

## DNEVNI LIST I VANJSKOTRGOVINSKA/SPOLJNOTR



**VANJSKOTRGOVINSKA KOMORA BOSNE I HERCEGOVINE**  
**СПОЉНОТРГОВИНСКА КОМОРА БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ**  
**FOREIGN TRADE CHAMBER OF BOSNIA AND HERZEGOVINA**

**S**a predsjednikom Uprave Stanić grupa razgovarali smo o temeljnim vrijednostima poduzeća, rezultatima poslovanja, izazovima sa kojima se susreći te o planovima za budućnost. Stanić grupa, kao mali obiteljski biznis, započela je s radom još 1983. godine, a u proteklih 30-ak godina Grupacija je dosegla poziciju tržišnog lidera u distribuciji pića, duhanskih proizvoda i tehničke robe na području Bosne i Hercegovine i Hrvatske te ostvarila izvrsnu, dugogodišnju suradnju s najvećim svjetskim kompanijama i brandovima

**Za početak bismo Vas zamolili da nam predstavite svoju kompaniju. Od kad postojite, čime se bavite, broj zaposlenih, na kojim tržištima poslujete, koje su temeljne vrijednosti kompanije i slično?**

“Stanić grupa, kao mali obiteljski biznis, započela je s radom još 1983. godine, a u proteklih 30-ak godina Grupacija je dosegla poziciju tržišnog lidera u distribuciji pića, duhanskih proizvoda i tehničke robe na području Bosne i Hercegovine i Hrvatske te ostvarila izvrsnu, dugogodišnju suradnju s najvećim svjetskim kompanijama i brandovima.

Ubrzani razvoj započeo je realizacijom ekskluzivnog ugovora s Heinekenom i LG Electronicsom, da bi danas u portfelju Grupacije bio cijeli niz vrhunskih brandova kao što su Johnnie Walker, Smirnoff, Marlboro i 7 days, od kojih su većina svjetski lideri u svojim segmentima.

Nova razvojna faza Grupacije započela je akvizicijom Juicy sokova krajem 2013. godine, što je označilo iskorak u segment proizvodnje, ali i ostvarenje strateškog cilja Grupacije da se proširi na područje vlastite proizvodnje kako bismo mogli iskoristiti «know how» koji smo imali prilike godinama usavršavati u suradnji sa svjetskim brandovima čiju smo distribuciju vršili na području RH i BiH.

Snagom Juicy brandova, kao i daljnjim razvojem proizvodnje i planiranim inovacijama te već izrađenom fleksibilnom organizacijom koju čini tim predanih profesionalca, Stanić grupa napravila je značajan iskorak prema širenju u zemlje regije.

Danas više ne razmišljamo isključivo regionalno, već širimo izvoz branda Juicy i na europske zemlje, ali i zemlje članice MENA regije (Bliski istok i Sjeverna Afrika) te Daleki istok. Juicy je danas prisutan na policama u Njemačkoj, Italiji, Austriji, a u Sjedinjenim Arapskim Emiratima je već omiljeno piće u nekima od najprestižnijih restorana i klubova. Izrazito sam ponosan što je Juicy postao svjetski brand zahvaljujući snažnoj izveznoj strategiji.”

**Kako ocjenjujete dosadašnje rezultate poslovanja?**

“Pozitivno poslujemo u svim se-



**Svetlan Stanić – predsjednik Uprave Stanić grupe**

# Tržišni lider u distribuciji pića

gmentima. Imamo porast tržišnog udjela u svim poslovnim jedinicama uz apsolutni rast volumena u rasponu od 5 do 12%. Najveći rast nam je u prodaji piva (11%), a najmanji u prodaji vode (5%), koju smo tek ove godine počeli distribuirati pa treba vremena da se proizvod prilagodi novom tržištu. Zadovoljni smo ostvarenim rezultatima, no ljestvicu smo postavili nešto više za sljedeću godinu i vjerujem kako ćemo ostvariti ciljeve, kao što smo to i do sada uvijek radili.”

