



**LIVE**

**NEWS**

**LETTER '22**

**[WWW.STANIC.COM](http://WWW.STANIC.COM)**

**BESPLATNI PRIMJERAK BROJ 22**



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

Neki u rukama, a većina na ekranima, imate novo izdanje Biltena Stanić Grupe, u kojem vam urednički tim sa ponosom i radošću donosi samo dio bezbrojnih aktivnosti unutar i oko Grupacije u protekloj godini.

Godine koje su za nama kao da se natječu u svojoj bizarnosti, pa smo „iz izloga broj 2022.“ izvukli i dramatičan rat u Europi, rekordnu inflaciju te zastoje u trgovačkim putevima, kojima kao da je Marco Polo zasjeo na poziciju glavnog logističara.

Eh, da, pronašli smo zrnce utjehe u činjenici da je pandemija na izdisaju. Ako i nije u medicinskom smislu, svakako jest u medijskom, sa naslovnica novina premjestila se među vijesti sa lokalne tržnice, horoskope i „nikada nećete pogoditi...“ clickbait naslove.

Malo, al' veseli.

Stoga, zakopajte sve svoje loše uspomene i nikada im ne donosite cvijeće. Na kraju svakog dana, a eto i godine, slegne se u čovjeka i lijepo i ružno, sve se smiri i utiša. Pa se ono loše kroz sito strese i spere, a lijepo stopi, zablista i ostane.

Sretni vam Blagdani, podjednako gregorijanski, julijanski i svjetovni, pa proberite po vlastitom nahođenju!

***Vaš urednički tim.***



## PRIGODNA RIJEČ G. STANIĆA



**“ Planovi i dalje ostaju ambiciozni, mi ne znamo i ne želimo drugačije, ali s dužnim oprezom i odgovornošću svih nas, gotovo tisuću zaposlenika Stanić Grupacije. ”**

## **Dragi zaposlenici Stanić Grupe, poštovani poslovni partneri,**

*U ove dane, kada radimo godišnju inventuru, uvijek vam se rado i s ispunjenim srcem obračam, bez obzira što godina na izmaku nije donijela očekivani boljitak ni u svjetskim razmjerima ni u našim portunima, haustorima, vežama i avlijama, nego nam je postavila novi standard za „normalno“ i prisilila nas da preispitamo svoje granice. Opet.*

*Kaže izreka: The road to success is always under construction, i ne mogu se ne složiti s tim, ali nitko nas nije ni učio ni pripremio da ćemo nakon dvije godine pandemije biti suočeni sa vrlo opasnim ratom u Europi te globalnom inflacijom i zastojem na trgovinskim putevima, a to je kreiralo ozbiljne izazove u svim segmentima poslovanja.*

*Još jednom se pokazalo da svijet naprosto nije projekcijski ekran naših želja i nadanja te da treba biti spreman na sve što će doći, jer je ionako manje važno što je došlo, nego što ćemo mi s tim učiniti. I tu dolazi do izražaja čvrstina naših temelja, snaga naših uvjerenja i jasnoća naših ciljeva!*

*Zato, s ponosom mogu reći da smo u svemu tome mi realizirali izvanredne, ponegdje i rekordne prodajne brojke, finalizirali akviziciju Maraske i pokrenuli novi investicijski ciklus, ali o tome detaljnije u intervjuu kojeg smo pripremili za vas.*

*Planovi i dalje ostaju ambiciozni, mi ne znamo i ne želimo drugačije, ali s dužnim oprezom i odgovornošću svih nas, gotovo tisuću zaposlenika Stanić Grupacije.*

*I baš tu, u ljudima, su naši najveći resursi, one zlatne rezerve koje će nam omogućiti mirniju plovodbu i kada nam vjetrovi nisu skloni.*

*Najbolje od svega je što su ti resursi tu, na dohvat ruke, i zapravo jednostavni, a to su: snažna radna etika, uložena energija i trud, pozitivan stav prema sebi i okolini, strast, otvorenost uma (posebno za stjecanje novih znanja i vještina) te dodatni napor onda kada je nužno.*

*S tom porukom u mislima i s velikim ponosom, najavljujem vam da iduće godine slavimo 40 godina obiteljskog businessa i 30 godina Svjetlan Stanić Grupacije, to su već respektabilne brojke za naše prostore, neke nove generacije snažno dolaze na pozornicu, i vjerujem da ćemo jubileje svi zajedno dostojno i veselo obilježiti.*

*Na kraju, hvala vam svakako na rezultatima, od njih živimo, ali ponajprije na uloženom radu, lojalnosti i pozitivnoj energiji s kojom svaki dan u našu organizaciju dolazite raditi i stvarati nove vrijednosti.*

*Snježne pahulje su nježne i krhke, ali samo pogledajte što mogu napraviti kad se ujedine.*

*Želim vama i vašim obiteljima radosne Blagdane i sretnu, zdravu i prosperitetnu Novu godinu!*

**Vaš Svjetlan Stanić**



## SVJETLAN STANIĆ



“  
**Naše ambicije  
 nemaju istek  
 roka, već su u  
 tijeku razvojni  
 planovi  
 za druge  
 kategorije  
 pića.**  
 ”

**Prenosimo vam intervju i razmišljanja g. Svetlana Stanića o protekloj godini i planovima za budućnost, a za početak, za nove kolegice i kolege kratki uvid o tome što je Stanić Grupa.**

Stanić Grupa, koju sačinjava osam tvrtki, dosegla je poziciju tržišnog lidera u distribuciji pića, duhanskih proizvoda i tehničke robe. Može se pohvaliti višegodišnjom suradnjom s najvećim globalnim kompanijama i brendovima, od kojih su većina svjetski lideri u svojim segmentima. Od 2014. godine, započeo je jedan novi iskorak u razvoju kompanije. Nakon preuzimanja proizvodnje Juicy sokova, Stanić Grupa se pozicionira u proizvodnom segmentu. Maraska je druga proizvodna akvizicija, ali vjerojatno ne i zadnja.

Osim na području Hrvatske i BiH gdje ima sjedište tvrtki, Stanić Grupa ima predstavništva u Njemačkoj, Srbiji i u Dubaiju. Izvozi u 28 država, ostvaruje prihod od oko četiri milijarde kuna, zapošljava oko 1000 radnika.

**Gospodine Stanić, i dalje živimo u vrlo zahtjevnim vremenima, možete li nam reći na koji način se Stanić Grupa Grupacija nosi sa situacijom?**

Izazovi koje su donijele protekle tri godine pokazale su da imamo sposobne managere u najvećem dijelu poslovnih subjekata u Regiji. Naravno, svaka firma je priča za sebe, ovisno i o tržišnom segmentu na kojem djeluje, ali jedno je zajedničko svim uspješnim organizacijama, a to je spremnost na promjene! Tko god je shvatio da je kriza ujedno i šansa, prihvatio se reorganizacije i restrukture, uz pojačanu kontrolu

troškova i brigu o zaposlenicima. Ponekad rezovi znaju biti bolni, ali treba imati širu sliku i jasnu viziju, to su odlike uspješnih ljudi i tvrtki.

**Kako se situacija u Ukrajini reflektirala na gospodarsku situaciju u Regiji i šire?**

Bez obzira na ozbiljne najave i predviđanja sukoba, ipak smo svi bili u nevjerici razvojem događaja. Rat u Europi, duboko u 21. stoljeću izgledao je kao predložak za loš film, a taman smo ugledali svjetlo na kraju tunela po pitanju pandemije... U sukob su uvučene najveće svjetske sile, ne samo u vojnom nego i

ekonomskom smislu tako da ova zbivanja negativno utječu na apsolutno sve sfere života, tokove roba i usluga, cijenu novca, turizam; sankcije s jedne strane, protumjere s druge... “Nitko nije otok”, rekao je odavno Hemingway i to se u eri globalizacije pokazuje u svom i dobrom i lošem svjetlu.

Nadajmo se ipak da će sukobi uskoro završiti, za pregovarački stol se mora sjesti jer u ratovima pobjednika nema.

