su danas Metalac na tržištu Makedonije. Iza nas je 20 godina uspešno saradnje. Plaketu je primio Risto Kukuneš, vlasnik firme.

DUNAV OSIGURANJE - Zajedno sa nama ulagali su u preventivu od rizika koji mogu da nas ugroze. A kad se šteta desi, rešavaju je brzo i profesionalno. Pritom su prijatelji naše Fondacije. Plaketu je primio Mirko Petrović, generalni direktor

ART TRADE GROUP Kosovo - Izvrstan partner iz Gnjilana, zahvaljujući kojem su naši bojleri stizali u domaćinstva na Kosovu. Naša saradnja je ušla u desetu jubilarnu godinu. Plaketu je primio Arber Ismaili, vlasnik firme.

PREDUZEĆE PETROVIĆ iz Gornjeg Milanovca - Partner koji brzo reaguje na naše pozive. Za veliku kompaniju kao što je Metalac važno je imati takvog partnera. Naš najveći kupac sekundarnih sirovina. Plaketu je primio Zoran Petrović, vlasnik firme

ES KOMERC PRIJEPOLJE - Metalac trade sa ovim partnerom sarađuje neprekidno od osnivanja. Sve vreme među najvećim kupcima, doprineli su da i mi budemo bolji. Plaketu je primio Senad Jusović, vlasnik i direktor

TRNAVA PROMET Kragujevac - Jedan od najvećih kupaca proizvoda pod brendom Sigma. Sarađujemo 15 godina. Plaketa je primio direktor Zoran Vukićević

PRODUKTCOOP Banja Luka - Zahvaljujući svom vlasniku, ova firma iz Banja Luke je kao član Metalčeve porodice. Sarađujemo 14 godina, i odavno kvalitet partnerstva ne merimo samo brojem prodatih sudopera i granmatrix ploča. Plaketu primio Vojislav Petković, vlasnik firme

KIM TEK - Partner sa kojim maloprodajni lanac Metalac sarađuje 10 godina. Saradnja se širi i na druga Metalčeva društva i sve je dinamičnija. Plaketu je primio Vladimir Matijević, generalni direktor

GORENJE - Brend sa kojim sarađujemo i sa kojim se pomalo i takmičimo. Lider u beloj tehnici i najveći eksterni dobavljač maloprodajnog lanca Metalac. Plaketu je primio Gregor Gržina, generalni direktor

ALFA Vranje - Bez njihovih šporeta i kamina, ponuda prodavnica Metalac ne bi bila kompletna. Višedecenijska saradnja, ustalila se poslednjih 15 godina. Plaketu je primio Goran Kostić, generalni direktor



Metalac je kompanija koja se izdvaja kvalitetom proizvoda, visokim standardima poslovanja, izvoznom orijentacijom, podrškom zaposlenima i lokalnoj zajednici... i kojom se Srbija ponosi - rekao je Miroslav Miletić, savetnik i potpredsednik PKS, uručujući Dragoljubu Vukadinoviću priznanje Privredne komore za unapređenje domaće ekonomije i njenu reprezentativnost u svetu.

STATUETE I ZA 38 ODABRANIH RADNIKA

Bila je to noć za pamćenje. Povodom 60. rođendana Metalca, zaposleni su slavili 5. aprila u tri resorana u Gornjem Milanovcu. Sveukupno skoro 1.500 ljudi veselilo se u istoj večeri, a u Hotelu Šumadija je za 600 proizvodnih radnika upriličena i svečana akademija. Tom prilikom uručeno je i 38 Statueta »Za godine vernosti«

radnicima koji su svojom radom, istrajnošću i posvećenošću pokazali i više od onog što se podrazumeva u vrednosnom sistemu Kompanije. Statuete su uručili generalni direktor Aleksandar Marković i predsednik Kompanije Dragoljub Vukadinović.

Jovan Živković (30 godina u Metalcu), pomoćnik tehničkog direktora za poslove razvoja u Metalac posuđu

Rodoljub Milovanović, (35 godina u Metalcu), Zaslužen je za osvajanje kompletne tehnologije prstena i montaže kao i razvoj skoro svih montažnih elemenata u proizvodnji posuđa.

Božana trojančević (37 godina u Metalcu) poslovođa na automatskom nanošenju emajla

Branko Glišović (37 godina u Metalcu), posebno je zapamćen po uspehu u osvajanju tehnologija špricanja emajliranog i tefloniziranog posuđa

Živorada Rakovića (33 godine u Metalcu), elektromehaničar

Dragan Ristivojević (33 godine u Metalcu) mašinbravar

Nada Katanić (34 godine u Metalcu) laborant

Zoran Vukašinović (35 godina u Metalcu) brigadir-regler

Adam Vujičić (36 godina u Metalcu) - predradnik bravarske radionice

Radisav Vasiljević (32 godine u Metalcu) - regler alata na hidrauličnim presama

Dragan Baltovski (40 godina u Metalcu) - terminer proizvodnje

Dragoljub Vukosavljević (36 godina u Metalcu) - rukovaoc magacina poluproizvoda.

Vera Ristivojević (35 godina u Metalcu), smenski tehnolog

Verbić Radoslav (34 godine u Metalcu) brigadir-regler na odeljenju bakelita i plastike.

Mira Mirković (35 godina u Metalcu), expert za magacinsko poslovanje

Dragan Ponjavić (35 godina u Metalcu) kontrolor kvaliteta u Metalac Posuđu - poslovođa.

Radoje Radojević (25 godina u Metalcu) poslovođa pogona preslikača u Metalac Printu.

Radovan Nešković (38 godina u Metalcu), radnik obezbeđenja u Metalcu FTO.



Najviše priznanje Statuete »Za godine vernosti« dobilo je 38 od 2.200 radnika Metalca.

Marina Jevtić (18 godina u Metalcu) komercijalni direktor u Metalac FAD-u .

Marija Veselinović (14 godina u Metalcu) komercijalni direktor Metalac Trade.

Sanja Dašić (18 godina u Metalcu), direktor Metalac Marketa Podgorica.

Koviljka Nikolić (14 godina u Metalcu), poslovođa prodavnice u Podgorici

Vesna Stojanović (12 godina u Metalcu) menadžer prodaje preduzeća u Crnoj gori

Nikola Živanović (42 godina staža) poslovođa prodavnice Metalac market u G. Milanovcu

Pavle Vujičić (36 godina u Metalcu), magacioner i viljuškarista u Metalac Marketu

Jelena Košanin (22 godine u Metalcu) poslovođa prodavnice Metalac market u Kraljevu

Miloš Milošević (6 godina u Metalcu) poslovođa prodavnice Proleter u Gornjem Milanovcu

Slađana Šunjevarić (37 godina u Metalcu) šef pravne službe

Zorica Dobričić (37 godina u Metalcu) – referent obračuna zarada

Bosa Drobnjak (38 godina u Metalcu), sekretarica predsednika Kompanije

Stojan Slović (22 godine u Metalcu), direktor preduzeća Metalac posudje

Radmila Trifunović (32 godine u Metalcu), Izvršni direktor za finansije

Goran Mijatović (16 godina u Metalcu), direktor Metalac FAD-a

Tamara Djurović (21 godinu u Metalcu), komercijalnog direktor Metalac posuđa

Biljana Cvetić (29 godina u Metalcu) direktorka Sektora za ljudske resurse i pravo

Vladan Stojković (19 godina u Metalcu) direktor Metalac Inka

Nadica Vujić Mitrović (17 godina u Metalcu) direktor sektora marketing.

Proslava i u Vojvodini

Samo nekoliko dana nakon jubilarne proslave u Gornjem Milanovcu, deo atmosfere sa svečane akademije prenet je gostima i zaposlenima Metalac Home Marketa iz Novog Sada. Osim generalnog direktora Marka Šarenca, okupljene je na pozdravio i predsednik Kompanije Dragoljub Vukadinović, a tom prilikom uručeno je još pet Plaketa »Za godine vernosti«. Među dobavljačima priznanje je dobio »Milan Blagojević« Smederevo a.d., a uručena je generalnoj direktorki Miri Trikić, a među zaposlenima: SANJA VUKOTIĆ, direktor maloprodaje; SVETLANA RAKIĆ, poslovođa prodavnice Metalac Home Market u Rumi; GIZELA ŠOŠ, menadžer veleprodaje; ZVONKO PANTOŠ, menadžer za sindikalnu prodaju.



Vukadinovću u ime 2200 radnika

Na proslavi sa zaposlenima iznenađenje za predsednika Kompanije Dragoljuba Vukadinovića - koji je 30 godina na čelu Kompanije i koji je uvek isticao tri svoja najveća uspeha: ličnu slobodu, zdravu porodicu i Metalac. U znak zahvalnosti, povodom Jubileja Kompanije, u ime 2 200 radnika uručena mu je slika Metalca – ulje na platnu akademskog slikara, hiperrealiste Veljka Djurdjevića.





NOĆ ZA VESELJE 1500 RADNIKA METALCA

Bila je to noć za pamćenje. Povodom 60. rođendana Metalca, zaposleni su slavili 5. aprila u tri resorana u Gornjem Milanovcu. Sveukupno skoro 1.500 ljudi veselilo se u istoj večeri, a u Hotelu Šumadija je za 600 proizvodnih radnika upriličena i svečana akademija.

HVALA ZA ISKRENOST I ISTINITOST



Doajen i legenda privrednog razvoja Gornjeg Milanovca i Srbije Jovan Tomović, poklonio je Kompaniji Metalac, povodom njenog Jubileja, impresivnu sliku iz sopstvene zbirke, renomiranog pariskog slikara Nebojše Bežanića.

- Bio sam svedok svih razvojnih faza i svih problema kroz koje je Metalac prolazio od prvih dana njegovog nastanka. Zato sam ponosan što se u danu obeležavanja Jubileja, u svakom detalju i na svakom mestu, moglo lako sagledati koliko je Metalac izrastao u modernu, dobro organizovanu i perspektivnu kompaniju. Osim prisustva izuzetnih zvanica, odajem priznanje za utisak koji je ostavio program koji ste nam pripremili – iskren i istiniti, bez i najmanjeg pokušaja da se prikaže nešto što nije, ili ne postoji. Izdvajam pojavljivanje grupe radnika na sceni. Skoro 60 godina ja prisustvujem raznim svečanostima i nigde niko nije napravio ovakav gest. Svi smo pritom bili zadivljeni činjenicom da je ovako sadržajan program Metalac izveo sa svojim ljudima, u sopstvenoj režiji... Sve u svojoj kući. Hvala vam što ste mi učinili radost i pokazali da naš grad nije potonuo u osrednjost i primitivizam i da ima svetsku klasu.





KOMPANIJU METALAC PRATI DOBAR GLAS

Kompanija Metalac ima odličnu reputaciju preduzeća sa dugom tradicijom, koja garantuje kvalitet. Oko 90% ispitanika u Srbiji izražava pozitivno mišljenje o Kompaniji, a skoro 85% ima poverenje u brend. Ovakav imidž se preliiva i na druge proizvodne kategorije, ali se Metalac još uvek dominantno doživljava kao proizvođač posuđa – pokazalo je istraživanje Agencije Ipsos strategic marketing iz Beograda 2017. godine na tržištu Srbije, Crne Gore i Hrvatske. Cilje je bio da proverimo poznatost i pozicioniranost korporativnog brenda, istoimenog lanca prodavnica i glavnih proizvoda koji se prodaju pod imenom Metalac – posuđa, bojlera i sudopera.

80% ispitanika smatra da pratimo trendove i da smo moderni. Preko 70% misli da smo jedna od najuspešnijih kompanija, a skoro 50% smatra da smo jedan od najvećih izvoznika. Pomalo neverovatno, ali za kreiranje jedinstvene strategije veoma povoljno, jesu nalazi koji su praktično identični u slučaju Srbije i Crne Gore, dok je na tržištu Hrvatske, potpuno očekivano, Metalac značajno manje u fokusu u odnosu na neke druge marke.

15

ZAVISNIH
DRUŠTAVA

METALAC DANAS

IMS

KORPORATIVNI BREND
DECENIJE

IZVOZ U

40

ZEMALJA

220

VISOKO
OBRAZOVANIH

2.200

ZAPOSLENIH

3.000

POSLOVNIH
PARTNERA

115

MILIONA EURA
ZDRUŽENOG
PRIHODA



**PRIMER
DRUŠTVENE
ODGOVORNOSTI**

230

**HILJADA FANOVA
U REGIONU**

60

**GODINA
TRADICIJE**

620

**METALČEVIH
BEBE**

**6
MILIONA**

**KUPACA
GODIŠNJE**

600

**SPORTISTA U 6
METALČEVIH
KLUBOVA**

**JEDNA OD
NAJZDRAVIJIH
KOMPANIJA U
SRBIJI**





DRAGOLJUB VUKADINOVIĆ

Predsednik Metalac Grupe i predsednik NO Metalac



Prof. dr GORAN PITIĆ

Predsednik UO Societe General Banke



Prof. dr DRAGAN ĐURIČIN

Profesor Ekonomskog fakulteta u Beogradu,
zamenik predsednika NO Metalac

Metalac je
paradigma istine
da je za uspeh
kompanije
dominantno
znanje u oblasti
rukovođenja i
organizacije



Prof. dr GORAN PETKOVIĆ

Profesor Ekonomskog fakulteta u Beogradu



PETAR GRUBOR

Managing Partner u PKF d.o.o. Beograd



Prof. dr DRAGAN LONČAR

redovni profesor Ekonomskog fakulteta
u Beogradu, savetnik predsednika
Nadzornog odbora od 2019.



ODBOR DIREKTORA Metalac Home Market

Dr Rajko Tepavac, predsednik

Prof. dr Dragan Stojković

Marko Šarenac, generalni direktor



ODBOR DIREKTORA Metalac Proleter

Jelena Luković, generalni direktor

Prof. dr Stevo Janošević, predsednik

Radmila Todosijević, dipl. ecc



KOMISIJA ZA REVIZIJU

Petar Grubor, dipl. ecc

Prof. dr Dragan Stojković, predsednik

Rosanda Petrović, dipl. ecc



ALEKSANDAR MARKOVIĆ

Generalni direktor Metalca a.d. i izvršni direktor za proizvodno-tehnička pitanja, ljudske resurse i IMS, i zakonski zastupnik društva

STOJAN SLOVIĆ

Izvršni direktor za prodaju i logistiku

RADMILA TRIFUNOVIĆ

Izvršni direktor za finansijske poslove i zakonski zastupnik društva

10

izvršni odbor

GORAN MIJATOVIĆ

Izvršni direktor za nabavku, ekologiju i bezbednost na radu

VOJIN VUKADINOVIĆ

Izvršni direktor za razvoj, digitalne komunikacije, IT i marketing





Poslednjih 30 godina svi Metalčevi rukovodioci razvijali su se na istim načelima: poštovati fer plej i nikada ne postupati nečasno. Dobar menadžer je najpre čovek kome se veruje, prvo mu moraju verovati oni kojima rukovodi, a potom i oni sa kojima deli svakodnevicu na tržištu.



I TRADICIJA I TRANSFORMACIJA

Metalac je danas uspešna kompanija, zahvaljujući snažnoj viziji i sistematičnom radu svih zaposlenih. Živimo u vremenu velikih i brzih promena, koje je donela četvrta industrijska revolucija i moramo da pratimo trendove kako bismo ostali na tržištu. Kako kažu, nisu se promenila pravila igre, već se promenila igra. Pred nama je digitalna transformacija u kojoj je promena korisničkog iskustva možda i najvažnija promena u načinu poslovanja.

Druga važna aktivnost je transformacija poslovnih procesa i od toga očekujemo povećanje efikasnosti i smanjenje troškova, što je takođe važno za održiv rast. Metalčevi interni procesi su u velikoj meri već digitalizovani, međutim vreme koje dolazi traži više. Mi na tome moramo raditi, kako bismo ubrzali i pojednostavili posao, smanjili zavisnost od ljudskog rada i minimizirali efekte ljudske greške, a to će nam omogućiti da zadržimo konkurentsku prednost koju imamo.

Treća faza je suštinska promena. U vremenu koje je pred nama, mi moramo definisati novi, digitalni poslovni model Metalca, a to je, jednostavno rečeno, strategija kako će Metalac Grupa funkcionisati u uslovima digitalnog poslovnog okruženja. U ekonomiji znanja najvredniji resurs su ideje, i ja čvrsto verujem da su 220 visokoobrazovanih Metalčevih menadžera sposobni da iznedre ideje na kojima ćemo zasnivati naše buduće poslovne modele.

Nastavljamo sa politikom društvene odgovornosti, kako prema zajednici tako i prema zaposlenima koji od Metalca očekuju sigurno budućnost. Pred nama su izazovna vremena. Naš zadatak je da nađemo načine kako da povećamo vrednost Kompanije i ostvarimo tri cilja na kojima počivaju sve uspešne kompanije na svetu, a koji su zapisani u svim misijama naših društava, a to su: zadovoljni kupci, zadovoljni i motivisani zaposleni i zadovoljni vlasnici. Nemam ni trunku sumnje da ćemo u tome uspeti.

115 MILIONA EURA

Promene rukovodećih pozicija u pojedinim društvima, usled smrti generalnog direktora Petrašina Jakovljevića, koga je na toj funkciji zamenio dugogodišnji direktor Metalac posuđa Aleksandar Marković, bile su izazov za uži menadžerski tim, koji je, kao i uvek u teškim situacijama, pokazao visok stepen integrisanosti. Godina je završena sa 115 miliona eura ukupnog prihoda i veoma značajnim investicijama od kojih su najveće bile izgradnja stambeno-poslovnog objekta u centru Gornjeg Milanovca, vrednosti 3,5 miliona eura i kupovina imovine konfekcije "Rudnik" za 1,3 miliona eura.

U 2018. IZVOZ RASTAO 10%

Poslednja godina šeste decenije Metalca bila je i peta godina zaredom sa niskom i stabilnom inflacijom u Srbiji od 2%. BDP je rastao je 4,4%, industrijska proizvodnja 2%. Što se Metalca tiče, početak 2018. obeležen je odlaskom generalnog direktora Petrašina Jakovljevića, koji je tu funkciju uspešno je obavljao 12 godina, uključujući i vreme svetske finansijske krize. Preminuo je 1. februara u 62. godini. Tri meseca kasnije, 4. aprila, na Dan kompanije, za novog generalnog direktora Metalca a.d. biće postavljen Aleksandar Marković, dotadašnji direktor Metalac posuđa i izvršni direktor za proizvodnju i IT.

Uprkos svim turbulencijama, Metalac Grupa je 2018. završila sa sveukupno 115 miliona eura prihoda, 3% više u odnosu na prethodnu godinu. Izvozom u četrdesetak zemalja sveta ostvareno je oko 25 miliona eura, uz rast od 10%. i ovog puta izvezeno je skoro 70% proizvodnje posuđa, a ostatak izvoza se odnosio na bojlere, sudopere i, najviše, autodelove FAD. Ukupnom rezultatu su skoro podjednako doprinela proizvodna društva i domaća trgovačka preduzeća, ali je najveći realan i relativan rast ponovo napravilo

preduzeće Metalac Proleter. Planirana dobit nije ostvarena, uglavnom zbog lošijih rezultata ino trgovine u Moskvi, usled pada ruske valute za preko 20%.

Implementacijom UPIS NET-a u Metalac Proleteru, zaokružena je standardizacija softvera u svim društvima Metalac Grupe. Takođe, sredinom juna je završena resertifikacija, kojom je Metalac prešao na Integrisan menadžment sistem prema standardima ISO 9001:2015 i ISO 14001:2015. Prvi krupniji koraci Metalac Digitala obeleženi su početkom rada novog kontakt centra, implementacijom CRM alata – Bitrix24 i početkom rada nove verzije internet prodavnice www.market.metalac.com

Konačno, u 2018. usvojena je konsolidovana strategija Metalac Grupe do 2021. U odnosu na baznu 2018. godinu predviđeno je da konsolidovani poslovni prihod do kraja 2021. poraste 16%, zarade po 5% svake godine, a konsolidovana dobit da dostigne 6,6 miliona eura. Kompanija Metalac će tokom ovog perioda za investicione projekte uložiti 10 miliona eura.

