

ИНФОРМАТОР

vitaminka.company

Бр. 34 ноември 2024



Интервју со Илија Наумоски

Во чекор со глобалните трендови, интензивно се движиме кон зелена транзиција на Витаминка

Стр. 4

Актуелно кај нас ...

Стоби Флипс и Брилијант, најпрепознатливите брендови за 2024 година

Стр. 15

Во Витаминка

Со Tastify до совршени рецепти: Како Витаминка создаде платформа за сите љубители на готвење

Стр. 22

СОДРЖИНА



Стр. 8

Team building со клучните купувачи од странство на островот Брач, Хрватска



Стр. 13

Во Витаминка една третина од вработените жени се на раководни позиции



Стр. 14

Атлантис се облече во розово за охрабрување на жените во борбата против рак на дојка

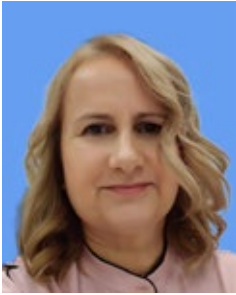
Стр. 17

Да научиме за општествените вредности



Стр. 35

Витаминка и КБ Прво ги споија во едно забавата, едукацијата и еколошката свест



10 години Вашиот глас е нашата приказна

Драги колеги,

Пред вас го имате новото издание на нашиот интерен весник – Информатор, публикација која повеќе од една деценија служи како витален комуникациски мост помеѓу сите нас во големото семејство на Витаминка. Започнат пред повеќе од 10 години во скроман обем, денес нашиот Информатор прерасна во незаменлив медиум кој ја отсликува динамичната природа на нашата компанија. Од првичните периодични 2 изданија годишно, набрзо се прилагодивме на зголемениот интерес на вработените и забрзаното темпо на случувања, создавајќи медиум кој држи чекор со пулсот на компанијата со квартални изданија.

Она што го прави нашиот Информатор посебен е токму неговата автентичност - тој е создаден од вработените, за вработените, обликуван од перспективите, идеите и придонесите на вработените низ секторите. Многу од написите и анализите доаѓаат директно од нашите колеги, кои во овој билтен внесуваат автентичност и разновидност. Секоја страница носи печат на колективниот дух на Витаминка, каде нашите колеги се истовремено и автори и читатели. Преку своите текстови, анализи и придонеси, вработените директно учествуваат во креирањето на содржината, правејќи го весникот вистински уникатен и препознатлив. Информаторот е публикација создадена од нашите луѓе, за нашите луѓе, која ја доловува суштината на Витаминка во секој број.

Ги опфаќа сите аспекти од животот на компанијата од организациски промени и активности, маркетиншки и промотивни кампањи, саемски настапи и презентации, едукативни програми и обуки, па се до стратешки иницијативи и развојни проекти.

Не ретко, Информаторот нè учи за најдобрите практики за безбедност при работа, нè информира за најновите стандарди во прехранбената индустрија и споделува корисни совети за здравје и благосостојба.

Информаторот е нераскинливо поврзан и со моето лично патување низ приказната на Витаминка. Станувајќи дел од тимот и од компанијата, истиот тој тим и Витаминка ги запознав преку Информаторот. Со само неколку броја пред мене, Информаторот веќе ја носеше суштината на компанијата и ја пренесуваше вредноста од која израсна.

И затоа нашиот весник е многу повеќе од обичен информатор. Тој е платформа која нè обединува под закрила на нашето семејство Витаминка, како огледало на нашиот заеднички успех. Ги споделува нашите достигнувања и е сведок на нашиот раст, чувар на нашите вредности и глас на нашата корпоративна култура. Информаторот не е само билтен, тоа е гласот на Витаминка, гласот на вработените и приказна за читателите. Ви благодариме за вашиот континуиран ангажман во Информаторот. Се роди од идејата и продолжи да расте за да нè држи поврзани, информирани и инспирирани додека работиме заедно, за да ја обликуваме иднината на Витаминка.

Затоа, ве покануваме да продолжите да бидете активен дел од оваа приказна. Вашите идеи, искуства и придонеси се клучни за одржување на виталноста и релевантноста на нашиот Информатор.

Заедно, продолжуваме да пишуваме нови поглавја во историјата на Витаминка.

Душица Неделкоска
Маркетинг и ПР Координатор



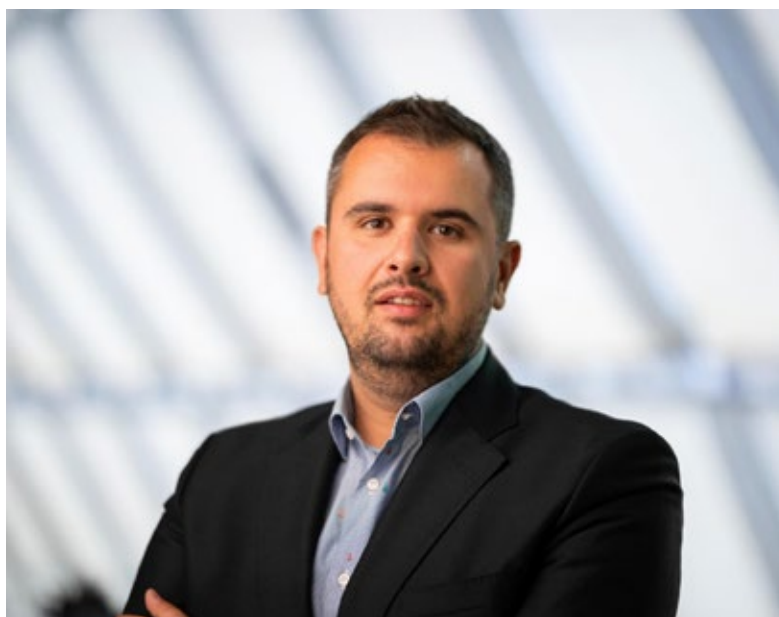
Интервју...

ВО ЧЕКОР СО ГЛОБАЛНИТЕ ТРЕНДОВИ, ИНТЕНИЗВНО СЕ ДВИЖИМЕ КОН ЗЕЛЕНА ТРАНЗИЦИЈА НА ВИТАМИНКА

Илија Наумоски,

Витаминка е најголема македонска прехранбена компанија која е меѓу најголемите извозници. Која е најголемата сила на Витаминка кога станува збор за успех во извозот?

Успехот на Витаминка на домашниот, а подеднакво и на странските пазари е резултат на континуиран стратешки пристап за глобална експанзија, подржан со внимателно планирана, ефикасна оператива. Преку богатата традиција и искуство од над 65 години во сегментот на производството на храна и исто толку време работење на пазарите во различни услови, како компанија, успеавме да развиеме отпорност и ефикасно да се прилагодуваме на транзициски промени, на социо-економските и на политичките предизвици. Во повеќе од половина век



успешно работење, изградивме портфолио од над 400 различни производи во различни категории - грицки, чоколади, кекси, кремове, мајонез, кечап, сончогледово масло, зачини. Со диверзификација на портфолиото, преку овозможување на широк асортиман и подготвеност да излеземе во пресрет на различните пазарни побарувања и трендови, ни се отворија вратите на многу нови пазари. Една од стратешките определби на Витаминка е токму тоа - иновирање и лансирање на нови категории на производи. Дополнително, со посветеност работиме на квалитетот, што е евидентно по исполнувањето на меѓународните стандарди и имплементација на сертификатите ISO 9001, ISO 14001, IFS, ISO 22000, ISO 45001, ISO 50001, HALAL, RA, RSPQ.

Овие два аспекти – квалитетот и автентичноста на производното портфолио се клучот за извозниот потенцијал на Витаминка, овозможувајќи ни да бидеме конкурентни на странските пазари каде сме застапени со нашата трговска марка. Брендите на Витаминка, како што се Стоби Флипс, Магнус, Чоко Стоби, Атлантис, Брилијант, Цветитана, можат да се најдат во најголемите маркети во многу земји, каде се конкурентни и успешно се натпреваруваат со глобалните брендови. Токму во една таква конкурентна средина, како компанија, настапуваме со нашите вредности, квалитет на производ, автентичност на бренд и изглед, а ова е препознаено од странските партнери и потрошувачи. Цврсто сме убедени дека ова е вистинскиот рецепт за успешна работа на странските пазари и за соработката со глобалните малопродажни гиганти. Уште поважно, ова е клучот за добивање на довербата на странските потрошувачи, со високо-квалитетен и безбеден производ, фер цена и непосреден и искрен однос со потрошувачите, трговците, заедницата и вработените.

Изминатите неколку години беа полни со предизвици почнувајќи од инфлацијата, проблемите во синџирите на снабдување, раст на трошоците на производство, раст на каматите, геополитички неизвесности... Како истите се одразија врз работењето на компанијата и какви промени направивте во работењето за да останете конкурентни и да ја зголемите продуктивноста?

