


INTERVJU SA MILUTINOM IVANOVIĆEM, DIREKTOROM KNAUF D.O.O. BEOGRAD I KNAUF ZEMUN D.O.O.



Vrhunski kvalitet – domaća proizvodnja

“**K**nauf je nemačko porodično preduzeće koje je osnovano 1932. godine. Ekspanziju na evropskim tržištima počeo je 1972. godine, otvaranjem proizvodnog pogona u Austriji. Nakon pada Berlinskog zida i otvaranja tržišta zemalja istočne Evrope, ovaj pogon je preuzeo organizaciju rada u svim istočnoevropskim zemljama, što mi popularno zovemo od Baltika do Tirane”, kaže gospodin Milutin Ivanović, direktor Knaufa. “Odmah nakon potpisivanja Dejtonskog sporazuma 1995. godine, otvoreno je preduzeće u tadašnjoj SRJ, danas Republici Srbiji. Godine 2005. Knauf Insulation je uspešno privatizovao Vunizol u Surdulici, a 2006. smo doneli odluku da postanemo domaći proizvođači. Tako da danas sa ponosom kažemo da Knauf ima dva proizvodna pogona u Republici Srbiji – jedan u Surdulici, a drugi u Zemunu.”

Koliko je trajala izgradnja fabrike Knauf u Zemunu i kolika je bila vrednost investicije?

U fabriku u Zemunu smo investirali ukupno 13,5 miliona evra. Nažalost, ceo proces je predugo trajao. Od obezbeđenja zemljišta za gradnju, gradnje i nabavke svih dozvola za otpočinjanje proizvodnje proteklo je više od dve i po godine. Tako da smo počeli sa proizvodnjom u aprilu 2008. godine.

Koji asortiman nudite tržištu Srbije?

TRUDIMO SE DA KVALITET PROIZVODA KOJE IZNOSIMO NA TRŽIŠTE BUDE NAJVIŠI MOGUĆI, DA NI U ČEMU NE ZAOSTAJEMO ZA ONIM ŠTO KNAUF PROIZVODI U CENTRALI U NEMAČKOJ

Od 1995. godine na tržištu Srbije smo prisutni sa našim baznim programom koji je zasnovan na gipsu kao građevinskom materijalu. Ove proizvode za tržište Srbije obezbeđujemo iz naše dve najbliže fabrike koje se nalaze u Hrvatskoj i Makedoniji.

Paletu proizvoda koju nudimo tržištu Srbije iz naše proizvodnje u Zemunu delimo u dve grupe. Prvi segment proizvodnje su mašinski malteri za unutrašnje i spoljašnje malterisanje svih vrsta objekata u visokogradnji. Drugu grupu čine visokokvalitetni lepkovi za keramiku širokog spektra unutrašnje i spoljne primene.

Ove godine, pored standardne palete proizvoda, ponudili smo tržištu i dva proizvoda za

izvođenje kontaktnih fasada. Na ovaj način smo odgovorili zahtevima tržišta i potpuno prilagodili svoje proizvode uslovima izvođenja fasaderskih radova. Želim da istaknem da su prve reakcije sa gradilišta veoma pozitivne.

Šta možete da kažete o kvalitetu proizvoda koji izlaze iz fabrike u Zemunu?

Trudimo se da kvalitet proizvoda koje iznosimo na tržište bude najviši mogući, da ni u čemu ne zaostajemo za onim što Knauf proizvodi u centrali u Nemačkoj.

Sama proizvodnja u Zemunu je potpuno automatizovana, što nam obezbeđuje ravnomeran i kontrolisan kvalitet tokom celog

toka proizvodnje. Interesantno je da vazduh koji služi za sušenje našeg peska prolazi kroz četiri vrste filtera u našoj fabrici, a nakon procesa sušenja peska, vazduh se vraća u atmosferu, ali sada čistiji. Ponosni smo na to da nemamo reklamacije. Ove godine smo svoj sistem rada podvrgli kontroli kod eminentne kuće za uvođenje ISO standarda – Quality Austrija. Rezultat je bio dobijanje sertifikata 9001-2008.

