



NEWS LETTER

2021



ČESTIT BOŽIĆ & SRETN NOVA GODINA



UVODNIK

**Poštovani zaposlenici,
drage kolegice i kolege,**

Sipe posljednja zrnca 2021. godine kroz stakleni vremenski sat u kojem Svijet, nekima neupitno sferičan, a nekima, eto i plošan, i dalje djeluje kao drugi nastavak niskobudžetnog filma katastrofe. Čak bi i Freud, koji mentalnim zdravljem naziva „moći voljeti i raditi“, ostao začuđen što time trenutno može osloviti malo koga.

Ali ljudi, energijom jarkom kao udarnički osmijeh s nekadašnjih deset dinara i čudesnom snagom duha, ustraju i nadigravaju sve životne izazove topline i spremnošću da budu dobro.

Zato se držimo tih otoka topline ako ih imamo. Oni nas nose i čine nas zdravim i čvrstim, s njih ćemo u 2022. godini isploviti u svijet hrabriji, korak bliže sebi, bliže drugoj obali koju zovemo Godišnji Plan, sačinjen od litara i dolara, ali i od djece, prijatelja, knjiga i pjesme.

Čitajte novo izdanje našeg godišnjeg Biltena u kojem vam sa ponosom i radošću donosimo samo dio bezbrojnih aktivnosti unutar i oko Grupacije, uživajte u blagdanima i praznicima koji nam dolaze, uživajte makar samo i u vikendima, ma – u svim danima! i ponesite sa sobom dvije misli:

Bolje sutra dođe brže kada mu pođeš u susret.

Tri rečenice koje najbolje sumiraju blagdanski period: „Mir na Zemlji“, „Sretno ljudima dobre volje“ i „Baterije nisu uključene“.

Vaš urednički tim:

**Sandra Drača,
Nejra Livnjak,
Nina Stanić,
Ivana Radoja,
Sanela Gavran,
Karlo Selak,
Amra Skrobo-Berberović
&
Lana Volarević.**

OBRAĆANJE G. SVJETLANA STANIĆA, Vlasnika i Predsjednika Uprave Stanić Grupe



Dragi zaposlenici Stanić Grupe, poštovani poslovni partneri,

Obratio sam vam se prije godinu dana sa zahvalom za postignute rezultate u iznimno teškim i životnim i poslovnim okolnostima, a u nadi i očekivanju da je najgore iza nas.

Na žalost, 2021. godina donijela nam je nastavak izazova, ali sada s već dobro uhodanim i srčanim timovima na svim tržištima, pa kako god realnost i dalje bila siva, bili smo sigurniji u sebe, u svoj put i model rada, a o čemu najbolje govore poslovni rezultati. Život nije samo imati dobre karte već i dobro odigrati čak i kad su loše!

Kako bismo postigli zadane ciljeve, okolnosti su zahtijevale ponovno organizacijsko pregrupiranje i, mogao bih reći, ponovni oslonac na dokazane, interne snage. U tom smislu, recentna unapređenja unutar kuće mogu poslužiti kao snažan uzor mlađim kolegama koliko se daleko može stići marljivim radom, profesionalnošću i kvalitetnim odnosom s kolegama i principalima.

No, najveća priča 2021. godine je ipak akvizicija Maraske koja, kada se finalizira poštujući cijeli zakonodavni okvir, postavlja Stanić Grupu na sami vrh domaće proizvodnje bezalkoholnih napitaka i na čvrsti br. 2 na tržištu jakih alkoholnih pića.

Naše su ambicije, kao uvijek, i više i šire od toga, što možete iščitati iz jednog od intervjua danih povodom objave akvizicije i proslave 200 godina Maraske.

Ali o tome više kada dođe vrijeme.

U nadi da je svatko do nas barem svoj mikrosvijet ostavio boljim nego što ga je zatekao početkom godine, još jednom bih vas od srca pozdravio, zahvalio na svemu što ste davali i dajete Stanić grupaciji i zaželio sretne blagdane i sretnu Novu godinu vama i vašim obiteljima!

Vaš Svjetlan Stanić



INTERVJU SVJETLAN STANIĆ



Stanić Grupa u segment proizvodnje zakoračila je akvizicijom Juicy sokova krajem 2013. godine, a prošli ste mjesec kupnjom Maraske ušli u novi kategoriju jakih alkoholnih pića. Kako ste se odlučili na ovaj akvizicijski korak te na čemu temeljite budući razvoj ovog poznatog zadarskog proizvođača?

Stanić Grupa dugogodišnji je partner i distributer Diageo grupe, svjetskog lidera u proizvodnji jakih alkoholnih pića, koja u svojem portfelju između ostalog ima brandove poput Johnnie Walker viskija, Smirnoff vodke, Baileys likera, Captain Morgan ruma Gordons i Tanqueray gina. Iskustvo koje smo stekli radeći s Diageom će nam biti itekako vrijedno u Maraski Zadar, a zapravo nam je i ta poslovna suradnja odredila put sljedeće akvizicije. Željeli smo u proizvodnom smislu ući u novu kategoriju u kojoj imamo prethodno iskustva suradnje sa svjetskim brandovima pa je tako preuzimanje Maraske Zadar došlo kao vrlo prirodan nastavak širenja Stanić Grupe. Budući razvoj Maraske Zadar ćemo temeljiti prvenstveno na kvaliteti proizvoda, pojačanom ulaganju u marketing, novim prodajnim procesima i naravno izvozu koji je strateški važan dio cijele grupacije.

Maraska ima snažne brendove, a Stanić Grupa svoj je poslovni image izgradila na distribuciji vodećih svjetskih brendova na tržištima Hrvatske i Bosne i Hercegovine. U kojoj će vam mjeri taj know-how biti od pomoći u jačanju pozicije Maraskinih brendova na domaćem tržištu?

Dugogodišnji smo distributer Dieago i Heineken brandova te Philipp Morrisa u BiH te imamo veliko iskustvo plasiranja jakih alkoholnih pića u retail i HoReCu. Učili smo od svjetskih lidera kako komunicirati proizvode u ovoj kategoriji koji se zapravo ne smiju oglašavati u tradicionalnim medijima pa po putu postoje brojni izazovi, jednako tako konkurencija je vrlo snažna i trendovi se stalno mijenjaju pa je važno biti inovativan i spreman ulagati u razvoj novih proizvoda, kao i nove prodajne kanale. Svega toga smo jako svjesni, ali i sigurni da imamo know-how za uspješnu poslovnu strategiju budućeg poslovanja Maraske Zadar.

Planirate li jačanje i na izvoznoj sceni te na koja ćete se tržišta fokusirati?

Maraska je i do sada svoje proizvode uspješno izvozila, čak 17 % neto prihoda kompanije dolazi od Izvoza. Gotovo trećina cijelog izvoza čini izvoz u Sjedinjene Američke Države, što govori da je upravo ono do sada ostvarilo i najveći potencijal. Ostala važna izvozna tržišta su Njemačka, Kanada i Australija. Stanić Grupa je poznata po visokim izvoznim ciljevima naših proizvoda pa ćemo tako nastaviti i u poslovnoj strategiji Maraske. Vidimo potencijal u europskim zemljama koje su do sada bile nešto slabije zastupljene u izvoznim uspjesima, ali i povećanju izvoza u prekomorske zemlje te razvijanju MENA regije kao sasvim novog tržišta za izvoz Maraskinih proizvoda.