Сите ние на глобално ниво, во помала или поголема мера бевме афектирани од глобалната економска криза и геополитичките неизвесности. Како резултат, производствените капацитети од различни сегменти и дејности се соочија со нестабилни пазари и рedefинирана побарувачка, инфлација, зголемени трошоци за производство и прекини во глобалните синџири на снабдување. "Витаминка" не беше исклучок и токму затоа, за да обезбедиме непречено функционирање и движење во едни вакви вонредни услови, беа преземени неколку стратешки прилагодувања. Работиме во сегмент каде што не може и не смее да има застој и императив е да го обезбедиме непреченото производство и достава. Во овој контекст, еден од приоритетите беше локализација на синџирите на снабдување онаму каде е возможно. Со овој потег, ја намаливме зависноста од нестабилните меѓународни добавувачи, истовремено редуцирајќи ги трошоците и зголемувајќи ја ефикасноста. Покрај тоа, како дел од нашата долгорочна стратегија, применивме технологии за заштеда на енергија во нашите производствени капацитети – процес кој го започнавме уште во 2018 година. Со започнатиот процес на поставување фотоволтаични центри на покривите на производните капацитети, ја пресретнавме енергетската криза, која беше дополнителен поттик да ги интензивираме овие инвестиции. Обезбедувањето електрична енергија од обновливи извори за потребите на "Витаминка" значително доведе до намалување на оперативните трошоци во услови на зголемени цени на енергијата. Дополнително, во договор со нашите долгогодишни партнери и добавувачи, набавивме поголеми количини на клучните сировини, со што значително го ублаживме влијанието на растечките цени на сировините, нивниот недостаток и евентуален застој во снабдувањето. И покрај надворешните притисоци од ваков тип, компанијата се фокусираше на одржување на висока продуктивност и инвестирање во автоматизација и дигитализација за да се зголеми ефикасноста. Најважно, во вакви услови обезбедивме раст на продажбата речиси на сите пазари каде ги пласираме нашите производи, што само ја потврдува довербата од потрошувачите и репутацијата која ја имаме.

Како компанија која има извоз на над 30 пазари во светот како го чувствувате економското забавување? Каде гледате потенцијал за поголем пласман и на кои пазари Витаминка планира да расте во иднина?

Економското забавување влијаеше на глобалната потрошувачка, а ние подеднакво го почувствувавме тоа, особено на европските пазари каде што побарувачката за несуштински прехранбени производи опадна. Економскиот пад во овие региони, во комбинација со високите трошоци за живот, ги префрли преференциите на потрошувачите кон основните потреби, што влијаеше на приходите во овој сегмент. И покрај овие предизвици, диверзифицираното портфолио на производи и географското ширење на Витаминка го ублажија ефектот од настанатите промени во потрошувачкото однесување. Дополнително, за да се справиме со економското забавување, во изминатиот период преземавме и стратешки адаптации како инвестирање во автоматизација и дигитализација на производните процеси. Со ова, ги намаливме трошоците и ја подобрихме конзистентноста на производот. Голема виталност ни овозможија и некои од оперативните одлуки, како набавка на сировини на локално ниво, намалувајќи ја зависноста од меѓународните синџири на снабдување кои беа погодени од зголемените трошоци за испорака и одложувањата, како и обезбедување долгорочна, предвремена и количински зголемена набавка на сировините кои се клучни за нашето производство, како шеќер, какао и масло, а чии цени се нестабилни.

Извезуваме на 4 континенти во повеќе од 30 земји, при што само минатата година остваривме извоз од 20,5 милиони евра. Пазарите во Југоисточна Европа се област каде се генерираат најголемите волумени на извоз. Но, од друга страна, пазари со најголем раст во процент се високо софистицираните пазари од Западна Европа, како Германија и Швајцарија, што ни дава дополнителна доза на задоволство. Во рамки на стратегијата за раст на Витаминка, фокусот е ставен на проширување на деловното влијание во Средно и Источно европските



пазари, каде што има зголемен интерес за нашите производи. Исто така, планираме да ги диверзифицираме нашите понуди на производи, за да можеме да ги задоволеме регионалните вкусови и со тоа, преку растечкиот тренд на барани опции за закуски базирани специфични нутритивни навики, да креираме нови можности за раст.

Каква поддршка од државата сметате дека би помогнала на Витаминка и другите извозните компании, посебно од прехранбената индустрија, за освојување на нови пазари?

Поддршката од Владата може значително да ја подобри способноста на компаниите да истражуваат нови пазари. Поточно,

државното финансирање на извозот или кредитните гаранции, многу би придонеле да се ублажат ризиците поврзани со влегувањето во нови територии. Дополнително, воспоставувањето подобри трговски договори со пазарите во развој, ќе им овозможи на македонските производители на храна и прехранбени производи полесен пристап до овие региони. Еден од сегментите кои сметам дека е исклучително значаен и важен се инвестициите во инфраструктурата, како што се модерните логистички центри или подобрените транспортни рути, што би резултирало со намалување на оперативните трошоци на извозно ориентираните компании. Воедно, имајќи предвид дека Македонија е препознатлива по храната и токму храната претставува еден своевиден симбол за нашата земја, маркетиншките иницијативи поддржани од владата кои ги промовираат македонските прехранбени производи на меѓународно ниво креираат двоен бенефит – за Компаниите - значително подобрување на видливоста и олеснување на влезот на кој било пазар, а за државата – зајакнување на препознатливоста на квалитетот на Македонскиот прехранбен производ како бренд.

Со какви резултати очекувате да ја завршите годинава и кои се очекувањата за следната година за работењето на компанијата, за извозот и економијата воопшто?

Витаминка изминатата 2023 година ја заврши со позитивен финансиски перформанс, особено во однос на профитабилноста. Ова е резултат на делумната стабилизација на цените на клучните сировини и на подобрувањата на ефикасноста од процесите воведени во производните капацитети. Оваа година, планирано е да продолжиме со инвестиции во иновации на производи и според досегашната динамика на проширување, оптимистични сме за зголемување на пазарното присуство на странските пазари. За 2024 година, во однос на извозот, очекуваме раст првенствено предизвикана од зголеменото портфолио со производи кои се барани на таргетираните пазари и секундарно, од зголемената побарувачка од Југоисточна и Западна Европа и обновениот интерес за нашите производни линии на Централноевропските пазари.

Кои економски политики и мерки би биле најмногу од помош за да се зголеми конкурентноста на компаниите, посебно во прехранбената индустрија и да се произведува и извезува храна со поголема годадена вредност?

За компаниите како Витаминка, кои се дел од прехранбената индустрија, или FMCG секторот, фискалните политики кои поттикнуваат инвестиции во истражување и развој и технолошки надградби би биле од непроценлива вредност. Трендовите во исхраната се менуваат, а ние сакаме да сме во чекор со нив, па дури и да ги предвидиме, особено преку иновации и лансирање производи кои се предвесници, кои создаваат нови прехранбени сектори и потрошувачки навики. За да може ова да се создаде, неопходни се големи инвестиции. Во оваа насока, намалувањето на даноците или нудење даночни олеснувања за компаниите кои инвестираат

во одржливост и иновативни производствени процеси ќе ја зајакне конкурентноста и ќе ја зголеми додадена вредност на производите. Дополнително, поедноставувањето на административните процедури поврзани со извозот и обезбедувањето субвенции за присуство на меѓународни саеми ќе им помогне на македонските компании полесно, почесто и поуспешно да ги покажат своите производи на глобалната сцена. Тука, уште еднаш би сакал да ја потенцирам и важноста и влијанието на функционална инфраструктура и поврзаност на локално и регионално ниво. Премногу губиме време и ресурси во застоите на патиштата и на границите.

Прилагодувањето на прехранбената индустрија на трендовите за одржливост и зелена транзиција стануваат се поважни за успех. Дали и колку овие трендови за одржливост се одразуваат врз работењето и извозот и какви промени преземате?

Одржливоста е еден од аспектите на кои "Витаминка" е фокусирана, особено во време кога глобалните потрошувачи стануваат сè посвесни за влијанието врз животната средина на производите што ги купуваат. Во оваа насока, беа преземени значителни чекори за да го намалиме јаглеродниот отпечаток на компанијата. Ја оптимизиравме употребата на енергија во фабричките капацитети и усвоивме еколошки пакувања за некои од нашите клучни производи. Исто така, како компанија, бараме да набавиме и да примениме поодржливи сировини и да го намалиме отпадот од храна во производниот процес. Во овој дел пристапуваме многу сериозно и со голема доза на одговорност. Целиот отпад создаден од сировините што ги користиме, од пакувањата го селектираме, групираме и соодветно складираме. За нас, зелената транзиција не е само тренд, туку суштински дел од нашиот долгорочен успех и токму затоа, како компанија, "Витаминка" е посветена на усогласување со глобалните цели за одржливост.

За почеток...

Раст на добивката за 58% за 9 месеци

Позитивните резултати продолжуваат и во третиот квартал од годината, кога е остварена добивка по оданочување во висина од 36.160 илјади денари. Во споредба со истиот период минатата година, добивката е зголемена за 58%. Ова покажува дека по неколку години енергетска и економска криза, работењето се стабилизира и се враќа во нормала.

