



2024

2

E

T

E

D

B



HVALA VAM ZA 2024.



UVODNIK

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

Kakva godina !!

Već dvadesetak godina kreiramo ovaj bilten kako bismo vam prezentirali sve ono važno što se desilo tijekom godine i kojim smjerom idemo, ali nikada do sada nismo imali tako veliki izazov da „uguramo“ sve što se kvalificira unutar planiranog formata.

Nismo u tome uspjeli pa smo povećali broj stranica na 40!

A zbog čega je tako, možete vidjeti u sadržaju koji je pred vama, a iz kojeg izdvajamo tradicionalni intervju sa g. Stanićem, brojne novosti o akvizicijama, proširenjima i eventima, od predivnih Gajica do magičnog Burj-al-Araba, ali i pogled u vlastito dvorište – prije svega razvoj organizacije i nove prakse.

I kad zaklopite zadnju stranicu i biltena i kalendara, sidite sa ringšpila i zastanite malo na kraju godine, zaslužili ste.

Raspustite velikodušno izdahom sve strgnute stranice zidnog kalendara, dospjele račune vode i vodnih naknada, isteke registracija i polica osiguranja, ateste dimnjaka i bojlera, razvrgnuta oročenja, izmjerene korake i kalorije, sakupljene bodove za nagradne igre i promjene getriba, proteza i teleoperatera, sve izlaske na izbore, pozivnice za vjenčanja i godišnjice mature, jer – život je kao finska serija bez titlova.

I ide nova sezona.

Sretno vam sve što slavite.

Uredništvo



Dragi zaposlenici Stanić Grupe, poštovani poslovni partneri,

U vremenima u kojima nam se čini da se stranice kalendara okreću sve brže, veliko je zadovoljstvo ipak imati priliku zastati, osvrnuti se na protekla zbivanja i najaviti nove ciljeve. I to ne bilo kako, nego sa dubokim osjećajem ispunjenosti i zahvalnosti. Dok smo lani slavili 40 godina obiteljskog biznisa i velikim feštama označili jedan respektabilni jubilej, ove godine smo, snažnije nego ikada prije, udarili temelje za idućih 40 pa i puno više od toga. Godinu su obilježile velike akvizicije, proširenja, modernizacije te otvaranje novih tržišta na kojima smo se pojavili bez kompleksa, znajući da imamo što ponuditi svijetu!

Puno toga ćete pročitati u mom intervjuu kojeg su vam urednici pripremili, ali ja bih posebno izdvojio ključne događaje – modernizaciju i proširenje kapaciteta tvornice Juicy, čime smo već sada utrostručili proizvodnju u naše tri tvornice, zatim akviziciju Bihačke pivovare, koja nam otvara dodatne opcije za proizvodnju i postavlja nas kao apsolutne lidere pivskog tržišta u BiH, na kojem se već 30 godina natječemo kao ponosni distributer Heinekena i svih njegovih brandova.

Na kraju godine otvorili smo i novi Techno Shop i time pokazali kako zadržavamo primjeren fokus na sve naše djelatnosti te postavili Maraschino „na vrh svijeta“ – u Burj-al-Arab u Dubaiju.

I sve to u samo jednoj godini!

Ali ništa od toga ne bi bilo moguće bez LJUDI. I zbog toga sam izuzetno zahvalan – na svojoj djeci koja su se u potpunosti i vrlo ozbiljno i predano uključila u biznis, na managementu koji je donosio ispravne i pravovremene odluke te iznio dobar dio spomenutih proširenja poslovanja te na kraju, ali nikako manje važno – zahvalan sam na svakom vrijednom i lojalnom zaposleniku Grupacije koji predanim radom doprinosi našem napretku u svakom smislu.

Stoga, dragi zaposlenici Stanić Grupacije, hvala vam! Želim vam od srca da proslavite blagdane i praznike koji slijede zajedno sa svojim obiteljima, prijateljima, susjedima..u miru, ljubavi i zadovoljstvu, umireni spoznajom da u našoj organizaciji imate ne samo poslodavca već i životnu podršku!

Vaš Svjetlan Stanić



Donosimo vam dio Intervjua kojeg je g.Stanić dao medijima povodom širenja grupacije u 2024. godini.

1. Možete li se osvrnuti na proces akvizicije Bihačke pivovare? Kako je došlo do takve odluke?

Nakon dugog niza godina u segmentu distribucije pića, gdje smo se dokazali i tržištu i našim renomiranim principalima – prije svega Heinekenu i Diageu, a osnaženi uvjerenjem u vlastita znanja i sposobnosti, odlučili smo pokrenuti vlastitu proizvodnju i od tada sustavno gradimo jednu lijepu proizvodno-poslovnu priču. Strateški razvoj u segment proizvodnje započeo je kupovinom Juicy brandova, nastavljen akvizicijom Maraske te recentno Heinekenovih bezalkoholnih brandova Sola i Zala.

Bihačka pivovara sa svojim proizvodnim kapacitetima i asortimanom idealno se uklapa u našu poslovnu viziju temeljenu na tržišnoj poziciji i renomeu vlastitih brandova Grupacije te već spomenutoj suradnji sa Heinekenom, čiji smo ekskluzivni distributer za BiH gotovo trideset godina i u čemu vidimo potencijal za proširenje zajedničke suradnje na tržištima regije i izvan same distribucije.

2. Što takav potez znači za ojačavanje brenda Stanić grupe, ali i za proizvodnu djelatnost te kakav je asortiman pića u pitanju?

Svakako nam je jedan od ciljeva zaokružiti našu ponudu prema tržištu pića, kako kroz vlastite tako i komplementarne distributivne brandove te nas snagom takvog asortimana, ali i visokom kvalitetom ukupne usluge prema tržištu, potvrditi kao nezaobilaznog partnera.

Bihačka pivovara će u tome imati značajnu ulogu sa svojim trenutnim asortimanom bezalkoholnih pića, odnosno negazirane vode i sokova, te pivskim, jer dobijamo renomirani domaći brand koji će upotpuniti našu ponudu prema tržištu.

3. S obzirom na činjenicu da je Stanić grupa jedan od najsnažnijih regionalnih proizvođača negaziranih pića koja se može pohvaliti modernim proizvodnim pogonima, koliko će ovaj proces pozitivno utjecati na proizvodne kapacitete Bihaćke pivovare?

Stanić grupa vlasnik je dviju tvornica u Hrvatskoj i jedne u Bosni i Hercegovini te već u ovom trenutku proizvodi preko 100 milijuna litara godišnje. Važno je napomenuti da smo na proljeće svečano otvorili našu obnovljenu tvornicu u Jastrebarskom (Hrvatska), gdje smo u modernizaciju i povećanje kapaciteta investirali 12,8 Milijuna EUR, s posebnim naglaskom na održivo, kružno gospodarstvo.

Bihaćka pivovara će povećati proizvodne kapacitete Grupacije za dodatnih 50 milijuna litara i pet novih proizvodnih linija za razne formate staklene ambalaže, PET, limenke i bačve i ne sumnjamo da će ti kapaciteti, imajući u vidu naše ambiciozne planove, sigurno doći do punog izražaja u okviru Stanić grupe.