U travnju ove godine zaključili ste ulaganje od 10,6 milijuna kuna u modernizaciju proizvodnog pogona tvornice Juicy sokova u Kreševu. U kojoj će to mjeri povećati kapacitete proizvodnje ove tvornice?

Stanić Beverages je u vlasništvu 2 tvornice, od kojih je glavna tvornica i razvojni centar u Jastrebarskom odakle opskrbljujemo tržište EU i Bliskog istoka, i upravo smo u toj tvornici završili obnavljanje IFS Food V7 certifikata u što smo u prvoj fazi uložili 600.000 kuna, no investiciju ćemo nastaviti i u budućnosti jer nam je IFS standard iznimno važan zbog jačanja izvoza i razvoja proizvodnje privatnih robnih marki. Što se tiče punionice u Kreševu, početna investicija 2013. iznosila je 90 840 000 kuna, a u drugoj fazi kao dio strateškog plana za širenje u nove kategorije i podizanje kvalitete proizvodnih procesa dodatno je uloženo 10 598 000 kuna. Time smo povećali ukupan proizvodni kapacitet svih naših tvornica na 150 000 000 l i ostvarili kvalitetu proizvodnje prema najvišim europskim i svjetskim standardima, što nam je omogućilo kvalitetno pokrivanje tržišta BiH i ukupne CEFTA-a uključivo proizvodnju branda Sola za CEFTA tržište.

Ranije ove godine ušli ste i u novu kategoriju bezalkoholnih pića lansiranjem ledenih čajeva Juicy Ice Tea u Hrvatskoj. Kako ste zadovoljni dosadašnjim rezultatima ove investicije?

Moram reći kako smo vrlo zadovoljni ostvarenim rezultatima jer smo samo nakon dva mjeseca od početka distribucije ostvarili udio od 3,4 %, a cilj do kraja godine nam je 5 %. Usporedbe radi, Juicy Ice Tea je već na 20 % volumena u odnosu na liderski Juicy Fruits u svojoj kategoriji, što predstavlja izvanredan rast u refreshment kategoriji u PET pakiranjima Stanić Beverages asortimama. Odlučili smo nakon sveobuhvatnog istraživanja ovom projektu dati veliko povjerenje. Zasad smo prilično zadovoljni sezonom te ćemo do kraja godine donijeti daljnje odluke vezano za ledeni čaj.

U proteklom ste godinama Juicy sokove pozicionirali i na police trgovina na tržištima Bliskog istoka. Koja je važnost izvoza u vašoj ukupnoj godišnjoj proizvodnji sokova?

Izvoz je jedna od glavnih poslovnih strategija Stanić Grupe, želimo da naši proizvodi zažive i u drugim zemljama te da potrošači prepoznaju njihovu kvalitetu. Izvoz trenutno čini manji dio prihoda Stanić Beveragesa, ali smo zadovoljni tim prije što pokazuje tendenciju rasta. Treba znati kako je na stranim tržištima konkurencija iznimno jaka, zemlje štite domaće proizvođače, a pri tome Hrvatske nije Italija koja ima svjetsku prepoznatljivost kao gastro zemlje i koja je uspjela zaštititi veliki broj svojih autohtonih proizvoda. Smatram kako je važno raditi na brendiranju Hrvatske kao zemlje koja ima odličnu gastronomiju i enologiju, kako bismo kasnije mi izvoznici mogli bolje plasirati hrvatske prehrambene proizvode na strana tržišta. Primjerice, vjerujem da ćemo moći itekako iskoristiti bogatu povijest Maraschina i njegovu svjetsku prepoznatljivost u plasiranju ovog likera na strana tržišta.

Stanić Grupa bliži se proslavi 40. obljetnice poslovanja. Do vašeg uspješnog ulaska u segment proizvodnje svoje ste poslovanje gradili u području distribucije. Možete li nam reći kako je danas organiziran ovaj poslovni segment?

Stanić Grupa ima tri strateške poslovne jedinice – tvrtku Stanić Beverages koja se primarno bavi proizvodnjom i vlasnik je brand Juicy te novi vlasnik Maraske Zadar, zatim 2 vrlo jake i uspješne tvrtke, Boreas koji se bavi distribucijom pića i duhanskih proizvoda te tvrtka Stanić Trade koja je specijalizirana za prodaju elektroničke robe.

Kako je na ukupno poslovanje Stanić Grupe utjecala pandemija? Kakve ste poslovne rezultate ostvarili u dosadašnjem tijeku 2021. godine u usporedbi s prethodnom godinom?

U 2020. godini doživjeli smo određene gubitke kao i većina kompanija iz naše industrije jer nam je dio prodajnih kanala bio jednostavno zatvoren, posebno je cijelo tržište osjetilo izostanak turističke potrošnje. Teško je nadoknaditi HoReCa kanal s retailom, iako je retail tijekom 2020. godine zabilježio značajan porast. Nakon opreznog početka 2021., ljeto je bilo uspješno iznad svih očekivanja i mi sada dostižemo i prestižemo postavljene planove. Naravno, 2019. je još nedostižna, ali sada već puno bliže nego što je bila u prvom ovogodišnjem kvartalu. Zahvaljujući snazi cijele grupe naši ukupni prihodi na razini Stanić Grupe bit će blizu rekordne 2019. godine.

Koliki udio u vašim prihodima ostvarujete kroz maloprodaju, a koliko se odnosi na HoReCa kanal?

U ukupnim prihodima HoReCa čini 20 %, a retail 80 %. Kada govorimo o HoReCi, tada mislimo na Juicy 0,2 staklenu bocicu i Juicy brick koji barmeni koriste prilikom izrade koktela.

Koliko djelatnika ukupno radi u Stanić grupi te koliko novih radnika ulazi u vaš poslovni sustav akvizicijom Maraske?

U Stanić grupi nakon akvizicije Maraske radi oko 1000 djelatnika. Uvijek naglašavam kako su ljudi naša najveća vrijednost, naši zaposlenici mogu biti najbolji ili najgori ambasadori naših brandova, a to ponajviše ovisi o nama kao dobrom poslodavcu. Ulažemo u svoje zaposlenike, trudimo im se omogućiti ugodnu radnu atmosferu i dobre uvjete, želimo da se osjećaju kao dio tima, dio jedne važne zajednice u kojoj je njihov doprinos neizmjerljivo važan za konačni uspjeh proizvoda.

Dobra turistička sezona ove godine mogla bi blagotvorno utjecati na poslovanje brojnih domaćih tvrtki. S druge strane, kriza u svjetskim lancima opskrbe već sada utječe na sva tržišta pa i hrvatsko. Kakve gospodarske trendove očekujete u nastavku godine i početkom 2022.?

Kao što sam već i prije najavio, očekujemo u 2022. godini oporavak i rast prihoda, no isto tako pratimo svjetske trendove i očekujemo inflaciju i porast cijene od strane dobavljača, što nas nikako ne veseli. S druge strane, snaga naše cjelokupne grupacije i diversifikacija unutar poslovanja omogućuje nam da se lakše borimo s teškim situacijama koje nas očekuju.

