ИНФОРМАТОР

vitaminka.company

Бр. 30 октомври 2023

Фокус на

Регионална средба со партнерите

Стр. 4

Актуелно кај нас ...

Доделени јубилејни и награди по повод пензионирање

Стр. 10

Вложуваме во спортот

Македонија првпат беше домаќин на Европскиот џудо куп за јуниори и јуниорки

Стр. 18

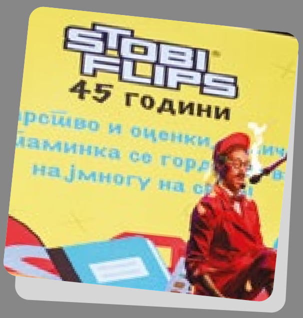
СОДРЖИНА

Стр. 3

Торта Витаминка

Стр. 5

Го поддржуваме проектот „Екологија преку иновативна технологија”, поставени се две повратни вендинг машини



Стр. 12

Во Витаминка одбележан почетокот на школската година и 45 години од создавањето на Стоби флипс

Стр. 16

Со купување Цевитана ќе се набавуваат шаховски табли за основните училишта

Стр. 22

Лето во Прилеп доживувања за секого

За почеток

Торта Витаминка

Пандишпан

3 јајца
9 лажици шеќер
9 лажици млеко
9 лажици масло Брилијант
9 лажици брашно
1 прашок за печиво Витаминка

Прво се бијат јајцата со шеќерот, а потоа се додаваат и другите состојки. Откако ќе се добие хомогена маса, се става во плех и се пече на 200оC. Откако ќе се испече, уште додека е топол пандишпанот се потура со карамел прелив од Витаминка.

Фил

1 литар млеко
9 лажици шеќер
3 пудинзи од ванила на Витаминка
Крем од фстаци Витаминка
1 маргарин
1 шлаг крем Витаминка

Се вари во крем и откако ќе биде готов, додека е топол се додава крем од фстаци на Витаминка и потоа се остава да олади. На страна во друг сад се бие 1 маргарин, може и половина и во него постепено со лажица се додава изладениот крем.
Со готовиот крем се филува тортата.
На крај се мати 1 шлаг крем Витаминка и се украсува тортата.

Bon Appetit ви посакуваат вработените од фабричката менза

Фокус на ...

Регионална средба со партнерите

Топ менаџментот на Витаминка заедно со сите официјални дистрибутери и продажни партнери на Витаминка од регионот, одржаа редовна годишна средба, со цел да се дефинира годишната стратегија на компанијата. На годишната средба беа присутни партнерите од Хрватска, Црна Гора, Србија, Бугарија, Босна и Херцеговина, Косово и Албанија. На истата беа претставени и новите партнери Дерони, МД Интернационал и Фиделио.

На работната средба акцент беше ставен на активностите и резултатите на Витаминка во изминатиот период, од минатата средба (Будва, 2019) до денес, со фокус на клучни инвестиции што беа преземени во овој период, како поставувањето на соларните панели и лансирањето на новите производи Cake Up Loop и чоколадото Хепи.

Со презентирање на постигнатите резултати во првите осум месеци од годината се направи и осврт на продуктното портфолио на Витаминка, со посебен акцент на новите производи. Беше презентирана и анализата на секој од пазарите со вклучени најпродавани брендови и клучни трговци (дистрибутери и големопродажба) на секој од пазарите поединечно.

Како надоврзување на перспективите и идната стратегија на Витаминка, претставниците на новите трговски компании – соработници на Витаминка се презентираа и дадоа краток вовед за нивната компанија и

досегашната работа. Исто така, дадоа свое видување и коментар на пазарот каде работат како и препораки за идни чекори, како и она што досега е идентификувано како предизвик.

Покрај формалната средба, присутните реализираа голем број неформални средби на кои се дискутираа деловните стратегии, резултати, продажни таргети и проекции, можностите за продлабочување на соработката и зголемување на присуството и видливоста на Витаминка на корпоративно и на продуктно ниво на пазарите од регионот.

Фокус на ...

Го поддржуваме проектот „Екологија преку иновативна технологија", поставени се две повратни вендинг машини

Прехранбената индустрија Витаминка, активно ја поддржа реализацијата на проектот „Екологија преку иновативна технологија" на Ротари клубот Прилеп и Пакомак, покажувајќи ја на дело сопствената општествена одговорност. Со поддршка од компанијата, за проектот се набавија и поставија две повратни вендинг машини за пластична ПЕТ амбалажа и лименки во два локални маркети на „Футура" лоцирани во централното подрачје на градот Прилеп. Станува збор за селектирање амбалажен отпад со бенефиции, на тој начин што граѓаните кои што ќе го селектираат отпадот на наведениот начин, за возврат ќе добиваат зелени поени или пари, со кои што ќе можат да пазарат во маркетите. Проектот е базиран на она што е светска пракса долги години со ред, а ќе помогне во градот и пошироко да се зајакне свеста кај популацијата за потребата од селекција на отпадот. Двете вендинг машини имаат капацитет од 450.000-500.000 шишиња и лименки на годишно ниво.