METALAC KUPIO OBJEKTE KONFEKCIJE „RUDNIK“

Sa 1,3 miliona evra Metalac je, 13. decembra 2018, izlicitirao 18.000 kvadrata proizvodnog, skladišnog i poslovnog prostora i 6 hektara zemlje nekadašnje MK Rudnik. Nakon adaptacije građevinskih objekata, u novi prostor se preseljavaju trgovinska preduzeća Metalac Market i Metalac Trade, sa objedinjenim skladištem robe. Obezbeđen je prostor i za buduće nove programe.

Fizička blizina fabričkog kruga MK Rudnik i njeni ukupni kapaciteti, opredelili su Kompaniju Metalac na kupovinu ove imovine u Gornjem Milanovcu. Nakon licitacije održane 13. decembra i potpisivanja ugovora, Metalac i formalno postao vlasnik 18.000 proizvodnog, skladišnog i poslovnog prostora, sa restoranom i dve trafostanice, na ukupno šest hektara. Prioritetna ulaganja od još najmanje 500 000 evra u 2019. godini, omogućavaju organizovanje skladišta površine 6.000 m², dok će u delu upravne zgrade biti smeštena administracija trgovačkih preduzeća Metalac market i Metalac trade. Ostatak prostora, u kojem su poslovni subjekti pod zakupom, ostaće u istoj nameni. Konačno, celih 8.000 kvadrata dugoročno je namenjeno uvođenju novih programa, koje će Metalac izvesno imati u budućnosti.

ISTINITO I JASNO

Prava slika poslovanja Kompanije svakako su pozicije imovine, obaveza i kapitala. Tokom posmatranog perioda, iako sa manjim profitom, Kompanija je uspešno finansirala svoju imovinu i bila sposobna da vraća pozajmljena sredstva. Takva finansijska struktura je obezbedila da Kompanija na konsolidovanom nivou svih ovih godina ima vrednost Z score preko 8, odnosno kreditni rejting AAA. Metalac je, dakle, uprkos svetskoj krizi, tokom cele poslednje decenije bio u zelenoj, sigurnoj zoni i tako se svrstao u poslovno izvrsne kompanije.

Sa svetskom krizom 2008. godine, vrednovanje poslovanja kroz finansijske informacije na mesečnom nivou je postalo imperativ. Tako je finansijska analiza priključena dinamičkom praćenju komercijalne i proizvodne funkcije. Prepreka je, najednom, postala test i izazov. Mesečni finansijski izveštaji su bili izuzetno važni rukovodstvu da u svakom trenutku sagleda trenutnu poziciju i da, u skladu sa tim, preduzme korake. Finasijske informacije su tako postale deo sistema poslovanja ne samo u delu profitabilnosti, nego i u oblasti poslovne aktivnosti, likvidnosti, solventnosti, investiranja i finansiranja. Jednostavno, mesečne analize su rađene u svim elementima kao i godišnji izveštaji.

Radmila Trifunović,
izvršni direktor za finansije

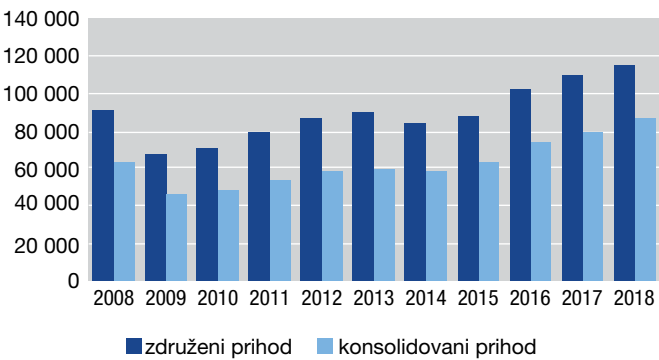
U 2018. DUPLIRAN KONSOLIDOVANI PRIHOD U ODNOSU NA 2009.

Svetska finansijska kriza je već 2008. umanjila očekivani konsolidovani prihod Kompanije na 62,4 miliona eura sa 4 miliona neto dobiti, da bi naredne prihod bio manji za čak 28%, a neto dobit za 20%. Deceniju kasnije, u odnosu na baznu 2009. godinu, imamo skoro duplo veći konsolidovani prihod i 20% veću neto dobit. U odnosu na godinu početka krize to je rast prihoda od 38% i pad neto dobiti za 4%.

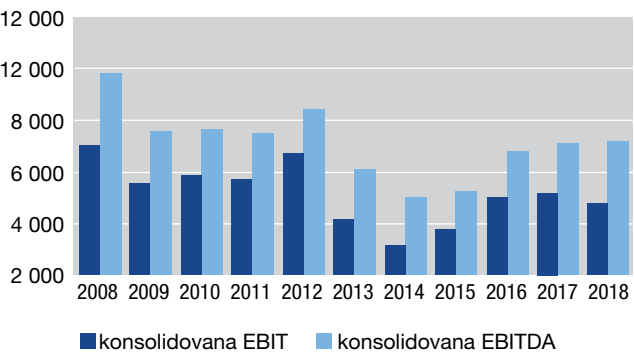
u 000 eur

godina	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
združeni prihod	90 049	66 541	69 944	78 017	86 110	88 660	83 642	86 573	101 744	109 246	114 458
konsolidovani prihod	62 436	45 180	47 297	53 128	58 731	59 262	58 424	62 611	72 960	78 693	87 701
konsolidovana EBIT	7 004	5 560	5 821	5 698	6 671	4 186	3 149	3 776	4 968	5 138	4 510
konsolidovana EBITDA	9 773	7 538	7 645	7 491	8 383	6 058	4 987	5 269	6 797	7 063	6 904
konsolidovana bruto dobit	4 172	3 391	4 835	5 135	5 707	3 826	2 582	3 348	5 266	4 720	4 365
konsolidovana neto dobit	4 040	3 229	4 510	4 922	5 175	3 607	2 268	2 893	4 582	4 039	3 823

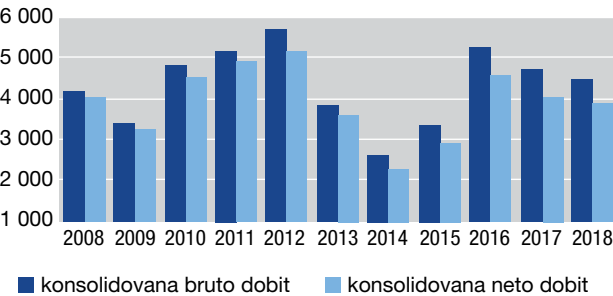
Združeni i konsolidovani prihod u 000 eur



Konsolidovana EBIT i konsolidovana EBITDA u 000 eur



Konsolidovana bruto dobit i konsolidovana neto dobit u 000 eur

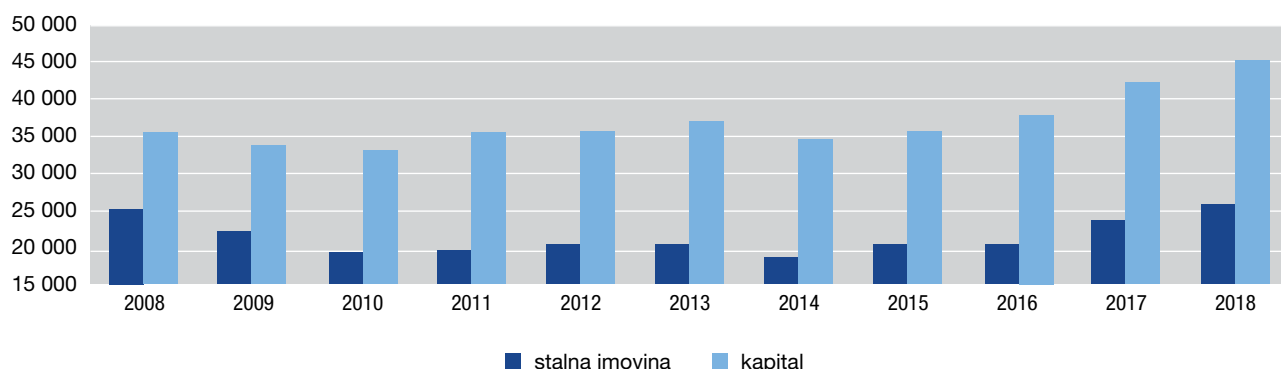


DECENIJA ZAVRŠENA 30% VEĆIM KAPITALOM

U 2008. godini Metalac ima rekordne investicije - skoro šest miliona eura. Stalna imovina je 25 miliona, a kapital 35 miliona eura. U narednim godinama investicije će u pojedinim godinama biti tri puta manje od investicija u godini na početku krize. Rast je primetan tek u 2017. godini, a nivo investicija i stalne imovine će biti dostignut tek u 2018. Bez obzira na tako velike investicije u 2018. godini, neki od pokazatelja profitabilnosti imaju trend pada. ROA i ROE su ispod vrednosti 2017. godine kao rezultat velikog rasta investicija i pada neto dobiti. Pošto je stopa profitabilnosti sopstvenog kapitala kroz posmatrani period bila viša od stope profitabilnosti imovine, to se Kompaniji u poslednjoj deceniji više isplatilo da koristi tuđi kapital umesto sopstvenog.

Konsolidovana stalna imovina i kapital

u 000 eur

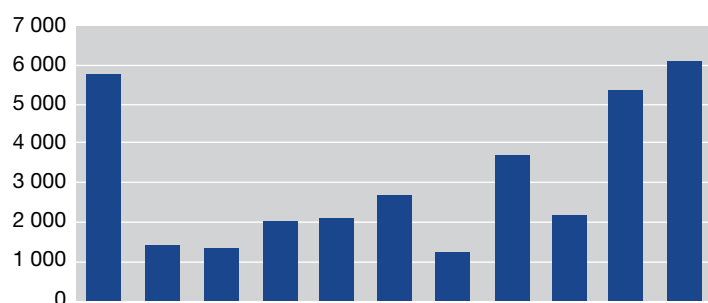


u 000 eur

godina	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
stalna imovina	25 151	22 376	19 420	19 845	20 369	20 388	18 591	20 310	20 507	23 635	25 635
kapital	35 428	33 702	33 000	35 421	35 419	36 945	34 670	35 767	37 856	41 960	44 933
investicije	5 733	1 408	1 327	2 031	2 079	2 708	1 210	3 716	2 124	5 345	5 950

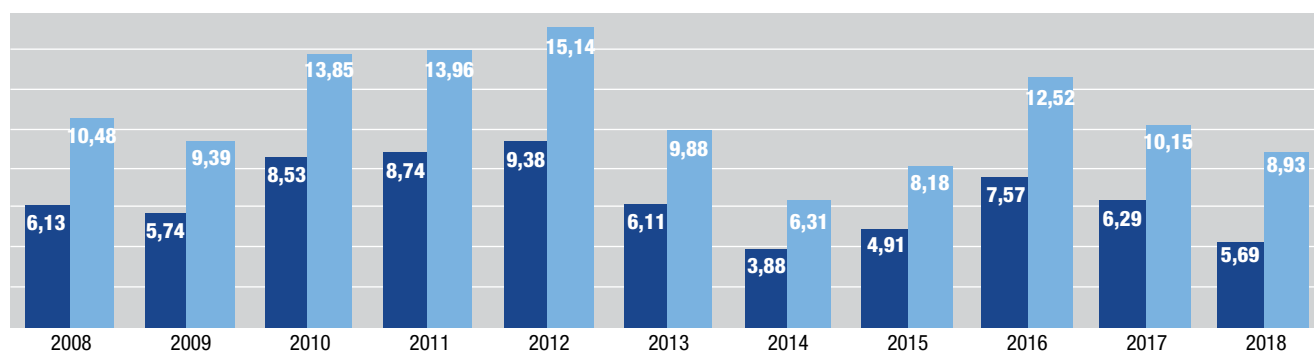
Investicije

u 000 eur



Konsolidovani ROA i ROE (%)

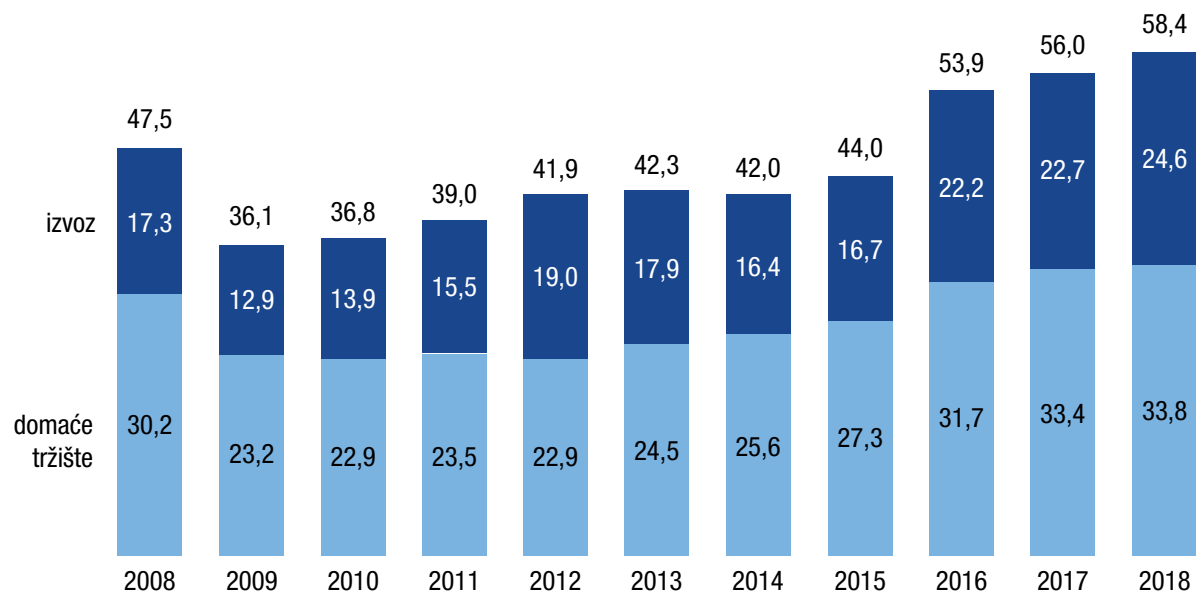
■ ROA ■ ROE



IZVOZ IMAO NAJVEĆE OSCILACIJE

Kao izvozno orijentisana Kompanija, Metalac je pretrpeo velike posledice u periodu svetske krize. Proizvodna društva i domaća trgovina su u poslednjih deset godina imala različite trendove i učešća u pojedinačnim tržišnim segmentima. Samo u 2009. godini izvoz je bio manji za četvrtinu, a isto toliko i prodaja na domaćem tržištu. Oporavak obe divizije je bio dug i zahtevan. Na kraju ove decenije prodaja na domaćem tržištu je ukupno porasla za 45% u odnosu

na baznu 2009, a izvoz skoro dva puta. Situacija je drugačija ako se poredimo sa godinom pre krize. Tako je domaće tržište tek posle osam godina dostiglo nivo realizacije iz 2008. godine. Izvoz se vraća na početni nivo posle četiri godine i ponovo pada - i tako u ciklusima, da bi u 2018. godini dostigao rekordnih 24,6 miliona eura. Svakako, od 2016. godine na to je uticalo i učešće Metalac FAD-a, koji od ukupno 3 miliona eura prihoda 75% ostvaruje izvozom.

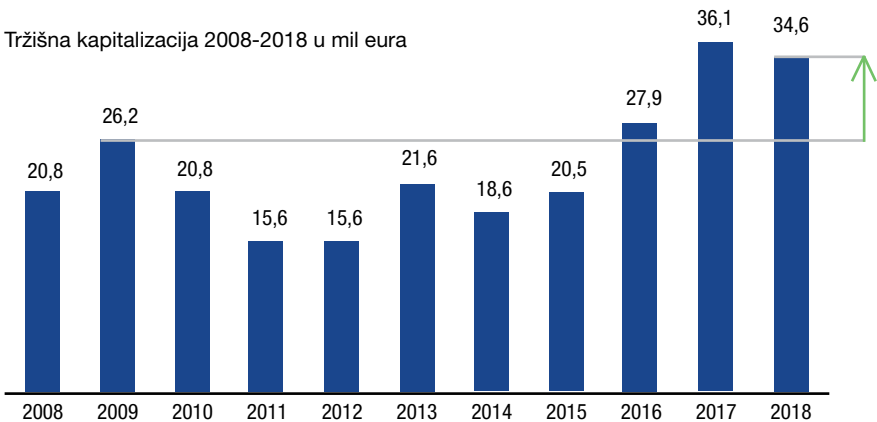


u 000 eur

godina	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
domaće tržište	30 180	23 226	22 862	23 458	22 923	24 466	25 619	27 279	31 696	33 375	33 753
izvoz	17 319	12 869	13 891	15 497	18 993	17 879	16 366	16 729	22 247	22 262	24 642

KOMPANIJA IMA POTENCIJAL ZA RAST

Tržišna kapitalizacija 2008-2018 u mil eura



Zdravo i stabilno poslovanje Kompanije omogućilo je u prvim godinama krize održavanje postignutog nivoa tržišne kapitalizacije, a od 2015. i rasta. Na kraju 2018. tržišna kapitalizacija je veća za 32% u odnosu na 2009. Najveći rast je bio 2017. godine i to 38%. Takav trend nas uverava da Kompanija ima potencijal za dalje investiranje i ulaganje u akcije.



Sa pobedničkim timom:

Radmila Trifunović, izvršni direktor za Finansije Metalca a.d., Ana Živanović, šef kontrolinga i Prof. dr Dragan Lončar

METALAC A.D. TEMA PRVOG CFA RESEARCH CHALLENGE TAKMIČENJA U SRBIJI

Metalac a.d. je 2018. bio predmetna kompanija za takmičenje srpskog tima studenata FON-a sa različitih univerziteta, koje je deo globalne manifestacije CFA Institute Research Challenge. Tako se pet timova sa tri univerziteta takmičilo u investicionoj analizi kompanije Metalac a.d. na lokalnom finalu održanom 1. marta 2019., u beogradskom hotelu Crowne Plaza, u organizaciji CFA Society Srbija. Timovi su se takmičili u analizi, vrednovanju i prezentovanju javno listirane kompanije, odnosno u sveobuhvatnom procesu procene vrednosti kapitala, korišćenjem različitih alata. Pobedio je tim Monolith Capital sa Ekonomskog fakulteta u Beograd u sastavu: Filip Mikanović, Miloš Kujović, Nikola Jovović i Lazar Savović.

Inače, "CFA Research Challenge" je prestižno takmičenje iz oblasti fundamentalne investicione analize i, kao globalna manifestacija, okuplja više od 5.700 studenata i 1.100 univerziteta u svetu. U 2019. ovo takmičenje je prvi put održano i u Srbiji.