Gde distribuirate proizvode koji se proizvode u novoj fabrici?

Pored celokupnog domaćeg tržišta, jednu četvrtinu proizvodnje

Pored toga, imamo i široki spektar proizvoda koji se odnosi na, nazovimo to uradi-sam-kupce, ljude koji su voljni da nešto sami kod kuće urade, prvenstveno što se tiče masa za razne vrste reparatura u stanovima. Često navodim primer da ukoliko nemate novca da zamenite keramiku koja je dvadesetak godina u vašem kupatilu, možete uz veoma malu investiciju da promenite fuge između keramike, što će vam omogućiti da se potpuno drugačije osećate u svom kupatilu.

Na koji način komunicirate sa svojom ciljnom grupom?

Pored sajta, koji se redovno ažurira i časopisa "Gipsware", koji izlazi tromesečno, naš osnovni način komunikacije na tržištu jeste direktno preko naših petnaest komercijalno-tehničkih savetnika. Svakodnevno držimo prezentacije na tržištu i svi su nam važni: majstori, izvođači, trgovci, arhitekte i investitori.

Knauf je od 2003. godine sufinansijer jednog obrazovnog profila u srednjim građevinskim školama u osam gradova u Srbiji, gde nastojimo da mlade ljude edukujemo i da ih, zajedno sa našim partnerima, kad završe školu, zaposlimo. Svake godine, dvesta novih klinaca koji su u praktičnom smislu spremni da odgovore izazovima gradilišta, izađe iz škole i završi u građevinarstvu.

Kakvi su planovi Knaufa za narednu godinu?

U 2010. godini planiramo da pridemo kupcima u logističkom smislu tako što ćemo mi preuzeti na sebe isporuku robe, kako džakirane tako i rinfuzne, koju ćemo dostavljati u silosima i po potrebi dopunjavati cisternama na gradilištima.

Pored toga, planiramo uvođenje novih proizvoda. Trenutno se receptiraju proizvodi glet masa za unutrašnju upotrebu, univerzalni glet za zidove i podove, estrih i samoizravnavajuća masa za podove, a radimo i na razvoju završnih fasadnih nanosa. Pokrenućemo proizvodnju fug masa za obradu svih podnih i plafonskih površina bez obzira na to da li je reč o keramičkim, granitnim, mermernim ili drugim oblogama spoljašnjih ili unutrašnjih površina. U planu je investicija u mali roto-paker, koji će nam omogućiti da nove proizvode, za koje već imamo recepture, pakujemo u fabrici u Zemunu. ■

U 2010. GODINI PLANIRAMO DA PRIDEMO KUPCIMA U LOGISTIČKOM SMISLU TAKO ŠTO ĆEMO MI PREUZETI NA SEBE ISPORUKU ROBE, KAKO DŽAKIRANE TAKO I RINFUZNE, KOJU ĆEMO DOSTAVLJATI U SILOSIMA I PO POTREBI DOPUNJAVATI CISTERNAMA NA GRADILIŠTIMA



izvozimo na tržišta okolnih zemalja, a najviše robe isporučujemo u Crnu Goru i Makedoniju. Možemo da se pohvalimo da smo u poslednjih nekoliko meseci ostvarili prve isporuke u Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu i Bugarsku. Od 2010. godine planiramo da naše proizvode plasiramo na tržišta Rumunije i Albanije.

Kome su namenjeni vaši proizvodi?

Prethodnih 14 godina našeg prisustva na ovom tržištu potvrđuje da možemo adekvatno da odgovorimo kako potrebama velikih građevinskih firmi tako i specijalizovanim građevinskim firmama za različite oblasti završnih zanatskih radova u građevinarstvu. S ponosom ističemo da je Knauf Zemun isporučio više od 10.000 tona svih naših materijala za objekte Univerzijade u Beogradu.