Проектот е одржлив бидејќи компанијата Пакомак ќе организира промоции, систем на празнење со локални трговци со отпад и техничко одржување на долг рок. Едната вендинг машина ја набавуваат Ротари клубот Прилеп, Витаминка АД, Прилепска Пиварница, Футура, Комфи Ангел и Кули, а втората е донација на Пакомак. Вкупната вредност на проектот надминува 36.000 евра.

Граѓаните ќе можат да ја симнат апликацијата на своите паметни телефони и со едноставна најава на вендинг машината, ќе можат да го одлагаат амбалажниот отпад. Информации за начинот на користење има на самата вендинг машина, а дополнителни информации ќе бидат споделени преку соодветни флаери кои што ќе ги добијат граѓаните со сметките од јавното комунално претпријатие. Во периодот што следи се планирани повеќе промотивни настани за овој проект, а со цел да добие на значење и успешно да се спроведува.

Фокус на ...

Витаминка и уште 17 компании склучија партнерство за развој на кадрите

М6 Едукативниот центар и швајцарскиот проект „Образование за вработување – Е4Е“ го најавија партнерството со кое приватниот сектор ќе се ангажира за развој на кадарот во државата. Ваквата соработка ја рефлектира заедничката заложба за развој на иновации, одржлив развој, како и економски и социјален просперитет на земјата.

М6 Едукативниот центар беше препознаен како лидер на трансформација на општеството, пред се, поради силната бизнис мрежа која ја има креирано. Во с'ржта на ова партнерство, како што посочи Елена Младеновска Јеленковиќ, извршен директор на М6 Едукативниот центар; се наоѓаат тренинг програмите за средно ниво на менаџмент. Истите се развиени врз основа на идентификуваните потреби на пазарот на труд, а истовремено соодветствуваат на актуелните барања на компаниите.

Во реализацијата на овој проект, своите ресурси и експертиза ќе ги стават на располагање компаниите: Алкалоид, ВВ Тиквеш, Триглав осигурување, НЛБ Банка, Аутомакедонија, Витаминка, Кроација Осигурување – Живот, Кроација осигурување – Неживот, ЕОС Матрикс, Кабтел, Дуна, АМСМ, Кромберг и Шуберт, Раде Кончар – контактори и релеи, АМ Церт, Брокер АМ, Нептун, како и според последната најава, Кожувчанка.

Според амбасадорката на Швајцарија, Вероник Улман, македонските компании се спремни заеднички да креираат, насочат и финансираат иницијативи за развој на вештини, кои понатаму ќе донесат придобивки за приватниот сектор и вклучените кадри. „Се надеваме дека ова е само почеток, како и дека други компании ќе бидат инспирирани да се придружат во иницијативата или да се вклучат во други иницијативи кои ќе влијаат врз нивната компанија, но и пошироко", истакна амбасадорката.
Овој проект ја исфрла на површина важноста од вложувањата во ново знаење, вештините на вработените на сите нивоа и во технолошки иновации и дигитализација. Едукацијата, дигитализацијата и справувањето со корупција се клучните елементи за да се зголеми конкурентноста на македонските компании и работната сила.

Според Митко Јанчев, градоначалник на општина Кавадарци, општината веќе вложува напори да се усогласат потребите на компаниите со локалните политики, со посебен акцент на квалитетот на образованието, но и дека ваквите проекти служат за подигнување на свеста кај компаниите за нивната одговорност.
Оваа активност е ко-финансирана од М6 Едукативниот центар и Владата на Швајцарија преку швајцарскиот проект „Образование за вработување" – Е4Е@МК спроведуван од Хелветас.

Фокус на ...

Што е култура за безбедност на храната (Food safety culture)?