**Što je trenutni forte Stanić Grupe i koji su planovi za budućnost?**

Mada je posljednjih godina razumljivi fokus Grupacije na proizvodnom programu i vlastitim brandovima, treba naglasiti da je Stanić grupa izrasla na distribuciji! U BiH imamo najjačeg distributera na tržištu, a to je firma Boreas, zatim Stanić trade koji doživljava pravi poslovni procvat. Obje firme su svojim stabilnim rastom stvorile osnovu za iskorake Grupacije u proizvodnu djelatnost. Tu činjenicu trebamo zahvaliti ne samo zaposlenicima i vodstvu Boreasa i Stanić tradea, već i našim Principalima, koji nam kontinuirano ukazuju povjerenje, prenose svoje iznimno znanje i ulažu u zajednički uspjeh.

Među najdugotrajnijim smo distributerima Heinekena i LG-a, tek nešto kraće Philip Morrisa i Diagea, a to su giganti u svjetskim razmjerima i priznaju samo izvrsnost. Jako smo ponosni na sve postignuto u građenju svjetskih brandova, ali i velikom iskoraku vlastitih, posebno Juicy sokova i napitaka.

Kako sam već rekao, fokus je na razvoju proizvodnje, ona trenutno čini blizu 20 posto prihoda Grupacije. Taj segment će rasti, pogotovo nakon preuzimanja Maraske.

No, naše ambicije nemaju istek roka, već su u tijeku razvojni planovi za druge kategorije pića.

**Stanić Grupa je postala svojevrsni simbol uspješnih investicija usmjerenih na proizvodnju. U proteklom razdoblju realizirano je i preuzimanje Maraske.**

Akvizicija Maraske se nije desila u najidealnijem trenutku, da se blago izrazim, obzirom na sva zbivanja na koja nismo imali utjecaja, ali snagom Grupacije i ostvarenim sinergijama uspjeli smo postići pozitivan rezultat i poboljšati ponudu prema krajnjem potrošaču kroz inovacije i širinu portfolija.

Činjenica jest da su sva regionalna tržišta mala i okrupnjavanje/konsolidacija pomaže da poslovni subjekti, a posebno proizvođači osnaže svoju poziciju kroz optimizaciju portfolija, objedinjavanje nabave prema dobavljačima itd...od koje će na kraju imati koristi i proizvođači i potrošači.

Maraska je vrijedila više prije pandemije, nego nakon, a preuzeli smo je s ciljem da je razvijamo. Uvjeren sam da ćemo napraviti veliki iskorak. Maraskin asortiman se idealno uklapa u portfolio Stanić Grupe i upravo je to nova snaga, kroz Diageo smo pokrivali jedan manji segment tržišta, a sa Maraskinim

portfoliom sada možemo pokriti i one prigode i one lokacije koje nismo mogli ranije.

Osim razvoja brandova, planiramo nove proizvodne linije i proizvode, tako da već iduće godine kreće novi investicijski ciklus.

**Jeste li zadovoljni načinom i smjerom kojim se razvija Juicy?**

Juicy je priča za sebe i to je već prepoznat hrvatski brend i na svjetskom tržištu. Hrvatski je simbol u segmentu sokova i bez obzira na poremećaje na tržištu nastavlja kontinuirano i stabilno rasti. Izbacili smo i neke nove proizvode tako da je to proizvodnja bez nekih posebnih izazova.

Jako smo zadovoljni. Lider smo na nekoliko tržišta, a sada smo upravo usredotočeni na pozicioniranje na njemačkom tržištu. Potpisali smo ugovor sa Edekom. U Dubaiju već imamo ozbiljne i opipljive rezultate. Juicy je prisutan u većini tamošnjih hotela. Saudijsku Arabiju smo otvorili prije pet godina, a nakon nekoliko godina stagniranja, sada je i tamo krenula ozbiljna priča s našim sokovima.

**Kako zadržati motivaciju u poslu nakon 30 godina svakodnevnog pritiska? Kako se opušate?**

Naravno, svi mi radimo za novac, ali mi odavno to nije jedini motiv. Volim izazove i borbu za poziciju na tržištu, za maržu... Želimo napraviti svjetske brendove od Juicy sokova, Maraskinog asortimana, vratiti Maraschinu stari sjaj. Sve to je za mene motivacija da svaki dan radimo bolje i više.

Nakon napornih poslovnih obaveza, najbolje se opuštam uz obitelj, djecu i prijatelje. Volim se baviti sportom, posebice jahanjem, golfom, tenisom, ali u zadnje vrijeme i uz povećane obaveze, imam sve manje vremena za to.

**Imate li izazova sa uključivanjem mlade generacije u obiteljski business?**

Iako čujem od nekih prijatelja da im djeca ne žele raditi u tvrtkama koje su osnovali, u našoj obitelji to nije slučaj jer su moja djeca i suvlasnici kompanije i svjesni su da moraju naučiti sve, kako bi mogli nadzirati sve procese unutar kompanije. Osim toga, toliko ih trebam u poslu da bi meni osobno bilo gubljenje vremena da rade negdje drugdje, pa čak i kod naših partnera. Raduje me da mi je kćerka Nina jako odgovorna, a u poslu nam se nedavno pridružio i sin Kristian koji je upravo diplomirao.. U svemu ovome, moja zadaća je da ih naučim kako ovladati svim poslovnim procesima i modelima rada, kako bi bili dobri budući vlasnici koji će znati kontrolirati rad i razvoj Grupacije.

Važno je reći i da ćemo upravo u 2023. godini obilježiti 40 godina obiteljskog businessa i 30 godina Stanić Grupacije u mom vlasništvu. To je već respektabilna tradicija na našim prostorima i vjerujem da su moja djeca ponosna na svoje prezime te da će nastaviti graditi Grupaciju, zajedno sa mnom, našim zaposlenicima i partnerima.



# STANIĆ GRUPA PREUZELA MARASKU

Stanić Beverages, tvrtka u vlasništvu Stanić Grupe je 12. srpnja 2022. u potpunosti završila proces akvizicije i postala novi vlasnik sa gotovo 99 posto dionica Maraske d.d.



“Preuzimanjem Maraske d.d. Stanić grupa širi svoj proizvodni portfelj u smjeru jakih alkoholnih pića (JAP) te proširuje asortiman bezalkoholnih pića i postaje vlasnik 200 godina starog hrvatskog brenda koji je prepoznat u cijelom svijetu. Iznimno smo ponosni što će upravo Maraska d.d. biti nova članica naše grupacije, jer vidimo veliki prostor za razvoj, modernizaciju, širenje i sinergiju. Sigurni smo da će naš know how kojeg imamo zahvaljujući suradnji sa svjetski poznatim brendovima iz područja JAP-a te znanje koje posjedujemo zahvaljujući upravljanju najpoznatijim hrvatskim brendom sokova Juicy osnažiti poziciju Maraskinih proizvoda na tržištu Hrvatske, regije i svijeta.

g. Svjetlan Stanić, vlasnik i predsjednik Uprave Stanić grupe.



U tu čast priređen je i domjenak za zaposlenike u Zadru, a nešto i kasnije u Splitu, kojom prilikom se g. Stanić obratio zaposlenicima i prezentirao kako Stanić grupa ima jasnu strategiju za razvoj Maraske u budućnosti koja podrazumijeva proširenje proizvodnog asortimana, inovacije, rebranding postojećih proizvoda, proširenje izvoznih kapaciteta te jačanja pozicije na tržištu.



Tradicija s potpisom Mediterana bit će inspiracija za kreiranje suvremenih Maraskinih proizvoda u budućnosti.

Domjenak je nastavljen u veseloj atmosferi i uz pjesmu.