4. Koliki značaj danas ima Stanić grupa kada govorimo o radnim mjestima u BiH i Hrvatskoj, ali i ukupnim gospodarskim kretanjima?

U ovom trenutku, Stanić grupa zapošljava više od tisuću radnika u BiH i Hrvatskoj i samo taj podatak govori o našem utjecaju na ekonomiju, posebno jer je veliki dio Grupacije orijentiran na proizvodnju i aktivaciju lokalnih resursa.

Često smo pozivani i rado viđeni u svim prigodama i dešavanjima koja se bave unaprijeđenjem gospodarske klime, trudimo se biti aktivan sudionik i sugovornik u svim procesima koji su usmjereni na poboljšanje uvjeta rada i poduzetnicima i zaposlenicima jer tu mora postojati zdravi balans.

5. Stanić grupa je prepoznatljiva i u kontekstu primjene suvremenih tehnoloških rješenja, ali i kroz iznimno pozitivan odnos prema radnicima. Koliko su ovi elementi važan segment koji jamči poziciju koju Stanić grupa danas ima?

Primjena naprednih tehnoloških rješenja osigurava najviše standarde sigurnosti i kvalitete proizvoda bez uporabe konzervansa, produljuje rok trajanja i održava cjelovitost naših pića. To, u kombinaciji s upotrebom obnovljivih materijala u našoj ambalaži, naglašava našu predanost zdravlju, sigurnosti i održivosti okoliša, a u isto vrijeme jačaju image našeg branda, povećavaju povjerenje i zadovoljstvo potrošača i pozicioniraju nas kao naprednog, ekološki odgovornog lidera u industriji pića.

Spomenuo sam izazove koje imamo s radnom snagom, ali uz naš renome i uvjete koje nudimo, uspješno se s time nosimo. Uveli smo i direktne sastanke Uprava pojedinih firmi sa zaposlenicima, gajimo otvorenu i transparentnu komunikaciju jer se time gradi povjerenje te reagiramo na sugestije naših zaposlenika po svim pitanjima.

Činjenica je da imamo, kroz akvizicije, dosta novih zaposlenika i ponekad je izazov ujednačiti standarde i prakse, ali u Grupaciji radi i veliki broj ljudi koji su tu već trideset i više godina i koji su, zajedno sa mnom, gradili ovu priču i na čemu sam im neizmerno zahvalan i što me čini jako ponosnim kao vlasnika. Vjerojatno nešto dobro radimo ☺ Da sumiram odgovor na vaše pitanje, investicija u "zelenu" tehnologiju i zaposlenike, kvalitetna ponuda prema potrošačima i pouzdan servis prema tržištu, sve to ugrađujemo u reputaciju Stanić grupe i svakodnevno preispitujemo kako biti bolji.

6. Kakvi su planovi kada govorimo o bliskoj budućnosti

Obzirom na značajne akvizicije u zadnje dvije godine, prioritet nam je sve do kraja posložiti i implementirati model poslovanja Stanić grupe u sve firme članice, a u cilju postizanja maksimalnih sinergija i poboljšanja svih poslovnih aktivnosti. Situacija je vrlo izazovna, posebno za proizvođače, iz razloga povećanja cijena svih ulaznih stavki, nedostatka nekih ključnih sirovina na svjetskom tržištu te isto tako nedostatka kvalitetne radne snage bez koje nije moguće iznijeti sve naše planirane volumene.

Iako u ovom trenutku nemamo u planu konkretnu novu akviziciju jer smo zaokružili priču, to ne znači da ne nastavljamo pažljivo promatrati tržište i uvijek smo spremni poduzeti odgovarajuće korake ukoliko se ukaže nova prilika za širenje u core-businessu. Na kraju bih podsjetio da smo, istina, počeli kao zaista mala tvrtka u vrijeme kada je poduzetništvo u našoj regiji bilo gotovo nepoznanica. Vjerujem da je taj poduzetnički duh, znatiželja, strast za onim što radimo i želja da sanjamo i ostvarimo naše snove upravo ono što je i dalje ostalo isto. Upravo su to vrijednosti koje danas imaju i moja djeca i zaista me iskreno veseli kada vidim u njihovim očima „žar za poslom“.

Nitko ne zna točnu formulu za uspjeh, no ja smatram da je naša tajna u strateškom razmišljanju, stalnom osluškivanju tržišta, prepoznavanju želja potrošača, kvaliteti proizvoda koje nudimo i vrhunskim ljudima koji su dio Stanić grupe te naša jedna od najsnažnijih karika.



Stanić Beverages uložio 12,8 milijuna eura u nove proizvodne linije, održivu proizvodnju i modernizaciju tvornice u Jastrebarskom

Nove proizvodne linije i cjelokupnu investiciju u Stanić Beverages tvornicu u Jastrebarskom svečano su otvorili predsjednik Vlade RH Andrej Plenković i Svjetlan Stanić, vlasnik i predsjednik Uprave Stanić grupe.

Zahvaljujući novim investicijama kojima je obilježen i 25. rođendan najpopularnijeg brenda hrvatskih sokova Juicy povećan je broj radnih mjesta sa 60 na 100. Jednako tako, proizvodnja bezalkoholnih pića u Stanić Beverages tvornici u Jastrebarskom i Kreševu utrostručit će se s 35 milijuna litara godišnje na gotovo 100 milijuna litara već u ovoj godini.



„Kontinuirano ulažemo u modernizaciju proizvodnje, kvalitetu proizvoda i proizvodnih procesa te održiv način poslovanja u svim svojim kompanijama unutar grupacije. Jednaku dinamiku provodimo i u tvrtki Stanić Beverages koja je ponosni vlasnik brenda Juicy koji ove godine slavi 25 godina uspješnog poslovanja. Zahvaljujući novim proizvodnim kapacitetima moći ćemo jačati našu poziciju na tržištu regije, ali i proširiti izvoznju strategiju koja nam je u fokusu posljednjih desetak godina. Budući da imamo vrhunske proizvode, ne poznajemo granice, jer kvaliteta je ono što će svaki potrošač prepoznati“, zaključio je g. Stanić.

Uz povećanje proizvodnih kapaciteta, ova je investicija usmjerena i na održivu proizvodnju i na odgovorno ponašanje prema prirodi. Nova TetraPak Tetra Stelo proizvodna linija omogućuje i novu ambalažu koja je napravljena od 70 % biljnih materijala. Ujedno je Juicy prvi sok u svijetu koji će imati LightWing30 neodvojivi čep napravljen od 100 % certificirane reciklirane plastike.





PREMINGER
LAGER BEER

SVIJETLO ODLIČNO PIVO
VRHUNSKA KVALITETA

Stanić grupa novi je vlasnik Bihaćke pivovare

čime se nastavlja s realizacijom strateškog širenja u segmentu proizvodnje alkoholnih i bezalkoholnih pića.