KONSOLIDOVANI BILANS STANJA • CONSOLIDATED BALANCE SHEET

U EUR

AKTIVA • ASSETS	31.12. 2018.	31.12. 2017.	%
Stalna imovina • Non-current assets	24.997.825	23.455.471	106,58
Nematerijalna ulaganja • Intangible assets	312.349	236.907	131,84
Zemljište i građevinski objekti • Land and buildings	12.815.645	11.439.986	112,03
Postrojenja i oprema • Plant and equipment	8.801.908	8.453.678	104,12
Investicione nekretnine • Investment property	2.621.406	2.963.240	88,46
Nekretnine i oprema u pripremi • Real estate and equipment under construction	269.183	190.086	141,61
Ulaganja na tuđim nekretninama • Investments in other real estate	48.369	23.237	208,15
Učešća u kapitalu ostalih pravnih lica • Participation in the capital of other legal entities	61.771	130.714	47,26
Ostala dugoročna potraživanja • Other long-term receivables	67.194	17.624	381,26
Obrtna imovina • Current assets	46.150.148	43.498.629	106,10
Zalihe • Inventories	22.039.205	19.620.309	112,33
Potraživanja • Accounts receivable	11.500.816	13.231.251	86,92
Potraživanja za više plaćen porez na dobitak • Receivables for prepaid income tax	188.283	204.081	92,26
Kratkoročni finansijski plasmani • Short-term financial placements	6.468.358	6.624.184	97,65
Gotovinski ekvivalenti i gotovina • Cash and cash equivalents	5.164.288	3.050.509	169,29
Porez na dodatu vrednost i aktivna vremenska razgraničenja • Value added tax and prepayments	789.198	768.295	102,72
UKUPNA AKTIVA • TOTAL ASSETS	71.147.973	66.954.100	106,26
Vanbilansna aktiva • Off-balance sheet assets	1.858.774	3.154.212	58,93
PASIVA • LIABILITIES			
Kapital • Capital	43.415.952	42.010.100	103,35
Akcijski kapital • Share capital	20.711.606	20.662.988	100,24
Ostali kapital • Other capital	286.807	286.125	100,24
Otkupljene sopstvene akcije • Acquisition of treasury shares	(1.067.358)	(715.405)	149,20
Emisiona premija • Share premium	(293.034)	(44.930)	652,20
Rezerve • Reserves	1.516.626	1.513.066	100,24
Translacione rezerve • Translation reserves	160.354	186.060	86,18
Nerealizovani dobiti po osnovu hartija od vrednosti • Unrealized gains on securities	26.913	55.768	48,26
Aktuarski dobiti (gubici) • Actuarial gains	(517.849)	(404.245)	128,10
Neraspoređeni dobitak • Retained earnings	21.255.633	19.266.320	110,33
Kapital koji pripada većinskim vlasnicima • Majority interests	42.079.698	40.805.747	103,12
Manjinski interes • Minority interests	1.336.254	1.204.353	110,95
Dugoročna rezervisanja i obaveze • Long-term liabilities and provisions	7.760.413	5.242.414	148,03
Dugoročna rezervisanja • Long-term provisions	2.545.522	2.426.863	104,89
Dugoročni krediti • Long-term borrowings	5.214.891	2.815.552	185,22
Kratkoročne obaveze • Current liabilities	19.841.982	19.421.825	102,16
Kratkoročne finansijske obaveze • Short-term financial liabilities	3.983.084	5.717.022	69,67
Obaveze iz poslovanja • Accounts payable	12.515.428	10.120.323	123,67
Ostale kratkoročne obaveze • Other current liabilities	2.532.798	2.877.836	88,01
Obaveze po osnovu poreza na dodatu vrednost i ostalih javnih prihoda i pasivna vremenska razgraničenja	679.515	617.788	109,99
Obaveze po osnovu poreza na dobitak • Income tax payable	131.157	88.856	147,61
Odložene poreske obaveze • Deferred tax liabilities	129.625	279.761	46,33
UKUPNA PASIVA • TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	71.147.971	66.954.100	106,26
Vanbilansna pasiva • Off-balance-sheet items	1.858.774	3.154.212	58,93

KONSOLIDOVANI BILANS USPEHA • CONSOLIDATED INCOME STATEMENT

U EUR

	31.12.2018.	31.12.2017.	%
POSLOVNI PRIHODI • OPERATING INCOME	84.507.624	76.949.450	109,82
Prihodi od prodaje na domaćem tržištu • Revenue from domestic sales	53.959.082	47.687.959	113,15
Prihodi od prodaje na inostranom tržištu • Revenues from sales on foreign markets	28.359.014	27.235.375	104,13
Prihodi od prodaje • Sales revenues	82.318.096	74.923.334	109,87
Ostali poslovni prihodi • Other operating income	2.189.528	2.026.116	108,07
POSLOVNI RASHODI • OPERATING EXPENSES	79.997.691	71.814.713	111,39
Nabavna vrednost prodate robe • Cost of goods sold	32.808.848	27.187.690	120,68
Prihodi od aktiviranja učinaka • Own-work capitalized	(269.414)	(154.922)	173,90
Povećanje zaliha učinaka • Increase in inventories	(639.621)	(743.666)	86,01
Smanjenje zaliha učinaka • Decrease in inventories	222.674	111.390	199,91
Troškovi materijala i energije • Materials and energy	20.157.595	19.160.431	105,20
Troškovi zarada, naknada zarada i ostali lični rashodi • Staff costs	18.693.685	17.798.616	105,03
Troškovi amortizacije • Depreciation, amortization and provisions	2.393.787	1.924.059	124,41
Ostala dugoročna rezervisanja • Other long-term provisions	367.814	598.191	61,49
Ostali poslovni rashodi • Other operating expenses	6.262.323	5.932.924	105,55
POSLOVNI DOBITAK/(GUBITAK) • OPERATING PROFIT/(LOSS)	4.509.933	5.134.738	87,83
FINANSIJSKI PRIHODI • FINANCE INCOME	1.443.153	1.341.758	107,56
FINANSIJSKI RASHODI • FINANCE EXPENSES	1.162.122	1.502.108	77,37
OSTALI PRIHODI • OTHER INCOME	750.087	672.135	111,60
OSTALI RASHODI • OTHER EXPENSES	1.175.811	929.032	126,56
DOBITAK/(GUBITAK) IZ REDOVNOG POSLOVANJA NET PROFIT/(LOSS) ATTRIBUTABLE TO:	4.365.240	4.717.490	92,53
POREZ NA DOBITAK • INCOME TAXES			
Poreski rashod perioda • Equity holders of the parent company	(681.601)	(697.859)	97,67
Odloženi poreski prihod (rashod) perioda • Minority shareholders	139.712	16.688	837,19
NETO DOBITAK • NET PROFIT:	3.823.351	4.036.319	94,72

PROIZVODNA DRUŠTVA

A photograph of a factory floor. In the foreground, a worker in a green shirt and dark overalls is pushing a metal cage cart. In the middle ground, another worker in a green shirt and dark jacket is walking towards the camera. In the background, a yellow forklift is being operated by a worker. To the left, there is a large green industrial machine with the brand name 'LITOSTROJ' visible. The floor is marked with yellow lines. The overall scene depicts a busy industrial environment.

Metalac grupa ima pet proizvodnih društava koja se u 9 fabrika bave proizvodnjom više vrsta posuđa, sudopera, bojlera, proizvoda od livenih polimera, kartonske ambalaže i delova za autoindustriju. Od 115 miliona eura ukupnog prihoda u 2018. godini, 38% se odnosi na ova društava. Najveće učešće i najveći uticaj na sve parametre ima najstarije preduzeće, nosilac brenda i kor biznis kompanije – posuđe Metalac. Proizvodna društva izvoze u oko 40 zemalja sveta. Najveći izvoznik je Metalac posuđe. Velikim brojem izvoznih tržišta pridružio se od 2015. proizvođač auto delova Metalac FAD, a poslednjih godina sve je veće učešće izvoza bojlera, sudopera i nameštaja od kompozitnih materijala.



STOJAN SLOVIĆ
direktor • director
Metalac posuđe



VLADAN STOJKOVIĆ
direktor • director
Metalac inko



ZORAN OGNJANOVIĆ
direktor • director
Metalac bojler



GORAN MIJATOVIĆ
direktor • director
Metalac FAD



PREDRAG LAZOVIĆ
direktor • director
Metalac print

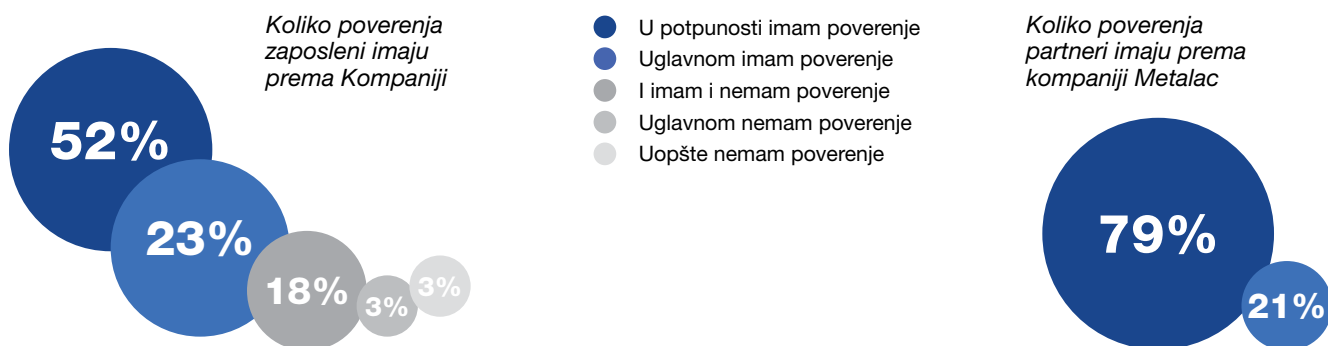
Specijalna jedinica - Inženjerska
tim tehničkih direktora proizvodnih
društava Metalca



IZA SVEGA SU VREDNOSTI POŠTENJE, POŠTOVANJE, POVERENJE, POSVEĆENOST

Korporativna kultura i ponašanje Metalca zasnovano je na nekoliko osnovnih vrednosti: poštenje, poštovanje, poverenje i posvećenost. Na njihovom razvijanju i usvajanju radi se u kontinuitetu već tri decenije. Najpre, ličnim primerom najvišeg rukovodstva; zatim veoma strogim kažnjavanjem neprihvatljivih ponašanja i konačno; setom aktivnosti kojima se, uz rezultate rada, nagrađuje lojalnost i visoko moralno ponašanje. Ove vrednosti su u svakom strateškom dokumentu Kompanije, koja insistira na održivom balansiranju ekonomskih, socijalnih i ekoloških ciljeva. Osim što formalni vrednosni okvir u svakodnevnom životu koincidira sa uverenjima i ponašanjem zaposlenih, još važnije je što to snažno utiče na percepciju koju brend Metalac ima u javnosti.

Anketno istraživanje na ove teme, sprovedeno krajem 2018. godine, ponovo je potvrdilo da su bazične Kompanijske vrednosti duboko ukorenjene u poslovnu kulturu i ponašanje, ali i da su kriterijumi sve viši.



Koliko je tačno ono što tvrdimo da jeste

Visoko poverenje u Kompaniju ima 75% zaposlenih, pri čemu joj polovina apsolutno veruje. Ovo je najvažniji ishod anketnog istraživanja sprovedenog krajem 2018. godine među 700 zaposlenih iz svih Metalčevih proizvodnih i trgovinskih društava u Srbiji, od kojih oko 550 proizvodnih radnika i trgovaca. Ovaj stav dodatno pojačava to što čak 73% zaposlenih smatra da Metalac posluje samo sa poštenim firmama i ljudima. Nije zato iznenađujuće što 60% anketiranih smatra da zaposleni u Metalcu imaju visoko poverenje u rukovodstvo.

Svest o značaju društvene odgovornosti Kompanije i njenog uticaja na lojalnost zaposlenih je veoma visoka. Ne samo da skoro 80% radnika smatra da takvo ponašanje na duge staze donosi korist svima, već preko 60% njih smatra da je društvena odgovornost važnija od profitabilnosti. Sveukupno, nedvosmislen je zaključak da su bazične Kompanijske vrednosti duboko ukorenjene u poslovnu kulturu i ponašanje.

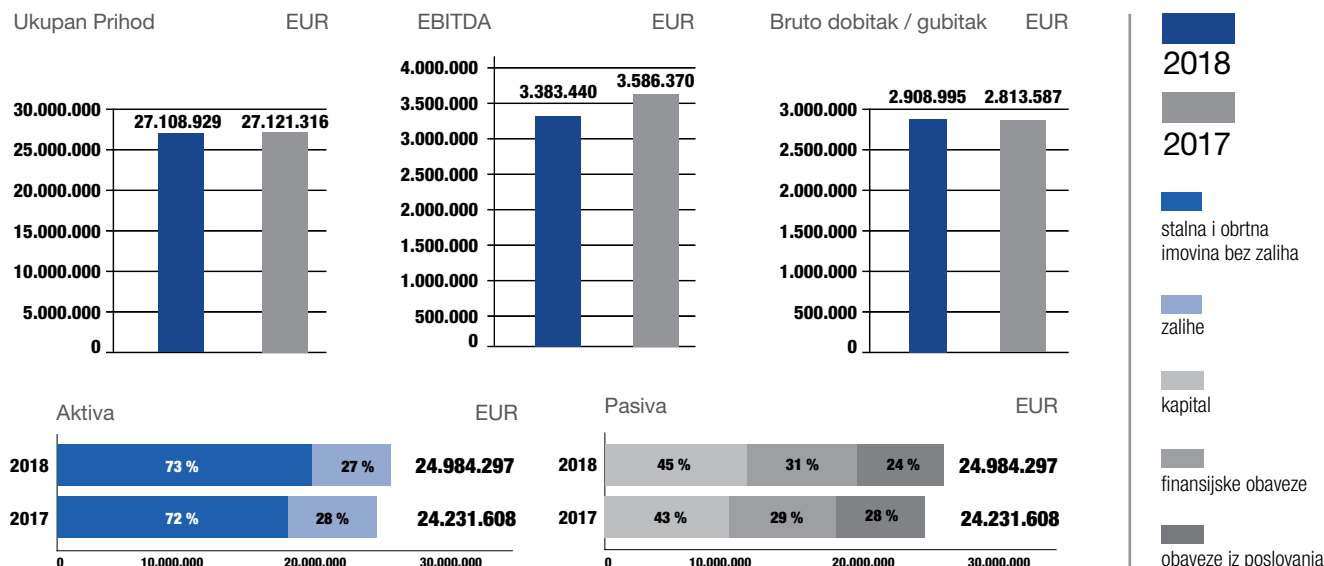
Poverenje partnera čak 100%

Sa istim ciljem i u isto vreme 2018. godine urađeno je istraživanje stavova 50 partnera – kupaca i dobavljača iz regiona. Iznad očekivanja je uvid da poslovni partneri imaju 100% poverenje u kompaniju Metalac, od čega njih 79% bezrezervno. Čak 98% partnera ocenjuje da je Metalac baš onakav kakvim se predstavlja – poštena i odgovorna firma. i više od toga, 88% smatra da Metalac ne bi sarađivao sa nepoštenim firmama i ljudima, a 83% veruje da bi Metalac prekinuo saradnju sa njima kad bi čuo da se nepošteno ponašaju. Raduje i to da bi samo 6% partnera zbog većeg profita izabralo i manje poštenu firmu od Metalca. Konačno, uglavnom ili u potpunosti, 86% partnera se slaže da je poverenje u kompaniju važnije od obima posla.

Da poverenje u kompaniju raste ako je društveno odgovorna slaže se 90% anketiranih partnera, a čak 94% tvrdi da im jeste bitno što je Metalac društveno odgovorna kompanija.

2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
-9%	0%	+16%	+1%	+2%
23,1	23,1	26,8	27,1	27,6

Ukupni prihod u milionima eura



ISTRAŽIVANJE POKAZALO POSUDE = METALAC

Poslednje eksterno istraživanje o pozicioniranosti i percepciji posuda, sudopera i bojlera Metalac, urađeno je sredinom 2017. godine i to za tržište Srbije, Crne Gore i Hrvatske.

Metalac posuđe je u Srbiji apsolutni vladalac kategorije! Ono je napopularniji brend. Za više od polovine kupaca je prvi izbor, a doživljava se i kao marka koja u najvećoj meri odgovara na potrebe kupaca i kao 'njima najbliža'. Metalac ima i ubedljivo najveću bazu 'navijača'. Praktično svaki drugi kupac koji razmatra marku bi je i preporučio/generisao pozitivni word-of-mouth o njoj.

Potrošači ponovo izabrali Metalac

U okviru kampanje "Moj izbor 2019" Metalac posuđe je još jednom pobednik kategorije Oprema za domaćinstvo. Ovu kampanju, devetu godinu zaredom, organizuje udruženje "Moja Srbija", uz podršku potpredsednice Vlade Republike Srbije i Grada Beograda. Priznanje "Moj izbor" jedinstveno je po tome što se dodeljuje isključivo na osnovu glasova potrošača. Osnovni uslov da neki proizvod bude nominovan jeste da je domaćeg porekla, bez obzira na strukturu vlasništva firme koja ga proizvodi. Ovog puta u konkurenciji je bilo 930 domaćih proizvoda i brendova u 27 kategorija, a dodela priznanja zakazana je 16. maj 2019. u Skupštini grada Beograda. Metalac posuđu će ovo priznanje primiti 6. put. Inače, sveukupni pobednik za "Najomiljeniji domaći proizvod" ponovo je "Plazma keks", dok je zvanje "Najomiljeniji proizvođač u Srbiji", ponela kompanija "Imlek".

DOBAVLJAČ SA NAJVIŠIM „A RANGOM”

Svi eksterni auditi kojima su kupci poslednjih godina proveravali aspekte društvene odgovornosti, kako bi sa većom sigurnošću upravljali rizicima vezanim za kvalitet i pouzdanost svojih partnera – svrstali su Metalac posuđe u vrh poželjnih dobavljača. Najviša moguća ocena „rang A“ poslednji put je dobijena 2018. godine kada je po nalogu Diznija proveru prema zahtevima BSCI (Business Social Compliance Initiative) radila kancelarije SGS Bugarska, što je bio preduslov za produženje sertifikata. BSCI najznačajniji koncept za provere u oblasti društvene odgovornosti, sa više od 1.000 članova širom sveta, bilo da su u pitanju veliki proizvođači ili veliki trgovinski lanci.



SRBIJA, RUSIJA I BIH I DALJE PREDNJAČE PO UČEŠĆU

Metalac posuđe godišnje proizvodi preko šest miliona jedinica, od najmanjeg lončeta i džezve za jednu kafu, do posuđa velikih litraža za domaćinstva i profesionalnu upotrebu. Skoro 70% proizvodnje se izvozi u oko 25 zemalja godišnje, na skoro svim kontinentima. Osim na većini tržišta ExYU, u 2018. godini najviše se izvozilo u Rusiju, Francusku, USA, Nemačku, Češku, Finsku i Švedsku.

Nakon dve izuzetne godine, Metalac posuđe je 2018. završilo sa 27,6 miliona eura ukupnog prihoda tj. 2% više nego u prethodnoj. Nakon dužeg vremena, na domaćem tržištu je zabeležen pad u odnosu na prethodnu godinu od čak 16%, najviše zbog izostanka velikih loyalty akcija i znatno slabijih rezultata u akcijama koje su sprovedene. Izvoz je u isto vreme znatno rastao pa je prodajom posuđa u 24 zemlje regiona i sveta ostvareno oko 18 miliona eura, uz rast od 10%

Ino tržištima pridružila se ambiciozno Švedska, a sve veći plasman bio je i u SAD, gde je izvoz dostigao 1,3 miliona evra. Najveći realan rast izvoza zabeležen je na tržištima EX YU i to za celih 16% , odnosno 1,1 milion eura, od čega najviše u BiH, pre svega zahvaljujući dugogodišnjim najvećim kupcima Tržnici i Unitehni iz Banje Luke. Nakon pada izvoza za Hrvatsku 2017. godine, kada je skoro prekinuta saradnja sa kupcima iz sistema Agrokor, u 2018. posuđe Metalac je ponovo bilo na policama njihovih lanaca. Konačno, veoma važan izvoz na rusko tržište zadržan je na nivou prethodne godine, uz dosta problema zbog nestabilnog kursa rublje i nestanka veleprodaja sa kojima je Metrot sarađivao.

Inače, od 1. aprila 2018. godine, nakon 12 godina na

čelu Metalac posuđa, Aleksandar Marković je prešao na funkciju generalnog direktora. Najveće Metalčevo preduzeće i kor biznis kompanije preuzeo je na mestu direktora Stojan Slović, dugogodišnji direktor Metalac marketa i aktuelni izvršni direktor za prodaju.