# PLETILJE MARASCHINO BOCA



*Jedan od najomiljenijih proizvoda zadarske tvornice Maraska, s kojom dijeli i ime, Maraschino, i danas je prepoznatljiv po opletenoj boci, baš kao u vrijeme kada je i nastao. I ne samo da je zadržan ovakav izgled proizvoda, već se baš kao nekad ove boce ručno pletu u tvornici Maraska. Potvrdu vrijednosti i autentičnosti ovog proizvoda odala je i Hrvatska turistička zajednica koja je bocu tradicionalno opletenog Maraschina uvrstila na popis autentičnih hrvatskih suvenira 1999. godine.*

Priča o opletenoj boci Maraschina započinje krajem 18. stoljeća s Francescom Driolijem koji je definirao identitet Maraschina s njegovom recepturom, dizajnom i prvom opletenom bocom. Ručno opleten omot od šiblja imao je svoju praktičnu namjenu te je prvotno služio kao zaštita boca u transportu. Ova jedinstvena tehnika pletenja nastavila sa svojim životom sve do današnjeg dana.

– Svoju avanturu pletenja boca Maraschina počela sam 1987. godine, s vremenom sam zavoljela pletenje i odlučila ostati u tome, kaže Mira, jedna od Maraskinih pletilja dodajući kako joj je u prvim danima rada bilo teško jer nije samo morala svladavati tehniku pletenja ovih boca, već je trebala postizati normu u ovom dijelu posla.

Neobično radno mjesto za koje nitko ne bi pomislio kako to izgleda u naravi, iziskuje puno napora i truda, kako fizički tako i psihički, ali neumorne pletilje na koncu odrade posao do savršenstva. Da bi opletena boca Maraschina postala prepoznatljiv suvenir hrvatske obale, potrebni su prava tehnika, strpljenje i kvalitetan materijal, ali i pojačan broj sunčanih sati te

zadovoljavajući klimatski uvjeti koji doprinose da se cijeli proces odvije u skladu s ovom pričom.

– *Opletenu bocu radimo od šaša koji dolazi iz Slavonije. Kod šaša je važno da bude što svjetliji kako bi izgled boce estetski bio još ljepši. Pletilje pripremaju materijal namakanjem dan prije pletenja. Tako navlažene prutove šaša vadimo jedan po jedan i pletemo 15-ak minuta, priča Mira, posebno naglašavajući važnost dna boce koje je bitno jako učvrstiti kako bi to poslužilo kao dobar temelj za daljnje pletenje jer boca ne smije biti labava u svojem opletu.*

Od direktora proizvodnje u Marasci, Ivana Štefanića, doznajemo kako sav proces opletanja boca Maraschina započne početkom godine te traje negdje oko četiri mjeseca. Kako se radi o proizvodu koji je prepoznat kao suvenir, boce se pretežno pletu za suvenirnice i specijalizirane trgovine. Turisti ga kupuju, a turistički vodiči znaju ukratko opisati proces pletenja.

Iako atraktivna boca izaziva najviše interesa turista, sam proizvodni proces i nije lagan i jednostavan.



Proces pletenja radi se na starinski, tradicionalni način koji uključuje klasičan rad rukama bez tvorničkih pomagala. Sve što ove žene, zaslužne za izgled boce, trebaju, jesu kalup, igla te kvalitetan šaš. Osim inputa za rad pletiljama, ono što kupci ne vide, a vjerojatno i ne misle o tome jesu volja, strpljenje i nadasve ljubav prema pletenju koji su potrebni da bi se prošao težak put do opletene boce Maraschina. Maraskine pletilje, Marijana, Mira i Anđelka, glavne su heroine ovog procesa.

– *Najmlađa sam u ovom poslu u odnosu na svoje prisutne kolegice, imam manje iskustva, ali hvatam korak s njima učeći od njih već sedam godina,* kaže Anđelka ukazujući na to kako sam proces pletenja uključuje prethodnu pripremu koja započinje obaveznom zaštitom prstiju koja izdrži dok se ne smoči. Ukoliko se to dogodi, pletilje moraju ponoviti proces zaštite prstiju, jer su prsti glavni alati ove priče.

Govoreći o izgledu proizvodnog procesa direktor Ivan Štefanić je rekao kako je šaš za oplet boca potrebno namočiti prije samog pletenja, nakon čega se omotava u krpe kako bi zadržao vlagu.

– *U toj krpi pruća šaša ostaju zamotana preko noći. Idućeg dana ga pletilje iskoriste za pletenje. Tako ispletene boce stavljaju se na gradelice kako bi se u potpunosti osušile. Sušenje ovisi o vremenskim uvjetima, no u prosjeku traje oko 15 dana. Kad se skupi određeni broj boca, odvozimo ih u punionicu gdje se pune i pripremaju u finalni proizvod, priča direktor proizvodnje.*

U ovoj priči osobito je zanimljivo to da su generacije pletilja godinama tradicionalno dolazile iz Arbanasa. Pletenje boca Maraschina je tamo bilo jako zastupljeno od davnina, pa se očito prenosilo generacijama s koljena na koljeno.





# STANIĆ GRUPA NA EXPO SAJMU U DUBAIJU



Na svjetskom sajmu Expo Dubai Stanić grupa je predstavila svoje proizvode s naglaskom na Juicy 100% sokove iz asortimana Stanić Beveragesa te Maraschino i Pelinkovac iz asortimana Maraske. U sklopu Hrvatskog nacionalnog dana na Expo sajmu u Dubaiju „Hrvatski paviljon“ posjetili su Andrej Plenković, predsjednik Vlade RH i ministri.

Juicy 100% sokovi su već pet godina prisutni u zemljama Bliskog istoka, a ponajviše su zastupljeni u HoReCa kanalima u Dubaiju zbog svoje svjetski poznate restoranske i klupske scene. Expo u Dubaiju je bio

ujedno i povod za proširenje suradnje s najutjecajnijim HoReCa distributerom u MENA regiji – Chef Middle East, s kojim Stanić Beverages planira do kraja 2022. godine značajno ojačati poslovnu suradnju i to kroz proširenje distribucije u Ujedinjenim Arapskim

Emiratima te otvaranje drugih tržišta u premium segmentu bezalkoholnih i alkoholnih pića. Juicy je trenutno prisutan u najpoznatijim ugostiteljskim lancima u Dubaiju kao što su „Bla bla“ i „Masti“ te u vodećim hotelima poput Westin Dubai Beach Resort & Marina, Waldorf Astoria Dubai International Financial Center i Double Tree by Hilton Jumairah Beach Dubai.

„Iznimno sam ponosan što je brand Stanić grupe, liker Maraschino zahvaljujući svojoj povijesti i dugoj tradiciji bio jedini proizvod iz food & beverage industrije izložen u stalnom postavu Hrvatskog paviljona na svjetskoj izložbi. Dubai Expo posjetilo je preko 15 milijuna ljudi koji su imali priliku upoznati i naše brendove, a zahvaljujući tome računamo na jačanje naših izvoznih pozicija u MENA regiji. Ono što me posebno veseli kada govorimo o širenju u MENA regiji jest činjenica kako će uskoro Juicy sokovi biti dostupni u zračnoj luci u Dohi te u jednom od najpoznatijih svjetskih lanaca kave Costa coffee u Omanu. Na tržištu Saudijske Arabije širimo asortiman u maloprodaji te polako gradimo HoReCa kanal. Istovremeno, intenzivno radimo na širenju distribucije Juicy sokova u Indiji, Egiptu, Kuwaitu, Jordanu i Bahrainu. Također, pripremamo i novi okus 100% mango s ciljem prilagodbe navikama lokalnih potrošača.“

Zoran Mabić, predsjednik Uprave Stanić Beveragesa.

# JUICY OSVOJIO „COOLEST BRAND AWARDS“ NAGRADU

Na ovogodišnjoj dodjeli nagrada „Coolest Brand Awards“ Juicy je osvojio nagradu za najcool brend među sokovima i negaziranim pićima.