Slijedom toga, smatrate li da će doći do snažnijeg rasta cijena u maloprodaji?

Svakako da će doći do povećanja cijena. Već sada je dio naše konkurencije podigao maloprodajne cijene, što mi još nismo učinili. Nadamo se da će povećanje biti minimalno jer nam je cilj rast, konsolidacija i povećanje prihoda u odnosu na Covid godine.

NOVOSTI

MARASKA AKVIZICIJA



MEPAS GRUPA I STANIĆ GRUPA POTPISALI UGOVOR O KUPOPRODAJI MARASKE

Stanić Beverages, tvrtka u vlasništvu Stanić Grupe, potpisala je 16. rujna 2021. kupoprodajni ugovor sa članicama Mepas grupe Saponiom d.d. i Koestlinom d.d. o kupovini Maraske d.d.

Stanić Beverages postat će novi vlasnik 98,25 % dionica Maraske d.d., 45,3 % dionica kupuje od dioničkog društva Koestlin, a 52,90 % od dioničkog društva Saponia. Također, objavit će se i obavezujuća javna ponuda za otkup svih 100 % dionica nakon završetka transakcije sa Saponiom i Koestlinom. Nakon odobrenja Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN) Stanić Beverages će postati novi većinski vlasnik Maraske d.d.

Stanić Beverages je renomirani proizvođač sokova u Hrvatskoj i vlasnik dvije tvornice u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini koje imaju zajednički kapacitet od 150 milijuna litara. Perjanica Stanić Beveragesa je brand Juicy, a kupovinom Maraske d.d. Stanić Beverages širi svoje proizvodne kapacitete i ulazi u novi segment jakih alkoholnih pića u kojem vidi priliku za rast i razvoj. Maraska d.d. proizvodi bezalkoholna pića i jaka alkoholna pića među kojima su najpoznatiji sokovi Amarena i likeri Maraschino, Pelinkovac, Orahovac, Travarica, Šljivovica te drugi biljni te voćni likeri.



Proces preuzimanja Maraske d.d. započeo je 2020. godine, no zbog svjetske pandemije koronavirusa isti je bio usporen. Drago nam je da smo upravo pri završetku kupovine dionica Maraske d.d. i da ćemo krajem 2021. godine postati novi vlasnici jedne od najstarijih kompanija u Hrvatskoj. Maraska Zadar ima bogatu povijest, a mi ćemo se potruditi da ima jednako tako svijetlu budućnost. Vjerujemo da će sinergija Stanić Beveragesa i Maraske d.d. rezultirati vrhunskim proizvodima u svim kategorijama koji će kreirati nove trendove na tržištu. Cilj nam je odgovoriti na zahtjevne želje i potrebe domaćih i inozemnih potrošača te kroz sinergije biti u mogućnosti ponuditi bolje uvjete prema tržištu i povoljnije proizvode prema potrošačima“



izjavio je Svjetlan Stanić, vlasnik i predsjednik Uprave Stanić Grupe.



200 GODINA MARASKE



Maraska Zadar 21. rujna 2021. obilježila je 200 godina svog postojanja i 200 godina organizirane industrijske proizvodnje Maraschina, kao i drugih biljnih i voćnih likera.

Andrej Plenković, premijer Republike Hrvatske tim je povodom posjetio novu tvornicu Maraske Zadar te obišao suvremene pogone u kojima se danas na isti način kao i prije 200 godina proizvodi Maraschino, ali i drugi bezalkoholni i alkoholni proizvodi koji su simbol zadarskog gospodarstva. Tvornicom ga je proveo Svjetlan Stanić, vlasnik i predsjednik Uprave Stanić grupe, koja će uskoro postati novi vlasnik 98,25 % dionica Maraske d.d., a koji je tim povodom izjavio:

“

Iznimna nam je čast što je premijer Vlade Republike Hrvatske prepoznao značaj Maraske Zadar za nacionalno i lokalno gospodarstvo te svojim posjetom tvornici uvećao 200. obljetnicu. Stanić grupa iznimno cijeni i poštuje povijesno nasljeđe i tradiciju koju Maraska ima, no naš glavni zadatak je kreirati strategiju za budućnost. Kao što je danas kravata simbol Hrvatske u svijetu, nekada je to bio Maraschino, a naša zadaća je da mu vratimo stari sjaj u novom modernom ruhu. Maraska je danas puno više od Maraschina, može se pohvaliti širokim asortimanom bezalkoholnih pića, s Amarena sokovima na čelu te jakih alkoholnih pića poput Orahovice, Pelinkovca, Travarice i mnogih drugih. Cilj nam je da u budućnosti Maraska bude simbol za kvalitetu s potpisom Mediterana.

”

Tradicija proizvodnje likera od višnje maraške, koja je autohtona isključivo za područje Zadra i okolice, postoji duže od 500 godina, kada se taj napitak zvao „rosulj“ i spravljali su ga zadarski Dominikanci.



S vremenom se receptura unaprijedila, Maraschino su zavoljeli tadašnji svjetski vladari poput kraljice Viktorije, kralja Georga IV i V, a liker je 1821. godine započeo organiziranu industrijsku proizvodnju kakvu poznajemo i danas.

Nakon obilaske tvornice, proslava 200. rođendana Maraschina i Maraske Zadar nastavila se u zadarskom Arsenalu i bila je pravi spoj povijesti i budućnosti, uz brojna poznata lica - Natali Dizdar, Tamara Šoletić, Doris Pinčić, Ivan Šarić, Đani Maršan, Ana Gruica, zlatni olimpijac Šime Fantela i njegov brat te mnogi drugi.



Gosti su uživali u koktelima s Maraschinom koje potpisuje Marin Nekić, dok su sva jela bila također inspirirana ovim voćnim likerom i višnjom maraškom. Natali Dizdar i ženska klapa Garofuli izvodile su poznate dalmatinske pjesme u modernom jazz izričaju, a Đani Maršan se pobrinuo da na događanju ne nedostaje autohtone zadarske melodije.



INTERVJU

JERKO TVRDIĆ

Kao nikad ranije, jedno je promaknuće u Grupaciji aklamacijom pozdravljeno od svih zaposlenika, a posebno onih koji usko surađuju ili su surađivali s njim.

Riječ je o Jerku Tvrđiću, novom Chief Commercial Officeru Stanić Grupe, čiji vam intervju donosimo sa ciljem da inače prilično samozatajnog čovjeka „natjeramo“ da se predstavi na doličan način.

Jere, krenimo od najsvježijih vijesti. Prošlo je pet mjeseci od tvog imenovanja na poziciju CCO, kakva su dosadašnja iskustva, koji su novi izazovi?

Sasvim drugačija uloga od prijašnje, u Boreasu sam bio puno više operativan nego sada, s druge strane trenutna pozicija je jako kompleksna - različite kategorije, različita tržišta, proizvodnja, strateške smjernice brandova i kompanija, dosta novih suradnika...

Najveće izazove u startu imamo u Hrvatskoj jer smo nova ekipa i treba nam malo vremena za uigravanje, mislim da smo okupili jako kvalitetne ljude ali sad nam je potrebno da postanemo tim i ne sumnjam da ćemo svakim danom biti sve bolji. Veliku snagu i sigurnost nam daju kompanije u BiH koje su stabilne i imaju izuzetne rezultate u ovoj godini.