Iz proizvodnje izašlo 6,1 miliona jedinica

U odnosu na 2017. godinu proizvedeno je 3% manje jedinica, ali sa 3% većom vrednošću i uz ostvarenje svih parametara kvaliteta u zadatim granicama. Investicije u strateško prilagođavanje ili zamenu stare opreme nastavljene su tokom cele godine. Aktiviran je novi sistem za rekuperaciju i klimatizaciju u pogonu završne obrade, čime su poboljšani uslovi rada u letnjem periodu, dok se u zimskom ostvaruje ušteda toplotne energije, odnosno potrošnje gasa.

Projekti vezani za 5S, Lean, Kaizen i WCM koji se realizuju u cilju povećanja produktivnosti u proizvodnji su i u 2018. bili jedan od prioriteta. Značajno je unapređen sistem upravljanja troškovima, a posledično i sistem upravljanja prihodima. Za sledeću godinu pripremljeni su ulazni podaci koji će omogućiti alokaciju troškova po tržištima, linijama, kupcima i pojedinačnim identima, odnosno proizvodima. Po tom osnovu narednih godina se očekuju znatno bolji rezultati.

SAJMU U FRANKFURTU PRIDRUŽENI AMSTERDAM I SPLIT

U okruženju najpoznatijih svetskih proizvođača i trgovaca posuđem, Metalčev štand na najvećem evropskom sajmu robe široke potrošnje „Ambiente fair Frankfurt“ je i poslednje dve godine bio prestižna adresa za dobru ponudu. U skladu sa tradicionalnom praksom, u februaru 2019. ovaj sajam posetilo i 20 radnika iz proizvodnje, kako bi jasnije razumeli u kakvom okruženju radimo i koliko je važno biti konkurentan kvalitetom i dizajnom.

I ovog puta, nastupu je potvrdio veliki iskorak učinjen

intenzivnom saradnjom sa mladim dizajnerima u regionu i stalnim konkursima, što rezultira uvek svežom i originalnom ponudom, posebno u emailiranom programu gde Metalac čvrsto drži poziciju u samom vrhu. Inače, u 2018. Metalac posuđe je prvi put samostalno nastupilo na sajmu proizvođača PL-ova u Amsterdamu, i sajmu „Gastro“ u Splitu gde je predstavio program za profesionalnu upotrebu. i Amsterdam i Split su, uz Frankfurt, u rasporedu za 2019.



DRUMSKIM KRSTARICAMA NA PUTEVIMA EVROPE

Sa 37 najsavremenijih teretnih vozila, sektor poslovne logistike, na nivou Metalac Grupe pruža usluge prevoza svim zavisnim preduzećima u Srbiji i u inostranstvu. Ova transportna eskadrila prevozi Metalčeve proizvode u regionu, na području CEFTE i po celoj Evropi, od Španije do Rusije. Njome rukovodi direktor sektora logistika Milan Novaković.

Zovu ih prodajnom silom. Svakako su najofanzivniji na terenu. Komercijalni direktori i šefovi prodaje i nabavke

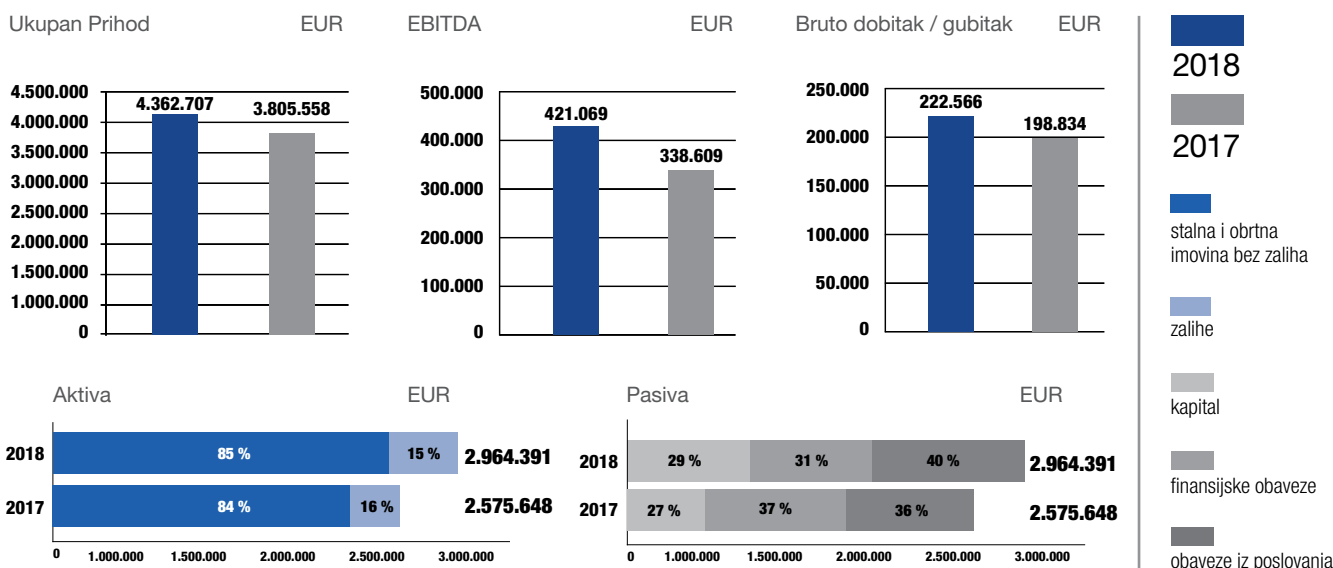




Predrag Lazović, direktor društva
Vesna Polomac Lazić, komercijalni direktor
Veljko Vukadinović, tehnički direktor

2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
-18%	+4%	+15%	+10%	+15%
2,8	2,9	3,4	3,8	4,3

Ukupan prihod u milionima eura



UVEĆANI I KAPACITETI I PONUDA

Modernizovanje i unapređenje svih segmenata proizvodnje i poslovnih procesa višestruko je uvelo kapacitete Metalac Printa. Nastavljajući kontinuiran trend rasta Metalac Print je i 2018. završio 15% većim ukupnim prihodom. Sa 4,3 miliona eura ovo preduzeće zapravo beleži duplo veći ukupan prihod nego 10 godina ranije. Početkom 2018. na tržište uveo i novu grupu gotovih proizvoda od kartona pod nazivom „O&O“

Od početka poslednje decenije, kada je sa traka izlazilo preko 5 miliona jedinica transportne i ofset ambalaže, stiglo se do 10 miliona u 2018. godini. i prihod je duplo veći. Istovremeno je rasla i proizvodnja preslikača. Metalčevi dizajneri i tehnolozi godišnje osvoje između 120 i 160 dekora. Osim sopstvenih kreacija i izrade dekora po nalogu kupca, Metalčevi dizajneri uspešno osvajaju i dekore sa brojnih konkursa, što sveukupno doprinosi konkurentnosti emajliranog posuđa.

Metalac Print je početkom 2018. na tržište uveo i novu grupu gotovih proizvoda od kartona pod nazivom „O&O“ (čestitke, kartonski ofingeri, specijalna pakovanja setova sa puzzlama i sl). Zabeležio je i prva direktna inopartnerstva sa kupcima iz Francuske i Slovenije i time odškrinuo vrata za izvozne poslove u narednoj deceniji.

Nakon što je 2017. u proizvodnju uveo automatsku mašinu za kaširanje, u drugoj polovini 2018. uvedeno je lasersko osvetljavanje sita i ofset ploča. Film, kao medijum u pripremi za štampu, otišao je u istoriju. Metalčev proizvođač ambalaže i preslikača uveliko sprovodi aktivnosti na uvođenju WCM principa

(proizvodnja svetske klase) i takozvanog „Metazen“ koncepta unapređenja u svim proizvodnim procesima.

Konačno, u poslednjem kvartalu 2018. prvi put su u okviru redovnog semestra angažovani profesori i studenti Fakulteta primenjenih umetnosti iz Beograda, za kreiranje inovativnog pakovanja i inovativnih gotovih proizvoda od kartona. Njihovi predlozi će, već sada je očigledno, pomeriti granice dizajna u ovoj oblasti.

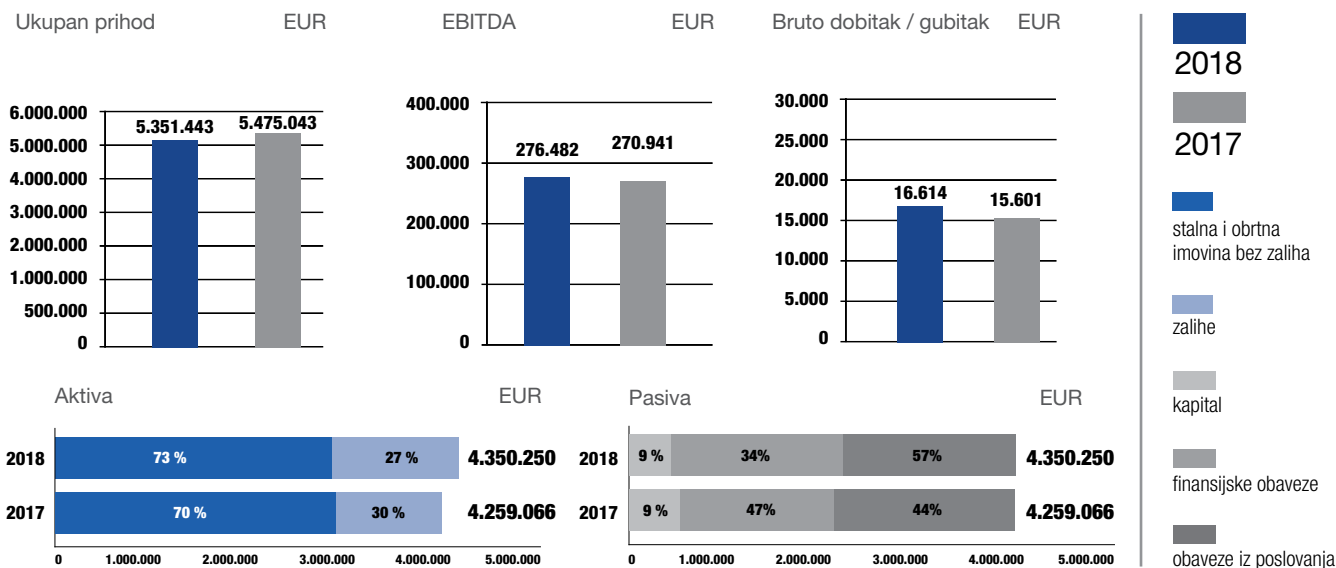
POVELJA ZA BEZBEDNOST NA RADU

Nakon provera bezbednosti i zdravlja koju je u Metalac Printu sprovedla Komisija Ministarstva rada i zapošljavanja, Metalčev proizvođač kartonske ambalaže i preslikača, osvojio je prvo mesto i Povelju "28. april", kao najviše priznanje u ovoj oblasti. U kategoriji kompanija do 250 zaposlenih ova nagrada je dodeljena za visoko prepoznavanje značaja bezbednosti zaposlenih na radnim mestima i preduzimanja niza aktivnosti kojima je ovaj aspekt poslovanja podignut na najviši nivo. Povelja je uručena 24. aprila u Palati Srbije na svečanosti povodom Dana zaštite na radu.

Zoran Ognjanović, direktor društva
Dejan Vesković, komercijalni direktor
Dragan Lučić, tehnički direktor

2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
+5%	+2%	+15%	+21%	-2%
3,9	4,0	4,5	5,5	5,3

Ukupan prihod u milionima eura



FOKUS NA EFIKASNOST, KVALITET I NOVI DIZAJN

Rastao plasman na domaćem tržištu, ali podbacio izvoz u Češku, Sloveniju i Makedoniju. Pušteno u rad robotsko zavarivanje. Fokus na većoj efikasnosti, unapređenju kvaliteta i novom dizajnu.

Metalac bojler je 2018. završio sa 5,3 miliona eura, približno ostvarenju u rekordnoj 2017. godini, ali 5% ispod plana. I dok ostvarenje na domaćem tržištu beleži blagi rast, u izvozu se beleži pad od 4%, pre svega zbog slabijeg plasmata na tržištu Češke, Makedonije i Slovenije. Sa druge strane prodaja bojlera je rasla u Crnoj Gori, Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj, Bugarskoj.... dok je izvoz u Rusiju bio na nivou prethodne godine.

Direktor Zoran Ognjanović ističe da ulaganja u novu opremu u prethodnom periodu donose benifite, kako u racionalizaciji troškova, tako i u fleksibilnosti proizvodnje. U drugom delu godine pušteno je u rad i robotsko zavarivanje, vrlo važno za otklanjanje uskog

grla u proizvodnji akumulacionih bojlera. Takođe, sa novim uređajem za ispitivanje bojlera na hidraulične udare moguće je simulirati životni vek kazana. Naime, za samo tri dana može se simulirati 100 000 hidrauličnih udara u vodovodnoj mreži i precizno utvrditi izdržljivost bojlera.

I u 2018. Metalac bojler tradicionalno nastupao na Sajmu gradjevine u Beogradu, kao i sajmu Aquaterm u Moskvi gde se predstavio treći put zaredom. Glavni zadaci za 2019. su dalje proširenje asortimana u segmentu bojlera velikih litraža, koji treba da se prilagode zahtevima kupaca CEFTE i EU, kao i hrabriji ulazak u novi dizajn za koji su već urađeni predlozi u saradnji sa renomiranim industrijskim dizajnerom iz Srbije.



Ja sam Goran. Limar preser. Za to je potrebna sigurna ruka, preciznost i dobra volja. U Metalcu 17 godina. Za mene je:

Sigurnost na prvom mestu



Zovem se Jelena. Moj posao je kontrola kvaliteta u završnoj obradi posuđa, a moj moto je

Osmeh!



Ja sam Dragan. Limar-preser. Tek sam počeo da radim ovaj posao. Držim se zlatnog pravila:

Tri puta meri – jednom seci



Moje ime je Rajko. Već 12 godina sam u mašinskoj obradi lima. U životu sam sigurna u jedno:

Snaga je u čoveku



Ja sam Maja. Radim u pogonu završne obrade. Od umešnosti mojih ruku zavisi besprekoran rub na vašoj posudi. Ne brinite, moj moto je:

Čisto, najčistije



Zovem se David. Radim na automatima i robotima za zavarivanje bojlera.

Samo upornost rešava svaki problem



Moje ime je Dragica a moj posao je ručna dorada ruba posude. Za mene je to umetnost nanošenja emajla.

Vežbam do savršenstva



Moje ime je Vojislav. Nemoj da vas zbuni slika. Ja sam regler – već 35 godina podešavam alate na automatima za emajlirano posuđe. U pauzi rado pomognem brisačicama emajla – makar da donesem kofu čiste vode.

Nije teško pomoći ljudima, a znači mnogo



Moje ime je Vesko. Već 35 godina kujem usijani čelik u fabrici automobilskih delova. Savršen zglobov za automobilsku sponu čuva život. Zato je moj moto:

Rad, red i disciplina



Ja sam Radoš. Ručno nanosim emajl. U Metalcu nas zovu potapačima. A biti potapač je umetnost i titula. U poslu mi je najvažnije:

Preciznost i kvalitet



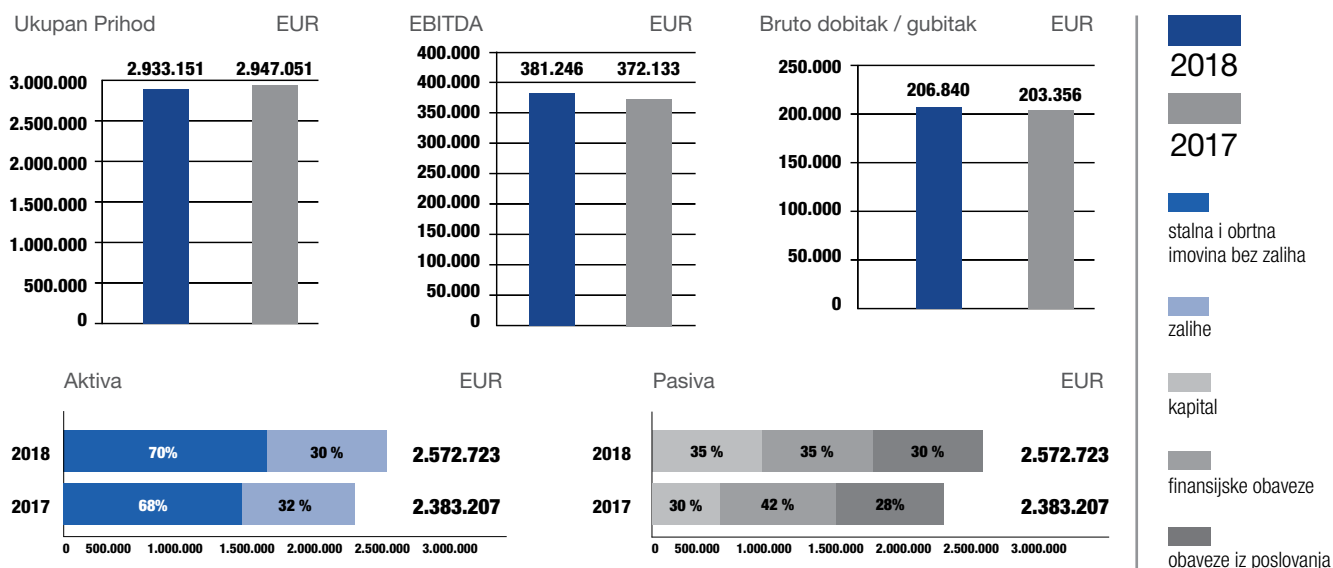
Ja sam Dušica. Moj posao je poliranje proizvoda od granmatixa. Kažu da su ženske ruke u ovom poslu maestralne. Pedantne smo i vidimo svaku sitnicu. Kad radim imam samo jedno merilo:

Neka sija kao sunce

2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
+5%	+6%	0%	+9%	-2%
2,6	2,7	2,7	3	2,9

Ukupan prihod u milionima eura

Vladan Stojković, direktor društva
Darko Ponjavić, komercijalni direktor
Bojan Mijatović, tehnički direktor



NOVA PARTNERSTVA U MAĐARSKOJ, NEMAČKOJ, ESTONIJI I BIH

Posle više godina rasta, Metalac Inko je u 2018., kako je i očekivao, zabeležio nešto niži ukupan prihod. Ali, rezultati su sveukupno iznad planiranih, a zadovoljstvo visoko zbog daljeg rasta izvoza i novih partnerstava.

Zahvaljujući novim izvoznim tržištima, pre svega u segmentu proizvoda od livenih polimera, Metalac Inko je 2018. godinu završio ukupnim prihodom od 2,9 miliona eura, približno koliko i u prethodnoj. Prodaja inox sudopera je i dalje u padu što je, uprkos rastu plasmana granitnih sudopera, onemogućilo ostvarenje planova na domaćem tržištu.

Istine radi, zbog izostanka kooperacije sa slovenačkim partnerom i nestabilnosti na tržištu Ukrajine, Metalac Inko je već na početku 2018. imao zasostatak od preko 400 000 eura, koji je većim delom nadomešten rastom prodaje na ostalim tržištima i pronalaženjem novih kupaca, ali bez mogućnosti ostvarenja značajnijeg ukupnog rasta.

U drugom delu godine pokrenuta saradnja sa značajnim partnerima u Mađarskoj i Estoniji, gde je u pitanju kupac koji pokriva i tržišta Litvanije, Letonije i delom Finske. Potencijal ove saradnje je ozbiljan, a dodatni optimizam doneo je početak saradnje sa

firmom Sanipa iz Nemačke koja posluje u okviru grupe "Villeroy bosch" koja je jedan od svetskih lidera u polju sanitarne opreme, kao i početak saradnje sa novim kupcem u BiH koji će doprineti boljoj pokrivenosti tržišta Federacije BiH.