Riječ je o natječaju kojeg provodi agencija IPSOS na reprezentativnom uzorku predstavnika generacije Z, svih onih između 11 i 23 godina na području cijele Hrvatske. Gen Z, pripadnici nove digitalne kulture vrlo su strogi prema odabiru brendova, traže

beskompromisnu kvalitetu, brend koji razumije njihove suvremene potrebe, ali i dijeli jednake vrijednosti kao i oni. Njima nije dovoljno da je proizvod ili brand samo vizualno atraktivan, mora imati dublju priču ili višu svrhu.

Nije jednostavno zadovoljiti Z-ovce, no to je dodatni push svima brendovima da budu bolji i inovativniji. Juicy je uvijek bio trendsetter, među prvima su prepoznali potrebu potrošača za bezalkoholnim napicima s više voća i manje šećera. Juicy Fruits i Juicy Ice Tea imaju nove formulacije zahvaljujući kojima imaju isti osvježavajući okus, ali s manjim udjelom šećera i većim udjelom voća.

Juicy zajednici se od nedavno pridružio još jedan cool proizvod koji nudi više i bolje. Riječ je o Juicy Vitamine Water, vitaminskoj vodi koja sadrži vitamine potrebne tijelu za normalno funkcioniranje, ali i toliko željeni dnevni boost energije. Juicy Vitamin Water dolazi u dva okusa s dvije različite funkcije – JUICY VITAMIN WATER IMUNOBOOST i JUICY VITAMIN WATER REFRESH.

„Čast nam je primiti ovu nagradu, posebice jer dolazi od generacije Z. Od generacije koju je najteže osvojiti, ali ujedno od generacije kojoj najviše vjerujemo. Znali smo da smo kul, no nismo znali da smo ovoliko kul.“

Nina Stanić, marketing menadžerica Juicya.

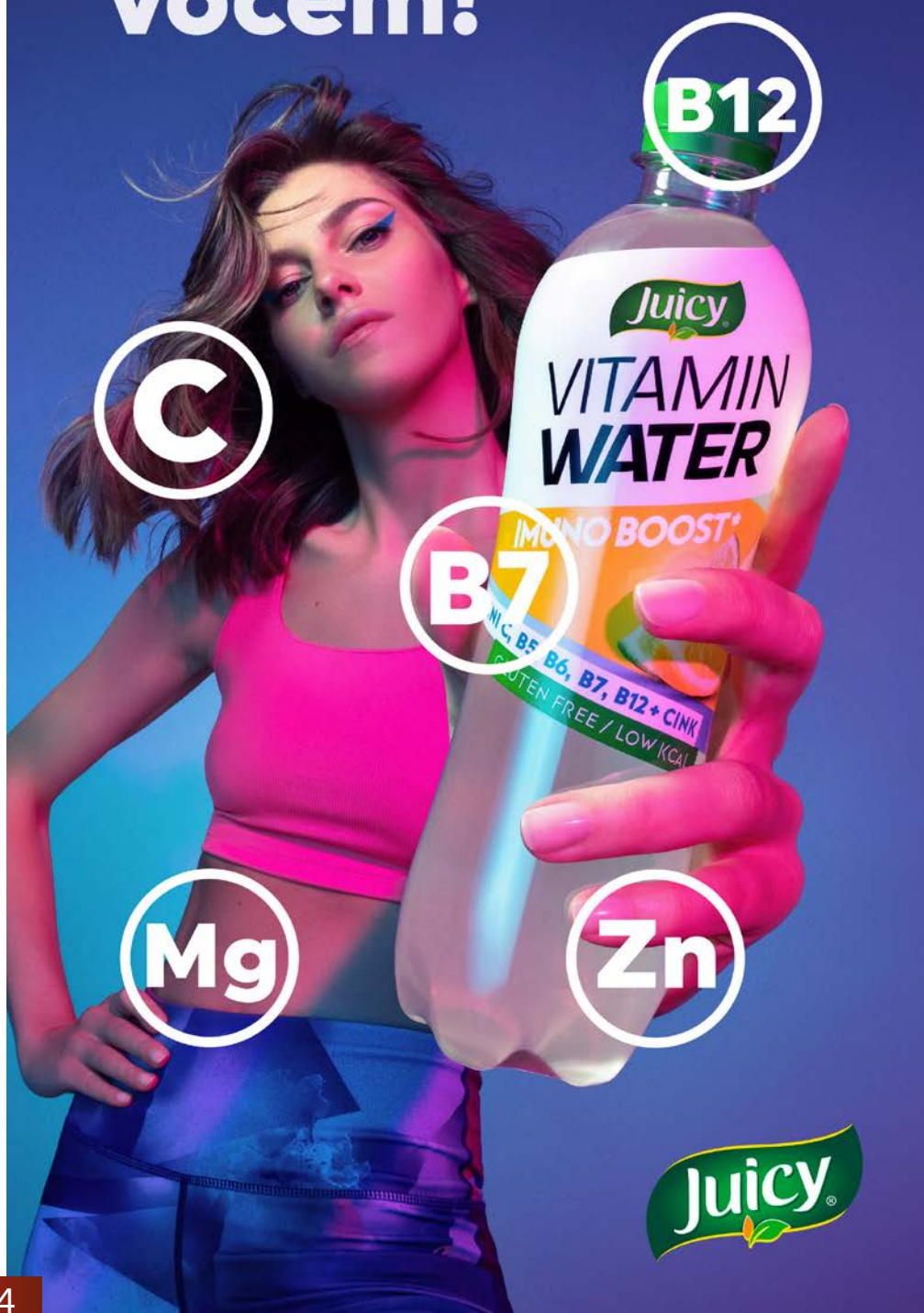




## IZVOR ENERGIJE U JEDNOJ BOČICI

*Stres, gužva, konstantna jurnjava i svakodnevni multi-tasking na više različitih područja dovodi do kroničnog umora kojemu je teško stati na kraj. Zvuči li vam poznato?*

# Energija nadahnutu voćem!



Svi znamo da je potrebno usporiti, odmoriti i odgoditi, ali vrlo često nemamo taj luksuz. Potreban nam je saveznik u borbi protiv umora, siguran izvor energije kojeg jednostavno u danu možemo konzumirati.

Juicy je nedavno lansirao na tržište Juicy Vitamin Water u dva okusa s dvije različite funkcije – JUICY VITAMIN WATER IMUNOBOOST i JUICY VITAMIN WATER REFRESH.



### JUICY VITAMIN WATER IMUNOBOOST

s okusom limuna i limete  
Snagu crpi iz voća koje je sinonim za imunitet!  
Vitamin Water s okusom limuna će vas osvježiti, osigurati vam preporučenu dozu vitamina C, B6, B12 i cinka te pripremiti tijelo za sve napore kojima ćete ga izlagati.

### JUICY VITAMIN WATER REFRESH

s okusom crvenog grejpa i acaia.  
Crveni grejp je moćna voćka koja vraća energiju, baš kad vam treba. Uz dodatni boost energije, Vitamin Water s okusom grejpa osigurava vašem tijelu i vitamine C, B3, B6 i B12.



Riječ je o vitaminskoj vodi koja sadrži vitamine potrebne našem tijelu za normalno funkcioniranje, ali i toliko željeni dnevni boost energije. Važno je naglasiti kako Juicy Vitamin Water proizvodi ne sadrže konzervans niti aditive te su zaslađeni isključivo voćnim šećerom i potpuno su sigurni i poželjni za zdravlje.

Vitamini pomažu u regulaciji metabolizma, u pretvaranju masnoća i ugljikohidrata u energiju te pomažu u formiranju kostiju i tkiva. No, tijelo ih ne može samo proizvesti (osim vitamina D) te ih moramo unositi u organizam.

Nažalost, većina hrane koju dnevno konzumiramo ne sadrži dovoljan izvor vitamina i minerala te se suplementi ili vitaminske vode odličan nadomjestak za ono što fali našem organizmu kako bi imao snage za užurbani dnevni ritam.