„Bihaćka pivovara sa svojim proizvodnim kapacitetima i asortimanom idealno se uklapa u poslovnu viziju Stanić grupe temeljenu na tržišnoj poziciji i etabliranim brandovima Grupacije te našoj gotovo tridesetogodišnjoj suradnji s Heinekenom, čiji smo ekskluzivni distributer za BiH i u čemu vidimo potencijal za proširenje zajedničke suradnje na tržištima regije i izvan same distribucije. Sigurni smo da će know how Stanić grupe kojeg smo stekli surađujući sa svjetski poznatim brendovima te znanje koje posjedujemo zahvaljujući upravljanju najpoznatijim hrvatskim brendom sokova Juicy, kao i brendovima Maraske, osnažiti poziciju proizvoda Bihaćke pivovare na tržištu Bosne i Hercegovine, ali i cijele regije. Pri tome mislim i na bezalkoholni asortiman – negaziranu vodu i sokove, kao i na pivski, pri čemu će renomirani domaći brand upotpuniti našu ponudu prema tržištu, izjavio je Svjetlan Stanić, vlasnik i predsjednik Uprave Stanić grupe.“

Proizvodni kapaciteti Grupacije ovom akvizicijom povećati će se za dodatnih 50 milijuna litara i pet novih proizvodnih linija za staklo, PET, limenke i bačve te na taj način dodatno učvrstiti vodeću poziciju Stanić grupe na tržištu, koja već u ovom trenutku proizvodi preko 100 milijuna litara godišnje.



Završen projekt širenja zone pokrivenosti

U 2024. godini Stanić Media je finalizirala započeti projekt završetka zone servisa prema raspoloživim frekvencijama u regiji Bosne i Hercegovine. Realizacijom ovog projekta KISS FM radio pokriva dionicu puta od Doboja na sjeveru Bosne, do granice s Hrvatskom na jugu Hercegovačko-neretvanske županije.

Kroz ovu godinu, KISS FM je ostvario izvanredne rezultate zahvaljujući inovativnim pristupima, strateškom planiranju i neprekidnoj posvećenosti kvalitetu programa. Kreirali smo nove programske sadržaje u cilju zadovoljavanja različitih interesa naše ciljane publike.

U Bosni i Hercegovini trenutno je registrirano 148 radio postaja, a da bi se pokrila cijela teritorija države potrebno je do 15 radio postaja. Da je KISS FM zauzeo svoje mjesto među vodećim, pokazuje dugogodišnja suradnja s kompanijama: Juicy, Heineken, DM Drogerie, BH Telecom, Eronet, Raiffeisen Banka, Bingo, Mtel, Asa Banka i mnogi drugi s kojim ćemo zahvaljujući dobro njegovanim odnosima, usluzi koju KISS FM pruža te kreativnosti cijelog tima nastaviti graditi i u budućnosti.

„Posebno smo ponosni na projekt EKORADAR osmišljen u cijelosti od strane Stanić Media d.o.o, koji je realiziran putem programa KISS FM-a, a koji je naš program pored zabavno – informativnog učinio i relevantnim medijem za promoviranje društveno odgovornih aktivnosti usmjerenih na zaštitu okoliša.“

Stanić Media d.o.o, realizirala je i ove godine niz agencijskih usluga te postavila jasne ciljeve za rast i ulaganje u ovom segmentu poslovanja.

Sanela GAVRAN, direktorica



Proširena mreža Techno Shopova

Početkom drugog kvartala, na površini od 426 m² Bišćane smo počastili novom poslovnicom opremljenom svjetskim brendovima, kao što su LG Electronics čiji smo ekskluzivni zastupnik već 30 godina, Philips, Hisense, Sony, Tefal, Rowenta, Gorenje, Electrolux, Whirlpool, Bosch i mnogi drugi. Trgovina se nalazi u najvećem trgovačkom parku na ovim prostorima - Bišće Park.

U Sarajevu smo 22.11. otvorili novi objekat sa potpuno novim konceptom. Na više od 1000 m² kupcima se nudi jedinstveno iskustvo kupovine i inovativni pristup koji do sada nismo imali priliku vidjeti na ovom tržištu. Vrpce na otvorenju novog Techno Shopa svečano su presjekli Kristian Stanić, suvlasnik Stanić Grupe i Lana Pudar, najbolja bh. plivačica. Kupci imaju priliku uživati i u HI TECH zoni te edukativnom KGH (klima, grijanje, hlađenje) centru, gdje kupci mogu saznati sve o najnovijim tehnologijama, kao što su LG visokokvalitetne toplotne pumpe.



"Novi Techno Shop predstavlja naš odraz posvećenosti kvalitetu i inovacijama, te je riječ o potpuno novom konceptu prodajnog prostora koji će kupcima omogućiti ne samo kupovinu, već i uživanje u cjelokupnom iskustvu. Naša nova trgovina je rezultat naših nastojanja da kupcima ponudimo inovativan i moderan prostor u kojem će uživati, ali i biti inspirisani novim tehnologijama", rekao je Damir Kalmar, predsjednik Uprave kompanije Stanić Trade.

Ono što je posebno zanimljivo je da će kupac na jednom mjestu moći dobiti i informacije za kreditiranje kroz programe energetske efikasnosti uz povrat investicija, kao i za različite programe subvencija za ove projekte.

Otvorenje ove trgovine potvrđuje kontinuirani rast Techno Shopa, koji se pozicionira kao lider u prodaji tehnike, te pruža podršku i inovacije tržištu u Bosni i Hercegovini. S novim konceptom, koji uključuje savremeni dizajn prodajnog prostora, interaktivnu zonu i profesionalnu uslugu, nastavljaju biti sinonim za kvalitet i pouzdanost na tržištu tehnike.

TECHNO
SHOP





Maraska u TOP 30 po reputaciji

S ponosom smo u ožujku primili priznanje po kojem je Maraska prepoznata kao jedna od 30 tvrtki s najboljom reputacijom u Hrvatskoj, a na temelju istraživanja provedenog krajem 2023. godine, u kojem je sudjelovalo dvije tisuće ispitanika. Listu 30 najboljih analizirao je, za Forbes Hrvatska, Josip Turković - regionalni direktor za sektor usluga u Valiconu.

Od samih početaka, Maraska je predano radila na stvaranju proizvoda visoke kvalitete koji oduševljavaju naše kupce diljem svijeta. Naša posvećenost tradiciji, ali i spremnost na kontinuirane inovacije te posebno predani rad i stručnost našeg tima, ključni su čimbenici kojima se ističemo na tržištu.

Potaknuti rezultatom, nastavljamo sa istim žarom i entuzijazmom te vjerujemo da će Maraska nastaviti biti sinonim za kvalitetu i pouzdanost.



Nove prakse u ljudskim potencijalima

U godini koja nam je donijela iznimne poslovne i organizacijske iskorake, posebno smo ponosni na dodatno ekipiranje sektora za ljudske potencijale. Potreba za direktnijom i dvosmjernom komunikacijom sa zaposlenicima, uzajamno razumijevanje i učinkovito rješavanje konkretnih problema i pritužbi, prepoznato je od početka kao prioritet te su odmah uvedene i neke nove prakse, od kojih navodimo dvije (za sada) najvažnije.