Vratimo se malo na početak. Došao si u Grupaciju 2006. godine, na mjesto asistenta direktora prodaje Boreasa, koju je tada obnašao Stjepko Hlevnjak. Možeš li se sjetiti tih prvih dana?

U biti, startao sam na mjestu prodajnog analitičara i asistenta za nabavu. Prvi veliki zadatak na kojem sam sudjelovao bio je prva narudžba Marlboro za BiH jer smo tada smo bili i uvoznici. Obzirom na limitirane informacije, to je bio jako zahtjevan zadatak koji je srećom dobro prošao.

Došao sam u kompaniju potpuno neiskusno i imao sam sreću što mi je prvi nadređeni bio g. Hlevnjak od kojeg sam u idućih osam godina jako puno naučio, još jednom zahvala na pristupu koji je imao u suradnji sa mnom. U tom periodu smo još imali tjedne prodajne sastanke sa g. Svjetlanom što je jedno ogromno iskustvo, da ne kažem škola, koja te jako puno nauči poslu, uvijek drži napetim i željnim novih dokazivanja.

Za Grupaciju, a posljedično i tebe, velika prekretnica je bila akvizicija Juicy-ja, Stjepko je prešao u Stanić Beverages, a ti si promoviran na njegovo mjesto. Što si promijenio u odnosu na raniji način rada?



Da, ogromna promjena. Velika kompanija koja je akvizicijom Juicy-ja proširila svoj portfelj ali ostala i bez dvoje ključnih ljudi koji su do tada jako puno operativno sudjelovali u radu Boreasa - g. Svjetlan i g. Hlevnjak. Nije se bilo lako naviknuti na novu situaciju i odgovornost, jako su mi pomogli u startu tadašnje kolege gđa Sandra D. i g. Alojz i Samir, svojom podrškom i savjetima te, naravno, najveći oslonac i podršku imao sam od predsjednika Uprave Boreasa g. Gavrana. S njim sam vrlo brzo uspostavio jako kvalitetnu suradnju koja je svakim danom jačala i kroz par godina razumjeli smo se, ono što se kaže, zatvorenih očiju. Uvijek je bio spreman za raspravu oko stavki za koje smo imali različita mišljenja i vrlo brzo bi usuglasili zajednički stav iako bi na početku razgovora imali oprečna mišljenja. Bio je velika podrška u radu, što je meni tada trebalo iz razloga neiskustva i nesigurnosti, a onda je sve lakše jer greške su neminovne u poslu, a kad imate sigurnost puno brže ih ispravljate i ne ponavljate.

Boreas je do ove godine bio najveća i nakompleksnija članica Grupacije, sa vrlo uhodanim načinom upravljanja. Koliko je bilo teško otići iz svakodnevnog rada s Boreasom, na koji način je nadoknađen tvoj odlazak?

Naravno da je bilo teško otići, ali je olakotna okolnost što nisam skroz otišao, i dalje je dio mojih obveza vezan uz Boreas, što mi je jako drago. Boreas je veliki tim i ne ovisi nikad o samo jednoj osobi, što je velika snaga, tako da se ni moj odlazak nije i neće osjetiti, pogotovo što je na poziciju podpredsjednika Uprave Boreasa došao kolega Martinović koji je dugogodišnji suradnik, čovjek velike energije, znanja i strpljenja tako da Boreas sa novom postavkom može biti samo još bolji.

Svi koji su ikad radili u Boreasu znaju koliko su obogatili svoje znanje kroz rad sa principalima, svjetskim veličinama u svojim kategorijama. Tko je od njih imao najviše utjecaja na tvoj razvoj?

Boreas za svoje principale ima vodeće svjetske kompanije, tako da se od svakog od njih moglo jako puno naučiti. Na mene je najveći utjecaj imala kompanija Heineken i znanje koje sam stekao je jedno veliko bogatstvo koje ću, nadam se, kvalitetno iskoristiti i na novoj poziciji.

Nije tajna da si vrlo omiljena osoba u Grupaciji, kako si uspio u tome, a ujedno biti vrlo čvrst u poslu?

Nisam baš siguran da je ova informacija točna, ali trudio sam se, a tako će biti i u buduću, sa svakim suradnikom imati iskren odnos, iskazati poštovanje bez obzira koje pozicije hijerarhijski obnašamo. Pokušati izazov sagledati iz drugog, suprotnog kuta, a ne samo vlastitog, vam pomogne donijeti najbolju odluku. Nekad ima loših dana, nekad i loših odluka, ali kad ostvarite iskren kontakt sa suradnicima i međusobno poštovanje puno je više dobrih nego loših momenata....pamtim samo sretne dane.

Prošao si BiH uzduž i poprijeko, koliko je ta zemlja djelovala na jednog Dalmatinca, što nosiš sa sobom iz Bosne?

Djelovala je jako puno i jako lijepo. Prošao sam stvarno veliki dio Bosne i Hercegovine i ne mogu izdvojiti grad, regiju, mjesto gdje mi je bilo ljepše ili gdje su me bolje primili. Nisam mogao ni pretpostaviti da će mi toliko odgovarati i ljudi i način života. BiH je jako lijepa zemlja sa prekrasnim šumama, krajolicima, rijekama... jedino što joj nedostaje je malo više mora, na sreću toga ja kod kuće imam puno tako da mi ova kombinacija života HR/BiH odgovara i radujem se što nastavljam u tom ritmu.

Možemo reći da je 2021. završena jedna era i počinje druga. Molim te podijeli sa čitateljima tvoje viđenje akvizicije Maraske i općenito razvojnog smjera Stanić Beverages grupe?

Akvizicija Maraske je jako dobar potez vlasnika. Maraska je odlična kompanija nevjerovatne tradicije i kvalitete proizvoda, a ujedno sa velikim prostorom za napredak na tržištu.

Sokovi sa jedne i jaka alkoholna pića sa druge strane, vlastiti višnjik, tradicija preko 200 godina i kvaliteta koju posjedujemo je nešto van standarda i, ukoliko odradimo naš domaći zadatak, vrlo brzo ćemo imati rezultate koje priželjkujemo. Sinergija koju imamo sa SBev portfeljom u Hrvatskoj i SBev i Diageo portfeljom u BiH već daje iznimne rezultate, a u budućnosti to mora ubrzano rasti.

Pored najvažnijih tržišta Hrvatske i BiH, imamo vrlo dobre rezultate u ovoj godini i na nekim drugim tržištima, npr. sa Maraskom USA ili sa Juicy sokovima u Njemačkoj, gdje smo ušli u distribuciju u maloprodajni lanac Edeca koji ima preko 30.000 prodajnih mjesta. To će nam i dalje biti smjernica i putokaz razvoja, s obzirom na potencijal.

Već sada znamo da će 2022. i dalje biti izazovna godina, ali tvoja pozicija posebno jer svaka od firmi članica Grupacije traži vrlo jak angažman, vremenski i mentalno. Kako vidiš daljnju suradnju s upravama firmi, gdje im najviše možeš pomoći? I one tebi?