Во овој период остварени се единечни вкупни приходи во износ 2.650.211 илјади денари и во споредба со остварените за истиот период во 2023 година бележат раст од 8%. Во структурата на вкупните приходи најголемо учество, 99%, имаат приходите остварени од продажба на производи и услуги од основната дејност, кои во споредба со остварените во 2023 година се поголеми за 7%. Остварените единечни вкупни расходи за овие 9 месеци изнесуваат 2.490.295 илјади денари и во споредба со остварените за истиот период во 2023 година бележат зголемување од 7%. Висината на вкупните расходи е во корелација со работењето во деветмесечието од 2024 година.



За почеток...

Team building со клучните купувачи од странство на островот Брач, Хрватска

Со цел обединување на нашиот менаџерски и извозен тим со врвните купувачи од Балканскиот регион, во текот на септември месец Витаминка беше домаќин на четиридневен тим билдинг на островот Брач, Хрватска. Овој годишен настан, шести по ред, не беше само средба на деловните умови, туку и ретка можност за зајакнување на партнерствата, вклучување во продуктивни дебати и негување поблиски односи во еден живописен амбиент. Со стратешки состаноци и отворени дискусии со нашите најзначајни купувачи, темите кои се отворија беа пазарните трендови, иновациите на производитите и идните стратегии за соработка и решавање на клучните предизвици во кондиторската индустрија.



Дијалозите беа високо продуктивни и корисни за усогласувањето на визијата за раст на пазарите. Преку дискусии, беа зајакнати партнерствата со клучните купувачи. Притоа, од сите учесници на тим билдингот беа идентификувани заеднички цели и нови можности за проширување на пазарите.

Тим-билдинг викендот беше дополнет со различни активности за градење на тимот, вклучувајќи неформални собири, социјални активности и културни тури. Овие активности обезбедија неформална позадина за подлабока интеракција и комуникација во опуштена атмосфера и ги зајакна професионалните односи, негувајќи чувство на заедница и меѓусебно почитување.

Истото го потврди статусот на Витаминка како лидер во воспоставувањето на значајни односи со клучните купувачи и ја покажа посветеноста на создавањето заеднички раст и успех.

Фокус на...

Клучните менаџери на **Витаминка** на Првиот конгрес за продажба во Белград

Во Белград во организација на Менаџмент центар Белград се одржа Првиот конгрес за продажба, каде имаше повеќе од 70 панелисти кои ги споделија своите искуства и најдобри практики.

Ексклузивноста и квалитетна агенда на конгресот привлече повеќе од 500 директори за продажба а од Витаминка беа Илија Наумоски Помошник Оперативен директор, Владимир Трпаноски директор на Продажен сектор 1-PM, Петар Стојковски Продажен сектор 2-Србија и Љупчо Велески Продажен сектор 3-Останат свет.

На конгресот во текот на неколкуте панел сесии се дискутираше за теми како што се лидерски вештини во продажбата, користење на продажни канали и ефикасно управување со синцирот на снабдување како и за моќта на аналитиката на CRM, интеграција на продажните канали, клучни показатели на перформансите и технологија за градење на лојалноста на потрошувачите.

Посебно внимание се посвети на дигиталната револуција во продажбата и вештините кои се потребни за усовршување на продажбата.



Фокус на...

Спонзор на 27-миот Конгрес на хемичарите и технолозите на Македонија во Охрид

Конгресот беше организиран од страна на Сојузот на хемичарите и технолозите на Македонија (СХТМ) - Скопје. Витаминка имаше чест да биде дел како спонзор и со задоволство ја поддржа реализацијата на Конгресот. Ова беше одлична платформа за размена на знаења и искуства, што придонесува за развојот и иновациите во индустријата.

Се радуваме и надеваме на уште повеќе вакви успешни соработки и нови познанства и ќе продолжиме да се посветуваме во поддршка на научните и технолошките напори во земјата.



Фокус на...

Хигиенска извонредност во фокусот на Европскиот конгрес за хигиенски инженеринг во Нант, Франција

Витаминка имаше прилика да биде дел од годинешниот конгрес со присуството на нашите колеги Олга Ристеска, Координатор за обезбедување квалитет, Жарко Качаков, Директор на развој и Гордана Тошеска, Технолог за развој.

Конгресот собра стручни лица и професионалци од прехранбената индустрија кои се занимаваат со најновите трендови во хигиенскиот дизајн и безбедноста на храната. Темата беше „Постигнување хигиенска извонредност преку дизајн“ а конгресот се фокусираше на иновациите и најдобрите практики во хигиенскиот дизајн, со акцент на интеграцијата на новите технологии и одржливите практики во производствените процеси.

Една од главните цели на конгресот беше да се нагласи значењето на хигиенскиот дизајн на самите почетоци на производствените процеси, со што се обезбедува превенција на контаминација, подобрена ефикасност на чистењето и усогласеност со индустриските регулативи. Како резултат, производителите можат да ја зголемат безбедноста на храната, да ги намалат ризиците и да создадат производи со повисок квалитет, кои ќе уживаат поголема доверба кај потрошувачите.



Фокус на...

Декларации, алергени, иновации и функционални додатоци на 11-тото советување за храна, исхрана и здравје

Во организација на IHIS NUTRICIONIZAM, од Белград се одржа 11-тото советување за храна, исхрана и здравје. Во присуство на стручни лица од повеќе прехранбени индустрии од Балканот, претставници од академската јавност, медицински, фармацевтски и технолошко-металуршки факултет, како и Градскиот завод за јавно здравје на Србија, Граничната санитарна инспекција и Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство, на советувањето се зборуваше за типови храна, исхрана и како се одразува врз здравјето и сите аспекти што еден одговорен производител на храна треба да ги земе предвид при создавањето квалитет.

Претставник од Витаминка на ова советување беше Олга Ристеска, координаторот за обезбедување квалитет. Нејзиното искуство од оваа работилница е многу корисно и применливо во секојдневната работа. „Темите за кои се разговараше на советувањето беа веќе познати за нас, но сепак корисни од аспект што понудија нешто ново, нова перспектива на гледање, како да се подобрат и искуства на производителите од целиот регион. На пример, секое поставување на етикетите треба да биде за читање на составот на храната и затоа треба да се насочиме на разбирање на етикетите на прехранбените производи, од страна на потрошувачите. Ова беше само едно од предавањата, а ги имаше многу и навистина корисни“, вели Ристеска.



Другите презентации беа за иновации во прехранбени производи, функционални додатоци во исхраната (кои имаше можност да се дегустираат на лице место) и лабораториска опрема за испитување на различни параметри и својства на прехранбени производи, за алергени и регулаторни ажурирања што го опфаќа влијанието на алергените врз здравјето и воведувањето нови прописи за храна, законски измени поврзани со додатоците во исхраната. Исто така, опширно се дискутираше за погрешниот маркетинг при комуникација на додатоците во исхраната.

Посебна панел дискусија се одржа на тема декларации за храна и диететски производи со претставници од српските Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство и Министерството за здравство, фокусирана на декларации и регулативи за храна и диететски производи.

Фокус на...

Работилница за праведна транзиција и креирање на нови зелени работни места



Разбирање на клучните процеси поврзани со климатските промени на национално ниво, со фокус на спроведувањето на процесот на праведна транзиција и достоинствена работа, беше предмет на дискусија на работилницата во организација на ILO, на тема „Климатска акција, зелени работни места и праведна транзиција“. Претставник од Витаминка кој учествуваше на оваа работилница беше Орде Ѓорѓиоски, директорот на правни и општи работи. Посебен акцент беше ставен на потребата од интегрирање на праведната транзиција и социјалниот дијалог во претстојната ревизија на национално определените придонеси и во потенцијалните следни чекори.

„Од суштинска важност е да се сврти вниманието кон зелените работни места кои што треба да придонесат да се ублажи ударот од евентуалното губење на работни места кои што се поврзани со нееколошки дејности или услуги кои што отстапуваат од заложбите утврдени во националните стратегии. Ова е резултат на преземените обврски на глобално ниво, со постигнувањето на Парискиот договор за климатски промени од 2015 година,

чија главна цел е да се ограничи глобалното затоплување до 1,5 °C до крајот на овој век. За да се ограничи глобалното затоплување на 1,5°C, емисиите на стакленички гасови мора да достигнат врв најдоцна до 2025 година и да се намалат за 43% до 2030 година. Се проценува дека на светско ниво загрозени се околу 1,2 милијарди работни места, но ILO (Меѓународната организација на трудот) се фокусира на позитивните аспекти и можностите за социјална инклузија кои ќе настанат како импликација од климатската транзиција како 78 милиони нови работни места во циркуларната економија, 75 милиони работни места во области поврзани со решенија базирани на природата, 18 милиони работни места до 2030 година поврзани со енергетската транзиција итн“, вели Ѓорѓиоски за заклучоците од работилницата.

Врз основа на ова, особено важно е да се насочуваат претприемачите да размислуваат на вакви иновативни решенија и да креираат нови зелени работни места. Еден од начините е и партиципација на Економско-социјалниот совет во рамките на кој треба да се случи таквата инклузија и претставување на интересите на сите три претставени страни.

На работилницата зедоа учество и претставници од Република Србија, како и Босна и Херцеговина. Македонската делегација ја сочинуваа, покрај претставниците од Организација на работодавачи на Македонија и претставници од Министерството за енергетика, рударство и минерални сировини, Министерството за економија и труд, како и од Сојузот на синдикати на Македонија.