Културата за безбедност на храната е оној дел од организационата култура што се однесува на верувањата, ставовите, перцепциите и однесувањата за безбедна храна. Културата за безбедна храна е сложена комбинација на технолошки, менаџерски и организациски услови, човечки фактори и FSMS (food safety management system). Според GFSI (Global food safety iniciative), Културата за безбедна храна се дефинира: „Споделени вредности, верувања и норми, начин на размислување и однесување кон безбедноста на храната во и низ една организација“. Културата за безбедност на храната во компанијата се однесува на начинот на кој сите (сопственици, менаџери, вработени) размислуваат и дејствуваат во нивната секојдневна работа за да обезбедат храната што ја произведуваат биде безбедна. Културата се однесува на длабоко вкоренети организациски научени верувања, однесувања и вредности, а ги делат сите вработени.

Неколку прашања и одговори, што ја дефинираат културата за безбедност на храната и колку е таа потребна во една компанија.

Кои се придобивките од културата за безбедност на храната?

Целта на културата за безбедност на храната е да се подобри свеста и однесувањето на вработените во однос на безбедноста на храната. Корпоративната култура која ја цени безбедноста на храната им покажува директно и индиректно на вработените дека безбедноста на храната е важна и неопходна за да биде успешна една компанија. Ова влијае на однесувањето на вработените и помага да се осигура дека тие се однесуваат соодветно.

Како се поврзува културата за безбедност на храната со обезбедувањето производство на безбедна храна?

Превентивните контролни мерки, анализата на опасностите, следењето на критичните контролни точки (HACCP) се ефективни системи за контрола на операциите на процесот на производство, но тие го игнорираат факторот човек во управувањето со безбедноста. Ефективноста на FSMS многу зависи од тоа како операторите со храна ги применуваат политиките на компанијата и ги спроведуваат утврдените процедури во пракса.

Заради ова, неопходна е позитивна култура за безбедност на храната што ќе биде услов за успешно работење во согласност со барањата на FSMS (food safety management system), исто како и добрите производни практики (GMP) и добрите хигиенски практики (GHP).

Како може да се развие културата за безбедност на храната?

При развивањето на културата за безбедност на храна, потребно е да применат неколку чекори. Секоја од овие промени е еднакво важна и потребна за постигнување на саканиот ефект.

Прво е потребно зајакнување на заедничките вредности, верувања и норми. Тоа значи секоја култура бара постоење на групи кои споделуваат вредности со новите членови на групата и ги прават да живеат преку соодветно однесување. Потребно е многу време за да се применат нормите и упатствата во секојдневната практика и да се "вкотват" како очигледни и споделуваат од сите. Применетите правила на културата во многу случаи се непишани, а понекогаш и неизговорени. Ова е една од неколкуте причини зошто се смета за тешко променувањето на постоечката култура. Промената на формалниот систем не ги менува веднаш перцепциите и однесувањата на засегнатите луѓе. Второ што треба да се направи е да се разјасни што го поттикнува размислувањето и однесувањето на вработените. Нашите верувања, начинот на размислување и однесувања се под влијание на многу фактори. Тука спаѓаат културата на земјата во која се живее, воспитувањето и биографијата на поединецот, работната средина и претходните практики на работното место. И, се разбира, нашиот оддел, колегите, улогата и функцијата, безбедноста на работата, навиките и нашето ниво на знаење и слика за себе во однос на нашите задачи исто така влијаат на нас. Кога се обидувате да воспоставите, а исто така и да одржите и развиете култура за безбедност на храната, важно е да се земат предвид севкупните вредности и мисија на компанијата. На пример, дали функциите, улогите и очекувањата на поединците се јасно дефинирани и дали тие се вклучени во дефинирањето на тие улоги? Дали разбираат како нивните улоги придонесуваат за мисијата или целта на организацијата? Која е посветеноста на раководството за безбедност на храната? Севкупните вредности и мисијата на компанијата се од суштинско значење за културата за безбедност на храната на секоја организација. И како трето е промената на културата на организацијата. Ова треба и може само да се направи со тек на време. За да се реализира културата за безбедност на храната, безбедноста на храната мора да биде дефинирана низ целата организација за секој член и оддел со јасно дефинирани, очекувани, релевантни и јасни однесувања за нив. На пример, она што е важно барање на набавка е различно од она што е важно барање на Одржување. Набавката ја има во предвид важноста на изборот на добавувачи кои се економски исплатливи и ги исполнуваат барањата за безбедност на храната на компанијата. Одржувањето пред сè води сметка за состојбата на опремата за да го максимизира времето на работа обезбедувајќи производство на безбедна храна. Зрела култура за безбедност на храна е онаа во која визијата и мисијата на компанијата се расчленети до најмалите детали за очекувањата за секој оддел и личност во целата компанија.

Кои се целите на културата за безбедност на храна?