Nakon uspješno privedene kraju modernizacije tvornice Juicy u Jastrebarskom i njenog svečanog puštanja u rad, održan je i sastanak svih zaposlenika Stanić Beveragesa sa Upravom. Uz čestitke i zahvalu za izuzetan trud za vrijeme rekonstrukcije, predsjednik uprave Ivan Čevra, direktorica ljudskih potencijala Martina Roša i član uprave Boris Marijanović, zaposlenicima su prezentirali novu organizacijsku strukturu, poslovne rezultate i planove te inicijative, a zatim i odgovarali na pitanja koje su zaposlenici imali priliku postaviti i ranije anonimno i na samom sastanku.

Većina koraka dogovorenih tom prilikom realizirani su u vrlo kratkim rokovima, a po isteku sezone uslijedilo je novo druženje, uz proslavu ostvarenih proizvodnih planova. Dodatno, svjesni da je malo tako važnih dana u životima djeteta kao što je prvi dan škole te da se prvi dojmovi i emocije pamte zauvijek, omogućili smo slobodan dan svim zaposlenicima Stanić Grupacije koji su ispraćali svoje prvašice u školu.

Vjerujemo da ćemo nastaviti s ovim praksama te uvesti i dodatne, kako bismo stvorili što ugodnije radno okruženje unutar cijele Grupacije!

Rekordna godina za TOBACCO tim

Godina 2024. ostaje zabilježena kao jedna od najuspješnijih u povijesti našeg poslovanja. Kroz zajednički trud, inovativnost i jasnu viziju, ostvarili smo rezultate koji su nas dodatno pozicionirali kao tržišnog lidera.

Rekordna prodaja

Ove godine smo ostvarili najviše prodajne rezultate za patrone i cigarete u našoj povijesti. Ovaj uspjeh osigurao je daljnji rast našeg tržišnog udjela i dodatno učvrstio našu lidersku poziciju.

Uspješno smo prebacili korisnike s uređaja IQOS 3.0 na novu generaciju - IQOS Iluma, ostvarivši stopu uspješnosti od 95%. Istovremeno smo uspješno prešli sa HEETS na Terea asortiman.

Lansirali smo nove Terea patrone, omogućivši korisnicima bogatiji izbor okusa i još bolje iskustvo.

Rekordan rast korisničke baze

Ova godina donijela nam je najveći broj novih korisnika u povijesti, čime smo dodatno osnažili našu zajednicu i potvrdili svoju opredijeljenost prema budućnosti bez dima. Proširenje poslovanja donijelo je i rast broja zaposlenih, čime smo osnažili naš tim i stvorili nove prilike za profesionalni razvoj i usavršavanje. Naš tim se svakodnevno educira, a u cilju pružanja adekvatne podrške svim trenutnim i onim koji će postati IQOS konzumenti.

Nove IQOS zone i pop-up lokacije

Prošli smo prisutnost na ključnim lokacijama, omogućivši našim korisnicima lakši pristup proizvodima i uslugama.

Zahvaljujući proširenju IQOS Indirect Retail mreže, sada smo prisutni u svakom gradu u Bosni i Hercegovini, pružajući korisnicima maksimalnu dostupnost naših uređaja.



Poseban trenutak

Posebno nas raduje uspjeh našeg kolege Edin Abadžija, istekao se i izvan poslovnih uspjeha, ostvarivši zapažen nastup u popularnom muzičkom takmičenju "Zvijezde Granda", pokazujući da članovi našeg tima posjeduju različite talente i sposobnosti.

Zahvala i planovi za 2025

Naš tim je snaga iza svih postignuća, a povjerenje naših korisnika pokretač je naše vizije. U 2025 ulazimo s jasnim ciljem - nastaviti graditi uspjehe, razvijati inovacije i pružati vrhunsko iskustvo našim korisnicima.

Zajedno stvaramo budućnost bez dima !

IQOS ILUMA
×
STEVE AOKI
10 YEAR EDITION



www.stanic.com



Prvi put na Bar Conventu u Berlinu

Po prvi put Stanić grupa predstavila je Marasku i njen najpoznatiji proizvod Maraschino na Bar Conventu u Berlinu, najvećem sajmu za vlasnike barova, barmene, distributere i proizvođače pića, njih više od 500 iz gotovo 90 zemalja.

Primarni fokus je bio na prezentaciji Maraska Maraschina i koktel višanja, ali posjetitelji i poslovni partneri imali su priliku upoznati se i sa Maraska Šljivovicom, najprodavanijom šljivovicom u SAD-u, te ukupnim izvoznim asortimanom.

Uz Maraska tim, na štandu su bili i Slaven Macura, miksolog hrvatskog podrijetla s adresom u Dubaiju, Tomislav Biluš, šibenski koktel majstor i vlasnik šibenskog Vintage bara te Mate Matić – pobjednik prvog Maraschino Challengea koji je kao nagradu osvojio put na Berlin Bar Convent.

U samo tri dana sajma ostvareno je gotovo 200 kontakata i zaprimljeni brojni upite i kontakti od distributera, vlasnika barova i mixology eksperata iz cijele Europe i svijeta čime su otvorena vrata mnogih tržišta za Maraska "crown jewel" asortiman.

VISIT US AT
**BAR
CONVENT
BERLIN**
14th - 16th October 2024.



GRUPACIJA U SVIJETU



Kako je zadarski Maraschino u samo godinu dana osvoji Dubai

Kvalitetu i jedinstvenost zadarskog Maraschina Europa je spoznala još prije dva stoljeća, a ove je godine doživio ekspanziju prema potpuno novim tržištima i repozicioniranje na svjetskoj barskoj sceni. Maraska je početkom godine dogovorila distribuciju Maraschina na zahtjevno tržište Ujedinjenih Arapskih Emirata s jednim od najvećih distributera jakih alkoholnih pića na tim prostorima, Maritime and Mercantile International-MMI.

Samo godinu dana nakon prve isporuke Maraschino možete popiti u jedinom svjetskom hotelu sa sedam zvjezdica, Burj Al Arabu, a trenutno je dostupan na 68 lokacija u Dubaiju i 10 lokacija u Abu Dabiju. Za to su zaslužni su i brojni Maraschino Master Classovi koji su, u organizaciji naših „ambasadora“ Svjetlane i Slavena Macura, tijekom cijele godine održavani u eminentnim barovima i restoranima u Dubaiju, od koji je jedan održao i svjetski poznati barmen Vitalija Kolpin.

“Ovo smatramo uistinu velikim uspjehom koji je došao kao posljedica napornog rada i vrlo dobro posložene poslovne strategije. Naš imperativ za ovu godinu bio je korak po korak pozicionirati Maraschino na svjetsku mixology scenu i smatram da smo s otvaranjem ovog novog tržišta napravili korak u pravom smjeru. Još nas čeka mnogo posla, ali imamo vrhunski proizvod koji se odlično uklopio u barsku scenu Dubaija, gdje je vrlo brzo prepoznata njegova kvaliteta i unikatnost.” izjavila je Nina Christina Stanić, direktorica marketinga Stanić Grupe.



Velikih 25 godina za Juicy!