INTERVJU SA DEJANOM ČOLOVIĆEM, GENERALNIM DIREKTOROM PREDUZEĆA BANJA KOMERC



“Banja komerc je porodično preduzeće, osnovano 1992. godine u Aranđelovcu. U sklopu firme, koja trenutno zapošljava 150 radnika, nalaze se dva kamenoloma kalcijum-karbonata i proizvodnja materijala za završne radove u građevinarstvu”, kaže Dejan Čolović, generalni direktor preduzeća Banja komerc. “Godine 2002. sa švajcarskom firmom Bekament sklopili smo Ugovor o licenci za proizvodnju njihovih proizvoda u Aranđelovcu, i od te godine se na srpskom tržištu pojavljuju proizvodi kompanije Bekament.”

Koji je asortiman proizvoda i koliki su proizvodni kapaciteti fabrike?

Proizvodnja materijala za završne radove u

Kvalitet je dugoročno isplativiji



“W&P Baumit d.o.o. je kompanija za proizvodnju građevinskog materijala. Član je velike austrijske kompanije Wietersdorfer Gruppe sa sedištem u Klagenfurtu i ima 3300 zaposlenih. Osnovna delatnost je proizvodnja cementa, hidrata kreča, građevinskih materijala, GFK-cevi i plastičnih cevi. Na srpskom tržištu je od marta 2002. godine sa prodajnim centrom u Beogradu, a sa proizvodnim pogonom u Aranđelovcu od novembra 2006. godine”, kaže gospodin Roland Hoholdinger, direktor kompanije W&P Baumit d.o.o.

Kakva je politika kompanije po pitanju standarda i kvaliteta?

Da bi proizvodni pogon W&P Baumit d.o.o. Aranđelovac imao standard proizvodnje i kvalitet proizvoda identičan matičnoj firmi, pored znanja i iskustva prenetog od strane matične firme, bila su neophodna i finansijska ulaganja od nekoliko miliona evra. Uložena su velika materijalna sredstva u modernizaciju postojeće opreme, a stepen automatizacije je na svim proizvodnim linijama podignut na veoma visok nivo.

Kada je reč o kontroli kvaliteta proizvoda, ona se vrši, i u našoj laboratoriji u Aranđelovcu i u laboratoriji u Austriji, kao i ostalim nadležnim austrijskim institucijama. Naši proizvodi moraju biti identični proizvodima matične kompanije.

građevinarstvu uključuje sva građevinska lepila, dekorativne fasade, dekorativne boje, fug mase, glet mase, odnosno sve što je potrebno da se jedan dom opremi i za eksterijer i za enterijer. Jedan smo od najvećih proizvođača termoizolacionih sistema u Srbiji.

Trenutno je kapacitet fabrike oko 100.000 tona, a nakon završetka procesa automatizacije, koji je u toku, očekujemo povećanje kapaciteta na 200.000 tona na godišnjem nivou.

Na koja tržišta plasirate svoje proizvode?

Pored tržišta Srbije koje apsorbuje 60 odsto naše proizvodnje, prisutni smo u Crnoj Gori, Makedoniji, Bosni i Hercegovini i malo u Rusiji. U Hrvatskoj imamo svoju firmu koja je naš distributivni centar. Smatramo da je prednost

“PONOSNI SMO NA PLAKETU SKUPŠTINE OPŠTINE ARANĐELOVAC ZA USPEŠNO POSLOVANJE I DOPRINOS RAZVOJU OVOG GRADA”

kvalitetom. Sa dobrim spektrom proizvoda, prvenstveno u domenu fasadnih sistema i mašinskih maltera omogućili smo svim strukturama kupaca da nađu zajednički interes u saradnji sa nama. Sa rastom prodaje dali smo poseban značaj brzom i kvalitetnoj isporuci materijala.

Kako se ekonomska kriza reflektovala na vašu kompaniju?