Фокус на...

Во Витаминка една третина од вработените жени се на раководни позиции

Подобрувањето на положбата на жената во компаниите е од суштинско значење за продуктивни деловни стратегии а зголемувањето на бројот на жени претприемачи е повеќе од потреба. Тоа е прашање на деловна етика, истакна д-р Орде Ѓорѓиоски, Директор на правни и општи работи, во своето обраќање на “WOMEN ECONOMIC FORUM” - G100 Meeting – Balkans 2024.

Овие, професионални и лични согледувања на Ѓорѓиоски, поврзани со темата развија исклучително корисна дискусија. На панелот насловен како Sharing a Business Landscape for Women's Career Success, Ѓорѓиоски се осврна на многуте практики кои ние како компанија ги имаме за поддршка на жените, презентирајќи го фактот дека Витаминка е компанија во која доминираат жените вработени со повеќе од 50% во вкупниот број, но и компанија во која барем една третина од жените се на раководни позиции, а дури 60% од вкупниот број технолози се жени.

Овој Форум претставуваше извонредна можност да се научи нешто ново и да се споредат компаниските практики со светските трендови, а во правец на уште поголема инклузија и давање приоритет на знаењето и индивидуалните способности.

Настанот беше поддржан и од страна на Витаминка како златен спонзор, а освен учеството на Ѓорѓиоски, како панелист присутни беа и Натали Петреска, Директор на Контрола и Душица Неделкоска, Маркетинг и ПР Координатор.



Актуелно кај нас

Атлантис се облече во розово за охрабрување на жените во борбата против рак на дојка

Чоколадните морски школки Атлантис добија розово издание со што дел од продажбата ќе биде наменет за пациентките со рак на дојка. Со облечувањето на Атлантис во розово, Витаминка ги помага жените кои се соочуваат со болеста и воедно влијае на зголемување на јавната свест за можноста од превенирање на болеста.

Вклучувањето во борбата против ракот на дојка, компанијата го прави заедно со Здружението за иницијативи за развој во здравството, подобрување на здравствените сервиси и застапување на пациенти ЕЗРА, каде ќе бидат донирани средствата наменети за заболелите. Истите ќе бидат употребени за нивните потреби на патот во справување со болеста.

Витаминка преку розовиот Атлантис што се појавува во продажба неколку години во овој период, ги поддржува активностите на здружението и упатува апел до сите жени за поголема самосвест и редовни прегледи.

Со ваквиот начин на поддршка што секоја година ја даваме, Атлантис стана симбол на борбата на жените кои се соочуваат со оваа болест. Подигањето на свеста за ова заболување е можеби единствениот начин за борбата против заболувањето, но за сите оние кои се соочуваат со болеста и започнуваат со лекување, потребно е да знаат дека имаат поддршка и дека не се сами во борбата против болеста. Розовиот Атлантис е веќе достапен во продажба.



Актуелно кај нас

Вработените на Витаминка избираат каков оброк сакаат

Витаминка е првата компанија во регионот каде вработените самите избираат каков оброк сакаат во фабричките мензи. Преку софтверско решение кое што функционира по принципот на веб апликација инсталирана на мобилните телефони, на компјутерите но и директно во самите мензи, вработените можат да ги изберат оброците за наредната недела од понудените на тековното мени. Софтверот за избор на оброк е достапен за вработените во Фабрика 1 и Фабрика 2.

Актуелно кај нас

Стоби Флипс и Брилијант - најпрепознатливите брендови за 2024 година

Стоби Флипс е најпрепознатлив бренд за 2024 година во категорија флипсови, а Брилијант во категорија сончогледово масло. Агенцијата за истражување и консалтинг Инсајдер ИД спроведе истражување „Најпознати брендови во 2024 година“ со што ги доби најпознатите брендови во државата според мислењето на потрошувачите. Целта на истражувањето е да се дефинираат позициите на брендovите согласно перцепцијата на потрошувачите и покажа дека Стоби Флипс ужива препознатливост од 86%, а Брилијант од 43%.

Во првата категорија, брендот Стоби Флипс остварува речиси изедначено учество со претходната година меѓутоа се уште го има највисокото учество во споредба со сите останати категории. Во позицијата на Брилијант, се забележува намалување на учеството за 6% во споредба со 2023 година.

Четврта година по ред откако започна истражувањето на Агенцијата за истражување и консалтинг Инсајдер ИД, двата бренда на Витаминка се истакнуваат со најголема препознатливост.

Истражувањето е спроведено на репрезентативен примерок од 1 200 активни потрошувачи на територија на целата држава со користење на персонални интервјуа. Анализирани се вкупно 16 категории на производи, за кои што потрошувачите одговараа на прашањето кој е според нив најпознатиот бренд во одредена категоријата.

Со овозможување на изборот на оброците, Витаминка го подига нивото на задоволство на своите вработени и овозможува избор соодветно нивните потреби за специфична исхрана. Исто така, овој принцип на работа е во насока на рационално однесување со храната преку планирање на оброците и минимизирање на губитоците и фрлањето на вишокот храна.

Сите оброци се исклучително добро балансирани, обезбедувајќи главен оброк (најчесто со месо), посен или вегетаријански оброк и сув оброк, задоволувајќи ги преференциите на сите вработени, водејќи сметка и за нивните навики, но и здравствени барања. Нутритивните табели се изложени во информации за јадењата и на информативните монитори во мензите.

Витаминка отсекогаш била компанија каде вработените, нивните потреби и благосостојба се главните приоритети.

Работењето на фабричката кујна и менза и обезбедување на топол оброк за вработените во секој период од денот, во зависност од сменското работење, во Витаминка се применува од 1964 година, мензата била сместена во старата зграда, каде се делел оброкот за вработените.



Во Витаминка

Се одржа третото издание на Digiton Conference: Најголемата регионална конференција за Microsoft бизнис технологии



Најголемата домашна конференција за Microsoft бизнис технологии, Digiton Conference го одржа третото издание и овој пат во организација на Ахартa Masters и Ахартa Learning Center. Под истото мото како минатогодишните изданија „The Future is Digital“, учесниците имаа можност да ги слушнат сите новости во областа на Microsoft бизнис технологиите презентирани од светски познати предавачи, меѓу кои и Microsoft MVP-а, Microsoft FastTrack архитекти како и домашни и регионални експерти во индустријата.

Третото издание на Digiton Conference се покажа како одлична можност за над 300 учесници да ги прошират своите видиси и да воспостават директен контакт со врвни експерти и професионалци во областа на Microsoft бизнис технологиите. Дел од нив беа и Васко Наумоски ИТ менаџер, Филип Кузманоски ИТ администратор и Бранимир Димков, шеф на сметководство како претставници на Витаминка.

„Со проучување на најновите трендови и иновации во индустријата, како и со размена на искуства и знаења преку дискусии на Digiton Conference, се добива детална претстава за влијанието и можностите што ги нудат бизнис технологиите на Microsoft. Преку искуствата на домашни и меѓународни експерти, како и на компании и клиенти од различни сектори, беше демонстрирано влијание што може да го имаат Microsoft бизнис технологии брз работата, бизнисот и ефикасноста“, истакнаа Наумоски и Кузманоски.

Издвојуваме

10то издание на FMCG самитот, дискусија на најрелевантните од секторот

И оваа година се одржа најголемиот настан од индустријата, каде FMCG секторот ги дискутираше состојбите и насоките кон каде ќе се движи развојот. Организиран од Кликер маркетинг и магазинот InStore, дел од самитот беше и панел-дискусијата на тема „Како до FAIR PLAY во малопродажниот сектор?“, на која свои мислења, ставови и решенија споделија Марјан Ристески, заменик-министер за економија, Виктор Петков, генерален менаџер и сопственик на Випро, Џемаил Даути, генерален директор на Даути комерц и Драган Иванов, генерален менаџер на ЛКА. Покрај панелистите, свое мислење, преку спроведена онлајн-анкета, дадоа и другите учесници на самитот.



Со локалните и регионални говорници се дискутираше на теми кои го засегаат малопродажниот сектор. Од продажба и преговарање, преку дигитализација и категориите производи и PL, до AI трендови и B2B комуникациски техники – годинешните говорници ги споделија искуствата и стратегиите за успешно делување во современиот бизнис амбиент.

Дел од програмата ја вклучи и панел дискусијата посветена на Законот за нефер трговски практики во синцирот на снабдување, каде се разгледаа важни аспекти и предизвици со кои се соочуваме.

На годинешниот саем Витаминка учествуваше со присуство на нашите колеги Душица Неделкоска - маркетинг и ПР координатор, Душко Попски - регионален менаџер по продажба и Ангелчо Патоски - бренд менаџер.

Витаминка ја има честа да биде долгогодишен партнер на ИнСторе и Кликер маркетинг организатор на FMCG Summit за што на jubилејното, 10то издание ни беше врачена благодарница како признание за дадената поддршка и успешно партнерство.