Главната цел на културата за безбедност на храната е да создаде рамка за да може храната да се произведува безбедно и да не претставува ризик за потрошувачите. Културата за безбедност на храната им се пренесува на вработените во компанијата преку обука, информирање и пример на раководството. Целта на културата за безбедност на храна е да има внимателни и задоволни вработени во компанијата кои можат да се идентификуваат со својот работодавец, да посветат висок степен на внимание на безбедноста и квалитетот на производството и исто така да ги мотивираат другите вработени да го следат примерот.

Што покажува мерењето на културата за безбедност на храна во една компанија?

Мерењето на културата за безбедност на храна е средство за дефинирање на нејзината ефикасност и обезбедува основна линија од која ќе се поттикне подобрувањето на културата. Мерењето на културата за безбедност на храна е исто толку важен процес како и самата имплементација, за тоа што преку мерењето се подига свеста за ризикот, се поддржува проценка на ризикот, ја промовира посветеност на безбедноста на храната обезбедува одговорност со јасни цели и очекувања. Не помалку, обезбедува фокус на потребите од ресурси за подобрување, ги поддржува процесите на внатрешна ревизија, ги идентификува слабостите, информира за донесувањето на одлуки и помага да се избегнат инциденти со болести предизвикани од храна.

Актуелно кај нас

Доделени јубилејни и награди по повод пензионирање

Вработените, нашите колеги се најголемото богатство на Витаминка. Нивното залагање и професионалност, придонесе Витаминка денес да е една од најдобрите и најуспешни компании на македонскиот пазар. Во деновите и годините поминати во Витаминка, секој од нас на свој начин направил многу за компанијата но и за тоа да бидеме едно големо семејство и да делиме многу повеќе отколку работни саати.

Во текот на оваа година голем број од нашите колеги со својот труд и работа постигнаа врвни резултати, се истакнаа со својата вештина и професионалност. Придонесоа за воведување на иновативни промени, покажаа иницијатива и посветеност на работата. Витаминка секогаш ги наградува ваквите поединци и ги поттикнува и мотивира сите останати да ги следат овие примери. Исто така, голем број од нив кои го дадоа својот придонес за Витаминка сега заминаа во заслужена пензија. Освен личната сатисфакција, за постигнатиот успех следи и награда од компанијата.

По тој повод, беше организиран заеднички ручек со претседателот на Одборот на директори, Симон Наумоски. На заедничкиот ручек се разговараше за тоа што е поминато досега, за згоди и незгоди во текот на работата, за предизвици и за успеси, и како секој придонел за растот и развојот на Витаминка, нашето семејство. Но и за тоа што уште може да се направи.

Во име на менаџментот на компанијата на колегите им беа врачени и благодарници и пригоден подарок за постигнатиот успех, за посветената долгогодишна работа и покажаната професионалност.

Издвојуваме

Во Витаминка одбележан почетокот на школската година и 45 години од создавањето на Стоби флипс

Во кругот на Витаминка, повеќе од 300 деца на вработени во компанијата го обележаа почетокот на новата школска година и роденденот на омилената закуска Стоби флипс. Пред 45 години во прилепска Витаминка беше направен првиот Стоби флипс, флипсот што и денес е омилен за повеќе генерации а посебно за децата како нивен верен придружник низ школските години. Стоби флипс преку слоганот „Back to school“ го одбележува секој септември со разни мотивациски активности со кои ги поттикнува учениците на потрага по нови знаења и жед за учење.

За таа цел и овој септември Витаминка за децата на возраст од 3 до 13 години организираше едукативен, забавен и интерактивен настан со повеќе елементи. Беше изведена претставата „Изненадувања“ како иновативен и уникатен концепт на презентација и едукација со музика изведена во живо на сцена од страна на професионални музичари и актери. Целиот концепт на претставата, со адаптација на музика и текст на поводот и со наменски креирана костимографија е осмислен и креиран тематски од Продукција ТРИАНГЛ Пулс. Дополнително, дворот на Витаминка и местото на создавање на Стоби флипс беше место за попладневна забава, исполнето со аниматори на штули и пантомимичари, жонглерско шоу, музика, игра и смеа.

„Со создавање на овој настан сакавме да ги споиме оние моменти од секојдневието што се важни за нас како компанија и што се инкорпорирани во нашата деловна стратегија но и општествена одговорност, а тоа се зацврстување на семејните врски кај младите и кај нашите вработени, поттикнување на образованиот процес и создавање вистински вредности за сето она што е важно во животот. И затоа веруваме дека овој настан што обележува не само почеток на нова школска година тука и нова животна етапа за некои, секогаш ќе се поврзува со убави, позитивни и среќни моменти“ велат од Симона Симоновска и Душица Неделкоска од Маркетинг секторот на Витаминка, организатори на овој настан.
Забавен, едукативен и интерактивен настан беше организиран и за децата на вработени во Витаминка во Штип и во Скопје.