# JAP NOVITETI

## ZA KRALJEVSKI UŽITAK

*Baziran na našoj  
tradicionalnoj recepturi,  
usavršavan kroz godine i  
obogaćen pomno odabranim  
vinskim destilatom.*

### ROYAL BRAND

Kategorija brandya druga je najveća kategorija po pitanju udjela u prodaji jakih alkoholnih pića u Hrvatskoj nakon bittera i likera. Analizom tržišta i rezultata koje je Maraska generirala u ovoj kategoriji svojim Zlatnim Brandom, donesena je odluka o reformulaciji i repozicioniranju proizvoda.

Presudnu ulogu u razvoju ovog proizvoda imala je potraga za kvalitetnim vinskim destilatom gdje je tim razvoja pokazao ono najbolje od sebe! Kako ništa ne bi bilo prepušteno slučaju, a prije svega imajući u vidu koliki potencijal se tu skriva u volumenima, odraden je veliki broj internih degustacija dok se konačno nisu odredila dva medija s kojima se odradilo testiranje na fokus grupama.

Paralelno s razvojem medija, radilo se i na atraktivnijem pakiranju koje ostavlja dojam premium proizvoda. Sve je zaokruženo atraktivnim dizajnom etikete na kojoj je posebno istaknuto da se koristimi vinski destilat vrhunske kvalitete.

I sad, nakon godinu dana intezivnog rada na razvoju okusa, boce i etikete, s ponosom na tržište puštamo našu novu zvijezdu – Royal Brand.



# MARASCHINO

*kiss*  
From Croatia with love

### RECEPTURA

Čašu za vino (min 3.5 dcl)  
napuniti ledom.

Uliti 1 dcl mineralne vode, 50 ml  
Maraschina, 15 do 20 ml cjeđenog  
soka od limete i 20 ml Amarena  
premium sirupa.

Sve promiješati sa barskom (ili  
običnom) žlicom i po želji ukrasiti  
dehidriranom narančom,  
mentom ili još najbolje  
Maraska koktel  
višnjom.

### MARASCHINO KISS

Svaki značajni destilat ima svoj potpisani koktel (Tequila – Margarita (Mexico), Rum – Mojito (Cuba), Gin – Martini (NY), Aperol – Aperol spritz (Italia)) i Maraschino Kiss Hrvatska!

**Da, ovo nam je cilj – da Maraschino Kiss postane nacionalni koktel tj. koktel dobrodošlice u Hrvatskoj.**

Još u ožujku ove godine, u suradnji s poznatim hrvatskim miksologom Marinom Nekićem, razvili smo Maraschino Kiss. Ljeto je poslužilo kao odličan test za promociju diljem obale ali i na kontinentu. Reakcije koje smo dobili na koktel pružile su nam dodatan vjetar u leđa i potvrdu da smo na dobrom putu s ovim projektom.

Na svim eventnima na kojima smo se sudjelovali s Maraschino Kissom nizale su se samo pohvale, a finalna je došla s nedavno održanom JRE eventa Talent and Passionu Zadru. JRE udruga, potječe iz Francuske, a danas okuplja 16 zemalja članica iz cijeloga svijeta. U Hrvatskoj JRE broj 16 restorana koji su mnogi u preporuci ili imaju Michelinovu zvjezdicu. Velika je čast bila predstaviti Maraschino Kiss pred takvom elitom ugostiteljstva, a još veća je bila dobiti redom pohvale od vlasnika i vrhunskih chefova.

Iako smo tek na samom početku ovog projekta sve što smo do sada odradili samo potvrđuje da smo na dobrom putu.





# JAP NOVITETI I NAGRADE



## MARASKIN ORAHOVAC NAJBOLJI

U KATEGORIJI ORAŠASTIH LIKERA NA ISC TASTING AWARDS

**Priznato britansko udruženje International Spirit Challenge (ISC) Tasting Awards dodijelio je ove godine srebrnu medalju Maraska Orahovcu u kategoriji orašastih likera i srebrnu medalju Maraska Amarena Premium liker u kategoriji voćnih likera.**

Posebna je čast što je u kategoriji orašastih likera Maraskin Orahovac bio jedini koji je ušao u konkurenciju prema mišljenju strogog žirija. Maraskini likeri su drugi puta dio ISC testiranja u Velikoj Britaniji, a vrijedne nagrade i visoki bodovi stručnog žirija su dodatan poticaj za zadržavanje postojeće vrhunske kvalitete i razvoj novih proizvoda prema najvišim svjetskim standardima.

Maraskin Orahovac proizvodi se prema stoljetnoj recepturi isključivo od mladog oraha koji ima zelenu jezgru, a zanimljivo je kako upravo u toj fazi orah obiluje vitaminom C i jodom.

Orahovac je odličan i kao aperitiv prije jela, ali i kao digestiv nakon jela. Jednako tako, neizostavan je sastojak svjetski poznatih koktela poput Walnut Manhattan ili Noce Royal.

Maraska Amarena Premium je pak voćni liker koji je rađen od dozrijevajućih višnji maraški autohtonih isključivo za područje Zadra i Ravnih kotara pa možemo reći da je riječ o raritetu posebnog okusa specifičnog za Mediteran.



**“Ponosni smo na osvojene nagrade, pogotovo zato jer su u konkurenciji bili neki od najvećih svjetskih proizvođača jakih alkoholnih pića. ISC Tasting Awards ima tradiciju dugu skoro trideset godina i drago nam je da su prepoznali kvalitetu i specifičnost Maraskinih proizvoda s potpisom Mediterana. Ideja nam je da u budućnosti sudjelujemo na što više ovakvih natjecanja, jer imamo vrhunske voćne i biljne likere koji mogu parirati bilo kojem međunarodnom proizvodu.”**

**Ivan Štefanić, direktor proizvodnje Maraske d.d.**



## KOMERCIJALNE AKTIVNOSTI BOREAS



## NAGRADNE IGRE

U suradnji sa svojim partnerima: Bingo, Tropic, Best i Namex, Boreas je tijekom 2022 godine organizirao niz nagradnih igara i time nagradio brojne potrošače.

Vrijedan nagradni fond i jednostavna mehanika privukli su nekoliko tisuća jedinstvenih korisnika nagradnih igara, izdvajamo

- Juicy i Laško u Bingo
- Zajčarsko u Tropicu
- Karlovačko u Bestu i Namexu



Uz to, tijekom godine smo kontinuirano nagrađivali potrošače u trgovinama i kafićima, od kojih su najznačajnije kampanje Heineken UCL, Zajčarsko Karavan i Karlovačko korner!

## SARAJEVO FILM FESTIVAL + HEINEKEN SUMMER LOUNGE



U sklopu Sarajevo film festivala, koji je izrastao u priznati i vrlo posjećeni međunarodni filmski festival, imali smo čast da s Heinekenom nastupimo kao generalni sponzor centralnog događaja na platou Skenderije, a pored Heinekena, učešće u sponzorstvu samog HSLa je imao i Diageo.

Za posjetitelje je bila zagranirana dobra zabava, vrhunski brandovi po super cijenama i atraktivne nagrade!

## HEINEKEN MUSIC KAMPANJA



**Volite ples, muziku i dobru zabavu?**

Heineken music kapmanja je upravo sve to. Ispratite plesne pokrete koje igrice Nintendo zadaje i osvojite vrijedne nagrade kao što su slušalice, zvučnici, sound barovi i majice.

Heineken music box ste mogli posjetiti na raznim eventima tijekom godine kao što su Heineken Summer Lounge, Fesh Wave, Garden of Dreams...



## FRESH WAVE



Fresh Wave Festival se održava u Banjoj Luci, u autentičnom i originalnom ambijentu tvrđave Kastel i ugošćuje veliki broj nekih od najtraženijih svjetskih i regionalnih izvođača.

Naši brendovi Heineken i Diageo su bili dio ove uspješne priče kroz sponzorstvo te dali poseban štih samom eventu kroz aktivnosti kao što su: Just Dance & Tatto aktivnosti, Music Box i dr.