Извојуваме

Што значи ISO 45001 и како се применува



Здравјето и безбедноста при работа е мултидисциплинарно поле кое се занимава со безбедноста, здравјето и благосостојбата на луѓето на работа.

Целта е да се спречат повреди на работното место, болести и смртни случаи со спроведување на политики, практики и регулативи кои ги ублажуваат ризиците. Здравјето и безбедноста при работа е од суштинско значење за да се обезбеди непречено функционирање на секој бизнис. Негови клучни елементи се:

Физичко здравје и безбедност

- **Идентификација на опасност и проценка на ризик** - Препознавање на потенцијални извори на штетност на работното место, како што се машини, хемикалии, ергономски проблеми и фактори на животната средина. Оценување на веројатноста и сериозноста на ризиците поврзани со идентификуваните опасности и одредување приоритет за нивно ублажување.
- **Опрема за лична заштита (ОЛЗ)** - Обезбедување и обезбедување на употреба на соодветна ОЛЗ како што се шлемови, ракавици, заштитни чевли и заштита на очите за да се минимизира изложеноста на опасности.
- **Ергономија** - Дизајнирање работни станици и задачи за да одговараат на физичките можности на работникот, што помага во спречување на мускулно-скелетни нарушувања (на пр., повторливи повреди на напрегање).

Ментално здравје и благосостојба

- **Управување со стресот** - Спроведување програми за управување со стресот поврзан со работата, како што се обука за управување со стрес, услуги за советување и промовирање рамнотежа помеѓу работата и животот.



- **Поддршка за ментално здравје** - Обезбедување пристап до ресурсите за ментално здравје, како што се програмите за помош на вработените и поттикнување на поддржувачка работна средина каде што вработените се чувствуваат удобно да разговараат за проблемите со менталното здравје.
- **Спречување на исцрпеност** - Обезбедување разумни оптоварувања, соодветни паузи за одмор и негување култура која го цени менталното здравје може да помогне во спречувањето на исцрпеноста.

Превентивни и заштитни мерки

- **Инженерски контроли** - Измена на опремата и процесите за намалување или елиминирање на опасностите.
- **Административни контроли** - Спроведување политики, процедури и програми за обука за минимизирање на ризиците.
- **Опрема за лична заштита (ЛЗО)** - Обезбедување и задолжителна употреба на заштитна опрема како шлемови, ракавици, очила и маски за заштита на работниците од опасности.

Регулаторната усогласеност

- **Почитување на стандардите** - Усогласеност со националните и меѓународните регулативи и стандарди, како што се оние поставени од Администрацијата за безбедност и здравје при работа (OSHA) во САД или Извршниот директорат за здравје и безбедност (HSE) во Британија.
- **Редовни ревизии и инспекции** - Спроведување периодични безбедносни ревизии и инспекции за да се обезбеди усогласеност и да се идентификуваат областите за подобрување.

Обука и образование

- **Обука на вработените** - Редовно обучување на вработените за безбедносни протоколи, процедури за итни случаи и правилна употреба на ОЛЗ.
- **Континуирано образование** - Следење на новите безбедносни практики, технологии и регулаторни промени.

Подготвеност и одговор за итни случаи

- **Планови за итни случаи** - Развивање и практикување процедури за итни случаи како што се пожари, хемиски излевања и природни катастрофи.
- **Прва помош** - Обезбедување обука и ресурси за итен медицински одговор во случај на несреќи.

Здравствен надзор и мониторинг

- **Медицински прегледи** - Спроведување на редовни здравствени проверки за рано откривање на болести поврзани со работата.
- **Мониторинг на работната средина** - Континуирано оценување на условите на работното место за да се идентификуваат новите здравствени ризици.

Вклучување и комуникација на вработените

- **Тимови за безбедност** - Формирање тимови кои вклучуваат претставници на работниците за да разговараат и да ги решаваат безбедносните прашања.
- **Механизми за повратни информации** - Поттикнување на работниците да пријават опасности и да предложат подобрувања.



Во Витаминка

Ние сме едно големо семејство Во **Витаминка** одржан семеен ден за вработените

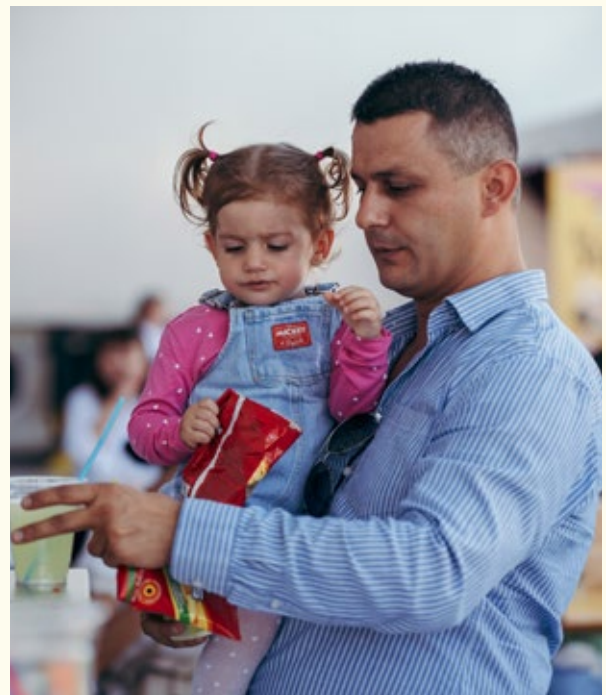
Затоа што семејството е важно и затоа што Витаминка е едно големо семејство, компанијата за своите вработени организира Семеен ден. На оваа голема семејна средба беа присутни повеќе од 500 вработени заедно со нивните семејства од Прилеп, Штип и Скопје. Еднодневниот настан кој се одржа во кругот на компанијата, беше исполнет со забава, спортски активности и дружење и создаде незаборавна атмосфера за сите присутни, истакнувајќи ја посветеноста на Витаминка за одржување на позитивен корпоративен дух и зајакнување на тимската работа.

„Семејниот ден е еден од настаните кои се од најголемо значење за нас, бидејќи ни дава можност да се поврземе на еден посебен начин, не само како колеги, туку и како големо семејство“, велат од компанијата. „Ова е можност за нашите вработени да ги запознаат своите колеги во неформална и пријатна атмосфера, додека нивните деца и семејства уживаат во забавата и активностите“.

Програмата на настанот вклучуваше голем број активности за сите возрасти, од спортски игри до интерактивни работилници за децата, како и музичка програма со Викторија Лоба. Со создавање на можности за релаксација, дружење и тимско градење, Витаминка продолжува да се грижи за добросостојбата на своите вработени и нивните семејства.

Семејниот ден е дел од пошироките напори на компанијата за градење на позитивна работна култура и поттикнување на здрав баланс помеѓу професионалниот и приватниот живот на своите вработени.

Сликите може само приближно да ја доловат атмосферата на овој ден, кога сплотеноста и заедничкиот дух на сите вработени во Витаминка, дојдоа до максимум и ја испратија најмоќната порака дека Витаминка е едно големо семејство.





Вложуваме во заедницата

Да научиме за општествените вредности

Витаминка започна со караван во предучилишните установи за едукација за основните општествени вредности. Во повеќе од 80 предучилишни установи преку музичка претстава, интерактивна игра и забава најмладите ќе ги запознаваат овие вредности и ќе се едуцираат за емпатија, другарство, разбирање, почит кон другиот и ценење на различностите.

Преку овие активности, Витаминка се надева дека ќе го поттикне позитивниот развој на децата и ќе придонесе кон создавање на посветла иднина за сите.

„Како општествено одговорна компанија, Витаминка преку бројни проекти и иницијативи, се залага за позитивно влијание врз општеството и заедницата. Едукацијата е само еден сегмент каде треба сите да се вклучиме и каде може да се направат суштински промени. Овој караван посебен акцент става на основните општествени вредности што многу често се забораваат а чие почитување и знаење се одразува на подолг рок и врз целата заедница, посебно кога ќе се научат и прифатат уште од рана возраст“, велат од Витаминка.

Овој уникатен проект е во продукција на Триангл, а сите активности се создадени во консултации со педагози, психолози и едукатори. Во богатото повеќегодишно искуство во доменот на музичко-драмски претстави, Триангл ги користи најдобрите практики за доближување на музичката уметност до најмладите. Со учеството на професионални музичари, освен едукација караванот на Витаминка ќе им овозможи на децата незаборавно искуство, кое ќе ги учи на важни животни лекции и вредности. Карванот ќе трае до месец мај, при што ќе бидат опфатени 80 предучилишни установи во сите населени места низ државата.



Витаминка од Македонија до Кенија

Витаминка не познава граници и патува до сите краишта на светот. Нашите препознатливи производи се присутни во над 30 земји и не е чудно што овој пат стигнаа до децата од Кенија.

Децата уживаат во вкусовите на Витаминка каде и да се, а тоа најдобро се гледа од нивните среќни и задоволни лица.