Uz nove modele i unapređenje proizvodnih procesa Metalac Inko je 2019. godinu započeo prvim samostalnim nastupom na Sajmu Living Kitchen u Kelnu, pa treba očekivati da se trend rasta u svakom pogledu nastavi.

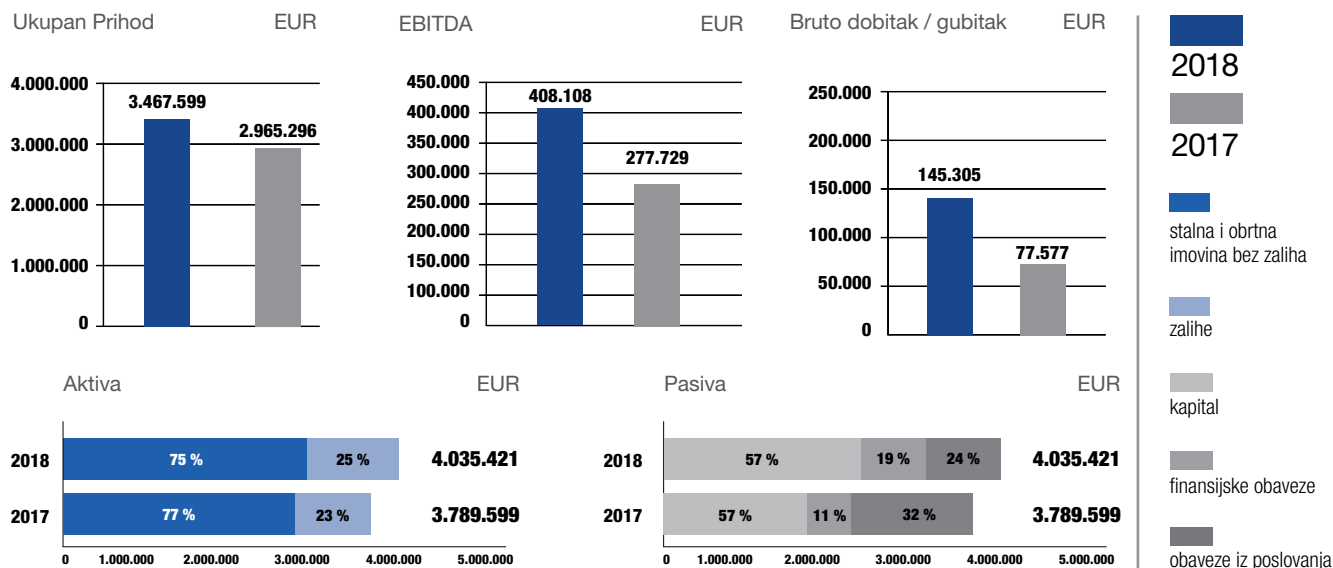
DRUMSKIM KRSTARICAMA NA PUTEVIMA EVROPE

Sa 37 najsavremenijih teretnih vozila, sektor poslovne logistike, na nivou Metalac Grupe pruža usluge prevoza svim zavisnim preduzećima u Srbiji i u inostranstvu. Ova transportna eskadrila prevozi Metalčeve proizvode u regionu, na području Cefte i po celoj Evropi, od Španije do Rusije. Njome rukovodi direktor sektora logistika Milan Novaković.

2015.	2016.	2017.	2018.
	/	0%	+18%
	2,95	2,96	3,5

Ukupan prihod u milionima eura

Goran Mijatović, direktor društva
Marina Jevtić, komercijalni direktor
Goran Lučić, tehnički direktor



NA AUTO DELOVIMA RAST REALIZACIJE 18%

Plasmanom na 25 tržišta izvoz porastao 21%. Osvojeno je 80 novih gotovih proizvoda, za potrebe prve ugradnje. Povećanje efikasnosti opreme za 20%

Preduzeće Metalac FAD, koje je, nakon kupovine sredinom 2015. godine, na izuzetno teškom zadatku ponovnog pozicioniranja svog proizvodnog portfolija za autoindustriju i koje paralelno čini velika interna unapređenja svih procesa – završava 2018. godinu sa 3,5 miliona eura ukupnog prihoda, 18% više u odnosu na prethodnu godinu.

Tri četvrtine prodaje Metalac FAD ostavlja izvozom, a među 25 tržišta, tradicionalno najvažnija je Nemačka na koju se odnosi više od polovine ukupnog izvoza. Naporima rukovodstva, uključujući i uspešne nastupe na dva međunarodna sajma u Frankfurtu i u Moskvi, Metalac FAD je u 2018. godini povećao izvoz za preko 20%. Među novim kupcima posebno značajnim smatra se saradnja kojom je započeto pozicioniranje na ruskom, kao i poljskom tržištu, gde je novi partner jedan od najvećih distributera delova za teretni program.

U 2018. Metalac FAD je nastavio modernizaciju sa još

500.000 eura investicija. Sveukupnoj konkurentnosti doprinelo je i usvajanje nove verzije IATF 16949 i ISO 9001 standarda. Osvojeno je 80 novih proizvoda za potrebe prve ugradnje. Zahvaljujući univerzalnim CNC mašinama i prelasku sa manuelnog na SolidCAM programiranje, efikasnost opreme povećana je za 20%

Nasledene slabosti i problemi uvođenja nove organizacione i poslovne kulture predmet su stalnih aktivnosti. Procesi su unapređeni primenom Kaizen metodologije, WCM programa, a u 2018. realizovano je 5 projekata Fokusiranog poboljšanja i 10 projekata Autonomnog održavanja.

Stiču se uslovi za uvođenje standarda ISO 50001 za energetske menadžment. U toku je uvođenje standarda za zaštitu životne sredine ISO14001. Metalac bojer takođe nastavlja kontinuirane poste međunarodnim referentnim sajmovima, uključujući i sopstveni nastup na sajmu Automehanika u Moskvi.



DESET TRGOVINSKIH DRUŠTAVA

U portfoliju Metalac Grupe je 10 trgovinskih preduzeća – šest na domaćem i četiri na inostranom tržištu. U Srbiji, sa sedištem u Gornjem Milanovcu, posluju: Metalac Market, Metalac Trade, Metalac Proleter i Metalac Digital. U Beogradu je Metpor, a u Novom Sadu Metalac Home Market. Četiri Metalčeva preduzeća u inostranstvu bave se pretežno prodajom proizvoda matične kuće. To su Metrot u Moskvi, Metalac Ukraina u Kijevu, Metalac Home Market u Zagrebu i Metalac Market u Podgorici. Istorija Metalčevih trgovačkih društava počinje 1996, kada su otvorene prve specijalizovane prodavnice u Čačku i Gornjem Milanovcu. Sa druge strane, najmlađe je preduzeće Metalac Digital osnovano 2017. godine koje se bavi unapređenjem i rastom internet prodaje. Učešće svih trgovinskih preduzeća u ukupnom prihodu Metalac Grupe u 2018. godini bilo je 53%



MALOPRODAJNI LANAC METALAC VAŽNA KONKURENTSKA PREDNOST

Svoju prvu prodavnicu u Srbiji Metalac je otvorio pre 23 godine, pritisnut teškom situacijom u vreme inflacije i sankcija. Danas ima specijalizovani maloprodajni lanac sa 92 prodavnice, od kojih 79 u Srbiji, 12 u Crnoj Gori i, od decembra 2018. svoju prvu prodavnicu u Zagrebu u Hrvatskoj. Sa ciljem što efikasnijeg pozicioniranja na različitim tržištima, ovim maloprodajnim lancem upravljaju Metalčeva zavisna društva u Gornjem Milanovcu, Novom Sadu, Podgorici i Zagrebu, sva pod imenom Metalac Market i Metalac Home Market. Osim proizvoda pod istoimenim brendom i trgovačkom markom Sigma, lanac Metalčevih prodavnica uveliko je prepoznatljiv po širokoj ponudi predmeta za kuću, uključujući i male kućne aparate i belu tehniku drugih poznatih proizvođača. Učešće lanca Metalčevih prodavnica u regionu, u ukupnom prihodu Kompanije u 2018. godini bilo je 33%, ali je još važnije što predstavljaju važnu konkurentsku prednost kao najistureniji promoter proizvodnog asortimana Metalca i lakmus zadovoljstva i očekivanja krajnjih korisnika.

Direktori trgovinskih društava Metalac grupe



JELENA LUKOVIĆ
Metalac Proleter a.d.



MARKO ŠARENAC
Metalac Home Market a.d.



DAMIR PEHRAT
Metalac market



JELENA MIJATOVIĆ
Metalac digital



DRAGAN TOMIĆ
Metalac trade



SANJA DAŠIĆ
Metalac market Podgorica



MILAN VUJOVIĆ
Metrot



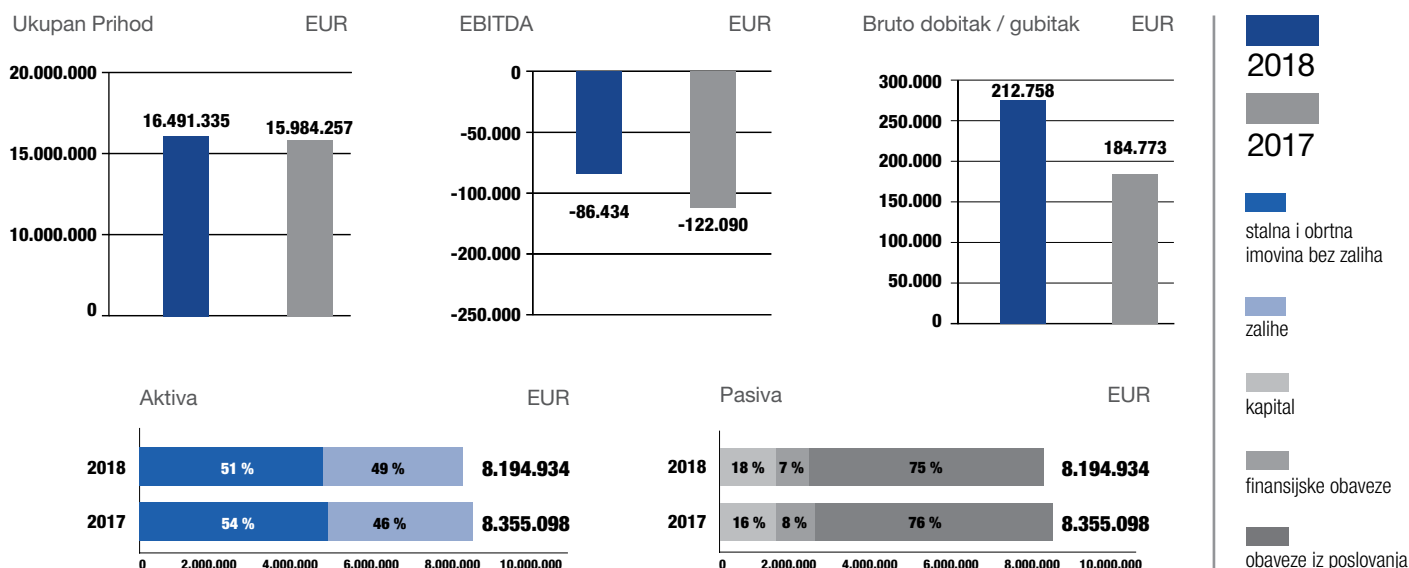
MARIJA ERDELJIĆ
Metalac Home Market



**TATJANA NIKOLAEVNA
EREMENKO**
Metalac Ukrajina

2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
+4%	+19%	+12%	+10%	+3%
11,0	13,1	14,6	16,0	16,5

Ukupan prihod u milionima eura



RASLA PRODAJA SVIH PROGRAMA

Dinamična godina počela je otvaranjem prodavnice u Knez Mihailovoj u Beogradu, a završena je startovanjem nove internet prodavnice i priključenjem na digitalnu platformu koja treba da unapredi odnose sa potrošačima, doprinese rastu njihovog zadovoljstva, a time i prodaje.

Sa 16,5 miliona eura ukupnog prihoda, najvećim delom ostvarenog posredstvom 55 maloprodajnih jedinica, Metalac market je 2018. godinu završio 3% iznad ostvarenja u prethodnoj godini. Strateški važno učešće Metalčevih programa iznosilo je 33%, uz rast prodaje svih kategorija proizvoda. Prosečan rast od 15% imali su i proizvođači eksternih dobavljača. To potvrđuje pozicioniranost ovog maloprodajnog lanca kao mesta na kome se može kupiti najširi asortiman proizvoda za kućne potrebe. Naime, Metalac Market je narastao na 54 prodavnice, od kojih 10 u Beogradu, 3 u Nišu, po dve u Gornjem Milanovcu, Kragujevcu, Kraljevu i Novom Pazaru... Poslednjih pet godina aktivne su i dve terenske, takozvane sindikalne ekipe.

Godina je počela otvaranjem prodavnice u Knez Mihailovoj u Beogradu. Nakon požara koji je izbio u martu, prodavnica u Boru je potpuno renovirana i ponovo počela da radi u maju mesecu. U aprilu je zbog loših rezultata zatvorena prodavnica broj 2 u Kruševcu, ali je zato sredinom godine otvorena druga po redu prodavnica u Novom Pazaru. Za ukupnu

uspešnost važno je i preseljenje prodavnice Lazarevac i Arandelovac na bolje lokacije. Konačno, na kraju 2018. počela je da radi nova internet prodavnica, sa znatno većim mogućnostima od prethodne. U saradnji sa Metalac Marketom, ovim projektom bavilo se tokom više meseci novoosnovano preduzeće Metalac digital. Prethodnica internet prodavnice bio je takođe ozbiljan projekat uvođenja novog Kontakt centra Metalac na jednoj od CRM platformi. Zahvaljujući tome promenjen je način i efikasnost komunikacije, kako sa krajnjim potrošačima tako i interno.

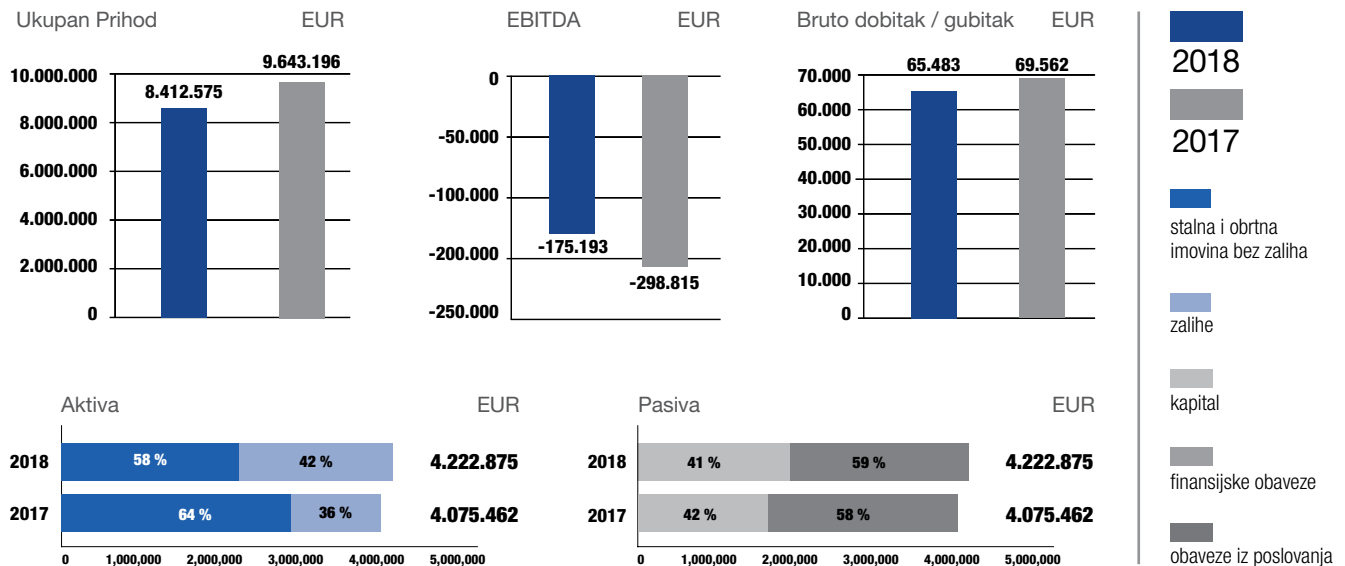
Inače, Metalac Market je u saradnji sa dobavljačima u 2018. godini imao oko 30 akcija unapređenja prodaje, a godina će ostati zapamćena i po saradnji sa Grand kafom i Metalac posuđem, kada je kroz ovaj lanac podeljeno 59.000 poklon-posuda.

U 2018. su odžane edukacije dela trgovaca u saradnji sa članovima Uprave, profesorima Ekonomskog fakulteta, dok je u saradnji sa dobavljačima sprovedeno i niz obuka maloprodajnog osoblja na terenu.

2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
-4%	+4%	+25%	+8%	-13%
6,9	7,2	8,9	9,6	8,4

Ukupan prihod u milionima eura

Marko Šarenac, generalni direktor društva
Jevrem Anđelić, komercijalni direktor



MODERNIZACIJA PRODAVNICA U VOJVODINI

Prodaja realno rasla, a pad prihoda od 13% uslovljen promenom načina nabavke i tranzitnih isporuka. Funkcionalnost i unapređenje izgleda maloprodajnih objekata kontinuiran posao.

Ako izuzmemo promene u načinu nabavke i tranzitnih isporuka između dva Metalčeva trgovinska lanca koje su uticale na ukupan prihod, Metalac Homemarket bi zapravo imao realan rast prodaje i to za 3,5%. Učešće maloprodaje, posredstvom 25 prodavnica u 20 gradova Vojvodine, i dalje raste i dostiglo je više od 60% ukupnih prihoda od prodaje. Ipak, bez obzira na rast, i maloprodaja i veleprodaja su nekoliko procenata ispod plana, pre svega zbog lošijih rezultata terenske prodaje.

Posmatrano po programima, beleži se blagi rast u plasmanu proizvoda svih Metalčevih preduzeća. Tako je učešće brendova Metalac zadržano na oko 37%. Godina je bila izuzetno dinamična sa velikim brojem akcija, od kojih su posebno zanimljive akcije sa specijalnim popustima za mlade bračne parove i novorođene bebe, zatim kobrending akcije sa Grand kafom i Koka Kolom, akcija na televizorima za vreme Svetskog prvenstva u fudbalu i druge.

Poslednjih nekoliko godina Metalac Home Market je uložio značajna sredstva u opremanje i modernizaciju maloprodajnih objekata, informacijski sistem,

povećanje skladišnih kapaciteta i voznog parka. Postepeno se prelazilo na veće objekte i atraktivnije lokacije, novu organizaciju nabavno-prodajne službe i promene u politici prodaje. U 2018. godini renovirane su i preuređene prodavnice u Somboru, Futogu i Batajnicima, dok su na atraktivnije lokacije preseljene prodavnice u Vrbasu i Bačkoj Palanci i jedna od 5 prodavnica u Novom Sadu.

Edukacija i obuka zaposlenih postala je kontinuirana, kao i pojačane marketinške aktivnosti na brojnim akcijama unapređenja, i to u tesnoj saradnji sa proizvodnim društvima Metalac Grupe, i sinergetskoj povezanosti trgovinskih preduzeća u Gornjem Milanovcu i Novom Sadu.

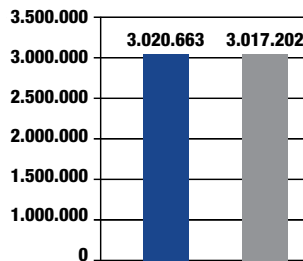
U narednoj godini očekuje se dalji rast učešća maloprodaje uz priključenje nove internet prodavnice, kao još jednog integrisanog maloprodajnog kanala. Značajan doprinos marketinškim aktivnostima daće usaglašavanje uslova prodaje sa Metalac Marketom, čime se stvaraju uslovi za još efektivniji zajednički nastup prema potrošačima.