## SPORT-MOSTARSKI POLUMARATON, SARA 5K, ZENIČKI NOĆNI CENER I KISELJAK OPEN



***U zdravom tijelu – zdrav duh! – (i) male sportske aktivnosti pomažu sačuvati zdravlje ali i ostati u formi.***

I ove godine smo prepoznali značaj koji sport ima na sve nas. Podržali smo mnoge sportske događaje tijekom godine kao što su: Mostarski polumaraton, Zenički noćni cener, Sara 5k Kiseljak, Kiseljak Open teniski turnir

## GARDEN OF DREAMS

Garden of dreams koji je već godinama sinonim za seriju popularnih partija na kojima nastupaju zvijezde elektronske muzičke scene, i ove godine je priredio odličan sadržaj za sve one koji uživaju u ovoj vrsti muzike.

Heineken je službeni sponzor ovog festivala, zajedno sa diageom, jer smo uvijek tamo gdje je vrhunska zabava!



## EVENTI U BIHAĆU

(Una regatta, Soundkippers, Oktoberfest)



Regija Bihać je svake godine povećava ponudu atraktivnih i popularnih dešavanja.

Una regatta, Soundkeepers/ Imperium fest, Oktoberfest su event koji, ukoliko ste u Bihaću, ne bi smjeli propustiti.

A mi svakako nismo jer smo bili dio svih atraktivnih zbivanja sa Karlovačkim kao generalnim sponzorom regate, te uz Juicy i Marasku kao dodatne sponzore, a uz Oktoberfest smo promovirali cijeli naš pivski portfolio i organizirali nagradnu igru za potrošače.





# SAJAM GOSPODARSTVA



Međunarodni sajam gospodarstva Mostar je afirmiran kao najveća i najznačajnija gospodarska manifestacija u širim razmjerama.

Kao takav je uvršten u mnoge sajamske kalendre poslovnih ljudi u Bosni i Hercegovini, u susjednim zemljama i cijeloj široj regiji.

Stanić grupacija se predstavila na sajmu sa svojim bogatim portfolijom i ove godine te se još jednom istakla atraktivnim dizajnom svog prostora.

# ADVENT U MOSTARU



Advent nam označava dolazak najljepšeg doba godine, a čim je Grad Mostar je odlučio organizirati jedan ovakav događaj mi smo to rado podržali s našim brendovima Karlovačko, Juicy, Maraska i Johnnie Walker.

Brendirane adventske kućice, jelke, ukrasi i lampice krasile su Mostar tijekom 12. mjeseca. Naše Juicy kids maskote uveseljavale su dječicu, dijelile sokiće, slikale se s njima i dodatno uljepšale Mostarski advent.

# MOJA KORPA-ONLINE KUPOVINA JE UVIJEK IN!



Moja korpa je web shop platforma koju smo kreirali za vrijeme pandemije uz krilaticu

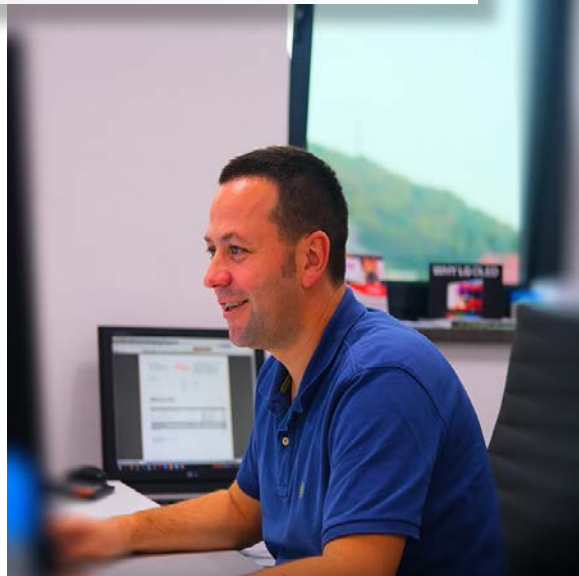
***“Naruči omiljeno piće iz udobnosti svog doma i mi ćemo ti dostaviti direktno na adresu”.***

Kroz 2022. godinu su naši kupci imali priliku da uz narudžbu dobiju zanimljive poklone, što je povećalo vrijednost samih proizvoda, a i odlično promoviralo naš web shop kao platformu za kupovinu pića. Instagram profil Moje korpe je poslužio kao sjajan kanal za promociju web shopa te smo uz Juicy, Marasku i KissFm, radeći zajedno nagradne aktivnosti, dosegli preko 5000 pratitelja i tako proširili auditorij za sve buduće aktivnosti koje pripremamo u 2023.

Zapratite nas, ako već niste! I naravno, pratite profile na Instagramu i Facebooku ostalih naših brendova Smirnoff, Johnnie Walker, Gordons, Baileys, jer donose zanimljive sadržaje, odlične recepte za koktele itd.



# STANIĆ TRADE



## TECHNO SHOP JE UVIJEK NA KLIK ISPRED SVIH!

**Ekspanzija online trgovine tokom Covid pandemije uveliko je doprinijela strateškim odlukama te dodatnom razvoju Techno Shop online trgovine.**

Kvaliteta i konstantan napredak i rast Techno Shop online trgovine prepoznale su i eCommerce asocijacije u Bosni i Hercegovini i Hrvatskoj, a kao posljedica toga kompanija Stanić Trade postala je članica eCommerce asocijacije BiH u junu 2022. godine, a u novembru dobila Trusted shop certifikat i postala članicom eCommerce udruge Hrvatska.

Kao jedan od vodećih retailera i e-tailera u Bosni i Hercegovini, Techno Shop je prepoznao dodatnu priliku za rast u vidu kreiranja potpuno novog korisničkog iskustva online kupovine. U suradnji sa partnerskom kompanijom ID-S Consulting iz Sarajeva pokrenut je projekat izrade novog online shop-a.

Osluškujući potrebe kupaca godinama unatrag, podigli smo online kupovinu na veću razinu uz unaprijeđenje korisničkog iskustva. Novi user experience se ogleda kroz CRM i CMS sistema po mjeri kupca, edukaciju potrošača uz vodiče za kupovinu, primjenu premium retail formule u online trgovini, sigurno plaćanje zahvaljujući Monri Payments servisu te bogatiji asortiman proizvoda i brzu isporuku uz mogućnost praćenja pošiljke i mnoge druge benefite. Dodatna pogodnost samo za registrirane korisnike je online novčanik (e-wallet).

Isti služi za pohranjivanje narudžbi, garancija i računa kako bi kupci iste sačuvali od zaborava ili gubitka. Pored navedenog, aktivirana je i opcija liste želja koja registrovanim korisnicima omogućava pohranjivanje i dijeljenje željenih proizvoda sa drugima putem linka.

Potpuno novi CMS sistem i Loyalty aplikacija koju ćemo plasirati na Google i App store je samo jedan od segmenata planiranih za prvu polovinu 2023. godine, a kao nastavak projekta unaprijeđenja online poslovanja kompanije Stanić Trade. Nakon uspostavljanja Loyalty aplikacije u drugoj polovini 2023. godine planiramo uspostaviti novi B2B portal kako bismo unaprijedili partnersku saradnju unutar distributivne mreže, privukli nove partnere, ubrzali proces narudžbe i isporuku roba našim partnerima.

Suvremeni dizajn, bolja preglednost, obogaćen asortiman proizvoda i benefiti za registrirane korisnike su samo neki od noviteta, ali ono što je ostalo nepromijenjeno je vrhunska kvaliteta proizvoda svjetskih brendova premium tehnike kao što su LG, Philips, Whirlpool, Sony, Hisense, Indesit i mnogi drugi.

## STANIĆ TRADE – JEDAN OD NAJPOŽELJNIJIH POSLODAVACA U SEKTORU MALOPRODAJE!



### Karijera

Želite raditi u dinamičnom okruženju, biti u korak sa trendovima te postati dio našeg tima? Pošaljite svoju prijavu i biografiju te ukoliko se ukaže potreba za uposlenikom vaših kvaliteta, bit ćemo slobodni da vas kontaktiramo.