Издвојуваме

Соработка со маркетинг агенцијата Дивижн 20 години создавање вредности и приказни што живеат со генерации

Едно од најпознатите размислувања на тема маркетинг вели дека ако го стопирате рекламирањето на вашата компанија за да заштедите пари е како да го стопирате вашиот часовник да не работи за да заштедите време. Важноста на маркетингот како индустрија која несомнено придонесува во успешното функционирање на секоја компанија најдобро го илустрира партнерскиот однос на Витаминка и маркетинг агенцијата Дивижн. Таа соработка годинава ја одбележуваме со 20 годишен јубилеј. Две децении соработка не се само спорадични зделки помеѓу две компании, тоа е приказ на посветеност, преданост, креативност и обострана лојалност и почитување.

Секојдневно кревајќи го стандардот и квалитетот, секој вработен во Дивижн несебично се посветувал максимално и професионално на секоја маркетинг потреба, идеја, кампања за компанијата Витаминка да биде осмислена и реализирана во целост. Низ годините, заедно со квалитетот на производите на Витаминка и иновативните и креативните маркетинг решенија од Дивижн ги освоивме срцата на голем број клиенти и потрошувачи и заеднички придонесуваме во позиционирањето на Витаминка како една од најуспешните компании кај нас. Тоа е симбиоза која се надополнува и зголемува секојдневно со секоја нова кампања, со секој нов производ.

Витаминка ја создаде вредноста, им даде живот и приказна на брендовите, а Дивижн ја зголемува вредноста и овозможува тие приказни да растат, да се прошируваат и навлегувајќи во секојдневието да станат дел од животните приказни на повеќе генерации.

Јубилеите се тука секогаш да нè вратат назад во минатото, на почетоците, да нè потсетат да се радуваме на сегашниот успех, но и да се веселиме на идните можностите пред нас.

Во Витаминка

Традицијата продолжува, во Запрешиќ, Хрватска се одржа 4тиот Голф-турнир „Витаминка опен“

Во Хрватска продолжува секоја година по ред да се организира турнирот во голф, што стана препознатлив по тоа што е иницирам и организиран од Витаминка. Годинава во Запрешиќ, се одржа 4тиот турнир во голф „Витаминка опен“. На турнирот учествуваа околу 30 натпреварувачи, професионални и рекреативни голфери, од Хрватска кои се натпреваруваа за првото место и признание во официјалното голф рангирање.

Ова е четврт пат да се организира „Витаминка опен“ и стана веќе традиција. Бројот на натпреварувачи и учесници секоја година се зголемува што зборува за популарноста на овој спорт.

Турнирот се одржа на терените на Голф центарот Нови двори во Запрешиќ, во близина на Загреб, а беше во организација на Голф клубот Бан Јелачиќ. Турнирот привлече големо внимание, а покрај љубителите и поддржувачите, имаше и претставници на фирми од Хрватска кои активно соработуваат со Витаминка.

Идејата за создавање на традиционалниот голф турнир произлегува од посветеноста на компанијата кон поддршка на спортските активности и секаков вид спорт, индивидуален или колективен. Овој настан е уште една потврда за развиената општествена одговорност на Витаминка за поддршка на спортски и граѓански манифестации и иницијативи како во Македонија, така и надвор од неа.

Вложуваме во образование

Компјутери за СОУ „Ристе Ристески Ричко“

Соработката со локалните основни и средни училишта е посебно значајна и вредна за Витаминка. Го следиме развојот на младите и со разни активности го поттикнуваме и помагаме нивното образование. Тие се чести посетители на нашите капацитети при што следејќи ги процесите, се запознаваат со начинот на работа на компанијата но и учат за она што им е дел од методските единици.

Како дел од ова, компанијата обезбеди 10 компјутери за потребите на наставно – образовниот процес, овој пат во СОУ „Ристе Ристески Ричко“, училиште каде се реализира дуално образование, практична работа и можност за вработување на учениците во прилепските компании.
Како општествено одговорна компанија секогаш излегуваме во пресрет на потребите и барањата од училиштата во нашата општина.

Од училиштето се заблагодарија за најновата донација од Витаминка:

„Меѓусебната соработка вклучува професионална обука на наши ученици кои се дел од дуалното образование и потготовка за нивна интеграција на пазарот на трудот. Со тоа наидуваме на позитивна атмосфера во однос на вработување на дел од учениците како и континуирани донации на компјутери и техничко-технолошки помагала за потребите на нашето стручно училиште. Денес сме сведоци на нова донација од АД Витаминка на 10 нови компјутери за потребите на учениците“, напишаа од училиштето.