Bez obzira na ekonomsku krizu ne samo da nismo imali gubitke, nego smo imali velike investicije u nove proizvodne linije i u izuzetno modernu i kvalitetnu mašinu za pakovanje proizvoda. Ujedno su uvećana mesečna primanja zaposlenima za nekoliko procenata, a uz pogodnosti programa Vlade Srbije primljena su i dva nova saradnika. Svetska ekonomska kriza nam je onemogućila realizaciju velikih planova za našu kompaniju i Srbiju, sve je pomereno za nekoliko godina unapred. ■

“MI SMO SIGURNO JEDINA FIRMA U SRBIJI KOJA IMA ZAKRUŽEN CIKLUS PROIZVODNJE, OD KAMENOLOMA, PRERADE KALCIJUM KARBONATA DO PROIZVODNJE”

kompanije Banja komerc – Bekament u dobrom odnosu cena i kvaliteta proizvoda.

Kakva su vaša očekivanja i planovi za 2010. godinu?

Pre svega, 1. marta 2010. godine otvorićemo novu fabriku. Pored toga, sledeće godine planiramo ozbiljniju marketinšku kampanju. Predstavićemo Bekapol boje i Bekaterm, a jedan spot smo pripremili o samoj kompaniji Banja komerc.

Da li očekujete pozitivne efekte od subvencionisanih stambenih kredita?

Mi već vidimo pozitivne rezultate. Čak očekujemo da će sledeće godine cene nekretnina porasti za deset procenata. ■



Partner na kog se možete osloniti

BRANISLAV JEŠIĆ

Holcim je u Srbiji prisutan od 2002. godine kada je privatizovana fabrika cementa 'Novi Popovac'. Od 2005. fabrika cementa 'Novi Popovac' postaje punopravni član Holcim Grupe i stiče pravo da koristi kompanijski brend u svom poslovanju. U 2006. počinje sa radom fabrika betona u Beogradu, a 2009. godine je kupljeno preduzeće 'Kamenko Gagrčin' (Sombor) koje se bavi rečnim transportom i proizvodnjom agregata", kaže gospodin Gustav Navaro, generalni direktor Holcima Srbija. "Holcim trenutno zapošljava 439 ljudi, a do sada smo uložili više od 100 miliona evra u modernizaciju procesa, opremu najnovije tehnologije, edukaciju zaposlenih, projekte u lokalnoj zajednici i dr."

Kakva je politika kompanije kad je reč o standardu kvaliteta?

Holcim poseduje u Srbiji ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 17025. Pored ispunjavanja svih standarda koji su zahtevani da bi se poslovalo na određenom tržištu, Holcim poseduje i razvija sopstvene standarde koji su i zahtevniji od zakonom propisanih. U domenu kvaliteta proizvoda ispoštovani su svi srpski i evropski standardi a svaki od naših proizvoda ima potrebne sertifikate kvaliteta. Velika je stvar što kao deo multinacionalne korporacije možemo da koristimo ekspertska znanja i

iskustva cele Holcim Grupe i tu je naša dodatna snaga.

Kako biste predstavili proizvodni asortiman kompanije Holcim?

Trenutno su u ponudi proizvodi za sedam aplikacija. Cement za individualnu gradnju namenjen izgradnji individualnih stambenih objekata i izgradnji poslovnih objekata manjih gabarita i spratnosti. Ovaj cement se pakuje u vreće težine 50 kg i najprodavaniji je proizvod u našem proizvodnom programu. Cement u rinfuzu za fabrike betona je namenjen proizvodnji gotovog betona. Ovaj proizvod omogućava postizanje širokog opsega marki betona uz izuzetnu kompatibilnost sa aditivima. Odlikuju ga i dobra ugradljivost i manje skupljanje, kao i njegovo olakšano negovanje. Cement za proizvodnju suvih maltera namenjen je za proizvodnju građevinskih lepkova i maltera. Cement za betone sa posebnim svojstvima namenjen je za proizvodnju superplastificiranog betona visokih čvrstoća i izradu prednapregnutih konstrukcija.