**Koji su najveći izazovi s kojima se susrećete u poslovanju?**

“Jedan od većih izazova je svakako kriza u Agrokoru koja je potresla brojne gospodarstvenike u cijeloj regiji, pogotovo kada uzmemo u obzir cijeli proces nagodbe, otpis dugova i poteškoće koje smo imali s naplatom. No zahvaljujući tome što se nismo fokusirali isključivo na regiju već smo zadnjih nekoliko godina snažno jačali izvozna tržišta u Europi i na Bliskom istoku, sve probleme smo prebrodili vrlo

uspješno. Ono što otežava radu nama, ali i svim drugim domaćim gospodarstvenicima su nepovoljni uvjeti kreditiranja u odnosu na strane multinacionalne kompanije. To je nešto što bi se moralo riješiti na višim razinama kako bi se dodatno potaknulo gospodarstvo u cjelini.

Ono što me posebno brine u zadnje vrijeme je i nedostatak radne snage. Naime, zbog lošije ekonomske situacije ljudi sve češće odlaze u inozemstvo za boljim poslom. Istina, mnogi se i vrate nakon kraćeg vremena, ali je i dalje veći broj onih koji odlaze od onih koji se vraćaju. Čovjek je najvrjednija komponenta svake kompanije, bez dobrih i kvalitetnih ljudi, nema niti razvoja i rasta. Mi se trudimo naše zaposlenike stimulirati, ponuditi im zanimljivo radno okruženje i nagraditi njihovu lojalnost pa vjerujem kako ćemo i u buduću uspjeti naći kvalitetan kadar. Ipak, dugoročno me brine situacija deficita mladih radno sposobnih ljudi.”

**Možete li nam predstaviti neke**

**planove za budućnost? Što možemo očekivati u narednoj godini ili u narednih deset godina?**

“Izvoz je izrazito važan u našem poslovnom planu. Danas je, više nego ikada do sada, jasno kako ozbiljne proizvodne kompanije moraju razmišljati o globalnom tržištu. Lokalno tržište je i dalje prioritet, u našem slučaju zbog snage branda koju imamo u regiji, ali i lojalnosti naših potrošača, no zahvaljujući prisutnosti Juicya u MENA regiji, Njemačkoj, Italiji i drugim europskim zemljama, mi smo danas svjetski brand.

Mi vjerujemo u naš brand, kontinuirano radimo na uvođenju inovacija, proširenju asortimana, cjelokupnom marketinškom miksu, prilagodavanju novim tržištima i znamo da će to prepoznati potrošači diljem svijeta. Juicy je broj jedan u regiji, a ja bih volio da uđe i u top 10 u svijetu. Također, intenzivno razmišljamo i o ulasku u novi segment pića. Nedavno smo otvorili novu liniju za punjenje PET boca u našoj tvornici u Kreševu te povećali svoje kapacitete

## TRGOVINSKA KOMORA BiH VAM PREDSTAVLJAJU

gotovo tri puta, na cca 160 milijuna litara, a to sve nam omogućava daljnje širenje proizvodnje u novim segmentima osvježavajućih pića.

Dugoročni cilj nam je i jačati distribuciju u diviziji hrane s novim potencijalnim poslovnim partnerima. Stanić grupa je započela poslovanje upravo kao distributerska firma, naši partneri su danas Heineken, LG Electronics, Johnnie Walker, Smirnoff, Marlboro i 7 days, od kojih su većina svjetski lideri u svojim segmentima.”