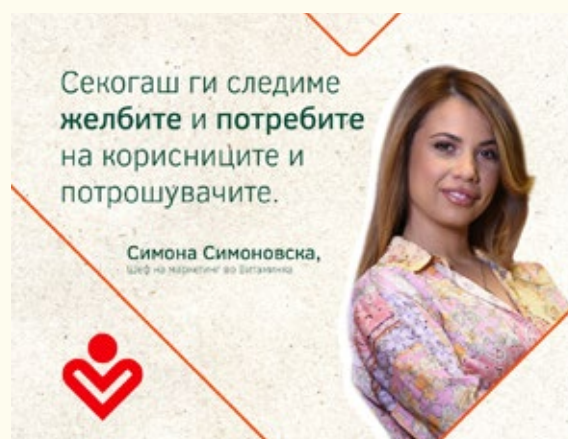
Во Витаминка

Со Tastify до совршени рецепти: Како Витаминка создаде платформа за сите љубители на готвење

Tastify е бесплатна платформа која им овозможува на корисниците да споделуваат и пронаоѓаат рецепти, а нејзината заедница постојано расте, збогатувајќи ја со нови содржини. Според Симона Симоновска, шеф на маркетинг во Витаминка, платформата е создадена за љубителите на готвењето и е поттикната од широката палета производи на Витаминка, кои се користат во многу рецепти.

Tastify не е само место за рецепти, туку и за корисни совети и трикови во готвењето, и има за цел да стане заедница каде што луѓето можат да разменуваат идеи и знаења. Платформата нуди многу опции – корисниците можат да зачуваат рецепти, да креираат список за купување и да пребаруваат според состојки, видови јадења или оброци. Исто така, платформата овозможува избор на рецепти според различни категории, како тип на рецепт (вегански, посни), тежина на подготовка (лесно, средно, тешко) и времетраење (од 10-15 минути до над 60 минути).

Во иднина Tastify планира да го прошири и делот за заедницата, преку форум каде членовите ќе можат полесно да се вмрежуваат и да споделуваат искуства и рецепти. Витаминка, која е зад оваа иницијатива, секој месец подготвува информатор за своите корисници, каде ги запознава со новитетите на пазарот и со советите за кулинарство. Иако е поддржана од Витаминка, Tastify има амбиција да се развие во самостојна платформа со широка база на корисници.



Искуство од Школата за млади лидери на Претседателот Иванов



Емануел Секулоски, е нашиот млад колега кој е дел од престижната Школата за млади лидери, проект на поранешниот Претседателот на Република Македонија, д-р Горѓе Иванов. Оваа школа традиционално се одржува од 2010 година со визија да им овозможи на младите, талентирани и амбициозни луѓе од Македонија и пошироко да ги надградуваат и подобруваат своите вештини, да ја развиваат својата креативност и менаџерски капацитети и се разбира да стимулира позитивни вредности меѓу младите лидери.

Преку предавања, симулации, реални примери, илустрации и практични вежби и обуки, учесниците добиваат можност да се запознаат со практиките на вистинското лидерство. Програмата е наменета за млади луѓе со високо образование, лица до 35 години, дипломирани лица и млади професионалци.

„На годинешната „Школа за млади лидери“ учествуваа 39 млади и надежни лидери и 17 врвни професионалци и успешни луѓе во својата област кои одржаа извонредни и влијателни предавања на тема „Лидерство за мир“, со кои верувам дека ќе го променат текот на животот на многу од нас. Програмата беше отворена со обраќањето на Генералниот секретар на Обединетите нации, Бан Ки Мун, а претседателот на Светскиот инвестициски форум за бизнис ангели Бајбарс Алтунташ своето обраќање го посвети на темата Лидерство за пример- Делата зборуваат погласно од зборовите“, вели Секулоски за своето искуство.

Свои излагања на годинешната Школа имаа и Мајкл Д. Даби- поранешен заменик командант на воздухопловна единица на Америка, кој зборуваше на тема „Аналогно лидерство во дигитален свет“, Александра В. Креглер професор асистент на Универзитетот во Тајлер, Тексас и поранешен ФБИ агент која се обрати на темата „Внатрешен мир- Надворешно влијание“, како и професорите Роберт Е. Штеркен и Колин Шнајдер на универзитетот во Тајлер, Тексас кои оставија посебен впечаток со нивните предавања.

Од Република Македонија свои предавања имаа Зоран Дабиќ, амбасадорот на Република Македонија во UN, OSCE и NATO, д-р Александар Митов- експерт за јавно здравје, Васко Наумовски, Вицепремиер на Република Македонија за евроинтеграции и амбасадор во Америка, Ивана Хаџиванова, психолог и психотерапевт. Сите овие еминентни имиња и авторитети во својата област ги споделија нивните лични мислења и ставови кои што се пренесоа на учесниците на школата идните млади лидери.

За Секулоски, учеството на еден ваков светски настан отвора безброј можности за личен развој и напредок а успехот е лимитиран само од нашата перцепција и желба за успех.



Вложуваме во образование

За среќни и успешни почетоци

Секој почеток на учебната година е посебен и за децата и за родителите. Но, секогаш радоста е најголема за првачињата и нивното првото училишно искуство. За родителите, 1 септември носи многу силна симболика и значење, тоа е исчекор на една значајна фаза од животот, растење и созревање.

Први септември е многу повеќе од почеток на школската година, а Витаминка е компанија која сака да ги слави и да ги споделува тие радости, особено со најмалите.

За таа цел, на сите наши вработени, чии дечиња оваа учебна година се првачиња, им доделивме ранци со неопходниот прибор и се разбира, многу наши производи за успешен почеток.



На крајот од посетата, сите дечиња добија пакетчиња со вкусни и хранливи производи од Витаминка, а нивните насмевки беа најголемата награда за тимот на компанијата.

Студенти од Економскиот факултет во Прилеп, пак, го посетија магацинот за готов производ каде се запознаа со начинот на работа и испорака на производите.



Вложуваме во образование

Витаминка со задоволство ги пречека дечињата од Прилеп и Скопје кои дојдоа во посета

Просториите во Витаминка се исполнети со радост кога најголемите обожаватели се во посета. Дечињата од градинката „Наша Иднина“, „Весело Штркче“ во Прилеп и ОУ „Кочо Рацин“ во Скопје во издвоени посети ја посетија Витаминка и имаа можност да погледнат како изгледа процесот на производство и пакување на нивните омилені вкусови. Во текот на посетата, дечињата имаа можност да се запознаат со работата во компанијата и погоните за производство. Со големо внимание и љубопитност го следеа процесот на пакување на нивните омилені грицки и слатки.

Витаминка како една од најстарите и најголемите компании, го буди интересот кај сите возрасти, но кај младите посебно со тоа што тука се произведуваат нивните Стоби флипс, Чоко стоби, Цевитана, Фрути и уште многу други слатки и солени задоволства. За децата и учениците, доаѓањето во Витаминка и прошетката низ погоните е многу повеќе од едукација и час каде што треба да се научи нешто. Тоа за нив е влегување во свет на најголеми задоволства.

Вложуваме во образование

Витаминка го заслади првиот академски час на бруцошите!

Првиот академски час за сите бруцоши претставува посебен момент исполнет со возбуда и нестрпливост. Затоа, за да го направиме овој ден уште поинтересен и вреден за паметење ги споделивме овие моменти заедно со нив и ги „зачинивме“ со слатки производи и забава. На настанот „Добредојдовте бруцоши - прв академски час на УКИМ“, сите нови студенти беа дочекани со Лоор колачи за бескрајна среќа и игра за лесно влегување во студентските денови. Витаминка се заблагодарува на УКИМ за соработката, а на сите идни студенти им посакуваме успешна академска година.



Витаминка и спортот

When in Krushevo засладена со нашите производи

Outdoor фестивалот When in Krushevo се повеќе добива на масовност, значење и посетеност. Концептот на фестивалот преку спојот на различни активности во несекојдневен амбиент, го прави посебен и интересен за многумина.

На осмото издание љубителите на природа, спорт и музика имаа прилика да уживаат во тридневна авантура и да ги дегустираат производите на Витаминка.

Витаминка е секогаш присутна и со задоволство ги поддржува настаните од овој тип.



Витаминка и спортот

Над 3000 учесници на „Че трчаме“, најбројни учесниците на трката „Стоби флипс“

Симболот за почеток на школската година, од овој 1 септември стана препознатлив и за најпозната локална трка „Че трчаме“. Настанот го организираше Спортско – рекреативната манифестација „Че трчаме“ и успеа на прилепските улици да ја разбуди поспаноста и да ги претвори во вистинска навивачка еуфорија.

Низ улиците на градот се истрчаа 5 трки со различна должина на патеките и за различни возрасти. Освен популарните трки на 5 и на 10 км, имаше неколку категории детски трки, до 11 години и до 14 годишна возраст. Од оваа година за првпат се одржа трката за најмладите именувана според омиленiot „Стоби флипс“ која што привлече најголемо внимание. На маротонот трчаи на наши колеги од Витаминка.

Првата спортско рекреативна манифестација „Че трчаме“ се одржа минатата година, кога учествуваа над 1 илјада атлетичари и рекреативци. Но искуството на натпреварувачите, како и целата атмосфера што беше создадена во градот, придонесе оваа година да има уште поголема масовност и Витаминка да биде еден од спонзорите.