Osim cementa, Holcim proizvodi i veziva za tri različite primene. Vezivo za malterisanje namenjeno je za spoljašnje i unutrašnje malterisanju uz mogućnost ručnog ili mašinskog nanošenja. Vezivo za zidanje namenjeno je zidanju sa svim vrstama materijala uz visoke postignute čvrstoće. U skladu sa razvojem putne infrastrukture, Holcim u ponudi ima i vezivo za stabilizaciju puteva koje je namenjeno stabilizaciji nosećeg sloja kolovoza.

Kako ste organizovali distribuciju svojih proizvoda?

Jedna od usluga koju pružamo je i usluga transporta. Potpuno smo tehnički opremljeni i posedujemo veliki vozni park koji nam omogućava da izađemo u susret zahtevanim vremenima isporuke. Imamo iskustvo u velikim projektima i partneri smo na koga se kupci apsolutno mogu osloniti kada je u pitanju prevoz naših proizvoda.

Kakvi su vam planovi za 2010. godinu?

U sledećoj godini očekujemo spor oporavak privredne aktivnosti koji bi trebalo da dovede do porasta nivoa investicija. U iščekivanju smo i velikih infrastrukturnih projekata koji su Srbiji neophodni kako bi se stvorile osnove daljeg privrednog rasta. ■

INTERVJU SA MARKOM JOKIĆEM, ZAMENIK GENERALNOG DIREKTORA KOMPANIJE KARBON

Planiramo rast u 2010.

Kompanija Karbon je osnovana u Zagrebu pedesetih godina prošlog veka, kao velika državna firma za proizvodnju boja i lakova, a u svojoj paleti imala je stotine proizvoda. Godinama su otvarali fabrike širom tadašnje Jugoslavije, da bi 1982. otvorili fabriku u Arandelovcu u kojoj su proizvodili glet mase i lepkove za građevinarstvo. Firma je privatizovana 2003. godine kada je naša porodica kupila fabriku u Arandelovcu", kaže Marko Jokić, generalni direktor kompanije Karbon. Kompanija Karbon je na srpskom tržištu, u ovom obliku i na ovaj način, prisutna od 2006. godine, kada smo preselili proizvodnju u Topolu i otvorili potpuno novi proizvodni pogon. Trenutno imamo 70 stalno zaposlenih, dok je u sezoni njihov broj veći za 20 odsto.

Šta možete da kažete o asortimanu i standardima kvaliteta proizvoda kompanije Karbon?

Kapacitet fabrike je trenutno oko 60.000 tona godišnje. Proizvodni program čine glet mase, lepkovi, disperzije i fasade. O standardima kvaliteta proizvoda vodimo računa već prilikom nabavke sirovina, koje delom uvozimo iz Nemačke, Švajcarske i Italije.



Kakva je politika kompanije u pogledu politike cena i sistema distribucije?

Naš cenovnik je jedinstven kako za Srbiju tako i za zemlje u koje izvozimo naše proizvode (Crna Gora, BiH, Makedonija, Rumunija i Bugarska). U pogledu cena trudimo se da budemo fer, imamo rabatne skale po prometu koji ostvaruju naši distributeri. Naime, osim u Beogradu gde imamo svoje predstavništvo sa stovarištem, prodaju obavljamo preko regionalnih i lokalnih distributera. U svakom većem gradu imamo najmanje po jednog kupca.

Da li očekujete da će subvencionisani stambeni krediti imati pozitivan efekat na vaše poslovanje i kakvi su vam planovi za narednu godinu?

Ne verujem da će naša branša osetiti neke pozitivnije efekte od subvencionisanih stambenih kredita, s obzirom na to da po našim informacijama tih kredita neće biti dovoljno da bi se pokrenula gradnja stanova, a dosta završenih zgrada ispunjava uslove za te kredite. Generalno, očekujemo da će sledeća godina biti još teža za našu branšu. Međutim, naši planovi su tako skrojeni da Karbon očekuje pozitivan rezultat i u sledećoj godini. ■