2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
0%	0%	+18%	+3%	0%
2,5	2,5	2,9	3	3

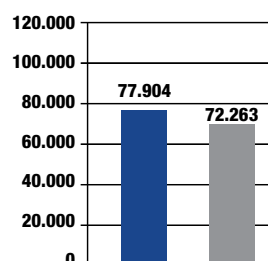
Ukupan prihod u milionima eura

Sanja Dašić, direktor društva

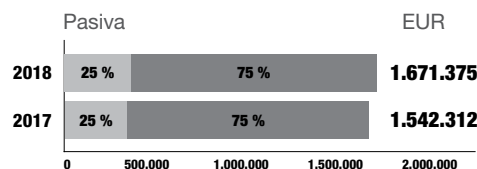
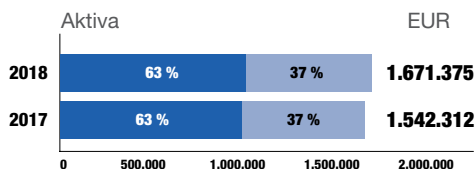
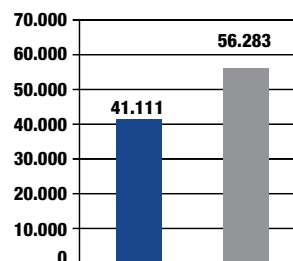
Ukupan Prihod EUR



EBITDA EUR



Bruto dobitak / gubitak EUR



2018

2017

stalna i obrtna imovina bez zaliha

zalihe

kapital

finansijske obaveze

obaveze iz poslovanja

DOMINIRA UČEŠĆE SOPSTVENE MALOPRODAJE

U ukupnoj realizaciji preduzeća u Podgorici, učešće maloprodajnog lanca sa 12 prodavnica dostiglo je skoro 70%, a ostalo realizuje veleprodaja sa brojnim partnerima. Počelo reprezentativno pozicioniranje u Tehnomaksovim objektima

Metalac market je 2018. godinu završio sa tri miliona eura, što je na nivou ostvarenja u prethodnoj i 2% ispod plana. Plasman proizvoda iz Metalčevog portfolija je, takođe, na nivou prethodne godine i iznosi 60% ukupne realizacije. Reč je naravno o posuđu, sudoperama, bojlerima i trgovačkoj robi Sigma. Osim posuđa, svi Metalčevi programi su u 2018. imali rast plasmana na tržištu Crne Gore, koji je praćen i rastom razlike u ceni.

Inače, proizvodni portfolio matične kuće od decembra je izvanredno pozicioniran u okviru sistema Tehnomax u Ulcinju. U njihovoj radnji na Starom Aerodromu uradjena je nova proširena postavka, a od aprila

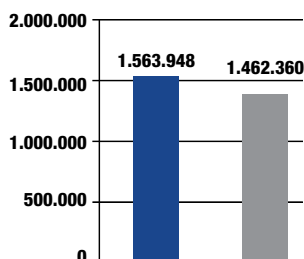
2019. impozantna Metalčeva ponuda predstavljena je i na 100m2 u prestižnom objektu ovog lanca u Sutoriniju na granici Crne Gore sa Hrvatskom.

U 2019. godini naše preduzeće će više biti okrenuto digitalizaciji, a planira se priprema i otvaranje internet prodavnice kao i obuke zaposlenih na svim nivoima. Inače, istraživanje poznatosti i pozicioniranosti brenda i maloprodajnog lanca Metalac je pokazalo da je percepcija prodavnica Metalac u Crnoj Gori skoro identična kao u Srbiji, dakle veoma visoka kad je reč o ponudi, ambijentu, usluzi.

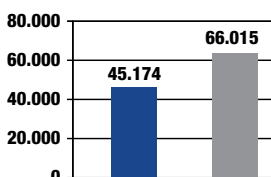
2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
+14%	-31%	0%	-21%	+18%
1,2	0,85	0,85	0,68	0,80

Ukupan prihod u milionima eura

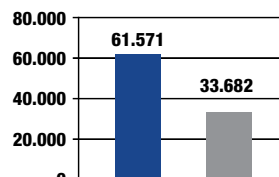
Ukupan Prihod EUR



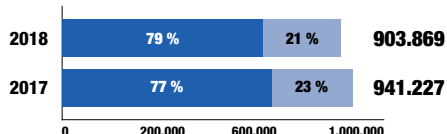
EBITDA EUR



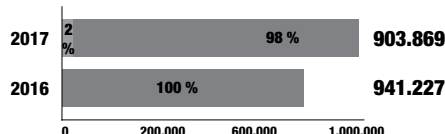
Bruto dobitak / gubitak EUR



Aktiva EUR



Pasiva EUR



2018

2017

stalna i obrtna imovina bez zaliha

zalihe

kapital

finansijske obaveze

obaveze iz poslovanja

PRVA METALČEVA PRODAVNICA U HRVATSKOJ

Iako decenijama prisutan na tržištu Hrvatske, Metalac nije uspeo da se adekvatno pozicionira što zbog jake konkurencije i tradicionalno preferiranih proizvođača, što zbog sopstvenog traganja za najboljim modelom uz racionalne troškove penetracije. Uz tešnju saradnju sa matičnom kućom, društvene mreže i otvaranjem prve prodavnice u Zagrebu, napravljen je novi korak ka najdirektnijoj komunikaciji sa potrošačima.

Metalčevo trgovačko preduzeće u Zagrebu, već 13 godina kontinuirano nastoji da proizvode pod brendom Metalac učini pristupačnim hrvatskom potrošaču na efikasniji i tržišno fleksibilniji način. Poslednja reorganizacija ovog preduzeća urađena je 2016. godine. Broj zaposlenih je sveden na troje ljudi, značajno su sniženi svi troškovi, postavljen je novi direktor. Sa druge strane pojačana je neposredna saradnja sa Metalčevim proizvodnim društvima u Srbiji i zajednički nastup kod kupaca, uz pojačane marketinške aktivnosti. Promena naziva preduzeća Promo-metal u Metalac Home Market, koja se desila krajem 2016. bila je samo spoljašnja manifestacija odluke da se tržištu Hrvatske pristupi na novi način.

Nažalost, Hrvatsku je već 2017. godinu potresla

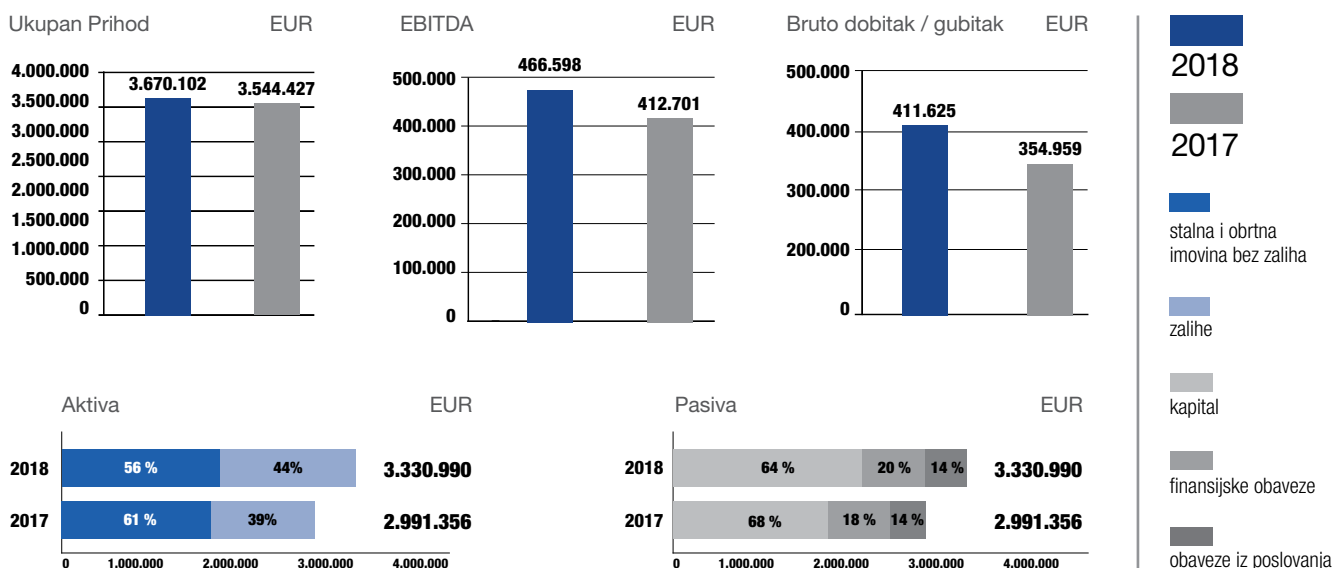
eksplozija problema u kojem se našao najveći trgovinski lanac - Konzum. Pa ipak, Metalac Home Market je uspeo da prebaci zadate ciljeve. Iako nije uporediva sa prethodnim godinama, realizacija od 680.000 eura, ostvarena sa samo tri zaposlena, ocenjena je veoma uspešnom. Već u 2018. preduzeće u Zagrebu beleži 18% rasta u odnosu na prethodnu godinu i pozitivan rezultat.

Konačno, 20. decembra 2018. otvorena je i prva Metalčeva prodavnica u Hrvatskoj, a 92. u regionu. U okviru šoping centra "Prečko" u Zagrebu, na 80 m² prodajnog prostora pozicionirano je više od 500 artikala iz asortimana posuđa, sudopera, bojlera i proizvoda za kuću Sigma. Na istoj adresi preseljene su i poslovne prostorije Metalac Home Marketa.

2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
+6%	+7%	+3%	0%	+4%
3,22	3,43	3,52	3,55	3,67

Ukupan prihod u milionima eura

Dragan Tomić, direktor društva
Marija Veselinović, komercijalni direktor



DOSLEDAN U DIFERENCIRANJU MARKE “SIGMA”

Metalac trade je 2018 godinu završio ukupnim prihodom od 2,67 miliona eura. i dok je prihod rastao 4%, dobit je bila značajno veća u odnosu na prethodnu godinu, i to zahvaljujući otklanjanju subjektivih nedostataka i međuvalutnoj stabilnosti koja je značajno pogodovala poslovnim rezultatima.

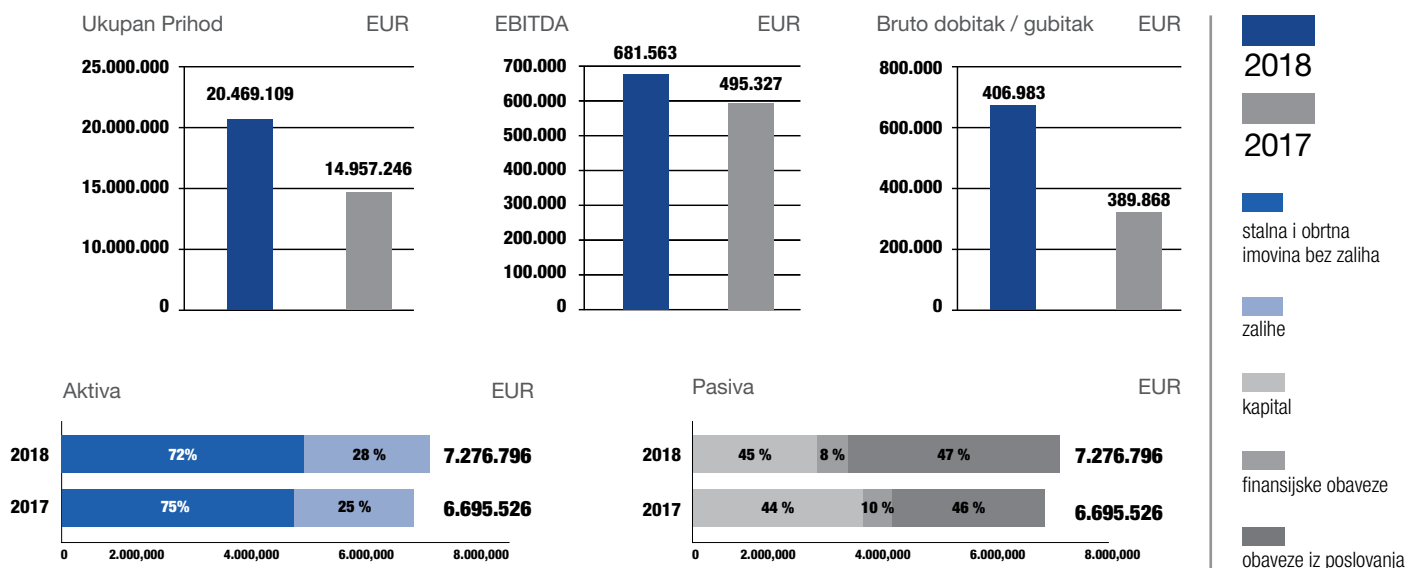
Trgovačko društvo Metalac Trade punih 15 godina trguje uvoznim asortimanom za svakodnevne kućne potrebe, iz zemalja Dalekog Istoka i Evropske Unije. Najveći deo ponude plasira se pod trgovačkom markom Sigma, koju preduzeće dosledno razvija od samog početka, nastojeći da se diferencira ponudom i kvalitetom. Više od dve trećine ukupnih prihoda Metalac Trade ostvaruje na tržištu Srbije, a ostalo na ExYU tržištima. Raspolaze sa oko 600 m² izložbenog i oko 3.000 m² magacinskog prostora. U poslednjoj deceniji preduzeće se susretalo sa nizom specifičnih izazova, ali je sve vreme uspevalo da poslovanje održi u optimalnim okvirima i sa respektujućom dobiti.

Prilagođavajući se promenama na tržištu, Metalac Trade inače poslednjih pet godina sve više pažnje posvećuje pozicioniranju trgovačke marke Sigma, promociji i lojaliti akcijama. Uprkos velikoj konkurenciji i činjenici da su veliki sistemi uveliko prešli na sopstveni uvoz, Metalac Trade je ostao dosledan strategiji diferenciranja. Dodatnu vrednost obezbeđuje originalnom ponudom, dizajnom proizvoda i pakovanja, kao i osmišljavanjem novih dekora i potpuno novih artikala, koji sveukupno dopunjuju ponudu Metalčevih proizvoda a pre svega posuđa.

Jelena Luković, generalni direktor društva
Ivan Čutović, direktor prodaje
Nenad Babić, direktor nabavke

2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
+10%	+15%	+8%	+26%	+37%
9,5	10,9	11,8	15,0	20,5

Ukupan prihod u milionima eura



LANAC PROLETER APSOLUTNI LIDER

Ukupan prihod Metalac Proletera je za poslednjih 10 godina sa 5,8 miliona u 2009. dostigao 20,5 miliona eura u 2018. godini, dok je dobit poslednjih godina rasla značajno više od prihoda. Preduzeće je postalo apsolutni lider na tržištu robe široke potrošnje u Gornjem Milanovcu i Ljigu, primer uspešnosti i u svemu istaknuto društvo Metalac Grupe.

Širenje maloprodajne mreže van opštine Gornji Milanovac jedan je od strateških pravaca Metalac Proletera. Tako je, uz podršku Grupe, u poslednjem tromesečju 2017. svom lancu prodavnica pridružio dva potpuno razrađena maloprodajna objekta u Ljigu, što je te godine doprinelo rastu ukupnog prihoda za 26%. Ipak, stvarni domet ove odluke bio je očigledan tek na kraju 2018. godine, kada je ukupan prihod Metalac Proletera rastao 37% i dostigao 20,5 miliona eura, uz veoma respektabilnu dobit. Čak 97% prihoda došlo je od 40 maloprodajnih objekata, od kojih četiri u Ljigu i dva u Čačku.

Metalac Proleter se ozbiljno potrudio da odgovori na velike promene u oblasti trgovine i navika potrošača. Najpre, u Gornjem Milanovcu ima najbolju pokrivenost tržišta sa stanovišta geografskog obuhvata i rasporeda maloprodajnih objekata. Uz izuzetno dobru ponudu Proleterov velik kvalitet je postala obučena prodajna sila, a članstvo u Domaćem trgovinskom lancu DTL je doprinelo ukupnoj nabavnoj snazi i obezbeđenju povoljnijih cena za potrošače.

Godinu su obeležile investicije u unapređenje maloprodajne mreže i uvođenje novog informacionog sistema kojim je omogućena veća efikasnost i efektivnost poslovnih procesa. Tokom 2018. godine velika pažnja je posvećena istraživanju tržišta i širenju

maloprodajne mreže van teritorije opštine Gornji Milanovac. Oktobra 2018. otvorena je još jedna prodavnica u Čačku, a to širenje nastavljeno je i u 2019. godini.

Svi naši naponi su usmereni na podizanje konkurentnosti sa ciljem da adekvatno odgovorimo nadolazećoj konkurenciji i zadržimo poziciju tržišnog lidera koju smo godinama gradili – izjavila je generalna direktorka Jelena Luković i najavila da će Metalac Proleter raditi na razvijanju koncepta internet prodaje, kao i isporuke na kućnu adresu. Sve to sa ciljem zauzimanja još bolje pozicije pred dolazak Lidla i još dva velika sistema, kako je najavljeno za 2019. godinu.

JELENA LUKOVIĆ MEĐU LIDERIMA GODINE U IZBORU PKS

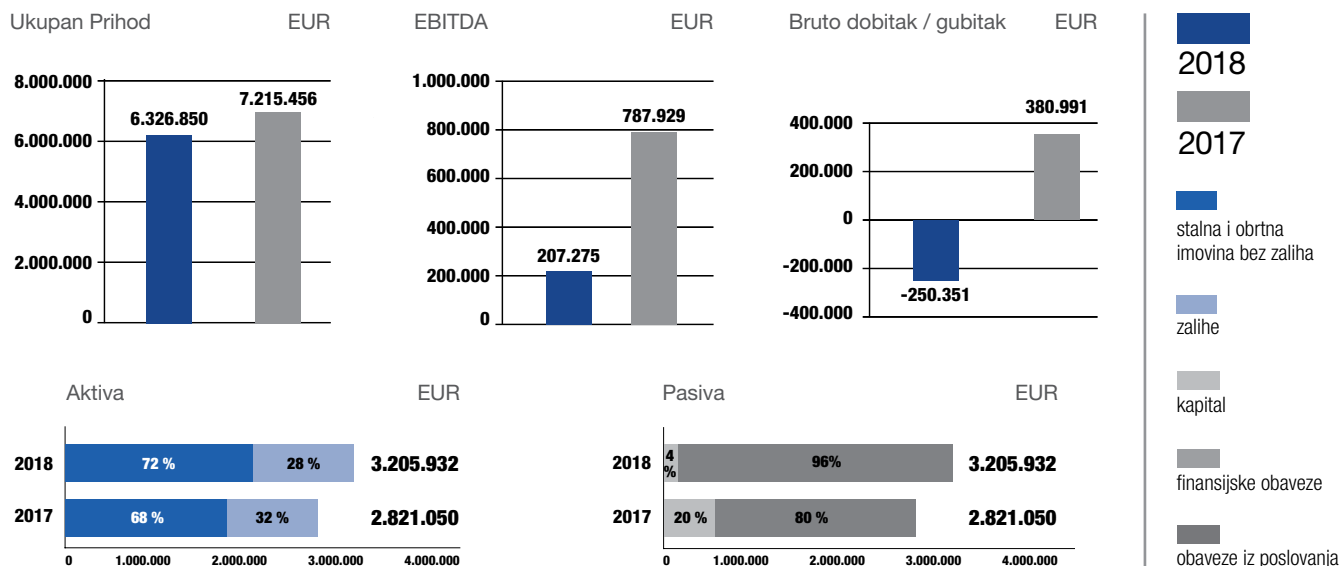
Posle priznaja „Kapetan Miša Anastasijević“ za poslovnost i tržišnu preciznost, Jeleni Luković je na samom kraju 2018. u Privrednoj komori Srbije uručena Plaketa „Poslovni lider“ za rezultate na planu upravljanja i rukovođenja. Jelena Luković je tako uvrštena u spisak regionalnih poslovnih lidera uz naglasak da je za samo 4 godine na čelu Proletera ukupan prihod uvećala 2,3 puta i višestruko doprinela unapređenju imidža ovog maloprodajnog lanca kao savremene trgovine, najiskrenije okrenute potrošačima u komšiluku.