Витаминка и спортот

Маратонците од Витаминка

Има многу начини како да се влијае на зајакнувањето на колегијалноста и зацврстувањето на меѓусебните односи во компанија како што е Витаминка. Тим билдинг активностите се само мал дел од тоа, а најефективни се активностите кога се настапува заедно и под едно исто име – Витаминка тим и ќе се постигне резултат. Така нашиот Витаминка тим беше дел од Wizz Air маратонот, каде 11 вработени во нашата компанија зе доа учество во овој традиционален маратон. Освен што успешно ја претставуваат компанијата, нивното учеството на Wizz Air маратонот е и нивно личен индивидуален успех, за што искрено им честитаеме.

„Бевме дел од големата позитивна енергија што го опфати градот. Wizz Air маратонот е навистина убав и интересен предизвик. Атмосферата беше неверојатна, а поддршката од луѓето што нè бодреа беше голема“, велат тие за своето доживување на Скопскиот маратон. Витаминка е секогаш таму каде што се случуваат добрите нешта.



Витаминка и спортот

Балканското првенство во џудо за пионери и пионерки со поддршка од Цевитана



Витаминка преку својот бренд Цевитана, со гордост го поддржа Балканското првенство во џудо за помлади пионери и пионерки, што се одржа во Битола.

На првенството, во организација на Џудо федерацијата на Македонија, учествуваа деца на возраст до 13 години од единаесет држави: Албанија, Бугарија, Грција, Романија, Молдавија, Кипар, Босна и Херцеговина, Црна Гора, Косово, Турција и Македонија.

Пред почетокот на натпреварот учесниците беа поздравени од претседателот на Џудо федерацијата на Македонија, Владимир Трпаноски, кој посакувајќи им среќа, успех и

добри резултати на натпреварувачите, истакна дека е горд што ова првенство прерасна во традиција и сега е едно од обележјата на спортски план, во државата.

Талентираните млади спортисти од целиот регион, истакнувајќи го својот труд и спортски дух, блеснаа на меѓународната сцена и ги оправдаа напорните тренинзи и личните вложувања во текот на изминатата година. За нас, од големо значење е можноста да бидеме дел од нивниот пат кон успехот и затоа Цевитана ќе продолжи и во иднина да ги поддржува младите таленти, да инвестира во спортот и да се залага за потенцијалот на секое дете.

Витаминка и спортот

Фестивалот „Ја сакам Плачковица 2024“ - Спој на природа, спорт и дружба

Изминатото лето, на планината Плачковица се одржа годинешниот Outdoor фестивал „Ја сакам Плачковица 2024“, привлекувајќи голем број љубители на спортот, авантурата и природата. Фестивалот се одржа во прекрасната природа на Плачковица, создавајќи идеална атмосфера за активен одмор, дружба и забава. Со богата програма исполнета со различни активности, фестивалот ги привлече и младите и возрасните, обединувајќи ги во љубовта кон авантурата и активниот животен стил.

На настанот се истакнаа неколку главни активности: планинската трка која го поттикна натпреварувачкиот дух на учесниците, турите со планински велосипедизам кои понудија можност за уживање во природните убавини на Плачковица и спортското качување на вештачка карпа кое беше вистински предизвик за приврзаниците на адреналински спортови. Овие активности беа совршена можност за сите посетители да го испробаат својот авантуристички дух и да го истражат планинскиот пејзаж.

По завршувањето на динамичните активности, сите присутни имаа можност да се освежат со неодоливите вкусови на Цевитана, идеален пијалак за враќање на енергијата. Покрај тоа, Стоби Флипс – омилен флипс за сите генерации – беше неизоставен дел од дружбата, правејќи го овој настан уште поспецијален и пријатен.

Фестивалот „Ја сакам Плачковица 2024“ донесе многу насмевки, пријателства и позитивна енергија, создавајќи незаборавни моменти кои ќе останат во сеќавањата на сите учесници. Со вакви настани, Плачковица сè повеќе се позиционира како омилена дестинација за рекреативен туризам и за сите оние кои бараат активен одмор во природа.



Витаминка и спортот

900 километри за 5 дена помина Стефан во чест на Тоше

Тргна од Крушево на велосипед и возеше до Нова Градишка, а целта беше ова растојание да го помина за 5 дена. Тоа е подвигот на Стефан Житошански а во чест и спомен на Тоше Проески.

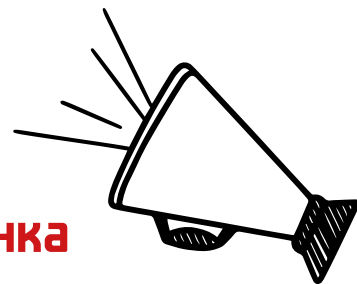
Овој подвиг на Стефан беше следен и помогнат од сите обожаватели на Тоше Проески, низ сите населени места каде помина.

Идејата на Стефан произлезе од иницијативата и е одговор на подвигот на маратонците од Хрватска, кои секоја година по повод смртта на Тоше на 16 октомври доаѓаат во Крушево за да му оддадат почит на неговиот лик и дело. На сличен начин но во обратен правец, оваа година подвигот на Стефан на велосипед започна во Крушево за да заврши во Нова Градишка. Житошански безбедно пристигна во Нова Градишка и си ја исполни својата желба за доследно оддавање почит и сеќавање на никогаш непрежалениот Тоше Проески. Сето ова Стефан го направи на своја иницијатива а со поддршка на Витаминка, за што и лично се заблагодари преку неговиот ФБ профил на нашиот македонски и светски бренд компанијата „Витаминка“ со чија помош ја реализира турата.



Витаминка и музиката и културата

Моќна женска интерпретација на хитот „Уште ми фалиш“, во новиот спот на Дац и Александар, поддржан од Atlantis и Витаминка



Atlantis и Витаминка се горди што се дел од најновото видео остварување, женската верзија на песната „Уште ми фалиш“ од познатото дуо Дац и Александар. Песната, која го одбележува својот петгодишен јубилеј, се здоби со огромна популарност и стана еден од најпрепознатливите хитови на македонската музичка сцена. За да го одбележат овој значаен момент, Дац и Александар решија да создадат женска верзија на песната, во која ќе се прикаже емотивната и инспиративна страна на жените.

Во новиот спот учествуваат 30 маркантни жени од различни професии – од уметнички, културни и јавни сфери, кои со својот талент и харизма ја оживуваат приказната на свој уникатен начин. Снимањето се одвиваше во Драмскиот театар Скопје, каде што сценографијата од оригиналниот спот од 2019 година беше верно реконструирана, овозможувајќи и на новата верзија да го задржи духот и атмосферата на оригиналот, но со освежен пристап кој ја прикажува женската перспектива на приказната.

Atlantis и Витаминка ја поддржуваат оваа иницијатива не само како спонзори, туку и како промотори на важни општествени вредности, меѓу кои се издигнуваат поддршката и оснажувањето на жените. Оваа женска верзија на песната „Уште ми фалиш“ носи силна порака за почитување и вреднување на жените и нивните улоги во општеството. Со комбинација на музика, глума и сценски перформанси, спотот успева да пренесе автентична емоција и да инспирира на ново ниво.

Секоја од учесничките ја изразува својата приказна, создавајќи колаж од лични искуства и емоции што ја истакнуваат силата, нежноста и креативноста на жената. На овој начин, видеото не е само музичка визуелизација, туку и платформа за прикажување на моќта на женската енергија и соработка. Сцените се внимателно осмислени, секоја рамка е симбол на женската упорност, одлучност и инспиративност, со што спотот добива силна и трајна порака која допира до секој гледач.

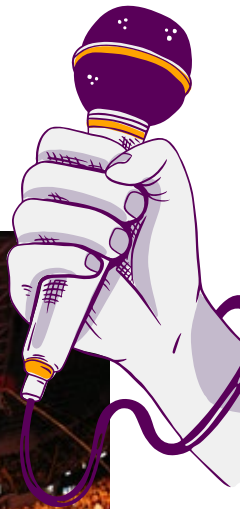
Промоцијата на новиот спот и песната се одржа на 13 ноември каде присуствуваа сите 30 жени кои беа дел од овој проект. Промоцијата беше проследена со ексклузивен настап на Дац и Александар, како и обраќања на дел од учесничките кои ќе споделија дел свои размисли за проектот и значењето на учеството во него. Настанот беше најавен како прослава на женската сила и креативност, со силна порака – Women Power!



LET'S GO!

Витаминка и музиката и културата

На концертот на македонската дива



Витаминка со гордост ја поддржа македонската музичка дива Калиопи како спонзор на нејзиниот концерт кој се одржа во салата „Борис Трајковски“. Калиопи со нејзиниот моќен глас и неверојатна енергија ги подигна присутните на нозе додека пееја заедно со неа.

Со својата исклучителна вокална моќ, длабока емоционалност и сценска харизма, Калиопи создаде атмосфера што ја исполни салата со топлина и радост. Публиката, воодушевена од секоја нота и настап, уживаше во нејзините најголеми хитови, додека Витаминка со гордост ја поддржа оваа музичка вечер, која долго ќе остане во сеќавањата на присутните.