Kvalitet za profesionalce

“Henkel je na tržište Srbije došao 2002. godine, kada je privatizovana fabrika ‘Merima’. Građevinska divizija, u čijem smo mi sastavu”, kaže Jovan Šarenac, direktor prodaje i marketinga adheziva u kompaniji Henkel, “zvanično je počela sa radom 2004. godine, otvaranjem fabrike građevinskog materijala u Kruševcu. Naša druga investicija u Srbiji je fabrika koja je napravljena 2007. godine u Indiji, a prošle godine smo otvorili fabriku za proizvodnju završnih maltera u termoizolacionim sistemima i boja. U ovoj kriznoj godini smo nastavili sa investicijama i nabavkom novih mašina sa kojima se proširila paleta naših proizvoda na domaćem tržištu. Ukupna dosadašnja investicija kompanije Henkel u Srbiji prelazi 60 miliona evra.

Kakva je politika kompanije po pitanju kvaliteta proizvoda?

Naš slogan je “Kvalitet za profesionalce”, mada često ističemo nemački kvalitet za profesionalce, ali iz domaće proizvodnje. Kompanija Henkel je porodična kompanija što nas, uslovno rečeno, obavezuje na specifičan odnos prema krajnjim potrošačima. Kao deo tog velikog sistema radimo po standardima Evropske unije. Naši proizvodi su klasifikovani po svim tim standardima zbog čega smo ove godine dobili EKO sertifikat za termoizolacione sisteme.

Koliko ljudi zaposljava fabrika u Indiji i koja tržišta pokriva?

U fabrici u Indiji je zaposleno 39 radnika i 35 u prodaji i marketingu. Ova fabrika je ujedno i regionalni centar za Crnu Goru, Makedoniju,



Albaniju i Bosnu i Hercegovinu, a od sledeće godine i za Hrvatsku. U kontinuitetu razvijamo numeričku distribuciju naših proizvoda i pratimo te parametre iz godine u godinu. Ove godine smo uspeali da poboljšamo numeričku distribuciju tako što smo povećali broj mesta prodaje u kojima se nalaze naši proizvodi i time omogućili našim kupcima da lakše dođu do naših proizvoda.

Kakvi su sistem distribucije i politika cena kompanije Henkel?

Poslovna politika kompanije Henkel je da gotove proizvode plasira preko naših domaćih partnerskih firmi koje se bave distribucijom i koje vrše isporuku naših proizvoda do maloprodaja širom zemlje. Svi naši kupci imaju iste uslove.

Kakva je filozofija Henkela u pogledu marketinga?

Potrebe naših kupaca su nam uvek u prvom planu, što govori u prilog činjenici da smo najveći proizvođač lepkova na svetu, sa 7,5 milijardi evra prometa u prošloj godini. Marketing i marketinške aktivnosti su samo jedan od načina da krajnjem potrošaču ukažemo na naše proizvode i na prednosti naših proizvoda, kako bi doneli odluku koji proizvod da kupe.

Da li očekujete pozitivne efekte od subvencionisanih stambenih kredita?

Od prvog trenutka kada je Vlada Srbije objavila da će subvencionisati stambene kredite, prodaja naših proizvoda je počela značajnije da raste. Međutim, nas brine činjenica da je izdato manje građevinskih dozvola, što znači i manje posla za sve nas u proizvodnji građevinskog materijala u Srbiji u narednoj godini. ■

Od 1969. godine JUPOL porodica se uvećavala i danas broji 10 članova: JUPOL, JUPOL EKONOMIK, JUPOL GOLD, JUPOL CITRO, JUPOL TREND, JUPOL JUNIOR, JUPOL BRILIJANT, JUPOL LATEX, JUPOL SILIKAT I JUPOL RUSTIKAL. Velikih 40 godina tradicije i kvaliteta sa ponosom slavimo u želji da radost podelimo i sa vama. Jer i vi ste dragoceni deo naše velike familije.