Sjećate li se jedne od najpoznatijih rečenica iz reklama prije 15-ak godina, koju su mnogi počeli citirati u raznim životnom situacijama – “A nije bilo od jabuke”? Tada, davne 2008. Juicy je stekao brojne obožavatelje kao sinonim soka koji vam daje okus prirode. Ove godine Juicy slavi svoj 25. rođendan, a obilježava ga jednom novom kampanjom pod nazivom “Juicy brine”, koja je rezultat dugogodišnjeg traženja odgovora na potrebe potrošača, ali i okoliša.

Četvrt stoljeća uspjeha

Priča o Juicy soku počinje 1999. godine, kada je bio jedan od brendova tvrtke Jamnica. Širenje i još veća popularizacija brenda kreće 2013. godine, kada proizvodnju Juicyja preuzima Stanić Grupa. Prije preuzimanja, Juicy je bio prisutan u samo 7 država, a trenutno se nalazi na tržištima čak 22 države, od kojih je pet na Bliskom istoku, jedna u Africi i jedna u Aziji. Posljednje tri godine Juicy sokovi mogu se kupiti u Ujedinjenim Arapskim Emiratima u najluksuznijim restoranima, barovima i klubovima.



Kampanja “Juicy brine”, kao kruna dosadašnjeg uspjeha

Kampanja “Juicy brine” nastala je kao rezultat rada složenog tima tvrtke Stanić Beverages, iz kojeg ovom prilikom izdvajamo direktora proizvodnje, Tomislava Stepinca, direktoricu razvoja, Lidiju Knez i Ivu Petrovu, brand managericu za Juicy. Svaka od ovih važnih ljudskih karika na svoj je način doprinijela stvaranju noviteta na brendu Juicy, a nama su otkrili svoje uloge i kako je došlo do inovativnih rješenja i imena kampanje.

Razvojni tim je zajedno sa mnom odrađivao brojna ispitivanja i izradu svih potrebnih koraka razvoja proizvoda za obje nove linije u tvornici Juicy, a uloga Razvoja nije stala s prvom probnom proizvodnjom svakog novoga proizvoda, već i dalje prati svaki taj proizvod. Zajedno s marketingom pratimo svjetske i lokalne trendove te dajemo potrošačima proizvode koji imaju manje šećera, ili su bez šećera, ambalažu koja se može reciklirati te je privlačna izgledom i funkcionalnošću, i nove okuse koji su po senzorskim svojstvima (boji, okusu, mirisu, izgledu) zanimljivi i u trendu za državu gdje se prodaju. – ispričala nam je Lidija koliki je trud i angažman uložen u novu proizvodnu liniju Juicyja.



Na čelu proizvodnje Stanić Beveragesa uspješno već dugi niz godina stoji direktor Tomislav Stepinac. Ove godine proslavio je 24 godine od dolaska u proizvodnju u Jastrebarsko, a svoj je put započeo kao operater na stroju te je od tada sustavno napredovao. Kao lokalni stanovnik, iz Krašića, pogon u Jastrebarskom, u kojem se proizvode nove linije Juicyja, ima za njega posebno značenje jer daje stabilnost maloj sredini i doprinosi njezinom razvoju.

Za idejno rješenje kampanje “Juicy brine” svakako je najzaslužnija Iva Petrova, brand managerica za Juicy, koja je iz Bugarske doselila u Zagreb i zaposlila se u Juicyju. Ispričala nam je kako je došlo do same ideje o kampanji i zašto naziv “Juicy brine”. U godini u kojoj obilježavamo 25 godina Juicy branda i u kojoj smo upravo pokrenuli nove proizvodne linije, potvrdili smo svoju posvećenost inovacijama i modernizirali pakiranje koje oduševljava svojim funkcionalnostima jer savršeno pristaje svakoj ruci, osigurava točenje do zadnje kapi, a naši potrošači su ga najbolje rangirali na fokus grupama. Uz sve navedeno, novo pakiranje svojim tehničkim specifikacijama potvrđuje i našu posvećenost očuvanju okoliša, tako da je odgovor cjelovit jedino kada kažemo: Juicy brine za sve – i za potrošače i njihov, odnosno naš zajednički okoliš!

Sama krilatica “Juicy brine” nastala posve slučajno: – Jednog sunčanog dana u kolovozu 2023., sjedili smo u uredu s Ninom, našom direktoricom marketinga, gledajući finalne mock-upove novog dizajna Juicyja. Kod redizajna slavnog brenda, pobrinuli smo se zadržati prepoznatljivu zelenu boju koja asocira na prirodnost, istaknuli smo kvalitetu sastojaka na licu gdje komuniciramo ključni brand claim „Najbolje iz voća“. Sve što smo htjeli komunicirati bilo je na pakiranju, ali nešto je nedostajalo... Tada je Nina, s osmijehom na licu, iznijela ideju koja je kasnije postala naša nova komunikacijska platforma – Juicy brine. Ideja se prvo pojavila na pakiranju s jednom ptičicom i inspirirani tom idejom, razvili smo cjelovitu komunikacijsku platformu.

Juicy nagrađuje

Povodom obilježavanja 25. godišnjice Juicy branda Stanić Beverages organizirao je, zajedno s Inom, i nagradnu igru za potrošače. Bio je to rezultat suradnje s Inom, sa zajedničkim ciljem da zahvalimo Juicy potrošačima na lojalnosti te im pružimo priliku za osvajanje vrijednih nagrada i proslave s nama ovaj važan jubilej.

Nagradna igra bila je aktivna na 317 INA benzinskih postaja diljem Hrvatske, čime smo osigurali što širu dostupnost i priliku za sudjelovanje svim našim potrošačima. Glavna nagrada je bila Quad vozilo, a svaki tjedan su podijeljene i AirPods bežične slušalice, JBL prijenosni zvučnici te PlayStation 5 konzole.



We can always do bitter.

PeTe u limenci - hit godine!

Bez svake sumnje, uz sve ovogodišnje brojne inovacije u našem asortimanu, PeTe je zvijezda! Maraska je predstavila potpuno novi hit proizvod, obožavana kombinacija Maraskinog Pelinkovca i tonika od ljeta je dostupna u limenci. Kultno zadarsko piće PeTe (Pelin-Tonik) nakon gotovo dvije godine razvoja, predstavljen je u ready-to-drink formatu – atraktivnoj limenci koja je već prije lansiranja na tržište postala najtraženije piće. Ovo je fantastična vijest za sve ljubitelje Maraskinog gorkog biljnog likera, Pelinkovca, koji u kombinaciji sa osvježavajućim notama tonika i kriškom limuna donosi okus Mediterana u čaši. Za pravo osvježanje i užitak potrebno je samo sve dobro rashladiti. Spravljen po originalnoj zadarskoj recepturi, PeTe dolazi u limenci zanimljivog dizajna u kojoj se spaja tradicija i dašak modernoga.