2022. će sigurno biti izazovna, Covid nažalost još nije prošlost i svjesni smo da će opteretiti minimum prvi dio naredne godine a možda i cijelu, a kad tome pridodamo izazove nabave, transporta, troškova (sama cijena goriva koliko je poskočila), lako je zaključiti da nas čeka izazovan period. Ali izazovi su tu da ih savladavamo.

Ne sumnjam da će tako biti i u narednoj godini, istina trenutno najveću bitku vodim s nedostatkom vremena, ali uvijek je tako na početku, kad se uigramo bit ćemo brži i konkretniji. Mislim da mogu pomoći upravama kompanija da zajednički odaberemo i realiziramo pravi smjer i, u redovnom kontaktu u pravom trenutku, donesemo ispravne odluke.

U uvodu sam napisala „samozatajan“ mada si ujedno vrlo društven i duhovit, jer vrlo malo pričaš o sebi. Što te najviše raduje van posla, u čemu uživaš, kako se opuštaš? (za koga navijaš?)

Obitelj i prijatelji su najvažnije bogatstvo svakog od nas, tako i ja svaki slobodan trenutak nastojim provesti s njima jer u tome najviše uživam. Imam sina od 20 godina i kćerkicu od 3 godine, tako da su moje aktivnosti s njima u rasponu od Hajdukovih utakmica do ljuljački i tobogana, vrlo raznolike i maksimalno ispunjavaju čovjeka.

Imam i mali brod, što je velika stvar za nekog tko živi u Splitu i jako voli more, ne treba nekad ni isploviti nego samo sjesti s obitelji, rođacima ili prijateljima na krmu, popiti piće, udahnut morski zrak i odma si ka nov. To mi je veliki relax, čak i supruga priznaje da sam ja gazda na brodu pa se dobro osjećam.

Na kraju, u svoje osobno ime, a vjerujem i u ime svih zaposlenika Grupacije, još jednom ti čestitam na novoj poziciji i želim jako puno uspjeha, kako na poslu tako i na osobnom planu. I nadamo se da ćeš dočekati iduće izdanje Biltena.

Hvala lijepa, svim kolegicama i kolegama želim sve najbolje za predstojeće blagdane, puno zdravlja, sreće i života i naravno dobrih poslovnih rezultata!



NOVO NORMALNO!



KOMERCIJALNE AKTIVNOSTI JUICY

PRIRODNO ŠARENO - KAMPANJA

ŠTO KAŽE „GLAS NARODA“? VIŠE VOĆA & MANJE ŠEĆERA!

Od početka globalne pandemije bombardirani smo velikom količinom informacija. Pandemija, maske, cijepljenje, jedna strana, druga strana.. svatko ima nešto za reći. U kreativnom konceptu „Glas naroda“ osvrnuli smo se na taj fenomen te ga stavili u kontekst naših proizvoda.

Nova kampanja za Juicy Fruits i Juicy Ice Tea komunicira na duhovit, a ujedno i vrlo aktualan način važne benefite svojih voćnih napitaka – više voća & manje šećera. U kampanji „Novo normalno“ voće je dobilo ljudsku komponentu u obliku simpatičnih karaktera koji na svojim transparentima zahtijevaju pod parolom „Glas naroda“ više voća i manje šećera.



Upravo su to benefiti s kojima se Juicy Fruits i novi proizvod Juicy Ice Tea, koji je nedavno lansiran na hrvatsko tržište, mogu pohvaliti. Udio šećera manji je za 25 posto, što svakako zadovoljava potrebe modernog potrošača koji brine za svoje zdravlje i pazi na dnevni unos šećera u organizam.

25%
manje
šećera!

KOMERCIJALNE AKTIVNOSTI MARASKA

ŠTO JE NOVO U 2021.

Maraska konstantno radi na razvoju novih proizvoda, prati trendove, provodi ispitivanja tržišta putem fokus grupa i u skladu s matricom dobivenih rezultata odlučuje se da li proizvod ide u završnu fazu, a to je plasman na tržište. Za kraj 2021. godine na tržište su plasirana dva nova proizvoda koja su rezultat prethodno opisanih procesa.



ORAHOVAC S ČOKOLADOM

“Trgovačko” vrijeme u kojem živimo prepuno je ekstenzija okusa gotovo na mjesečnoj bazi. Tijekom godine izbaci se nebrojeno puno ekstenzija okusa, pa tako i na njenom kraju kroz tzv. “Winter edition” koja asocira na blagdane. Analizom trendova uočili smo dosta novih ekstenzija kod dvije grupe alkohola likera i whiskyja. Pregledom našeg porfolija došli smo do idealnog para za čokoladu, a to je naš jedinstveni Orahovac. Maraska Orahovac Chocolate dekadentni čokoladni užitek kakav zaslužujete.

ZELENI PELINKOVAC

Premise novog Pelinkovca vidimo u potrošačima gorkih likera kojima je naš originalni pelinkovac izražene gorčine jednostavno kap više gorčine od onog u čemu mogu uživati. Stoga smo početkom ove godine razvili Maraska Pelinkovac smanjene gorčine. Ovo je iskorak koji ima za cilj ostvariti ozbiljne prodajne rezultate u kontinentalnom dijelu RH te u izvozu.

MARASKA

TVOJ NOVI NAJDRAŽI PELINKOVAC



KOMERCIJALNE AKTIVNOSTI BOREAS

HEINEKEN ZERO SPONZOR UTRKA

U Sarajevu je 30.09. održana četvrta po redu B2B Run utrka koju smo podržali kroz sponzorsvo s Heineken 0.0% pivom. I ne samo što smo sponzorirali nego je Stanić Grupa bila i pobjednik trke u kategoriji velikih kompanija! Pored ove radili smo i niz utrka u suradnji sa NGO Marathon organizacijom.



JUICY "NOVO NORMALNO" SFF PROMOCIJE!

Ljeto i +30 stupnjeva svi volimo kada smo na moru. Ali tko još voli raditi ili još gore, vraćati se sa posla po najvećoj vrućini? Juicy je tu da ti pruži najbolje osvježenje. Prošetaj gradom i sresti ćeš Juicy ekipu koja ti nudi ohlađeno Juicy osvježenje. Otvori i uživaj u više voća i manje šećera.



ZAJEČARSKO KOLO SREĆE - ZAVRTI I OSVOJI!

Za ljubitelje Zaječarsko piva smo i kroz 2021. godinu organizirali promocije Zavrti kolo sreće i pokupi jednu od super nagrada. Jednostavna mehanika, super nagrade i odlično pivo obilježili su kraj ljeta u HoReCa kanalu.



HEINEKEN SUMMER LOUNGE I SFF

U sklopu Sarajevo film festivala imali smo čast da s Heineken brandom nastupimo kao generalni sponzor centralnog događaja na platou Skenderije. Važno je napomenuti da je pored Heinekena učešće u sponzorstvu samog HSL-a je imao i naš brend Diageo.

LAŠKO PIKADO!

Ako voliš dobro pivo i takmičenje s prijateljima, Laško pikado je onda prava promocija za tebe. Dođi, pobijedi prijatelja i kući ponesi neku od nagrada koje smo ti pripremili. Laško pikado promocije su rađene u HoReCa kanalu kroz veći dio jeseni. Zanimljiva mehanika je okupila dosta prijatelja koji su se natjecali jedni protiv drugih, ali na kraju zajedno uživali u vrhunskom okusu Laško piva.