Истражувања

Со купување Цевитана ќе се набавуваат шаховски табли за основните училишта

Со секоја купена Цевитана ќе се помага набавката на шаховски табли за основните училишта низ државата. Витаминка од август започна кампања со која во следните три месеци, ќе се издвојуваат средства од продажбата на Цевитана и ќе бидат наменети за купување шаховски табли за оние училишта каде шахот е дел од наставната програма. Иницијативата за нејзиното создавање и ставање на брендот Цевитана во функција на оваа идеја, произлезе од потребата за поголемо и помасовно вложување во младите и во обезбедување услови за нивен континуиран развој.

Шахот е веќе влезен во образовната програма како изборен предмет за прво и второ одделение и изминатата година

покажа голем интерес меѓу основците, што посебно радува затоа што станува збор за игра што ја поттикнува логиката, креативноста и позитивно влијае во развивање на мисловните вештини кај децата. Тоа е идејата позади создавањето на една ваква кампања. Целта е да се поттикне поширока акција за поддршка на иницијативи за создавање здрави навики кај децата и да се развие свеста за потребата од создавање услови во кои младите ќе можат слободно и непречено да се развиваат.

Кампањата за набавка на шаховски табли се одвива во текот на месеците август, септември и октомври, а се однесува на која било купена Цевитана од кој било вкус и грамажа достапни во малопродажба. Набавката на шаховски табли и распределбата во основните училишта ќе се одвива во координација со Шаховската федерација на Македонија.

Вложуваме во спортот

Македонија првпат беше домаќин на Европскиот џудо куп за јуниори и јуниорки

Првиот европски куп во џудо за јуниори и јуниорки – Скопје 2023 се одржи на 12ти и 13ти август, во Спортскиот центар „Јане Сандански“ во Скопје, а во склоп со европскиот куп се одржа и Јуниорски тренинг камп.

„Европскиот џудо куп за јуниори и јуниорки беше настан кој дефинитивно ја врати Македонија на европската џудо мапа. Балканското првенство кое во јуни се одржа во Крушево беше тест за нашите можности, кои ги потврдивме и на овој голем, за македонски услови спортски настан. Имавме повеќе од 200 џудисти од цела Европа кои на македонската публика, но и на вљубениците во џудото од целиот регион им понудија одлични борби. Особено нè радува фактот што помеѓу овие 200 натпреварувачи имаше 12 наши репрезентативци кои ги одбранија боите на нашата земја“, изјави Владимир Трпаноски, претседател на Џудо федерацијата на Македонија и Комерцијален директор во Витаминка.

Според очекувањата, Првиот европски куп во џудо за јуниори и јуниорки во Македонија даде нови достигнувања и одлични резултати. Покажа дека Македонија има и ентузијасти и џудо професионалци. Поттик и освежување за натпреварувачите и за оние што ги бодреа даде и Цевитана.

Вложуваме во спортот

Младите надежи ги измерија силите на меѓународниот турнир „Фер плеј“ во Охрид

Млади фудбалски надежи од различни генерации во шест годишни категории се натпреваруваа на 12то издание на меѓународниот младински фудбалски турнир „Фер плеј“ Охрид. Оваа година на турнирот учествуваа 117 детски екипи, над 2000 млади фудбалери од седум држави од Балканот.

Фудбалерите на „АП Брера Струмица“ од генерацијата 2013 го освоија првото место на турнирот. А имаше награди и за најдобар голман и играч на турнирот „Фер плеј“, најдобра екипа, најмногу голови.

Младите фудбалери покажаа вистински спортски дух, натпреварувачки амбиции и вештини за да станат професионални фудбалери. Витаминка беше таму да ги бодри и поддржи.

Вложуваме во спортот

Спорт, адреналин, забава – настани кои ги поддржавме

Спортските активности, професионални или рекреативни е нешто за што како компанија силно се залагаме и соодветно ги поддржуваме. Некогаш тоа е со спонзорства, со донации, награди а некогаш и со наши тимови, кои се вклучуваат во ваквите спортски активности, индивидуални или колективни.
Изминативе месеци имавме доста исполнета агенда со спортски настани и тоа што посебно се издвојува е тоа што не беа типични и секојдневни спортски активности. Имаше тука и едрење, планинарење, велосипедизам, извидништво.