2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
-40%	-36%	+106%	+6%	-14%
4,8	3,1	6,4	6,7	5,9

Ukupan prihod u milionima eura

Milan Vujović, direktor društva
Roman Pouljanov, komercijalni direktor



PAD PRODAJE NA SVIM PROGRAMIMA I U SVIM KANALIMA

Svukupna politička i ekonomska kretanja na tržištu Ruske federacije - neizvesnost, slabljenje kursa rublje, pad kupovne moći i rast nabavnih cena - mogli bi se smatrati osnovnim razlozima 14% slabijeg ukupnog prihoda preduzeća u Moskvi u odnosu na 2017. godinu, uz značajno manji profit.

Nadmetanje između mogućnosti sa jedne, predvidivih i nepredvidivih opasnosti na ruskom tržištu sa druge strane, obeležilo je poslednjih 10 godina poslovanja preduzeća Metrot u Moskvi. Ni 2018. godina se nije bitno razlikovala, a slična situacija očekuje se i narednih godina. Sa takvom prognozom Metrot nastoji da bude najkraća i najpouzdanija spona između proizvodnih društava Metalac Grupe i potrošača u Ruskoj Federaciji, naravno, uz optimizaciju svih aspekata lanca vrednosti. Kompanija, takođe, drži do strateški najbitnijeg, a to je poslovno zdravlje ovog Metalčevog po uticaju najvažnijeg trgovinskog društva u inostranstvu.

U 2018. godini na Ruskom tržištu je zabeležen pad

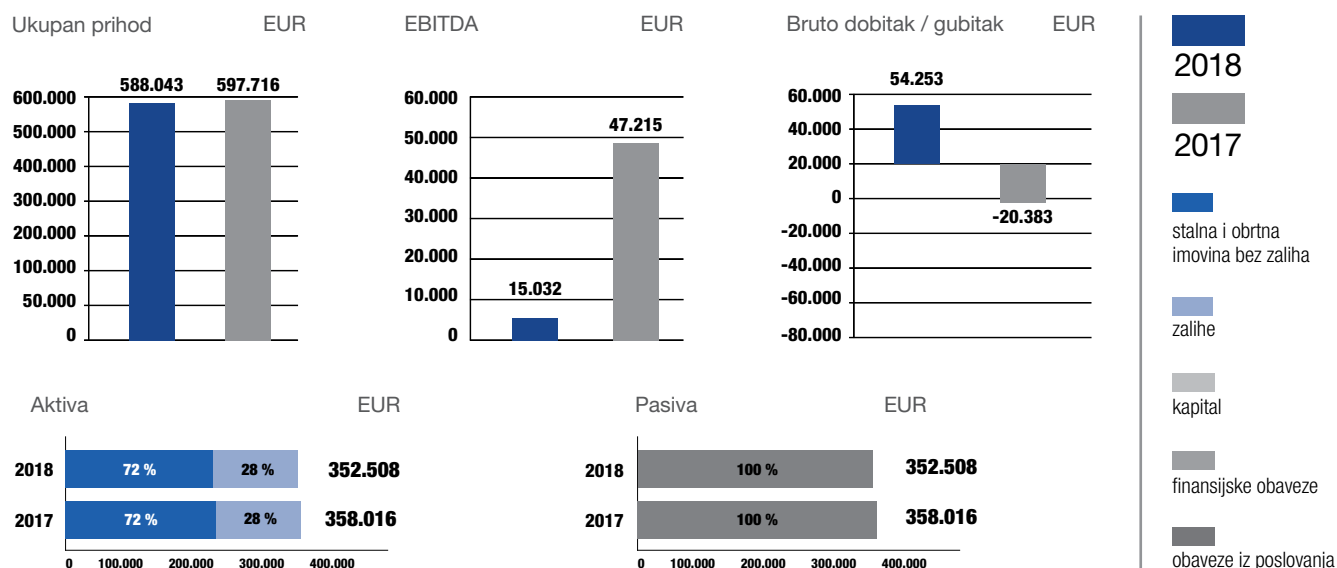
prodaje u svim prgramima i u svim kanalima - najviše u veleprodaji, najmanje u sistemima. Na to je uticao i rast cena u nabavci što nije bilo moguće prebaciti na prodajne cene jer potrosaci daju prednost jeftinim proizvodima, a uz sve to, kurs rublje je u 2018. oslabio 12% . U takvim uslovima Metrot je ipak uspeo da uvede nekoliko linija posuđa sa novim dekorima, koje su dobro prihvaćene. i dok je postepno krenula prodaja sudopera, očekivani plasman bojlera je izostao zbog slabije prodaje u drugom polugodištu.

U svakom slučaju, i poslednje dve godine su samo potvrdile da će se na ruskom tržištu i dalje raditi sa povišenom kontrolom rizika.

2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
-59%	+4%	+50%	+21%	-19%
0,31	0,32	0,48	0,58	0,48

Ukupan prihod u milionima eura

Tatjana Nikolaevna Eremenko,
direktor društva



U UKRAJINI BEZ POBOLJŠANJA

Zbog bojevih dejstava i uvođenja vojnog stanja u pojedinim oblastima, poslovni prihod u 2018. bio je simboličnih 480 hiljada eura, što je 22% ispod plana i 19% manje u odnosu na prethodnu godinu

Kada je 2011. Metalac osnovao preduzeće sa sedištem u Kijevu, bilo je najvažnije da kvalitetno započne pozicioniranje emajliranog posuđa pod robnom markom Metrot i to u veoma konkurentnom okruženju, koje uključuje i tri ukrajinska proizvođača emajliranog posuđa i konkurenciju iz Rusije i Turske. Međutim, već od 2013. godine, postalo je jasno da će nestabilna politička situacija imati još ozbiljnije posledice.

Nakon značajnog uloženog truda da sve krene kako treba, u 2014. godini poslovni prihod je prepolovljen u odnosu na prethodnu uz simboličnu poslovnu dobit, a da zapravo nije ni bilo prilike za bilo kakav zamah, pre svega zbog ratnih dejstava na teritoriji Ukrajine

i generalno teške ekonomske situacije u zemlji, uz devalvaciju domaće valute od čak 90%.

Metalac je, međutim, odlučio da ostane na ovom tržištu i sačeka bolje dane. U 2018. smanjen je broj zaposlenih i promenjen model poslovanja. Direktor Vladimir Ponjavić se vratio u matičnu kuću, a poslove je nastavila da vodi njegova koleginica Tatjana Eremenko Nikolaevna, sa zadatkom da firmu održava na minimumu troškova dok se situacija u Ukrajini ne poboljša. A ne poboljšava se. Zbog bojevih dejstava i uvođenja vojnog stanja u pojedinim oblastima, poslovni prihod u 2018. bio je simboličnih 480 hiljada eura, što je 22% ispod plana i 19% manje u odnosu na prošlu godinu

POZICIONIRANJE NA DIGITALNOM TRŽIŠTU

Kao deo strategije digitalne transformacije Kompanije, Metalac Digital se velikim delom našao na pionirskim koracima uvođenja novih marketinških koncepata i digitalnih platformi, uz usvajanje i širenje novih znanja i kompetencija, o čijim dometima ćemo moći da govorimo za nekoliko godina. Sva tri osnovna prioritetno postavljena zadatka, imala su na kraju 2018. godine merljive ishode: optimizacijom sadržaja na sedam Facebook stranica došlo se do 250 000 fanova u regionu; proradio je novi kontakt centar na CRN platformi, postavljena je i počela da radi nova, znatno unapređena internet prodavnica.

Preduzeće Metalac Digital osnovano je sa zadatkom da optimizuje prisustvo na društvenim mrežama, unapredi internet prodaju, uspostavi i razvije bazu potrošača i jedinstveni Metalčev korisnički servis – sve sa ciljem da se obezbedi dugoročna profitabilnost na digitalnom tržištu. Suštinski, međutim, Metalac je ovim činom eksplicitno istakao neophodnost efikasnije strateške sinhronizacije svih resursa koje je Kompanija u proteklih 20 godina stvorila automatizacijom procesa, informacionim sistemima i prisustvom na internetu – sa procesima, platformama i poslovnom filozofijom digitalnog doba.

Sva tri osnovna zadatka, koji su preduzeću prioritetno postavljeni, imali su na kraju 2018. godine očigledne i merljive ishode. Uz seriju edukacija za zaposlene, u oktobru 2018. počeo je sa radom novi kontakt centar Metalca, uz implementaciju Bitrix24 kao

CRM alata za pružanje podrške krajnjim kupcima, prodaju i evidentiranje reklamacija. Bitrix je takođe omogućio efikasnu komunikaciju između zaposlenih u maloprodajnom lancu i unutar Kompanije. Konačno, decembra iste godine postavljena je nova verzija internet prodavnice www.market.metalac.com, sa svim naprednim funkcijama i mogućnošću elektronskog plaćanja.

U 2019. je planirano otvaranje internet prodavnica na tržištu Hrvatske i Crne Gore, kao i internet prodavnice Metalac Proleter. Konačno, u decembru su Nadzornom i Izvršnom odboru predstavljene strateške inicijative za digitalnu transformaciju sistema Metalac Grupe u okviru tri oblasti: transformacija korisničkog iskustva, internih procesa i poslovnih modela. Time je počelo pisanje još jedne faze buduće istorije Kompanije





IZAZOVI DIGITALNE TRANSFORMACIJE

Vojin Vukadinović, izvršni direktor za razvoj, digitalne komunikacije, IT i marketing.

Verujem da ćemo za 10 godina uveliko biti digitalna kompanija, koja svoju ultimativnu vrednost i nesumnjivu konkurentsku snagu bazira upravo na poznavanju ličnih podataka velikog broja kupaca. Do sada je bilo vrlo teško praviti velike pomake u digitalnoj transformaciji, ka platformi, kulturi i viziji novog biznis modela što, naposljetku, i jeste krajnji cilj. Namera nam je da budemo profitabilni i u novom budućem svetu digitalnih proizvoda i usluga.



Informacione tehnologije imaju značajno učešće u svim poslovnim procesima u Metalcu. IT sektor stvara i obezbeđuje više-kompanijsko okruženje i pruža usluge, koje doprinose brzom i pravovremenom protoku informacija kao i unapređenju poslovnih procesa. Izgrađena je pouzdana informaciona infrastruktura, koja omogućava siguran i efikasan rad svih servisa, dosledno sprovođenje softverske i hardverske politike na nivou svih preduzeća i neprekidno stručno usavršavanje. Od 2016. informatička podrška je po prvi put obezbeđena na dve odvojene savremeno opremljene lokacije, čime Metalac dostiže svetske standarde sigurnijeg poslovanja. Sveukupno, stvoreni su hardverski i softverski preduslovi, da krajnji korisnici koji se bave razvojem, finansijama, dizajnom, proizvodnjom, trgovinom i pružanjem drugih usluga, svoja zaduženja obavljaju u efikasnom i bezbednom okruženju.

U poslednjoj, šestoj deceniji, Metalac je u razvoju marketinške funkcije ozbiljno pratio imperativ dolazećeg digitalnog doba. Tradicionalnim kanalima komunikacije i promocije i razvijanju web prezentacija za sva preduzeća, pridružene su društvene mreže, saradnja sa kulinarskim blogerima, brojni internet konkursi za novi dizajn, ne samo u Srbiji već i na regionalnom nivou. Integriranim marketinškim pristupom sinergizuju se marketinške kampanje, sa elementima korporativne komunikacije, PR-a i aspekata društvene odgovornosti.

Osim što se težilo osavremenjavanju percepcije brenda i razvijanju lojalnosti kod mlađe populacije, ovaj vid komunikacije je počeo ozbiljno da doprinosi unapređenju proizvoda i usluga, širenju baze podataka o aktuelnim i potencijalnim potrošačima i, implicitno – povećanju prodaje.

I tako, postalo je očigledno da sve što Metalac jeste, može i hoće u realnom svetu - teži da postigne i u virtuelnom, ali uz radikalnije korake ka digitalnoj transformaciji. Zadatak je najpre postavljen na nivou izvršne funkcije za razvoj, koja je objedinila digitalnu transformaciju, marketing i IT, da bi avgusta 2017. bilo formirano i preduzeće Metalac Digital, kao profitna jedinica. Njegov prvi zadatak bio je razvoj i unapređenje internet prodaje i online nastupa. Međutim, pokazaće vreme, polje rada će biti mnogo šire i obuhvatiće, u saradnji sa drugim delovima sistema, transformaciju u tri pravca: transformacija korisničkog iskustva; transformacija internih procesa i transformacija poslovnih modela.

Nakon optimizacije nastupa na društvenim mrežama u regionu, otvaranja novog kontakt servisa na CRM platformi i početka nove internet prodavnice, u naredne dve do tri godine treba očekivati otvaranje internet prodavnica u regionu, prikupljanje i analizu internih i eksternih podataka, Warehouse Management System (WMS), Master Data Management, optimizaciju transporta.

U svakom slučaju, Metalčeva sveukupna prisutnost u digitalnom svetu zahteva dalje strateške korake. U duhu promena poslovanja koje donosi primena digitalnih tehnologija, u 2018. godini započelo sprovođenje takozvanih InnLab radionica, kao integralnog inovacionog centra koji okuplja mlade menadžere iz proizvodnje, prodaje, podrške i to iz svih preduzeća Metalac Grupe. Njihov prvi zadatak je uvođenje sledljivosti procesa i proizvoda kroz celokupan sistem Metalac Grupe. Tokom prvog ciklusa radionica, prepoznati su ključni momenti u poslovanju koje treba digitalno evidentirati. Aktuelni, drugi ciklus, je priprema za realizaciju interno-eksterne aplikacije za mobilne uređaje kojom će se povezati svi segmenti - od proizvodnje do krajnjeg korisnika. Neposredni benefiti ovog poduhvata biće vidljivi optimizaciju svakodnevnih aktivnosti a dugoročni efekat je integracija baze podataka, čime će se njena upotrebljivost dramatično povećati.

BUĐUĆNOST JE VEĆ POČELA KO NE UĐE U VOZ - NESTAĆE

Sa Panela industrija 4.0 – nova industrijalizacija
Srbije, održanog u oktobru 2018. u Metalcu

Budućnost je odavno počela i nije pitanje hoćemo li, jer ko neće – nestaće sa scene. Štagod radili neophodno je da u istom vozu budu država, biznis i akademska zajednica. Hitno nam treba strategija nove industrijalizacije Srbije. Model i put Srbija treba da odredi po svojoj meri. Potrebni su nam nadprosečni stručnjaci jer ljudi završavaju posao a ne tehnologija.

Bili su ovo neki od imperativa oko kojih su se, 10. oktobra 2018. u Kompaniji Metalac složili predstavnici Mašinskog fakultet Univerziteta u Beogradu, Privredne komore Srbije, ministarstva privrede, međunarodni eksperti, najšire rukovodstvo Metalca i predstavnici kompanija iz Beograda, Užica, Kragujevca, Požege, Niša, Gornjeg Milanovca....

Cilj Panela je bio da se kroz dijalog prepoznaju prioriteta, ključni izazovi i mogućnosti u kreiranju strateških pravaca za primenu modela Industrije 4.0. Metalac je bio domaćin skupa kao Kompanija koja već dugo godina hvata korak sa novim trendovima. „Digitalizacija je za nas put koji treba da dovede do glavnog cilja a to je da stvorimo novu vrednost“ – rekao je Aleksandar Marković, generalni direktor, uz podsećanje da je Metalac već značajno digitalizovana kompanija, a sada je u procesu integrisanja svega što već ima i razvijanja ostalih aspekata digitalizacije.

A da smo pred životnim izborom tj. da izbora baš i nema, podsetio je profesor Ekonomskog fakulteta Dragan Đuričin, naglasivši suštinsku promenu paradigme: inoviraj, automatizuj, digitalizuj, poveži se, ili nestani.

- Neoliberalni model je prevaziđen i Srbija to mora da prihvati. Sa industrijom 4.0 dobili smo kvantni skok mogućnosti. Nove tehnologije su donele aplikacije koje integrišu glavne karakteristike tradicionalnih informatičkih alata. Ko ne bude što pre uskočio u voz ove 4.0 industrijske revolucije nestaće sa scene. Disruptivne inovacije su toliko velike i iznenadne da mogu da unište granske lidere, - upozorio je profesor Đuričin.

Gde je u svemu tome Srbija? Prema rečima profesora Vidosava Majstorovića sa Mašinskog fakulteta, ona je u poslednjoj grupi od 80 analiziranih zemalja sveta, koje sprovode digitalnu transformaciju, pri čemu njih 12 imaju nacionalne programe za Industriju 4.0. i mada je istina da lideri u Industriji 4.0 planiraju na desetine milijardi eura ulaganje u digitalnu transformaciju do 2020. godine, za razliku od Srbije koja još nije definisala strategiju – ohrabrujuće je delovalo izlaganje Carsten Vollrath, SWISS IPG Partners Group AG koji je govorio upravo o iskustvima globalnih lidera u ovoj oblasti - Švajcarskoj, Nemačkoj i Austriji.

- Najveća prednost globalnih lidera u ovoj oblasti je to što su krenuli rano – neke zemlje i pre 10 godina. i ništa drugo. Njihovi modeli se razlikuju, ali je izvesno da je za digitalizaciju industrije neophodan blizak savez nauke, privrede, politike, udruženja, poslovnih industrijskih unija. i svima je zajedničko i najvažnije da su razvijali kompetencije, veštine i biznis modele – jer ne završava posao tehnologija već ljudi. Srbija ne treba da kopira, već da traži svoj put - rekao je Carsten Vollrath.

Ni vladinim resorima ne ide lako čitav proces prepoznavanja ključnih oblasti i modela za proces Industrije 4.0. istakla je Katarina Obradović, pomoćnik ministra privrede. Izvesno je samo da je neophodan dogovor države, nauke i biznisa. Zato se prešlo na izradu Strategije pametne specijalizacije –sa ciljem da se otkrije koje su to stvarne potrebe razvojno orijentisanih preduzeća.

- Metalac predstavlja jednu od malobrojnih kompanija u regionu koja je napravila prvi korak u formiranju posebne poslovne jedinice koja je 100% posvećena digitalizaciji Metalac Grupe. Danas se digitalna transformacija Metalca bazira na tri ključna stuba: transformacija korisničkog iskustva, unutrašnjih procesa i poslovnog modela. Veoma sam uveren će Metalac u skorijoj budućnosti postati regionalna referentna tačka za digitalizaciju, kao i „sidro“ koje će okupiti mala i srednja preduzeća koja se mogu uključiti u lanac vrednosti Metalac Grupe i učiniti ih aktivnim partnerima digitalnog putovanja. Dokle god se Metalac drži strateškog plana transformacije i kontinuirano teži novim inovativnim poslovnim obrascima, ubeđen sam da će u budućnosti zadržati i dalje proširiti svoju poziciju sjajne zvezde među privatnim srpskim kompanijama – ocena je Carsten Vollrath-a iz SWISS IPG Partners Group AG.