SPONZORSTVO MAHMUTA ORHANA

U sklopu festivala Desant na Jajce na lokaciji Plivskog vodopada sudjelovali smo kao sponzor s našim brandovima Heineken, Diageo i Maraska. Prvu noć festivala obilježio je nastup globalne zvijezde Mahmuta Orhana.



TANQUERAY SPONZOR HOUSE OF GUCCI

Visoka moda, odlična gluma i savršena kostimografija predstaviti će intrige najpoznatije modne kuće – House of Gucci.

Tanqueray je jedan od sponzora ovog filma, a u kinu Cineplex odražana je premijera koju smo ispratili promocijom. Gledatelji su mogli uživati u zabavi nakon filma uz Tanqueray i zanimljive nagrade.



NOVI PROIZVODI

BAILEYS APPLE PIE

Novi okus Baileys je na tržištu. Probajte Baileys Apple pie!



HEINEKEN 0.0% CAN

Heineken 0.0% CAN je sada u novom 0.33l pakiranju.

HEINEKEN SPONZOR JAMESA BONDA

U kinu Cineplex Sarajevo održana je premijera filma James Bond No Time To Die na kojem smo učestvovali kako globalni sponzor filma sa našim brendom Heineken.

HEINEKEN UCL

U sklopu globalne komunikacije Heineken UEFA Champions League održan je niz promocija i u Bosni i Hercegovini. Gosti objekata imali su priliku da uz atraktivan nogomet osvoje i nagrade koje je Heineken pripremio za njih.



MOJA KORPA

Naruči omiljeno piće iz udobnosti svog doma i mi ćemo ti dostaviti direktno na adresu. Kroz 2021. godinu su naši kupci imali priliku da uz narudžbu osvoje brojne vrijedne nagrade.

Moja Korpa ima i Instagram profil sa više od 1.000 pratitelja. Za naše vjerne pratitelje svaki mjesec smo obezbjedili razne nagrade.

DIAGEO IG/FB PROFILI

U 2021. godini su otvorena 4 Instagram i 4 Facebook profila za brandove. Smirnoff, Johnnie Walker, Tanqueray, Gordons.

KOMERCIJALNE AKTIVNOSTI STANIĆ MEDIA

Stanić Media d.o.o., iako najmlađa članica Stanić grupacije realiziranjem projekata i postavljenih ciljeva zauzima značajnu poziciju na tržištu medija - prvenstveno u produkcijskom segmentu.



U 2021. godini, unatoč posljedicama koje je ostavila Covid pandemija, Stanić Media je s velikim izazovima finalizirala projekt koji je ujedinio produkciju i osobno emitiranje, pored media buyinga.

Kupnjom RTV KISS d.o.o Mostar, zaokružen je prvobitni cilj u širenju pokrivenosti KISS FM radija.

Ovim KISS FM proširuje svoju zonu servisa na regiju Kanton Zeničko-dobojskog kantona čime dobivamo 100.500 novih slušatelja i zaokružujemo zonu od 1.350.000 slušatelja na nivou BiH (Kanton Sarajevo, Srednjobosanski kanton, Hercegovačko-neretvanski kanton, Zapadnohercegovački kanton).

Da je KISS FM zauzeo status i postao prepoznatljiv brand govori činjenica da smo zadržali vodeću poziciju po slušanosti u Top 10 svih radio postaja u BiH. Tome u prilog govore i ovogodišnja pokroviteljstva koja su nam povjerili organizatori koncerata (Amira Medunjanin, Mariza, Rade Šerbedžija, Zvonko Bogdan, Stefan Milenković, Doris Dragović) i festivala (Exit, Fresh Wave, 3 Fok, Wine Fest, Sloow Food Fest, Moto Kreševo, Balkan Music Jahorina).

Iako teška godina u svim segmentima poslovanja, Kiss FM radio uspio je zadržati i dodatno proširiti suradnju sa svim prepoznatljivim brandovima kojim je radio marketinšku strategiju. Cilj u narednom periodu je ojačati poziciju na tržištu, zadržati povjerenje klijenata i slušatelja.

Sve je moguće uz dobar i entuzijastičan tim. Kiss FM, definitivno se može ponositi jednim takvim. Uz Emira Cocalića, Danila Markovića-Danija, Lamiju Terzimehić, Andreja Petrovića, Anelu Muminović, Žanu Kezunović i Sanelu Gavran – KISS FM će i dalje nizati samo dobre rezultate i svirati za „tvoj dobar osjećaj“!

Zahvala cijelom timu na ustrajanosti i lojalnosti.

KOMERCIJALNE AKTIVNOSTI STANIĆ TRADE NAJZNAČAJNIJE KAMPANJE U 2021.



LG

SONY

TOSHIBA

TECHNO
NA KORAK DO TEHNIKE

EURO 2020

Kompanija Stanić Trade pratila je najznačajniji događaj godine sa velikom kampanjom koja se odvijala u dvije etape. Prvi dio kampanje pod nazivom "Spremni za EURO?" sa ključnim partnerima LG, Sony, Toshiba i Hisense, praćen TV kampanjom na pet najgledanijih TV kuća u Bosni i Hercegovini, te digitalnom kampanjom od maja mjeseca. Drugi dio kampanje LG OLED TV i digitalnom kampanjom u toku samog EURO 2020 godine, a koja je trajala do samog finala natjecanja. Za partnere i kupce u svim kanalima: distribucija, retail i web, obezbijeđene su promo cijene, pokloni uz određene modele televizora.

BLACK FRIDAY

Iz godine u godinu postaje jedna od najznačajnijih kampanja sa najvećim popustima, te već sada možemo potvrditi da je Techno Shop postao prepoznatljiv kao mjesto kupovine tehnika tijekom mjeseca studenog i da se tražio uređaj više. Kampanja je trajala cijeli studeni, dok su kupci finalni val sniženja nestrpljivo čekali do četvrte sedmice mjeseca. Kampanja je podrazumijevala: TV oglašavanje, OOH, te digitalnu kampanju u 4 intervala podijeljenu po ključnim brendovima LG, Hisense, Philips, Whirlpool i Gorenje.

NOVOSTI STANIĆ TRADE

HISENSE EKSKLUZIVA

STANIĆ TRADE POTPISAO EKSLUZIVNI UGOVOR ZA DISTRIBUCIJU HISENSE TELEVIZORA ZA BOSNU I HERCEGOVINU



Nakon uspješnog lansiranja i početka prodaje Hisense brand-a na tržištima Srbije i Sjeverne Makedonije, globalni i četvrti brend TV-a u svijetu i vodeći brand u Kini, Hisense, u travnju 2021. godine sa kompanijom Stanić Trade započinje distribuciju Hisense televizora u Bosni i Hercegovini.

Hisense brand je tržištu postao prepoznatljiv kroz ovogodišnje sponzorstvo EURO2020, kao i partnerstvo sa fudbalskim klubom Paris Saint-Germain-om, a već je potpisan sponzorski ugovor za Svjetsko prvenstvo u nogometu – Qatar 2022, što zaista govori da se radi o brandu koji ima ozbiljne ambicije da postane najpouzdaniji TV brand u svijetu, koji svojim korisnicima donosi inovativne tehnologije i time unapređuje kvalitet njihovog života.