PeTe u limenci savršen je omjer Maraskinog Pelinkovca i tonika sa 7 % udjela alkohola što ga stavlja u kategoriju pića s niskim udjelom alkohola. Zadranima je već dugi niz godina jasno da ova kombinacija čini savršen par, a sada i ostatak Hrvatske može probati ovaj, s razlogom, popularan mix, koji je obilježio mladost mnogih zadarskih generacija.



PeTe u limenci je predstavljen u pravoj ljetnoj atmosferi, u popularnom zadarskom Picnic mingle&fun baru, uz dobro poznate stihove Vojka V i mnogobrojna poznata lica.

Privlačan izgled savršeno preslikava ono što se krije unutar same limenke. „Ovo je uistinu poseban proizvod za Marasku, ali i za cijelo tržište. PeTe je prava inovacija, ništa slično ne postoji na svijetu, a da je riječ o toliko voljenom i desetljećima prisutnom zadarskom popularnom miks Maraskinog Pelinkovca i tonika, kojeg je sada po prvi puta moguće kupiti u limenci. Razvijali smo ovaj proizvod gotovo dvije godine i s ponosom možemo reći da imamo idealno osvježavajuće piće za ljetna druženja i veselimo se reakcijama potrošača. Čim smo objavili na društvenim mrežama da je PeTe limenka „vani“, svi su se oduševili i to nas uistinu raduje“, istaknuli su u Marketingu.

Došao iz Zadra, dobrodošao svugdje.



KONFERENCIJE

ik d.d.

- ♦ Zvonimir Viduka, direktor, ALTPRO d.o.o.
- ♦ Eva Usmiani Capobianco, članica Upravnog odbora, Jadran-galenski laboratorij d.d.
- ♦ Gordan Kolak, predsjednik Uprave, Končar Elektroindustrija d.d.
- ♦ Svjetlan Stanić, predsjednik Uprave, Stanić Grupa d.o.o.

Moderator: Zdenka Verić, savjetnik, HBOR



Bili smo u gostima...

Rastući renome Stanić Grupe kao organizacije i njenih zaposlenika pojedinačno, rezultirali su povećanim interesom za naša sudjelovanja na raznim strukovnim konferencijama, kao sponzori i kao panelisti i predavači. Iz mnoštva njih, za ovu priliku ćemo izdvojiti sudjelovanje Svjetlana Stanića na 21. HBOR-ovoj međunarodnoj konferenciji o poticanju izvoza, u panelu "Deglobalizacija na djelu: kako fragmentacija međunarodne trgovine utječe na hrvatski izvoz".

Na Konferenciji o internacionalizaciji Zdenka Verić kao panelistica razgovarala je o izazovima s kojima se susreću proizvođači u regiji te koja rješenja primjenjujemo u Stanić Grupi kako bi se osigurao stabilan tijek proizvodnje u svim našim tvornicama.

Martina Roša sudjelovala je kao predavačica na konferenciji "People And Culture Horizons", na kojoj je svoju ekspertizu i iskustvo pretočila u predavanje pod naslovom: Gdje je nestao čovjek? Povratak na "tvorničke postavke".

Iva Petrova prezentirala je na FMCG Retail Summitu, zajedno s partnerima iz Tetra Paka, cijeli proces koji je vodio do odabira i konačne realizacije novog Tetra Stelo kartonskog pakiranja Juicy sokova.



www.stanic.com

WEEKEND.17



Marketing, PR i HR timovi sa naših core tržišta sudjelovali su na Weekend Media Festivalu u Rovinju i pobijedili na pub kvizu Deana Kotige! Podržali smo konferenciju "Evolution and development of nervous system" u organizaciji Sveučilišta u Zadru i Yale Sveučilišta, kao i jedan od vodećih europskih tehnoloških događaja - Infobip Shift.

Dali smo doprinos oznaživanju žena u cjelini, a posebno u biznisu i to kroz sponzorstva Woman.Comm kluba i konferencije 2024.: Snaga komunikacije te izbora za Ženu godine u organizaciji časopisa Zaposlena, koja nagrađuje uspješne žene koje su svojim radom i zalaganjem obilježile godinu.

Družili smo se tijekom cijele godine sa ambicioznim i zanimljivim ženama okupljenih na Women in Adria eventima.

I još mnogo toga...

Hvala svima koji su izdvojili svoje vrijeme i prezentirali vlastitu i grupacijsku ekspertizu na najbolji mogući način!



www.stanic.com

Karlovačko slavi 170 godina

Boreas i Heineken partneri su gotovo 30 godina, a ove godine smo zajedno obilježili veliki jubilej Karlovačkog, legendarnog piva koje od svojih prvih dana slavi trenutke zajedništva.

Druženje sa potrošačima traje već punih 170 godina i ne planira stati - trenuci provedeni zajedno su oni koji se pamte zauvijek.

Povodom ovog jubileja, organizirane su brojne aktivnosti koje su povezale Karlovačko s potrošačima širom regije, a sve pod sloganom: **Zovi turu za još 170!**

Stoga, čestitamo Heinekenu i Karlovačkom na velikom jubileju i radujemo se nastavku dugogodišnjeg uspješnog partnerstva i nazdravljamo svemu što je pred nama - za nova prijateljstva, nezaboravna iskustva i i zajedničke avanture koje nas tek čekaju.

Kad Karlovačko slavi, svi slave!

SPONZORSTVA



Ritmovi ljeta uz Heineken Silver

Ljeto 2024. obilježeno je nezaboravnim muzičkim iskustvima i osvježanjem koje je donio **Heineken Silver**, globalni brend koji je bio neizostavni dio dva najvažnija muzička događaja regije – **Fresh Wave Festivala** u Banjoj Luci i **Garden of Dreams Festivala** u Sarajevu.

Na Fresh Wave Festivalu, koji je transformirao Banju Luku u epicentar elektronske muzike, Heineken Silver je stvorio poseban kutak za posjetitelje. Heineken Silver zone bile su savršeno mjesto za predah uz lagani i moderni okus ovog piva, dok su setovi poznatih DJ-eva dodatno obogatili atmosferu. Kombinacija ritmova i osvježanja učinila je svaki trenutak nezaboravnim, povezujući ljubitelje muzike u opuštenoj, ali energičnoj atmosferi.

Sarajevo je, s druge strane, ugostilo **Garden of Dreams Festival**, događaj koji je kroz cijelu godinu spajao muziku, umjetnost i ljude na raznim atraktivnim lokacijama. Od Rooftop Sessionsa do posljednje noći Sarajevo Film Festivala, Heineken Silver je bio prisutan na svakom koraku, donoseći savršeno osvježanje uz zvuke međunarodnih i lokalnih DJ-eva. Njegov lagani okus idealno se uklopio u vibrantnu atmosferu, dok je muzika služila kao most između kultura i energija.

Oba festivala bila su više od događaja – predstavljali su prostore za kreativnost, zajedništvo i nezaboravna iskustva. Heineken Silver, kao njihov ponosni sponzor, bio je simbol tog jedinstvenog spoja ritma i osvježanja.





S navijačima uz Karlovačko i LG

Zamislite prostor u gradu koji postaje okupljalište svih ljubitelja najvažnije sporedne stvari na svijetu – fudbala. Takvo je bilo Zmajevno gnijezdo.