- konstantan kvalitet proizvoda
- velika pokrivnost
- postojanost boje i preciznost nijanse
- odlična otpornost na otiranje i suvo brisanje
- mogućnost nanošenja više slojeva bez prethodnog skidanja stare boje (čak do 18 slojeva)
- mala upojnost koja dovodi do uštede materijala
- ekološki proizvod – ne sadrži štetne supstance

Jupol karakteristike

Centar za Jugoistočnu Evropu



“**JUB** je osnovan 1875. godine u Sloveniji. Poslednjih dvadesetak godina se širi, a do 2004. otvorio je drugu proizvodnu firmu u Srbiji, u Šimanovcima. Ona je tada bila zamišljena kao ispod pomoć u proizvodnji fabriki u Sloveniji. Međutim, s obzirom na to da je rasla brže nego što je planirano, ubrzo je ovde instaliran i drugi proizvodni pogon, a sada je u planu i treći”, s ponosom ističe Rade Kostić, komercijalni direktor kompanije JUB Šimanovci. “Tako je ova fabrika, zamišljena kao ispod pomoć proizvodnji u Sloveniji, prerasla u centar za Jugoistočnu Evropu, pa je i broj stalno zaposlenih radnika u JUB-u u Šimanovcima sa početnih tridesetak narastao na 115, koliko trenutno zapošljava.”

Koji je asortiman proizvoda i koliki je kapacitet fabrike JUB u Šimanovcima?

Cilj otvaranja prvog pogona u Šimanovcima bila je proizvodnja visoko frekventnih proizvoda iz asortimana fabrike u Sloveniji. Međutim, danas JUB Šimanovci proizvodi oko 90 odsto proizvodnog programa koji proizvodi JUB Slovenija, ali i proizvode koje ne proizvodi JUB Slovenija.

Glavni proizvodni program JUB-a Šimanovci su unutrašnje boje, dekorativni malteri i svi praškasti prateći elementi kao proizvodi podrške – lepkovi za fasade i izravnavajuće mase za unutrašnje boje.

Kapacitet fabrike je 100.000 tona u disperzijskom pogonu i trenutno

oko 60.000 tona u praškastom, s tim što planiramo da otvorimo i treći pogon. On je zaustavljen zbog krize, jer niko nije znao kako će se kriza razvijati. Treći pogon bi trebalo da preuzme deo maltera (sada proizvodimo i dekorativne maltere u disperzijskom pogonu, ali treba da raste retimo taj disperzijski pogon) i da dodamo liniju skupljih proizvoda kao što su silikonski i silikatni malteri, nanotehnologija.

Da li fabrika u Šimanovcima pokriva isključivo tržište Srbije?

JUB je pretežno izvozna firma. Izvozimo oko 80 odsto realizacije. Prvobitni cilj ove fabrike bio je da pokriva tržišta Srbije, Crne Gore i Bosne i Hercegovine. Danas osim tih tržišta snabdevamo tržište Rusije, Rumunije, Bugarske, Moldavije, Grčke i Makedonije, a i ispod pomoć smo na tržištu Hrvatske i Mađarske. Dobar poslovni potez uprave je bio to što je, zahvaljujući nasleđenom prilično velikom i dobro razrađenom tržištu Bosne, razvila prodaju naših proizvoda i na okolna tržišta. Pored toga, koristimo preferencijal koji imamo sa tržištem Rusije i veoma dobru prodaju na tom tržištu.

Kakva je politika cena i kvaliteta u JUB-u?

Karakteristika JUB-a je ujednačen kvalitet bez obzira na to da li je reč o tržištu Srbije, Italije, Bosne ili Nemačke. Toga se nismo odricali ni u vremenu krize. Pored klasičnog standarda 9001, imamo i Ekološki sertifikat Evropske unije.

Politika cena je u skladu sa visokim kvalitetom naših proizvoda, odnosno zauzimamo poziciju u visokom cenovnom razredu. S obzirom na smanjenje segmenta visokog cenovnog razreda usled pada kupovne moći u 2009. godini, počeo je da raste interes za jeftinijim materijalima. Iskoristili smo 2009. godinu da razvijemo proizvode koji će pokriti i taj segment, kao naš odgovor na trenutnu situaciju na tržištu. Naravno da nećemo odustati od politike proizvoda i pozicije u visokom cenovnom razredu, gde držimo lidersku poziciju.