5 GODINA GARANCIJE

DETALJI ČINE RAZLIKU

novo u ponudi

Više informacija potražite u Techno Shopu ili kod ovlaštenih distributera

STANIĆ



LG REWARD TRIP – ICELAND 2021

Kompanija LG Electronics svake godine organizira „LG Reward Trip“ za TOP 30 partnera u cijelom svijetu za prodaju LG klima uređaja. Zahvaljujući odličnim rezultatima u prodaji, ekskluzivni distributer LG-a za Bosnu i Hercegovinu, kompanija Stanić Trade je bila jedan od ovogodišnjih učesnika Reward Trip-a koji je organiziran na Islandu sredinom novembra. „Iako već drugi put prisustvujemo ovakvom tipu eventa, učešće na ICELAND 2021 Reward trip-u je veliko priznanje nama kao kompaniji s obzirom da radimo na iznimno malom tržištu.“ izjavio je Damir Kalmar, direktor kompanije Stanić Trade.

OSTALE NOVOSTI

U toku mjeseca studenog Stanić Trade je uveo novi sistem slanja newslettera, kao i Viber marketing putem Infobip platforme. Ažurirana je baza sa 20.900 aktivnih newsletter i 14.100 SMS i Viber korisnika.

Potpisan je Ugovor sa kompanijom ID's Consulting iz Sarajeva, za izradu novog webshop rješenja čije je lansiranje planirano za početak drugog kvartala 2022. godine, uz integraciju CRM i Loyalty Sistema, a sve u cilju personalizacije i bolje post-prodajne podrške kupcima.



OSTALE NOVOSTI

BORVEL

2013. godine s radom je započela tada najmlađa članica Stanić grupacije tvrtka BorVel doo, veleprodaja alkoholnih i bezalkoholnih pića. U proteklom periodu tvrtka je zabilježila značajan rast i razvoj tako da trenutno u svom portofoliju ima kompletan asortiman za HoReCa i Retail kanale. Poslovanje BorVel-a se odvija kroz 3 poslovne jedinice, Kreševo, Sarajevo i Zenica, koje vodi tim od 17 djelatnika.

“

Iako smo mala tvrtka, jako smo ponosni na ostvarene rezultate u teškom periodu koji je iza nas. Svjesni da je naša snaga upravo u našim djelatnicima i u narednom periodu ćemo vrijedno raditi kako bismo ostvarili poslovne ciljeve te ojačali tvrtku novim kadrovima. Kako bismo osigurali kontinuitet poslovnoj rasti i razvoja imamo jasnu viziju poslovanja te svakim danom nastojimo raditi na stvaranju prijatnog i poticajnog radnog okruženja.

”

Ističe direktor BorVel-a, g. Ivčević Josip.

ZAKLADA JEDNI ZA DRUGE

zaklada **JEDNI ZA DRUGE**

U proteklom periodu rad Zaklade „Jedni za druge“ je bio usmjeren na pružanje financijske podrške djelatnicima Stanić grupacije koji su se našli u situaciji da moraju plaćati troškove vlastitog ili liječenja članova svoje uže obitelji te pomoći djelatnicima koji su uslijed prirodnih nepogodna pretrpjeli materijalne štete. U 2021. godini Zaklada je isplatila pomoć u iznosu od 7,300 KM.

U okviru sredstava kojima raspolaže Zaklada i u narednom periodu nastavlja ostvarivati svoj primarni cilj što je pomoć djelatnicima Stanić grupacije, a početkom 2022. godine biti će raspisan poziv za dodjelu stipendija za akademsku 2022/2023 godinu.

O radu i djelovanju Zaklade „Jedni za druge“, te potrebne informacije možete potražiti na našoj web stranici www.jednizadruga.com, putem koje se također mogu uputiti i zahtjevi za pomoći.

Upravni odbor Zaklade „Jedni za druge“

B2B RUN

NAJBRŽA SMO VELIKA KOMPANIJA U BIH



Posljednji četvrtak u rujnu za nas nije bio sasvim običan dan. Ispred 100 tvrtki i 1.100 trkača na jednom od najvećih poslovno-sportskih događaja u BiH, poslovnoj utrci B2B RUN pokazali smo kako nam staza od 5km ne predstavlja veliku prepreku.

Stanić grupacija je i ove godine okupila rame uz rame svoje trkače te spremno pokazala kako se brane boje naših kompanija. Grupaciju je s ponosom je predstavljalo 28 zaposlenika iz 6 kompanija u BiH, koji su ujedinjeni u tim postigli najbolje rezultate te osvojili prvo mjesto u konkurenciji velikih kompanija.

Sretni smo i ponosni da naši zaposlenici i na ovaj način grade i jačaju međusobne odnose, promovišu zdrave životne stilove, jačaju korporativnu kulturu i zadovoljstvo te svakako jačaju i ime Stanić grupacije izvan našeg obima poslovanja.

I zato čestitamo svim našim trkačima na svakom pređenom metru i kilometru sa imenom Grupacije na leđima, a posebne čestitke upućujemo najbržim trkačima:

- | | |
|-----------------------|-------------------|
| 1. MJESTO | |
| Davor Topić | (00.17.25) |
| 2. MJESTO | |
| Josip Topić | (00.19.16) |
| 3. MJESTO | |
| Sanjin Babović | (00.19.32) |

DRUŠTVENO ODGOVORNE AKTIVNOSTI

U skladu sa svojim korporativnim vrijednostima, Stanić grupacija kontinuirano pomaže zajednici kroz društveno odgovorne akcije. Naša dobrobit usko je vezana uz dobrobit naše zajednice te je naša odgovornost vraćanje dijela zajednici. Svjesni da su društveno odgovorne aktivnosti sastavni dio suvremenog koncepta djelovanja tvrtke članice Grupacije sudjelovale su u različitim projektima društveno odgovornog poslovanja.



STANIĆ BEVERAGES ZG

- Uz globalnu pandemiju uvjetovanu COVIDOM 19, ove godine stanovnike Banije pogodio je i razoran potres, koji je mnoge pojedince i obitelji ostavio bez krova nad glavom
- Tijekom cijele godine bili smo aktivno uključeni u pružanje pomoći najpotrebitijima te smo robu u iznosu od 144.556 Kn donirali pučkoj kuhinji Sv. Duh, socijalnom dućanu (Gradsko društvo Crveni Križ), vatrogasnoj postrojbi Grada Petrinje, Gradskom uredu za zdravstvo Grada Zagreba te općoj bolnici Pula.

STANIĆ TRADE

- servis centru za porodice djece/ osoba s poteškoćama u razvoju
- DAJTE NAM ŠANSU doniran Philips usisivač
- donacija Philips malih kućanskih aparata za stambenu jedinicu za 10 osoba u programu koji unapređuje položaj i kvalitet života osoba s invaliditetom.