Tokom cijelog mjeseca, ljubitelji fudbala imali su priliku pratiti utakmice i uživati u omiljenom Karlovačkom pivu. U sklopu Karlovačko kornera, postavljen je i stolni fudbal, koji je posjetiteljima omogućio da pokažu svoje vještine i takmiče se s prijateljima, stvarajući dinamičnu i zabavnu atmosferu.

Ova aktivnost ne samo da je približila ljubav prema fudbalu, već i dodatno povezala zajednicu kroz zajedničke trenutke i uživanje u kvalitetnom pivu.

Podrška navijačkoj fan zoni: Zmajevno gnijezdo

Sarajevo

U ovoj godini bili smo LG I Stanić Trade bili su ponosni partneri najveće navijačke zone u Sarajevu

“Zmajevno gnijezdo”, povodom Europskog prvenstva u nogometu Euro 2024.



SPONZORSTVA



Sarajevo Film Festival uz Don Julio

Don Julio 1942, sinonim za prestiž i vrhunsku kvalitetu, ponosno je zasjao kao sponzor gala večeri povodom otvorenja jubilarnog 30. Sarajevo Film Festivala. Ova premium tekila, prepoznata po svom bogatom, glatkom okusu s notama vanilije, karamela i tropskog voća, očarala je uzvanike i dodatno obogatila sofisticiranu atmosferu večeri.

Ručno destilirana i odležana najmanje dvije i pol godine, Don Julio 1942 pokazala se kao savršen izbor za ovu prigodu, spajajući luksuz i eleganciju s umjetnošću i filmskom magijom. Uzvanici su uživali u vrhunskom iskustvu koje ova tekila pruža, potvrđujući još jednom njezin status pića koje obilježava najprestižnije događaje.

Don Julio 1942 nije samo tekila – to je doživljaj koji savršeno utjelovljuje vrijednosti luksuza i izvrsnosti, baš poput Sarajevo Film Festivala.





Pobjeda Stanić Trade tima na Hisense Cup-u 2024

Povodom Evropskog prvenstva u nogometu i ove godine je održan nogometni turnir Hisense Cup 2024. Učesnici su bile ekipe prodavci ovog prestižnog brenda u Bosni i Hercegovini. Ovaj događaj, koji se sve više profilira kao regionalna tradicija, okupio je strastvene ljubitelje nogometa i stvorio priliku za okupljanje i druženje. Uzimajući u obzir veliku posjećenost i pozitivnu atmosferu, može se reći da je Hisense Cup postao mnogo više od sportskog nadmetanja. Sve ekipe su pokazale izuzetne nogometne vještine, posvećenost i fair-play duh. Kroz osvajanje grupnih faza, uspjeli su se kvalificirati samo najbolji, a u finalu su se susreli timovi koji su tokom cijelog takmičenja briljirali svojim igrama. Publika je bila oduševljena, a sportaši su uživali u svakom trenutku igre. U napetoj završnici, ekipa Stanić Trade je odnijela pobjedu!

Hisense BiH je pobjednike turnira nagradio sa osam Hisense televizora i osam Hisense soundbarova.

SPONZORSTVA

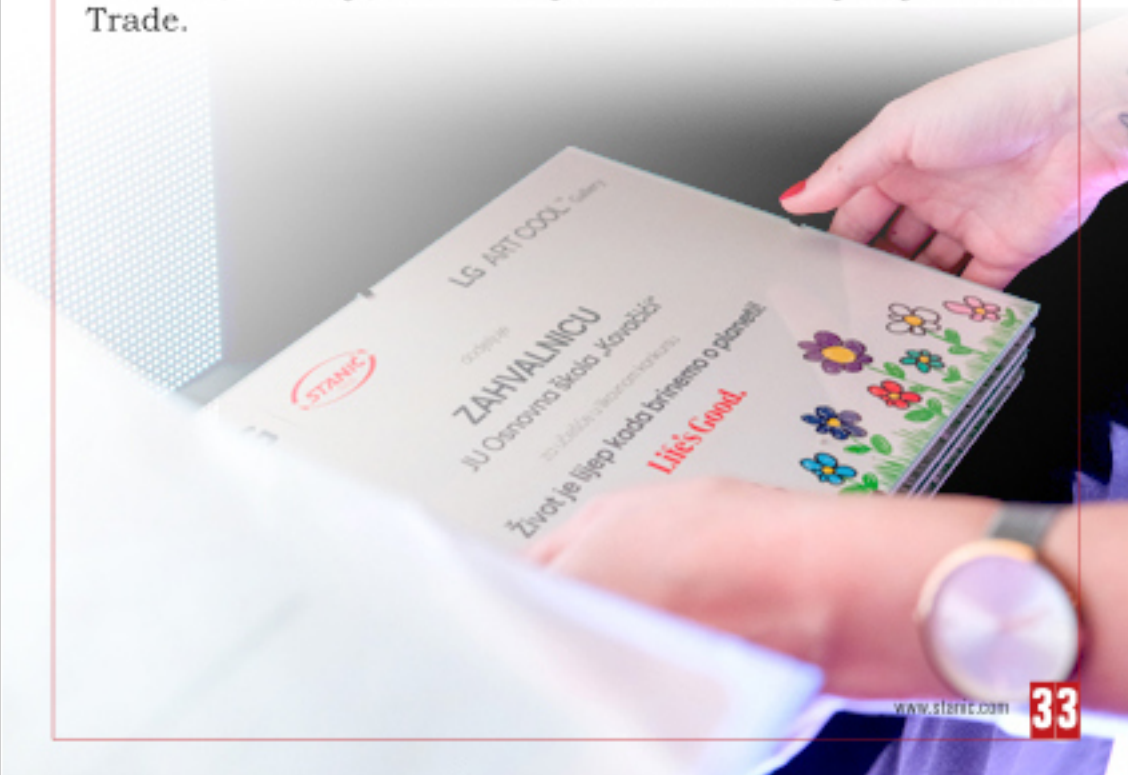


Ekološko-edukativni likovni natječaj uz LG

U okviru svojih dugogodišnjih nastojanja da podstiču ekološku svijest i kreativnost među mladima, kompanije LG Electronics i Stanić Trade su uspješno organizirale likovni natječaj pod nazivom "Život je lijep kada brinemo o planeti".

Natječaj je okupio veliki broj talentiranih mladih umjetnika, te je imao za cilj istaknuti važnost očuvanja naše planete kroz umjetnički izričaj. Posebnu pažnju smo privukli kod učenika osnovnih školakoji su svojim radovima pokazali kako vide svijet u kojem je ekologija u prvom planu. Tema natječaja inspirirala je učesnike da kroz različite umjetničke tehnike i izraze predstave svoja razmišljanja o očuvanju prirode, reciklaži, smanjenju otpada i korištenju obnovljivih izvora energije.

Svečana ceremonija proglašenja pobjednika održana je na lokaciji Ranch Mošćanica, gdje su se okupilisvi pobjednici i učesnici, roditelji, mentori i predstavnici kompanije Stanić Trade.