PODRŠKA SVIM DRUŠTVIMA I ZAJEDNIČKIM CILJEVIMA

Metalac a.d. je na nivou zajedničkih funkcija integrisao sve poslove koji doprinose efikasnosti sistema i optimizaciji troškova, kao i centralizovanom upravljanju značajnim aspektima razvoja svih zavisnih društava i Kompanije u celini. To su razvijanje ljudskih resursa, istraživanje i analiza tržišta, upravljanje korporativnim i brendovima proizvoda i usluga, aspekti društvene odgovornosti, sistem kvaliteta i zaštite životne sredine, razvoj i implementacija informacionih tehnologija, računovodstvo i finansije, logistika, zdravlje i bezbednost zaposlenih... i naravno, upravljanje timovima za razvoj uz koordinaciju razvojnih resursa kompanije. Sve ove funkcije okosnica su rada više sektora odnosno strateških funkcionalnih jedinica, koje od 2016. imaju i sopstveno stratejsko planiranje po BSC metodologiji



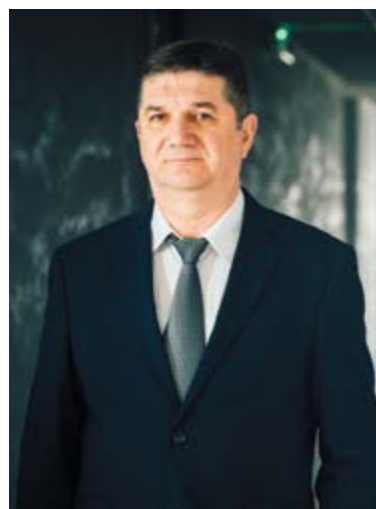
Biljana Cvetić
Ljudske resurse i pravo



Nadica Vujić Mitrović
Marketing



Mr Dragan Živanović
Informacione tehnologije



Zoran Kalimančević
IMS i investicije



Milan Đorđević
Računovodstvo, finansije i porezi



Milan Novaković
Poslovne logistike



Jovica Zdravković
Sektora bezbednosti i
preventivnog inženjeringa

SINERGIJA PROFESIONALNIH I MORALNIH NORMI

Šta Metalac očekuje od zaposlenih:

Posvećenost poslu
Orijentisanost na kupca i stalni rast
Usmerenost na cilj
Nepristrasan i korektan odnos unutar kompanije i sa poslovnim partnerima
Otvorenost u komunikaciji
Stalno unapređenje znanja i veština
Orijentisanost na timski rad

Šta Metalac posebno vrednuje:

Odanost kompaniji
Stalno poboljšanje i kreativnost
Inovativnost
Poslovnu odlučnost i preduzimljivost
Lični i poslovni integritet zaposlenog

LJUDI NA PRVOM MESTU

U hijerarhiji resursa koji presudno utiču na poslovanje Metalca – ljudi su apsolutno na prvom mestu. U skladu sa takvim sistemom vrednosti, i naravno, Kolektivnim ugovorom, ugovorima o radu, odlukama Fondacije Metalac itd, Kompanija na više načina iskazuje svoju odgovornost i posvećenost zaposlenima.

- Prosečna zarada zaposlenih je iznad proseka Republike i značajno iznad proseka grane.
- Garancije da se nivo zarada zaposlenih usklađuje sa indeksom troškova života povećanim za realan rast u skladu sa rezultatima poslovanja i rastom bruto društvenog proizvoda.
- Svim radnicima se isplaćuju radničke, a rukovodiocima menadžerske premije.
- Sva deca zaposlenih koja su redovni studenti dobijaju stipendiju od Metalca.
- Novogodišnji paketići deci zaposlenih uzrasta od 2 do 12 godina.
- Svaki radnik za rođenje deteta dobija iz Fondacije Metalac vrednosnu čestitku u iznosu od 1000 evra za prvo dete, i za po 1000 više za svako sledeće.
- Svakom radniku su na raspolaganju lekar, medicinska sestra i stomatolog u ambulanti u okviru Poslovnog centra.
- Solidarna i finansijska pomoć zaposlenom u slučaju smrti člana uže porodice.
- Solidarna pomoć porodici u slučaju smrti zaposlenog.
- Solidarna pomoć zaposlenom u slučaju elementarne nepogode.
- Pomoć zaposlenom iz Fonda za prevenciju i rekreativni odmor zaposlenih.
- Stipendija tokom redovnog školovanja deci preminulih radnika.
- Uslovi za kontinuirano unapređenje i usavršavanje.
- Dobrovoljno dodatno penziono osiguranje za 500 zaposlenih.
- Pravo na jubilarnu nagradu.

KONTINUIRANO UČENJE



Organizaciona kultura Metalca promoviše koncept kontinuiranog učenja. Uz uobičajene programe, značajano mesto poslednjih par godina imale su konferencije i forumi posvećeni elektronskoj trgovini, digitalnom marketingu i digitalnoj komunikaciji, veštačkoj inteligenciji i tehnologiji sutrašnjice, komunikaciji u doba robotike, dualno-karijernoj orijentaciji... Proces upravljanja karijerama zaposlenih identifikuje i razvija talente sa visokim razvojnim potencijalom i buduće menadžere, u skladu sa obostranim ciljevima. Krajnji ishod je povećanje zadovoljstva poslom i posvećenosti Kompaniji.

Metalac sistematski i kontinuirano ulaže, ne samo u rast broja zaposlenih sa visokim obrazovanjem, već i u edukacije, praćenje i razvoj njihove karijere. Od 2.200 zaposlenih, njih 355 je sa visokim i višim obrazovanjem. Među 220 fakultetski obrazovanih Metalac ima jednog doktora i dva magistra nauka; skoro 100 diplomiranih ekonomista; 70 diplomiranih inženjera mašinstva, tehnologije, hemije, elektrotehnike, organizacionih nauka... i još oko 50 stručnjaka drugog visokostručnog profila.

O najrazličitijim temama od značaja za razvijanje znanja i ličnih sposobnosti, seminare i treninge su držali renomirani domaći stručnjaci i inostrani predavači. Menadžeri Metalca takođe su u mogućnosti da imaju konsultacije sa ekspertima za inženjerske teme, strateško planiranje, marketing i trgovinu, uglavnom profesorima Ekonomskog, Mašinskog, Tehnološkog i drugih fakulteta u Beogradu i Kragujevcu.

Praksa stalnog usavršavanja obuhvata edukacije na svim nivoima proizvodnog i poslovnog procesa i svim nivoima stručnosti. Na samom vrhu po značaju su znanja vezana za strateški menadžment, upravljanje projektima i rizicima. Neke oblasti su, pak, već tradicionalno obavezne za većinu menadžera jer se smatraju neophodnom poslovnom pismenošću, kao recimo: informacione tehnologije, timski rad i upravljanje projektima, principi i veštine poslovne komunikacije, razvijanje kreativnosti itd. Individualne menadžerske obuke organizuju se u

okviru Mokrogorske škole po programu General Management Program i Mokrogorski Executive Master of Business Administration. Intenzivna je saradnja sa FEFOM. Takođe, realizovan je znatan broj individualnih obuka za zaposlene iz oblasti tehničkih i komercijalnih poslova, a zaposleni u maloprodajnim lancima prolaze edukaciju i trening o ključnim aspektima prodaje. U proizvodnim društvima svi menadžeri i većina zaposlenih su familijarni sa Six Sigma, Kaizen Lean 5S, WCM - World class manufacturing, a zavisno od dela procesa, organizuju se usavršavanja u oblastima kao što su: sistem energetskog menadžmenta; 3D kao format budućnosti, zelena ekonomija i druge. Uglavnom, sve ove aktivnosti su u funkciji uspešnog upravljanja menadžerskim potencijalom, kao i izgradnje motivacionog ambijenta za postizanje najboljih ličnih i radnih rezultata.

Merenje efekata obuka, praćenje performansi zaposlenih i razvijanje njihovih karijera stalna su aktivnost HR sektora. Zato, Metalčevi stručnjaci spadaju u visokocenjene u poslovnom okruženju. Najpre, profesionalno se formiraju na utemeljenom korporativnom sistemu vrednosti u kome se visoko cene dobra organizacija i disciplinovano ponašanje, preduzimljivost, poštenje i lojalnost. Drugo, Metalac ima konzistentan upravljački tim visokih etičkih načela, po kojima se upravljaju i uče mladi kadrovi. Konačno, Kompanija stalno ulaže u sticanje novih znanja i veština i produkovanje rukovodećeg kadra iz sopstvenih redova.

POLOVINA ZAPOSLENIH MLAĐI OD 40 GODINA

Na kraju 2018. godine Metalac je imao 2.149 radnika. Prosečna starost zaposlenih je 42 godine, pri čemu je 45% mlađih od 40 godina. U ukupnom broju zaposlenih žene su zastupljene 47%. Visoko obrazovanje ima 10% odnosno 218 zaposlenih

Kretanje broja zaposlenih

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1525	1493	1558	1686	1709	1757	1942	2006	2133	2149

Starost	-20	21-30	31-40	41-50	51-60	60+	total	%
Muškarci	20	254	350	206	259	44	1333	53
Žeme		162	348	274	222	10	1016	47
Ukupno	20	416	698	480	481	54	2149	100

Kvalifikaciona struktura 2018.

Stručna sprema	VIII	VII2	VII1	VI	V	IV	III	II	I
Broj zaposlenih	1	6	211	135	5	804	727	89	171

SINDIKAT KAO STRATEŠKI VAŽAN PARTNER

U kompaniji Metalac funkcionišu dva reprezentativna sindikata: većinski „Jedinstvena organizacija Samostalnog sindikata Metalac a.d.“ sa 1.520 članova i manjinski „Nezavisni sindikat“, sa 207 članova. U ove dve sindikalne organizacije učlanjeno je 80% zaposlenih. Kvalitet komunikacije sa zaposlenima, a time i saradnja sa sindikatom kao glavnim socijalnim partnerom

rukovodstva Metalca, od posebnog su značaja.

Većinski Samostalni sindikat važan je faktor uspešnog razvoja Kompanije Metalac. Sindikat takođe aktivno učestvuje u podizanju institucije porodice kroz pomoć u radu Fondacije Metalac, gde iz svojih sredstava izdvaja po 15.000 dinara za svaku novorođenu bebu. Kompanija sa druge strane finansijski pomaže fond za rekreativni i preventivni odmor. Uz niz drugih aktivnosti, na sportskim takmičenjima u organizaciji Samostalnog Sindikata Srbije, redovno se osvajaju porednički pehari, čime se Sindikat uklapa u opredeljenje Kompanije da ulaže u sport i fizičku kulturu zaposlenih.

SINDIKATI	Samostalni sindikat	Nezavisni sindikat	Ukupno članova	Ukupno zaposlenih
Broj članova	1.520	207	1.727	2.149

IMS

Metalac je veoma dobro odradio tranziciju, pre svega zato što je strategijskim planiranjem u prethodnim godinama stekao dobru praksu u realnom sagledavanju konteksta organizacije, unapređenju i dokumentovanju procena rizika i prilika i razumevanja relevantnih potreba svih relevantnih zainteresovanih strana“.

Ocena sertifikacionog tima 2018

Nakon godinu dana tranzicije, u Metalcu je sredinom 2018. uspešno okončan resertifikacioni audit po standardima ISO 9001:2015 i ISO 14001:2015. Sedmočlani tim proverivača TMS CEE, koji je partner TÜV SÜD AG, obavio je kontrolu integrisanog menadžment sistema IMS u proizvodnim zavisnim društvima i Metalcu a.d. Novim sertifikatom napravljen je još jedan značajan iskorak na kraju šeste decenije Metalčevog postojanja.

POD KONTROLOM 57 PARAMETARA

Svoju ekološku odgovornost Metalac vidi i u smanjenju nivoa potrošnje vode, struje i gasa, ali i u prikupljanju i razvrstavanju otpadnog materijala, koji se potom plasira na mesta na kojima može da se ponovo upotrebi. Zato se u Metalcu posebna pažnja poklanja nabavci sirovina, nastojanjem da se u procesu proizvodnje u najvećoj meri koriste prirodne sirovine i da se sirovine koje su se nekada koristile zamene drugim vrstama, koje sadrže manje štetnih materija.

Sa vodom pažljivo i štedljivo

Svih 10 godina, od puštanja u rad sistema za prečišćavanje otpadnih voda, kvalitet ispuštene vode u gradski kolektor, potpuno zadovoljava zahteve za ispuštanje otpadne vode bez incidentnih situacija. Tretirana voda se delimično koristi kao tehnička za pranje opreme i pogona. Cilj je da se ukupna količina tretirane vode recirkulacijom vrati u proces umesto u kolektor. Ispitivanje tehnoloških otpadnih voda vrši se 4 puta godišnje. Kontrolise se 20 parametara. U poslednjoj deceniji u najvećem broju merenja nisu bila zabeležena odstupanja bilo kog parametra. Ukupni troškovi tretmana tehnoloških voda i zbrinjavanja emajlnog otpada sada iznose oko 120.000 eura godišnje.

Selekcija, klasiranje i recikliranje

Od 2007. Metalac je jedan od prvih potpisnika projekta Centra za čistiju proizvodnju Srbije koji je nastao na inicijativu Organizacije UN za industrijski razvoj (UNIDO) i resornih ministarstava. Svim procesima se kontinuirano upravlja prema zakonskim propisima i standardima Integrisanog menadžment sistema. Tako se u Metalcu sve količine dekapiranog lima, plastike, kartona, papira, uključujući i ambalažni otpad šalju na ponovnu preradu.

Znatno manje komunalnog otpada

U kontejneru za komunalni otpad više se praktično ne mogu naći korisne sirovine poput papira, papirnih ubrusa, kartona, kartonske i plastične ambalaže, plastičnih i streč folija, pet ambalaže, limenki i konzervi od hrane. Primena plana unapređenja upravljanja komunalnim otpadom u Metalcu počela je 2013. godine

Emisije štetnih i opasnih materija ne prelaze granične vrednosti

Merenja emisije štetnih i opasnih materija u skladu sa važećim zakonskim i drugim regulativama od strane Zavoda za zdravstvenu zaštitu radnika – Novi Sad, rade se svake godine još od 1994. godine i u kontinuitetu pokazuju da emisija iz izvodnih kanala tehnoloških i energetskih emitera NE PRELAZI granične vrednosti tako da zavisna društva i Metalac a.d. Gornji Milanovac svojom aktivnošću NE UGROŽAVAJU životnu sredinu.

Upravljanje ambalažnim otpadom

Zavisna društva Metalca a.d. u kojima se generiše ambalažni otpad (Posuđe, Print, Inko, Bojler i Trade), iskoristila su zakonsku mogućnost i svoju obavezu upravljanja ambalažnim otpadom prenela na operatera »Sekopak« iz Beograda, potpisivanjem pojedinačnih ugovora. Time su stvoreni uslovi za sticanje prava na znak "ZELENA TAČKA" (Der Grüne Punkt DSD AG)

U 2018. godini Metalčevi radnici su dobili 66 devojčica i dečaka, za čije rođenje je na svečanosti krajem decembra izdvojeno oko 110 000 eura. Iako sa samo jednom bebom više nego 2017. godine, postavljen je novi rekord. Od osnivanja "Fondacije Metalac" 2006. godine, do danas rodilo se skoro 620 beba. Njihovo rođenje do sada je nagradjeno sa oko 650 000 eura.I na kraju 2018. ponovo su bile pune tribine sportske hale. Pun grad... Čestitke bebama uručio je Aleksandar Marković, predsednik Fondacije i generalni direktor. A kad bebe završe, onda svi mališani od Metalca dobiju paketiće. Njih oko 2.500, među kojima i 1300 dece iz svih vrtića i predškolskih ustanova u Gornjem Milanovcu .



POVODOM JUBILEJA POKLON SVAKOM NOVOROĐENČETU

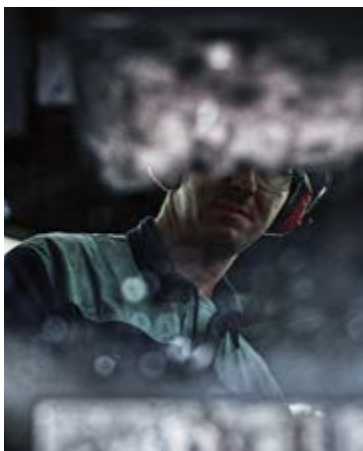
Povodom jubilarnih 60 godina postojanja, Upravni odbor Fondacije Metalac je odlučio da daruje svaku bebu rođenu u porodicama stanovnika opštine Gornji Milanovac. Simboličnim setom posuđa za decu i vaučerom vrednosti 10.000 dinara, pod sloganom „Za budućnost rastemo zajedno“, Metalac na ovaj način nastavlja svoje dugogodišnje aktivnosti, sa ciljem da doprinese naporima društvene zajednice u borbi protiv bele kuge. A bebe koje su u milanovačkom porodilištu došle na svet baš na Metalčev rođendan 4. aprila, dobile su čestitke od po 50.000 dinara.

Inače, pad nataliteta u opštini Gornji Milanovac odavno je dobio alarmantne razmere. U opštini sa oko 50.000 stanovnika, od kojih skoro polovina živi u gradu, u 2018. godini rođeno je samo 338 dece, dva i po puta manje nego pre 30 godina

Priča o Metalcu

@metalacad

Kada me je, direktorka marketinga Metalca, kontaktirala prvi put, bilo je to na jesen 2018. godine. Još taj njen prvi mail, izdvojio ju je od drugih poslovnih upita i čini mi se da smo već tada osetili neko zajedništvo u idejama i stremljenjima, mada su nam okviri saradnje bili svedeni na jedan prost zadatak: fotografije povodom 60 godina Metalca, koje bi ilustrovale njihov jubilarni kalendar za 2019. godinu.



@metalacad

@metalacad

Poverenje koje mi je ukazala, ne mogu reći da sam zaslužila. Mislim da je ona dozvolila osećaju da je vodi, uz sav rizik, rokove i veličinu poduhvata pred njom. Odlučila je da veruje da će napraviti baš ono što im je potrebno, kako bi obeležili svoj veliki 60ti jubilej.

Tako sam se ja, u oktobru 2018, spakovala, sela u auto i naredna dva dana, provela lutajući imponantnim postrojenjima Metalca. Za mene, kao fotografa, Metalac je bio „Diznilend“ i sećam se da sam pauze pravila samo da jedem i spavam. Od postrojenja za proizvodnju posuđa, u kome se mnogo toga radi ručno; preko fabrike automobilskih delova, gde džinovske usijane prese kontrolišu ljudi svesni odgovornosti svog posla; fabrike bojlera koja je stecište sjajnih likova i varnica koje lete unaokolo., sve do štampe i proizvodnje sudopera, gde fini beli prah prekriva svaki santimetar... Metalac je prevazišao moja očekivanja.

@metalacad



U decembru su kalendari bili gotovi, a direktorka je misteriozno najavljivala ideju da nastale fotografije iskoristi za mnogo više od sezonskog vizuala.



I tako je, u sklopu proslave 60 godina Metalca, otvorena i izložba u Kulturnom centru Gornjeg Milanovca, o kojoj sam već pisala na story-ju, a koju je videlo oko 2.000 ljudi.



Danas, kada u rukama držim monografiju i posmatram šta smo zajedno napravili, mogu da kažem da mi je neopisiva čast što su mi svi u Metalcu, pružili veliku šansu da na neki način pobedim sebe i proizvedem nešto što je postalo integralni deo Metalčeve istorije.

[@metalacad](#)

Čini mi se da je to moj najveći profesionalni poduhvat do sada, a definitivno je taj koji mi je doneo najviše lične satisfakcije.



I shvativši da to do sada nisam uradila, ispraviću svoju grešku...



... i konačno čestitati Metalcu njegov 60. rođendan!

Preuzeto sa instagrama: priča Marije Piroški, autora fotografija koje su obeležile Metalčev jubilarni kalendar, monografiju, izložbu... i isprovocirale ton komunikacije u svemu što je usledilo.



20 GODIŠNJI
IZVEŠTAJ
MGM
18 ANNUAL
REPORT

Izdavač:

Zlatna knjiga, Jagodina

Redakcioni odbor:

Aleksandar Marković,
Radmila Trifunović, Nadica Vujić-Mitrović

Dizajn i priprema:

Dizajn studio Metalca
Petar Tešović

Fotografije:

Art photo Marija Piroški,
Simo Marić,
www.unsplash.com

Štampa:

Zlatna knjiga, Jagodina

Tiraž: 2000

Gornji Milanovac, maj 2019.