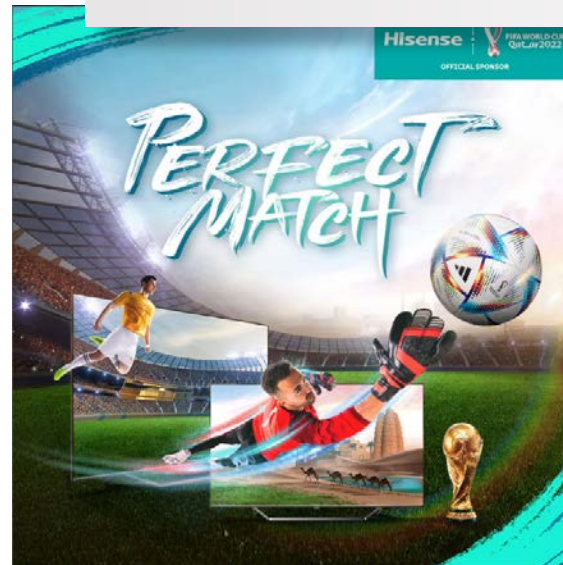
**Na dodjeli priznanja za „Najpoželjnijeg poslodavca 2021“ održanoj u Sarajevu 02. 02. 2022. godine koju je organizirala kompanija Kolektiv d.o.o. i MojPosao.ba, Stanić Trade je zauzeo drugo mjesto u sektoru maloprodaje.**

Nominirano je ukupno 500 kompanija, a ove godine je za najbolje glasalo više od 11.000 ispitanika.

„*Jako smo sretni što smo se odabirom građana našli na listi ovogodišnjeg izbora za najpoželjnijeg poslodavca i zauzeli drugo mjesto u sektoru maloprodaje. Protekle dvije godine pandemije tržište rada je itekako doživjelo transformaciju. Od velikog broja ugašenih radnih mjesta prve godine, pa sve do povećane potražnje istih već naredne godine. Za nas su ove dvije godine bile vrlo izazovne jer smo morali uvoditi nove modele rada i svakako voditi brigu o zdravlju svojih zaposlenika, a sve s ciljem da zadržimo sva radna mjesta. Ponosimo se činjenicom da smo prepoznati kao kompanija koja brine o svojim zaposlenicima, nudi atraktivne i primamljive uvjete za rad, koja njeguje pozitivno radno okruženje i koja uliva sigurnost zadržavanja posla te mogućnost napredovanja, edukacije i poslovnog usavršavanja. Ponosni smo na ovo priznanje jer nam je stiglo u najtežim vremenima suvremenog poslovanja i ostavlja nam zadatak da opravdamo pruženo povjerenje i dalje ulažemo u sve vrijednosti ljudskih resursa.*“

**Damir Kalmar, Predsjednik uprave Stanić Trade d.o.o.**

## STANIĆ TRADE UVEZAO SVAKI ČETVRTI TELEVIZOR U BOSNI I HERCEGOVINI



Potvrde da Stanić Trade tim radi odličan posao stižu sa svih strana u vidu titule najvećeg uvoznika i distributera televizora u Bosni i Hercegovini, sa udjelom od čak 25% ukupnog tržišta televizora.

Nakon nepune dvije godine od dobijanja ekskluzivne distribucije, brend Hisense je postao treći najprodavaniji brend u Bosni i Hercegovini, odmah poslije brendova LG i Samsung te zauzeo impozantnih 10% tržišta u 2022. godini



## TIM NIJE GRUPA LJUDI KOJI RADE ZAJEDNO VEĆ GRUPA LJUDI KOJI VJERUJU JEDNI DRUGIMA.



**2022. godina je najuspješnija godina u poslovanju kompanije Stanić Trade, a jedan od ključnih faktora ovog uspjeha je zasigurno timski rad.**

Posebnu pažnju tokom 2022. godine smo posvetili za dodatno povezivanje timova unutar kompanije.

Uprava u saradnji sa marketing timom organizirala je dva team buildinga sredinom godine. Team building komercijalne službe, nabave i marketinga u Konjicu – sredinom maja 2022. godine i team building maloprodaje, nabave i marketinga u Bihaću sredinom jula 2022. godine.

Jačali smo i partnerske odnose kroz edukacije koje smo organizirali za partnere u aprilu i nastavili organizacijom putovanja u Prag za najuspješnije partnere u prodaji LG sistema za grijanje i hlađenje, kao i nagradnog putovanja u Minhen za uspješnu prodaju Philips prodajnog asortimana.

Odlični rezultati prodaje LG klima uređaja i sistema grijanja osigurali su VIP nagradno putovanje u LG centralni ured u Seul u Koreji i Busan kojem se pridružio asistent direktora komercijalne službe sa ključnim partnerima iz regije.

„Seul je nešto što svima želim da dožive.“ Izjavio je Anel nakon povratka.

## NOVO IN-STORE ISKUSTVO KUPOVINE!

**Kompanija Stanić Trade teži kontinuiranom napretku, dodatnoj prepoznatljivosti trgovina te podizanju svijesti kod kupaca o Techno Shopu kao brendu i idealnom mjestu za kupovinu premium tehnike kako bismo osigurali dodatnu konkurentsku prednost na tržištu.**

U tom duhu u 2022. godini obnovili smo izloge i unutrašnjost trgovina u Sarajevu, Zenici i Visokom u saradnji sa partnerima LG, Philips, Whirlpool, Hisense, SEB i Electrolux. Već početkom 2023. godine planiramo obnovu maloprodajnog objekta u Tuzli te alokaciju trgovina u Sarajevu na Stupu i u TC Alta.

## UVIJEK MOŽE BOLJE! OBOREN JOŠ JEDAN BLACK FRIDAY REKORD



Stanić Trade u novembru 2022. godine obara sve rekorde prodaje. Iako je godina inflacije, nedostatka pojedinih roba i kašnjenja isporuke, ostvaren je rast od čak 34% u odnosu na novembar 2019. godine, a zavidnih 23% u odnosu na isti mjesec 2021. godine.

Maloprodaja je ostvarila do sada najveći porast ikada – u novembru 2022. godine retail je rastao čak 18%. Dženan Gojak – voditelj maloprodajnog lanca Techno Shop u saradnji sa marketing timom, nabavom, dobavljačima te odličnom organizacijom uposlenih napravio je vrhunski rezultat.

“Pomićemo letvice i rekorde, ali ako je neko u stanju da to napravi onda je to ovaj tim! Izuzetno sam ponosan na doprinos svih, jer je ovo nešto što su samo najbolji u stanju uraditi, a vi ste najbolji tim na ovom tržištu što ovi rezultati i govore! Novembar položen sa čistom desetakom, decembar je pred nama. Nema opuštanja, idemo privesti kraju i ove produžetke na isti način te zaokružiti ovu izuzetno uspješnu godinu!”

Dženan Gojak, voditelj maloprodajnog lanca Techno Shop

## SPREMNI ZA TRANSFORMACIJU ONLINE PRODAJE?



9. Sarajevo Marketing Summit otvoren je prezentacijom člana Uprave Sanela Bosnića na temu „Transformacija online prodaje i prioritizacija UX-a“ koja je privukla pažnju više od 200 učesnika i prisutnih medija.

U interaktivnoj prezentaciji na temu važnosti korisničkog iskustva prvenstveno u online trgovini najavljeno je lansiranje nove Techno Shop online trgovine i prednosti koje će ista nuditi kupcima.

Također, sa prisutnima su podijeljeni i rezultati istraživanja o sigurnosti online trgovine, trendu rasta online trgovine kroz godine te promjena ponašanja kupaca – prelazak iz in-store kupovine u online.



## STANIĆ MEDIA



**Stanić Media d.o.o, u 2022. godini nastavila je nizati uspjehe, s akcentom na ulaganja u infrastrukturu KISS FM radija u zoni pokrivenosti na području BiH u cilju nesmetanog servisiranja radijskog programa.**

Početkom godine, Stanić Media je postala emiter KISS FM radija, odnosno nosilac dozvole u Regulatornoj agenciji za komunikacije. To je bio poticaj da ustabilimo i proširimo zonu servisa, kroz dodatna ulaganja u postojeću i novu opremu.