Dani Grupacije u Kreševu

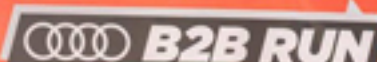
Početkom ljeta održane su dvije velike fešte u organizaciji Stanić Grupe, a kojima se tradicionalno obilježava obljetnica poslovanja.

Prvog dana organiziran je veliki koncert na otvorenom, kao dar Grupacije gradu Kreševu, uz nastup Berin banda i Indire Forza, kojoj je tom prilikom poklonjeno i personalizirano pakiranje Madre Badessa višnjevače.

To je bio odista energični uvod u veliko godišnje druženje zaposlenika i Uprave Stanić Grupe te poslovnih partnera na ranchu Gajice, u vlasništvu obitelji Stanić.

Prekrasne zelene vizure srednje Bosne, razna sportska natjecanja i zabava do kasno u najdužu ljetnu noć razlozi su zbog kojih se svake godine željno iščekuje ovaj datum.

Vidimo se i dogodine!



VISIT
SARAJEVO



Audi B2B RUN

Neumorni trkači na B2B run utrci

26.09.2024.(četvrtak) održana ja tradicionalna B2B utrka namijenjena poslovnoj zajednici.

I ove godine Stanić group u kategoriji velikih kompanija pristupila je utrci, gdje su uposlenici ponovo pokazali i dokazali moć timskog rada, zajedništva i sportski duh.

Ispred Stanić grupacije trčalo je 52 uposlenika. Motivisani pobjedama iz prethodni godina, i ove godine uposlenici sa mnogo pozitivne energije pristipili su utrci i ostvarili zavidne rezultate.

Posebno nas raduje činjenica da osim networking-a, ovaj event karakterišu druženje, zabava i smijeh, te upoznavanje s uposlenika iz drugi sjajni kompanija.

Poznata Audi B2B utrka brojala je 1900 učesnika (uposlenika) iz 130 bh. kompanija te dodijelila nagrade za najbržu malu, srednju, veliku kompaniju te najbržeg trkača, trkačicu i ono što je nas motiviralo, nagradu za najbolju zajedničku fotografiju u kategoriji foto finiš.

Uspomene koje su nastale taj dan ostaju za cijeli život, te s nestpljnjem priželjkujemo sljedeću utrku. Fotografije koje su nastale taj dan dijelimo s vama kako bi i vama prenjeli dijelić atmosfere i ipozitivne energije.

Do naredne B2B utrke sigurno ćemo se dobro spremiiti.

Tempo nas vodi, a tim nas drži!



Humanost na djelu

Tradicionalna humanitarna akcija dobrovoljnog darivanja krvi uposlenika grupacije Stanić organizovana je u saradnji sa Zavodom za transfuzijsku medicinu FBiH, u poslovnim jedinicama Sarajevo i Kreševo. Uposlenici su i ovaj put kao i svaki prethodni pokazali i dokazali svoju humanost, empatiju prema ljudima koji trebaju našu pomoć, jer svi mi, kada nam zatreba krv kao lijek, ovisni smo samo o dobrovoljnim darivaocima krvi. Svjesni smo važnosti pomaganja jedni drugima, timskog rada i solidarnosti, kako u ovoj tako i u drugim životnim situacijama.

Sam događaj protekao je u toploj atmosferi, druženju i pozitivnoj energiji. Ponosno smo na izuzetno velikim odazivu naših uposlenika, i radujemo se budućem susretu u zajedničkoj humanitarnoj akciji istog karketera.



DRUŠTVENA ODGOVORNOST

Obnova šuma uz Johnnie Walker

Johnnie Walker, globalno prepoznat brend, i ove godine aktivno provodi svoju misiju zaštite i očuvanja prirodnih resursa u svim zemljama u kojima djeluje, uključujući Bosnu i Hercegovinu.

Kampanja **“Keep Walking. Keep Planting.”**, koja se već drugu godinu zaredom realizira u našoj zemlji, usmjerena je na sadnju novih stabala kako bi se doprinijelo očuvanju prirodne baštine i stvaranju zdravijeg okoliša za buduće generacije.

Prošle godine, inicijativa je rezultirala sadnjom 15.000 sadnica na području Homolja, općina Konjic, koje je teško pogođeno požarima. Ove godine, projekt je imao poseban značaj za našu kompaniju, jer je realizovan na području Kreševa i Kiseljaka – regije koje smatramo našim domom. Na ovim lokalitetima uspješno je zasaden 18.000 sadnica bora i smreke, dodatno naglašavajući našu predanost lokalnoj zajednici i okolišu.

Johnnie Walker i dalje inspirira sve da, korak po korak, ulažu u prirodu i okoliš, pokazujući kako je moguće kreirati trajne promjene na bolje. Kampanja je još jednom dokazala kako zajednički trud može donijeti velike rezultate za buduće generacije.



Zaklada "Jedni za Druge"

Zaklada „Jedni za Druge“ korporativna je Zaklada Stanić grupacije osnovana početkom 2015. godine u Kreševu, a ključne vrijednosti koje njeguje su empatija i jednakost. Vjerujemo da je empatija jedna od najbitnijih ljudskih vrijednosti. Osjećajući empatiju ljudi uče što to znači šetati u 'tuđim cipelama' te na taj način dobivaju realniju sliku društva i institucija države u kojoj žive. Mi u Zakladi „Jedni za Druge“ njegujemo zajedništvo, ohrabrujemo međusobnu pomoć i najstrože osuđujemo bilo kakav oblik diskriminacije. Uz to, svaki individualac mora imati jednaka prava, prilike i tretman, bez obzira na nacionalnu, vjersku ili spolnu pripadnost. Svjesni smo da je takva realnost još uvijek daleko od današnje realnosti.

Međutim, Zaklada „Jedni za Druge“ će se u svakodnevnim, malim koracima, uz potporu zaposlenika, boriti da takva budućnost što prije postane naša svakodnevnica. Kao i prethodnih godina, 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. Godina će upamćena kao izazovna, ali i kao godina u kojoj smo pokazali pravo značenje zajedništva i solidarnosti.

Tijekom 2024. godine, Zaklada „Jedni za Druge“ isplatila je ukupno 53.131 KM financijske pomoći, uspoređene prema potrebama naših kolega:

Za djecu stradalih djelatnika: 5.500 KM (10%)

Za svrhe liječenja: 23.631 KM (44%)

Za oštećene od poplave: 24.000 KM (44%)

Poplave koje su ove godine pogodile Bosnu i Hercegovinu donijele su velike materijalne gubitke mnogim našim kolegama. Zahvaljujući zajedničkim naporima i solidarnosti svih nas, uspjeli smo pružiti podršku i pomoć onima kojima je bila najpotrebnija. Iako će proces oporavka trajati, vjerujemo da uz uzajamno povjerenje i podršku možemo zajedno prevladati sve izazove. Zahvaljujemo se svima koji su dali svoj doprinos, kao i onima koji će se tek pridružiti ovoj plemenitoj misiji. Hvala vam što zajedno gradimo bolje sutra!



Hvala na čitanju, vidimo se dvijedvadeset PeTe!





Design by Stanić Media & Digital Vision