Kakva su očekivanja i planovi JUB-a za 2010. godinu?

Što se tiče Srbije, očekujem da će prva polovina sledeće godine biti izuzetno kritična i da će ova zima doneti dosta problema, naročito sa likvidnošću. Realno, izlaz iz krize očekujemo 2011. godine. ■

INTERVJU SA DRAGANOM ILIĆEM, DIREKTOROM PREDSTAVNIŠTVA KOMPANIJE MUREXIN



Tržište renoviranja

“**M**urexin je austrijska kompanija. U Srbiji smo osnovani 2006. godine, a počeli smo da radimo 2007”, kaže gospodin Dragan Ilić, direktor predstavništva kompanije Murexin. “Sa proizvodnjom od 14.000 tona, učestvujemo u ukupnoj proizvodnji sa oko osam procenata, što smatramo dobrim rezultatom s obzirom na to da smo došli poslednji, da je godinu dana nakon našeg dolaska počela ekonomska kriza i da nemamo sredstva za agresivan marketing.

Koji asortiman proizvoda nudite našem tržištu?

Najkraće rečeno – sve za građevinarstvo. Imamo četiri grupe proizvoda:

sve vezano za parket osim samog parketa, sve vezano za postavljanje keramike osim keramike, sve za fasade i građevinsku hemiju u koju spadaju razni aditivi za betone, podove, industrijske podove. Nažalost, trenutno u Srbiji proizvodimo svega četiri najprodavanija proizvoda. To su mahom jednostavniji lepkovi za keramiku i za fasade. Sve ostalo uvozimo iz Austrije. Naši proizvodi su potpuno ekološki. Imamo sertifikate od svakog našeg dobavljača repromaterijala do samog gotovog proizvoda.

Koja tržišta pokrivete?

Beogradska centrala pokriva Srbiju sa Kosovom, Crnu Goru, Republiku Srpsku i Makedoniju od 1. januara sledeće godine. Dakle, više od pola bivše Jugoslavije.

Kakvi su planovi Murexina za naredni period?

Planiramo da se 2010. godine vratimo na nivo na kom smo bili 2007, da 2011. godina bude početak, a da 2012. investiramo u novu fabriku. Sve to može da se ubrza ako tržišta na koja sad ulazimo počnu da bivaju sve veća u našem celokupnom učešću.

Prošle godine je bio odobren budžet za novu fabriku. Prvog septembra ove godine, fabrika je trebalo da počne sa radom, međutim to je odloženo zbog globalne krize, najverovatnije za 2012. godinu. Ta fabrika će snabdevati tržište koje već pokrivamo i potencijalno Grčku u smislu logističke veze za Srbiju. ■

Sнове ostvaruju građevinci.
Planove stvaraju arhitekte.
Materijale obezbeđuje Knauf.



Knauf d.o.o.

Privredna zona Gornji Zemun , Zona 4, Zemun tel. (011) 2074 500, fax. (011) 2074 530
e-mail. info@knauf.rs, www.knauf.rs

KNAUF



**Baunit -
Ideje
budućnosti.**


100% Baunit

Baunit fasadni termoizolacioni sistemi:

- **Baunit EPS**
Pouzdana termoizolacioni sistem.
- **Baunit Mineral**
Prirodni, paropropustan, negorivi sistem.
- **Baunit open / openplus**
Proveren sistem za one koji žele više.
- **Baunit open nano plus**
Apsolutno broj 1 u izolaciji - najbolje za najzahtevnije!



Baunit d.o.o., Smederevski put 25k, Beograd, T: 011 347 50 79 [Više o sistemima saznajte na sajtu www.100baunit.rs](http://www.100baunit.rs)



Novo!

Vezivo za stabilizaciju puteva

Holcim rešenje za stabilizaciju nosećeg sloja kolovoza

www.holcim.rs



VREME

Copyright © 1997–2005 Vreme

PDF izdanje razvili: Saša Marković i Ivan Hrašovec

obrada: Marjana Hrašovec