Eliminirali smo poteškoće na zoni Kantona Sarajevo (kupnjom novog predajnika), pustili signal na ZE-Do kanton, te postavili dodatni predajnik na zoni Konjic. U tijeku je realizacija još dva projekta koji se odnose na postavljanje predajnika za poboljšanje zone Zenica i Neretvanskog kanjona, čime će KISS FM biti dostupan na potezu Doboj – Granica RH.

U ovoj godini, omogućili smo našim slušateljima i nesmetano slušanje KISS FM radija, putem nove web stranice [www.kissfm.ba](http://www.kissfm.ba), kao i KISS FM platforme po osobnom izboru. U glazbeni format smo uvrstili i stranu glazbu, koja danas čini 40%, što je novitet u samom programskom sadržaju. Prateći trendove, u 2023. naši slušatelji će nas moći i gledati, jer u završnoj fazi je PODCAST Kiss FM, pod imenom „U četiri oka na KISS FM-u“.

Da nastavljamo s trendom rasta, govori i dugogodišnje povjerenje klijenata kao i medijska pokroviteljstva, od kojih bi izdvojili koncerte: Josipa Lisac, Zdravko Čolić, Jelena Rozga, Danijela Martinović, Vanna, Bajaga i instruktori, Marija Šerifović, Željko Joksimović, Prljavo Kazalište, te festivale; Fresh Wave, Krash Fest, Loading Fest i mnogi drugi.

**“Ciljevi su uvijek ostvarivi, ako na tome radi dobar i uspješan tim. Danas imamo već dobro poznata imena koja vas svakodnevno informiraju, zabavljaju i vode kroz dan. Danilo Marković, Lamija Terzimehić, Saša Martić i Anela Muminović, Loreno Laštro su tim koji definitivno, KISS FM radio čine uspješnim. Zadovoljstvo je svakodnevno raditi s njima.”**

Sanela Gavran, direktorica Stanić Media

## B2B RUN 2022.



**PONOVO SMO NAJBRŽA VELIKA KOMPANIJA U BIH!**

Posljednji četvrtak u rujnu za nas nije bio sasvim običan dan. Ispred 80 tvrtki i 1.1760 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 naše kompanije. Grupaciju je s ponosom je predstavljalo 30 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 Grupe izvan našeg obima poslovanja.

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

| NATJECATELJ      | KOMPANIJA        | VRIJEME |
|------------------|------------------|---------|
| Davor Topić      | Stanić Beverages | 0:17:40 |
| Josip Topić      | Stanić Beverages | 0:19:09 |
| Ajdin Alibegović | Stanić Beverages | 0:19:41 |
| Sanjin Babović   | Boreas           | 0:20:26 |



## KAPLJICE KOJE ŽIVOT ZNAČE: DARUJ KRV – SPASI ŽIVOT!



**Nastavljajući dugogodišnju tradiciju djelovanja kroz društveno odgovorne aktivnosti i u 2022. 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. S ponosom ističemo da se značajan broj zaposlenika odazvao i uzeo učešće u ovoj humanoj gesti, te su još jednom pokazali koliko cijene i pridaju važnost darivanja krvi te spremnost da pomognu u razvoju dobrovoljnog darivanja krvi.



## U MJESECU SMO LJUBAVI, NJEŽNOSTI, DARIVANJA!



### SRCE ZA DJECU



**Kako svake godine tradicionalno obradujemo naše mališane poklon paketićima, posebno ističući važnost male garde unutar Stanić grupacije, ove godine odlučili smo ih dodatno obradovati i ukazati im na važnost toga da sva djeca imaju pravo na sreću i da sreća nije samo u primanju nego je mnogo veća u darivanju, pružanju ljubavi i širenju dobrote kada god za to imamo priliku.**

Upravo su blagdani prilika da na poseban način izrazimo poštovanje i ljubav prema onima kojima je to potrebno. Mnogo toga se ne može kupiti novcem, i slatkiši i paketići jesu radost, ali pružanje ruke djeci koja nemaju osnovno, a to je zdravlje – je nešto najvrijednije, to želimo naučiti našu djecu.

Tragom toga, ove godine, pored paketića, odlučili smo pokloniti djeci Stanić grupacije majice udruge „SRCE ZA DJECU“ s print natpisom LJUBAV, i time podržati ovu Udrugu. Svaki mališan grupacije, njih 350 s ponosom će nositi ovu majicu i širiti ljubav svojim vršnjacima kojima je svaki osmijeh dragocjen.

Poruka Stanić grupacije: „**Darujmo ljubav, darujmo osmijeh i darujmo dobrotu**“.

## ZAKLADA “JEDNI ZA DRUGE”

**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.**

U 2022. godini Zaklada je isplatila pomoć u iznosu od 10.700 KM.

U okviru sredstava kojima raspolaže Zaklada i u narednom periodu nastavlja ostvarivati svoj primarni cilj što je pomoć djelatnicima Stanić grupacije. O radu i djelovanju Zaklade „Jedni za druge“, te potrebne informacije možete potražiti na našoj web stranici [www.jednizadruga.com](http://www.jednizadruga.com), putem koje se također mogu uputiti i zahtjevi za pomoći.

Upravni odbor Zaklade „Jedni za druge“



# STRAST ZA KVALITETOM TOČENOG PIVA



**Razvoj ljudskih potencijala za nas u Boreasu znači razumijevanje i uvažavanje potreba djelatnika, posvećujući im posebnu pažnju kroz praćenje rada svakog pojedinca, prepoznavanje inovativnih, perspektivnih i proaktivnih pojedinaca, čiji daljni razvoj potičemo i nagrađujemo.**

Svjesni da jezgro naše organizacije čine naši djelatnici, želimo pružiti priliku našim zaposlenicima za visoka postignuća i osobni razvoj. U saradnji sa našim Principalima konstantno radimo na edukacijama i razvojnim programima koristeći najbolje prakse sa drugih tržišta i primjenjujući najnovije trendove u svijetu distribucije i prodaje.

21.05.2022. godine u prostorijama Boreas d.o.o. u Binježevu, održan je trening o točenom pivu, na kojem su bili prisutni supervizori prodaje Boreas-a iz cijele Bosne i Hercegovine, nacionalni menadžeri kanala prodaje te direktor prodaje pića.

Ciljevi treninga:

- 1) Pružiti dovoljno znanja prodajnim predstavnicima da bi poboljšali vještine prodajnog savjetovanja:
  - Kako procijeniti i izmjeriti uslugu kvalitete posluživanja točenog piva tijekom prodajnog posjeta
  - Kako dijagnosticirati i otkloniti probleme s kvalitetom točenog piva
  - Kako razgovarati sa svojim kupcima o prednostima kvalitete točenog piva.
- 2) Povećati zadovoljstvo kupaca našom uslugom.

Trening su vodili treneri iz Heinekena Hrvatska:

- Sanja Posavac (Quality Assurance Manager)
- Tihana Žugčić (Quality Control Specialist)
- Krešimir Perković (Capex & Event Coordinator)
- Darko Bezjak (Special Event Executor))
- Damir Fluka (Sales Training Manager)

Svi prisutni su imali priliku steći nova znanja te razmijeniti iskustva i probleme sa kojima se svakodnevno susreću u radu, pri čemu se mogla vidjeti kompleksnost tržišta Bosne i Hercegovine i potreba za konstantnim, brzim i efikasnim prilagođavanjem.



OD SRCA

# ČESTITAMO!

Svim zaposlenicima  
Stanić Grupacije koji su u  
protekloj godini dobili priliku za  
dokazivanjem u našoj organizaciji  
ili su unaprijeđeni na nove  
pozicije, a takvih je više desetina,  
čestitamo na dosadašnjim  
postignućima te želimo uspješan  
daljnji razvoj karijere i  
zadovoljstvo na poslu!