**U kojoj mjeri ste okrenuti inovacijama u poslovanju (kreiranje ponude, digitalizacija procesa...)?**

“Inovacije vode do uspjeha. Biti drugačiji, prvi ili bolji od konkurencije znači biti lider na tržištu, što mi svakako jesmo. Brand Juicy je trendsetter kada su sokovi u pitanju na području cijele regije. Među prvima smo prepoznali važnost 100% sokova, proširili kategoriju s novim okusima, kreirali funkcionalne sokove koji su obogaćeni vitaminima i mineralima, okrenuli se u komunikaciji prema mladima s našim brandom Juicy Frutis i ostvarili odličan uspjeh. Potrošači cijene prije svega kvalitetu i brand koji je u koraku s promjenama i prati njihove potrebe koje su u današnje vrijeme sasvim drugačije od onih prije 5 ili 10 godina.

Gotovi svi brandovi unutar Stanić grupe su lideri u inovacijama u svojim kategorijama (Juicy, Heineken, Johnny Walker, Philipp Morris, 7days, LG) tako da kompanija ima sreću što je u mogućnosti

prenositi know how svjetskih brandova na svoje interno okruženje i tržišta na kojima posluje.”

**Ove godine ste napunili 35 godina postojanja i rada na bh. tržištu. Na koja postignuća ste najviše ponosni?**

Zaista je puno vremena prošlo. Nakon 35 godina postojanja Stanić grupe mogu sa zadovoljstvom reći kako smo zaista puno toga postigli i ostvarili gotovo sve zacrtane ciljeve. Svakako bih izdvojio akviziciju branda Juicy kao jednog od najvećih uspjeha, jer Juicy upravo pod našim vodstvom danas ostvaruje najbolje rezultate. Imati vlastiti brand u portfelju znači jako puno, sami odlučujemo o svim fazama razvoja branda i to me osobno jako veseli. Također, dugoročna partnerstva sa svim našim principalima u distribuciji govore o tome kako izvršno radimo svoj posao i kako nas velike multinacionalne kompanije itekako cijene kao lokalnog partnera.”

**Kako se u firmi gleda na problem odlaska mladih iz BiH i koliko ste posvećeni mladom kadru?**

“Problem emigracije kao takav sam već istaknuo kao jedan od većih izazova današnjeg doba. Neizvjesna ekonomska situacija nikako ne doprinosi ostanuku mladih u zemlji, no to je problem šireg konteksta. Naša Grupacija kontinuirano ulaže u mlade ljude, oni su pokretači brojnih inicijativa u našoj kompaniji i izrazito su važni za njen budući razvoj. Nažalost, mi ne možemo riješiti problem emigracije mladih, ali možemo potaknuti

druge da ulažu u mlade ljude kao najveći kapital jedne zemlje.”

**Što otvaranje novog postrojenja znači za vaše poslovanje?**

“Stanić Beverages otvorio je novu modernu liniju za punjenje PET boca u tvornici u Kreševu s godišnjim maksimalnim kapacitetom do 100 milijuna litara. Ukupna vrijednost investicije iznosila je 8 milijuna konvertibilnih maraka. Prijašnji kapacitet tvornice u Kreševu iznosio je oko 60 milijuna litara, a zahvaljujući novoj liniji sada iznosi 160 000 milijuna litara. S obzirom na povećane kapacitete, tvornica u Kreševu bit će u mogućnosti pratiti ekspanziju izvoza branda Juicy u zemlje CEFTE, EU i MENA regiju.

Otvaranjem nove PET linije modernizirali smo proizvodnju, poboljšali kvalitetu, povećali kapacitete te finalizirali prvi ciklus investicija. Uskoro krećemo i u novi investicijski ciklus koji ćemo započeti proširenjem postojećeg skladišnog prostora u vrijednosti od 1 milijun konvertibilnih maraka s ciljem daljnjeg rasta prodaje na domaćem tržištu, kao i na već otvorenim stranim tržištima, ali i novim inozemnim tržištima koje tek planiramo otvoriti u bliskoj budućnosti.”

**Koliko ste zadovoljni suradnjom s Vanjskotrgovinskom komorom BiH i koja su vaša očekivanja u budućnosti?**

“Zadovoljni smo suradnjom i nastojanjima Komore da pomogne gospodarstvenicima, no smatram da uvijek možemo i moramo napraviti još više.