Во Охрид во акваториумот на Охридскиот залив во организација на Јахтинг клуб ОЛС-Охрид се одржа првата годинешна јахтинг регата во склоп на „Куп за едрење на Охридско Езеро" на Едриличарска федерација на Македонија. Согласно регатните правила беа одржани три трки, а учествуваа 15-тина едрилици од клубови од Охрид и Скопје.
Првото место во класа до 7м освои Никола Бараковски од Јахтинг клуб ОЛС-Охрид, прво место во класа над 7м освои Будимир Соколовиќ од Јахтинг клуб Олс-Охрид и прво место во класа "One design" освои Славчо Мошоски од "Меч рејс клуб"-Охрид.

Веќе традиционално сме дел од манифестацијата „When in Krusevo", ова беше шесто издание и повторно бројни outdoor активности, МТВ тури, планинарење, трчање, адреналински параглајдинг погледи, незаборавни јавања низ крушевската природа, забавни и други настани. „When in Krusevo", останува уникатен outdoor фестивал 100% на чист воздух, ѕвездени ноќи, свежи утра и многу авантури за време на престојот во славното Крушево.

На 13тата Средба на сојузот на извидниците на Македонија во организација на Сојуз на извидници на Македонија учествуваа преку 800 извидници, од кои повеќето беа од 16 земји од светот како САД, Италија, Франција, Изреал , Романија, Србија, Хрватска, Холандија. Оваа година се одржа под мотото „Достигни ги височините" повторно во Крушево.

Кампот беше лоциран на ски-центарот во Крушево, а деновите на извидниците им беа исполнети со едукација, совладување на извиднички вештини со изработка на ламби со батерија од соларни панели, правење водени бои од растенија, рециклирање хартија, запознавање на национален парк Галичица, одење на хајк за преживување, правење урда од млеко, месење пита, везење марами, вежбање народни ора и уште многу активности.

Вложуваме во културата

Првиот македонски постапокалиптичен филм

Филмот „М“ на Вардан Тозија е првиот македонски филм со постапокалиптична тема. Иако овој жанр, многу актуелен во светската кинематографија, не е својствен за македонската, сепак Тозија се реши да го екранизира.

Филмот е копродукција меѓу Македонија, Хрватска, Косово и Франција и станува збор за дистописка бајка во која главен лик е 8-годишниот Марк, кој во суровиот свет обземен од таен вирус е во потрага по својата мајка. Сценариото е на Вардан Тозија и Даријан Пејовски, кинематографер е Влатко Самоиловски, сценографијата е на Кирил Спасески-Кикич, а костимите се на Андреа Кустовиќ и Николина Костаншек. Маскер е Горан Игњатовски. Улогите ги толкуваат Матеј Сиваков, Сашко Коцев, Александар Ничовски, Тони Михајловски, Камка Тоциновска и Бојана Грегориќ-Вејзовиќ.

Играниот филм „М“ , втор на режисерот Вардан Тозија, во продукција на „Фокус покус филмс“. Филмот во 2021 година ја доби главната награда на „Филмови во изработка“ во рамките на Интернационалниот филмски фестивал во Пула, Хрватска, а беше презентиран во конкуренција со уште десет селектирани меѓународни филмски проекти во фаза на постпродукција. Годинава Фестивалот на европскиот филм „Синедејс“ на 13 јули беше отворен токму со „М“.

Витаминка како поддржувач на визуелните уметности и посебно во развојот на младите македонски уметници, го помогна снимањето и на овој филм.

Вложуваме во културата

Филмскиот фестивал „Преку езерото" по вторпат го збогати дојранското лето

Дојран филм фестивал, како фестивал на медитеранскиот и европски филм има за цел „преку езерото" да ги собере луѓето со слободен дух кои меѓу себе ги споделуваат вредностите на културата, уметноста и тоа искажано преку филмот, уметност што зборува со свој јазик, а кој сите го разбираат. Витаминка го помогна одржувањето и на ова издание на фестивалот и овозможи на сите оние што беа во Дојран да уживаат во филмски летни вечери.

Меѓународниот филмски фестивал „Преку езерото" овој јули се одржа по вторпат на брегот на Дојранското Езеро. Фестивалот е единствен од ваков тип во Македонија и годинешната програма оформи три официјални селекции во кои беа прикажани повеќе од десет кратки и долгометражни филмови од автори кои живеат или потекнуваат од медитеранските земји. Освен филмската програма, како дел од првата фестивалска вечер, актерката Елена Трајковска имаше кратко едукативно шоу за децата за филмот како медиум. А најмалите уживаа во детска анимирана фестивалска програма. Специјалната програма на „Преку езерото" оваа година во фокус ги има српскиот современ филм и кинематографијата. Србија е земјата од каде што почнуваат тенденциите во балканскиот и медитеранскиот филм.