Негувајќи ја љубовта кон музиката и културното наследство, како компанија продолжуваме да бидеме верен партнер и поддржувач на македонските уметници, придонесувајќи за растот и промоцијата на домашната сцена, а тоа е доказ дека компаниите можат да имаат клучна улога во поддршката на локалните уметници и развојот на културниот живот во Македонија.

Фестивали и спонзорства

15 години Мото Рисови

Еден од најинтересни настани што редовно се одржуваат во Прилеп е Мото фестивал Рисови, кој оваа година го одбележа 15тиот јубилеј. Заради традицијата или уникатноста, за сите љубители на моторите и добрата музика ова беше еден од највозбудливите настани ова лето во Прилеп.

Од пречекот на мотоцикlistите – учесници, па незаборавното дефиле со мотори се до разновидната музика, Мото фестивал РИСОВИ 2024 понуди по нешто за секого. Посебен акцент беше ставен на реализација на активности преку кои се потенцираше исклучителната важност на носење заштитна опрема во секојдневието, особено меѓу најмладите учесници во сообраќајот.

Витаминка беше горд поддржувач на овој настан како и на едукативната функција и цел што ја има.



Фестивали и спонзорства

Jojo's United - фестивал на забава, храна, спорт и уживање

Учеството на вториот Jojo's United фестивал беше посебна можност за нас за дегустација на новите сосови на Витаминка во комбинација со најдобрите бургери и хотдози. Тоа беше уште и четиридневна забава, храна, спорт и уживање за сечија возраст.

Фестивалот Jojo's United се одржа во кампот Љубаништа, на брегот на Охридското Езеро како завршеток на летните авантури. Освен забавните активности, фестивалот дополнително го збогати и зоната на Витаминка од каде присутните можеа да уживаат во живописниот поглед, добрата музика и разни спотско-рекреативни и забавни активности. За што поголема забава и незаборавни летни моменти имаше и bubble football, дегустација на нашите производи и секако на штандот на Jojo's каде секој имаше прилика да ги проба највкусните бургери и хотдози со новите сосови на Витаминка.



Фестивали и спонзорства

„Прилеп бир викенд“ фешта за цел град

Викендот посветен на пивото и оваа година стана најголемата забава за целиот град а и за бројни гости од цела Македонија. Со шатори, сцена и бројните гости, градот се претвори во огромно плато за забава на Прилеп бир викенд.

Во шаторите се точеше пиво и се мезеше вкусна скара, а од сцената забавата ја подгреваа DJ Марио, Наум Петрески, Бојана Скендеровска и групата Вангог, првата вечер, а втората задолжени за музика беа Таско, Огнен Здравковски, СуперХикс, TomNovi. Последната вечер од Прилеп бир викенд ја затворија настапите на DJ Вопо, Миле Кузмановски, Сања Вучич и Амадеус Бенд.

Со над десетици посетители за што имаше и продолжено работното време на трговците и дуќанчиите, трите дена од овој фестивал донесоа и економски бенефит за градот.

Прилепчани, а и посетителите од другите градови од сите возрасти се забавува со убава музика, вкусна храна и секако пиво, а тука беше и Витаминка како клучниот зачин на секое уживање.



Детска магија и вкусови во центарот на Охрид: Црвенкапа и **Витаминка** за сите генерации

Изминатото лето, центарот на Охрид се претвори во сцена на детска радост и смеа, благодарение на театарската претстава „Црвенкапа“. Овој детски мјузикл донесе уникатен спој од музика, танц и интересна приказна, која успеа да ги привлече и воодушеви сите присутни. Децата активно учествуваа во претставата, што дополнително ја зголеми нивната возбуда и радост. Класичната приказна за Црвенкапа беше оживеана на сцената со динамична игра, привлечна музика и живописни костими, кои ги воодушевија најмладите, а беа привлечни и за возрасните гледачи. Родителите беа воодушевени од забавната и едукативна компонента на настанот, кој им понуди на младите модерно искуство на познатата приказна.

Покрај театарската претстава, настанот беше дополнет со Стоби Флипс, сите присутни да добијат пакетче од омилениот и најпопуларен флипс. Ова дополнително придонесе за празничната атмосфера, каде децата и возрасните уживаа во вкусот, додека околу нив се ширеше позитивна енергија и смеа. Со ова, Витаминка создаде весела и топла атмосфера, што го направи настанот уште понезаборавен за сите присутни. Овој гест донесе дополнителни насмевки и уживање, создавајќи искуство кое ќе остане долго во сеќавање.

Голем број туристи и жители на Охрид, кои го проследија настанот, беа пријатно изненадени и уживаа во овој детски спектакл. Настанот не само што внесе живот во градот, туку беше и одлична можност за промовирање на културните и забавните активности за деца, правејќи ја вечерта посебна за сите кои беа дел од оваа магична вечер во срцето на Охрид.



Фестивали и спонзорства

Прилепскиот стрит фуд фестивал прераснува во традиција



Фестивалот на уличната храна воспоставува традиција со одржувањето на второто издание. Паркот на Могилата два дена беше центарот на Прилеп, каде прилепчани уживаа во одличната и разновидна храна на "Prilep Street Food Festival".

Имаше одлична понуда на храна и различни вкусови, од бургери, гиро, вафли, палачинки и се што може да се вкуси како „улично приготвена храна“.

Дводневниот фестивал беше проследен и со одлична музика, така што вкусовите на прилепчани беа целосно задоволени.

Дел од овој исклучително интересен и вибрирачки викенд беше и Витаминка со свој штанд со кој прилепскиот Street Food Festival беше збогатен со Светон на вкусови на Витаминка.

Фестивали и спонзорства

Писмо со благодарност



Писмо со благодарност од Извршниот потпретседател на IFATCA - Меѓународната федерација на контролори на летање за Европа, Фредерик Делеу и претседателката на Здружението на контролори на летање на Македонија, Наташа Мијат Крстевска за поддршката од Витаминка при организирање на регионалната средба.

„Искрена благодарност што помогнавме Македонија да биде претставена во најдобро светло. Сите гости беа презадоволни и заминаа со полно срце прекрасни спомени. Исклучително сме благодарни за остварената соработка помеѓу Витаминка и IFATCA и ја цениме вашата поддршка со вашите производи“.

Промоции

Стоби флипс носи среќа и награди

Во повеќе маркети низ државата се одржаа промоции на Стоби Флипс на кои главниот фокус беше насочен на потрошувачите. Целта беше да ги поврземе нивните среќни и радосни моменти со Стоби Флипс. Во секој од маркетите поставивме тркало на среќата, кое што учесниците го вртеа и на тој начин тркалото ја одредуваше наградата.

Никогаш вртењето тркало или бркањето на среќата не било толку забавно, затоа што за секого и во секаков исход од вртењето имаше некаква награда. Тркалото на среќата постојано се вртеше и за секој еден кој си ја проба среќата имаше вредни награди. А наградите кои се доделуваа како Магнус, шише, пакет Стоби Флипс, слушалки, фризби, тефтерче и линијар и маичка, предизвикаа среќни, насмеани и ведри лица,

Мисијата беше успешна, тркалото се вртеше низ многу градови а Стоби Флипс наградуваше и предизвикуваше насмевки на лицата на учесниците.



Промоции

Витаминка и КБ Прво ги споија во едно забавата, едукацијата и еколошката свест

КБ Прво пензиско друштво избра интересен начин да ги едуцира своите членови и да ги повика да се одлучат за електронски извештаи. На настан во Градскиот Парк во Скопје, тие побараа од своите членови поголема еколошка свест и одговорност, да се откажат од печатени извештаи и за секој прифатен електронски извештај за сметка на хартиен, од страна на КБ Прво беше засадено по едно дрво.

Витаминка сесрдно ги поздравува ваквите иницијативи и секогаш претставува големо задоволство да се биде дел од нив и од сите позитивните промени за општо добро.

Настанот привлече голем број посетители, беа присутни луѓе од сите возрасти и го претвори денот во вистински пример за тоа како забавата, едукацијата и еколошката свест можат да се спојат во едно. Забавата и вкусната страна беа поттикнати од нашите производи, Стоби Флипс и Loor, кои се делеа за сите присутни. Како дел од овој забавно-едукативен настан поддршката од Витаминка претставува поттик и мотивира и во иднина да дејствуваме во насока на позитивни промени за заедницата во која живееме и работиме.



ATLANTIS



VITAMINIK
ATLANTIS
Chocolate Sea Shells

Original

БОРБА

ЗАЕДНО
ЌЕ ПОБЕДИМЕ
ВО СЕКОЈА БИТКА!

e200g

VITAMINIK
ATLANTIS
Chocolate Sea Shells

Original

ХРАБРОСТА
ЗАПОЧНУВА СО
ЕДЕН ПРЕГЛЕД!

VITAMINIK
ATLANTIS
Chocolate Sea Shells

VITAMINIK
ATLANTIS
Chocolate Sea Shells

Original

БОРБА

ЗАЕДНО
ЌЕ ПОБЕДИМЕ
ВО СЕКОЈА БИТКА!

e200g

ВЕРБА

e300g

ВО СЕКОЈА БИТКА
ЌЕ ПОБЕДИМЕ