Kompanija Stanić Beverages, najveći domaći proizvođač sokova i napitaka od voća i lider na BiH tržištu, aktivna je u nastojanjima za poboljšanje uvjeta rada gospodarstvenika u Bosni i Hercegovini. Boris Marijanović, direktor Stanić Beverages, imenovan je novim članom Grupacije proizvođača bezalkoholnih pića i voda u BiH te će svoja nastojanja i dosadašnje zalaganje sada i službeno nastaviti aktivnošću u Grupaciji.

Smatram da je bitno upozoravati na nepovoljni položaj proizvođača radi raznih nameta (od poreznih opterećenja do akciza) i tendencija da se isti povećavaju te nelogičnosti u važećim odredbama. Primjer je jedne takve nelogičnosti činjenica da se akciza na nektare plaća na sve sokove koji imaju ispod 50% udjela voća. Nemoguće je proizvesti primjerice sok od crnog ribiza ili brusnice s tako visokim udjelom voća a da on organoleptički bude zadovoljavajući (također udio primjerice crnog ribiza rezultirao bi proizvodom koji je iznimno jak, gorak i neprijatan za konzumaciju). Slične nelogičnosti i propisi nepovoljno se odražavaju na nas proizvođače te nas u konačnici prisiljavaju i na dizanje cijena proizvoda, a time posredno utječu i na krajnjeg potrošača i zapravo čine dodatni udar na njihov standard. Kao novi član odbora Grupacije proizvođača bezalkoholnih pića i voda u BiH nadam se da će naša nastojanja uroditi plodom i da će doći do bitnih pomaka koji će olakšati poziciju lokalnih proizvođača.”



**Audi A3 SB 2.0 TDI Sportpaket EXCLUSIVE PLUS - Novi model**  
Godina: 2014; Kilometraža: 156 510



**Audi A4 2.0 TDI 5-Tronic Sportpaket EXCLUSIVE PLUS - FACELIFT**  
Godina: 2012; Kilometraža: 173 516



**Audi Q3 2.0 TDI Quattro 5-Tronic Sportpaket EXCLUSIVE PLUS 150 KS - FACELIFT**  
Godina: 2016; Kilometraža: 157 166



**BMW 316 D F30 Tiptronic SPORTPAKET Edition Exclusive - Novi model**  
Godina: 2014; Kilometraža: 156 935



**BMW 318 D Gran Turismo GT Sport LUXURY LINE EXCLUSIVE**  
Godina: 2014; Kilometraža: 136 561



**BMW 530 D Karavan xDrive 4x4 Tiptronic Exclusive Line F11 258 KS - FACELIFT**  
Godina: 2015; Kilometraža: 158 633



**Mercedes-Benz B 180 CDI Tiptronic - 7G-Tronic Sportpaket EXCLUSIVE PLUS - Novi model - FACELIFT**  
Godina: 2015; Kilometraža: 128 015



**Mercedes-Benz E 350 3.0 CDI Tiptronic - 7G-Tronic Avantgarde Sportpaket**  
Godina: 2009; Kilometraža: 268 642



**Mercedes-Benz GLA 200 2.2 CDI Sensation Exclusive**  
Godina: 2014; Kilometraža: 161 936



**Nissan Qashqai 1.5 DCI Acenta Business Edition**  
Godina: 2015; Kilometraža: 141 836



**Opel Insignia 1.4 CDTI Karavan ecoFLEX Cosmo Sport - FACELIFT**  
Godina: 2016; Kilometraža: 159 874



**Peugeot 308 1.6 BlueHDI Allure Sport - Novi model**  
Godina: 2016; Kilometraža: 148 698

Ti voziš. Ti biraš.

Rezerviraj vozilo u dolasku!

Sarajevo - Banja Luka - Ljubuški  
Tel: +387 39 830 000, Mob: +387 63 726 000  
E-mail: info@askramar.com



**kramar**  
AUTO SALON



www.askramar.com