Според Јани Бојаџи, режисер, продуцент и иницијатор, фестивалот освен што е посветен на филмот, тој е фестивал на слободата што треба да „ги премине границите преку езерото".

„Ова е фестивал на авторите што живеат или потекнуваат од оној дел на светот што се нарекува медитерански и балкански и е фестивал на потребата да се воспостави дијалог со авторите што некогаш ѝ припаѓале на една единствена и заедничка цивилизациска и културна средина. Што се случува со нас? Како повторно да се препознаеме и да ги споделиме сите оние состојби на нештата што не исчезнале, туку само останале, таму од другата страна на езерото, на времето? „Преку езерото" е фестивал на уметниците и публиката што не препознава граници на слободата на духот", вели Јани Бојаџи, директор на фестивалот.

Фестивали и спонзорства

Лето во Прилеп - доживувања за секого

Прилеп воспостави традиција на организирање фестивали и активности што ги исполнуваат летните денови и прават посебна атмосфера во градот. Традиционални, но и нови, инвентивни и креативни летните фестивали нудат забава за секого. Витаминка како дел од овој град и од неговата богата традиција, е присутна на сите овие случувања. Така и ова лето имавме од сѐ по нешто и уживавме во музика, храна, забава и дружење.

Фестивалот на уличната храна оваа година за првпат се одржа во Прилеп, но покажа дека ваквите настани и случувања се и тоа како потребни на градот. Во Паркот на могилата Прилепчани два дена уживаа во одличната храна на "Prilep Street Food Festival".

Станува збор за фестивал на улична храна и музика, а различните вкусови на вкусна храна како бургери, гиро, вафли, палачинки и квалитетна одлична музика ги задоволија вкусовите на прилепските граѓани.

Само неколку денови по ова гастрономско случување, дојде и традиционалниот „Пиво фест" под ново име „PRILEP BEER WEEKEND" и Прилеп повторно стана епицентарот на пивото, добрата забава и вкусната храна. Голем број посетители од градот но и од цела Македонија уживаа во пивото, убавата музика, вкусната скара и убавиот амбиент.

За почеток одлична забава направија Тропико Бенд, Тијана еМ, како и најзвучните македонски имиња Миле Кузманоски и Ламбе Алабаковски, како и Хурикејн, Ареа и Пајак.

Посетителите задоволни велат им треба забава, дружење и добро е што фестивалот, иако подоцна, сепак се одржува.

Фестивали и спонзорства

Малите ѕвездички К-2 и и водителот Ка Двојче со заеднички настап

Ѕвездичките К-2 заедно со водителот Ка Двојче имаа заеднички настап на охридскиот плоштад како дел од проектот за потикнување на авторска музика и трибјут за охридскиот бенд „Вентолин". Покрај нивните детски хитчиња, настапи и групата „Вентолин" со Никола Ристески и Никола Јосифоски.

Таа ноќ се отвори едно ново поглавје на летни случувања, што ја штитат македонската авторска музика.

Имаше публика од сите краишта на земјата и сите возрасти и оваа летна ноќ посветена на добрата музика беше поддржана и со вкусните производи од Витаминка.

Фестивали и спонзорства

На Штипска пастрмајлијада

На 22 и 23 септември се одржа 15тото издание на манифестацијата симбол на градот под Исарот. Штипската пастрмајлијада создаде традиција на настан за цела Македонија. Дел од јубилејното издание беа звучни имиња и врвни музичари од соседството, но и од нашата земја.

Двата дена публиката ја забавуваа имиња како Саша Ковачевиќ, добро познат на македонската публика, а ѕвезда на следната вечер беше хрватската поп дива Данијела Мартиновиќ. Покрај нив двајца, забавната програма освен богатиот избор од автентична штипска пастрмајлија ја комплетираа уште и извонредните „Амадеус бенд", групата „Љубојна", како и КУД „Мирче Ацев". Свој момент да се претстават пред македонската публика имаа и младите таленти, Лара и Пајак, момците од „Ноу Енд" како и КУД Тоска.

Витаминка како дел од општествениот и стопанскиот живот на Штип, и оваа година беше дел од овој настан како спонзор.

Покрај тоа, на присутните за дегустација им беше делен нашиот нов производ Луп (Loop), а настанот го посетија и група наши вработени кои гордо позираа пред нашиот штанд и рекламта Брилант претставувајќи ја компанијата на достоен начин и уживајќи во богата програма.

ВИТАМИНКА®