KISS FM

- Medijska podrška pri organizaciji obilježavanja Svjetskog dana reanimacije u organizaciji Udruženja hitnih medicinskih tehničara u FBiH i Zavoda za hitnu medicinsku pomoć Kantona Sarajevo.
- Produkcija jinglea za SOS Dječije selo Mojmiro.
- „Vakcine djeluju“ kampanju provodi Zavod za javno zdravstvo FBiH.
- Sportska škola „Sparta“ – škola za razvoj djece i razvijanje sportskih vještina

BOREAS

- Donacije dječijim takmičenjima
- Donacije vrtićima Iska i Pčelica
- podržali smo i plesno takmičenje održano u Areni – Zenica



SPASI ŽIVOT
DARUJ KRV

BUDI TU ZA NEKOG DRUGOG! DARUJ KRV! SPASI ŽIVOT!

Nastavljajući dugogodišnju tradiciju djelovanja kroz društveno odgovorne aktivnosti i u 2021. godini smo u suradnji sa Zavodom za transfuzijsku medicinu Federacije BiH organizirali akciju dobrovoljnog darivanja krvi zaposlenika.

Kako dobrovoljno davanje krvi ima za cilj spašavanje ljudskih života te se zasniva na principima dobrovoljnosti, anonimnosti, neplaćenosti i solidarnosti, sa velikim zadovoljstvom smo organizator događaja.

Svjesni činjenice da je krv lijek koji nije moguće proizvesti te da je čovjek jedini izvor tog lijeka, akciji darivanja krvi odazvao se veći broj zaposlenika, na što smo izuzetno ponosni.

UNAPREĐENJA

A obzirom na velike razvojne ambicije Grupacije, čast nam je i zadovoljstvo prezentirati promaknuća i promjene u organizacijskim strukturama članica.



STANIĆ BEVERAGES HR

- | | |
|---------------------|--|
| • Zoran Mabić | - Predsjednik Uprave Stanić Beverages |
| • Sandra Drača | - Član Uprave/Marketing/HR |
| • Dino Martinović | - Direktor marketinga |
| • Nina Stanić | - Marketing menadžer BAP |
| • Tomislav Stepinac | - Direktor proizvodnje |
| • Normela Žaja | - Rukovoditelj sustava kvalitete, zaštite na radu, zaštite okoliša |
| • Jelena Jerković | - Voditelj terenske prodaje |
| • Anja Čulina | - Voditelj računovodstva |
| • Nikolina Ivić | - Viši asistent u računovodstvu |
| • Andrea Helbet | - Senior financijski analitičar |
| • Mia Dedić | - Voditelj u nabavi |

Krajem godine Stanić Beveragesu pridružili su se Marjo Jukić na poziciji Direktor prodaje te Robert Vučur na poziciji Pomoćnik direktora HoReCa

STANIĆ BEVERAGES BIH

- | | |
|---------------------|--------------------------------------|
| • Boris Marijanović | - Direktor lanca opskrbe |
| • Ognjen Bubnjević | - Regionalni menadžer za BiH i CEFTA |

STANIĆ TRADE

- | | |
|-----------------|----------------------------|
| • Sanel Bosnić | - Potpredsjednik Uprave |
| • Dženan Gojak | - Menadžer za kanal Retail |
| • Semir Rožajac | - Menadžer ključnih kupaca |
| • Neira Delić | |
| • Hamzabegović | - Poslovni asistent |

BOREAS

- | | |
|------------------------|--|
| • Igor Martinović | - Potpredsjednik Uprave |
| • Dragan Stojadinović | - Direktor prodaje divizija Tobacco |
| • Denis Trivaković | - Direktor prodaje divizija Piće |
| • Ivana Radišić Hadžić | - Nacionalni voditelj branda |
| • Matiša Zovko | - Direktor skladištenja i dostave robe |
| • Almir Majstorović | - Nacionalni voditelj branda |
| • Igor Lubura | - Voditelj odjela analitika & BI |
| • Sedin Bašić | - Nacionalni voditelj branda |
| • Zdenko Čabrić | - Voditelj planiranja i nabave robe |
| • Irnes Čizmić | - Voditelj skladišta |
| • Slaviša Gajić | - Voditelj skladišta |
| • Jasmina Sefo Goro | - Marketing analitičar |
| • Damir Hadžić | - Marketing specijalista za kanal prodaje |
| • Alen Čustović | - Marketing specijalista za kanal prodaje |
| • Tea Kalmar | - Analitičar |
| • Oliver Marić | - Supervizor prodaje za kanal HoReCa |
| • Katarina Smajović | - Suradnik za administrativne poslove |
| • Amina Hajrić | - IQOS prodajni savjetnik za Retail |
| • Tanja Grgić | - IQOS prodajni savjetnik za Retail |
| • Ilijana Knežević | - Suradnik za administrativne poslove-recepcija |
| • Ivona Šakić | - Referent za ambalažu |
| • Inga Ivičević | - Referent za uvoz i izvoz |
| • Nela Filipović | - Poslovni asistent izvršnog Direktora - nabava i osiguranje |

TKO ČASTI

Kako se smatramo jednom velikom obitelji, uz poslovne uspjehe volimo proslaviti i lijepe trenutke u privatnim životima naših kolega.



STANIĆ BEVERAGES HR

- Nikolina Ivić- suprug Miško
- Luka Maćešić - supruga Romina

BOREAS

- Marinko Šarić - supruga Jelena
- Vanja Stanivuković - supruga Slađana
- Nives Lasić - suprug Marin
- Valentin Pandža- supruga Marija
- Marko Čalija - supruga Dragana
- Elma Puzić- suprug Fazlija
- Aladin Ramić- supruga Sabina
- Azur Muratović- supruga Ivona
- Dragan Šandara - supruga Miroslava
- Robert Mijić- supruga Gorana
- Amina Rekić- suprug Eldar
- Igor Lubura- supruga Jovana
- Lorena Ivanić- suprug Leon



STANIĆ BEVERAGES BIH

- Emina Porobić- sin Tarik
- Marija Barešić- sin Ivan
- Boris Marijanović - kćerka Iva
- Josip Gojsilović - kćerka Monika
- Goran Ban - sin Luka
- Valentina i Dalibor Stjepanović - sinovi Leo i Luka

STANIĆ TRADE

- Neno Lukić - kćerka Elena

BOREAS

- Mario Kukolj- kćerka Lara
- Nemanja Grahovac - kćerka Teodora
- Toni Ivanković- kćerka Sara
- Anel Đulić- kćerka Dalila
- Adnan Kartal- sin Davud
- Dragan Šandara - kćerka Sofija
- Andrea Stanić - sinovi Karlo i Patrik
- Marko Batarilo- kćerka Sara
- Robert Mijić- kćerka Iva
- Vedran Stanić - sin Noa
- Jasmina Hodžić - sin Deni
- Lorena Ivanić- sin Lucas
- Sumeja Brajlović - kćerka Amani i sin Rejjan
- Mišo Mačkić- kćerka Milica
- Nikola Čuk - kćerka Una
- Aleksandar Serdar - sin Vuk
- Slađan Nišić- kćerka Dunja
- Amel Vladavić - sin Said



Osvijetlite svoj svijet.
Samoosvjetljujući 'SELF-LIT'
pikseli su evoluirali



Svjetski broj 1 OLED TV brend
8 godina zaredom

powered by **ThinQ AI**



www.stanic.com