

ИНФОРМАТОР

www.vitaminka.com.mk

Бр. 18 ноември 2019

РЕЦЕПТИ ЗА СЛАВИ И ЗИМНИЦИ

Интервју

Ѓуре Силјаноски, Раководител на
Претставништво-Дистрибутивен
центар во Скопје

Стр. 4

Актуелно кај нас

Петар Стојковски се стекна со
најпрестижното признание
“Business Elite-s 40 under 40”

Стр. 15

СОДРЖИНА

Стр. 4

Ѓуре Силјаноски,
Раководител на Претставништво-
Дистрибутивен центар во Скопје

Интервју

Стр. 12

**Бамбусот што се наведнува е посилен
од дабот што се спротивставува**

Олга Ристеска, Координатор за обезбедување квалитет

Од мој агол

Стр. 20

**Витаминка ги применува највисоките
производни стандарди за безбедност
на храна**

Стр. 34

Снежана Лупевска

Кога мислам на Витаминка...

Стр. 39

**Стоби Флипс Насекаде во Србија
додели 288 награди**

Случувања во соседството

Стр. 50

**Традиционален турнир во џудо
Цевитана куп**

Спонзорства во спортот



Информатор

За почеток

Воведник

Мисија да се биде подобар

Една од најважните работи, воопшто во секојдневието, како индивидуа или како припадник на некоја заедница е мисијата. Секој пред себе треба да има мисија, да раководи од неа и да го води напред. Така ги исполнуваме целите, се надградуваме себеси и со секоја исполнета мисија станува подобри, преминуваме во следната фаза, го освојуваме и ова ниво.

Мисија е тоа што нè прави успешни, исполнителни, достоинствени за следната мисија и цел.

Така и ние, поминавме во следната фаза, а овој Информатор е своевиден сведок на сето она што сме го работеле. Така, нашата мисија е да создаваме, да твориме и тоа да го направиме совршено. Да го збогатиме светот на вкусовите, со креирање нови вкусови. Да создадеме нешта кои остануваат, отвораат хоризонти и се закотвуваат во нови пространства.

Мисија ни е и да создаваме вредности, вредности за доследност, дисциплина, трудољубивост. Да, вредности по кои и другите ќе се раководат. Додека ги протежираме другите да се едуцираат и ние самите се издигнуваме во сопственото сознание што претставува образованието и како едукацијата може да промени многу работи. Заслугите за тоа се нижат, а ако некогаш и во некаква форма постоела замислена граница за достигнување височини, тогаш денес таа е поместена, многу порано а патот до таму го знае Петар Стојковски.

Витаминка имаше и повторно исполни уште многу мисии. Поддршката на културата и спортот се исто така високо на нашиот пиедестал од цели. Но, сепак највисоката и највредната мисија е благородноста, хуманоста и дарежливоста. Ако со другите мисии го менуваме светот, или секојдневната сценографија, со хуманоста и дарежливоста може да се промени нечија судбина, да се поправи таа мала грешка во нерамноправноста.

Така го менуваме светот, така станувајќи подобри создаваме подобро секојдневие и подобро утре, за нас и за сите останати.



Интервју со...

Да продаваш повеќе е предизвик и тоа за нас е секојдневна задача

Ѓуре Силјаноски, Раководител на Претставништво-Дистрибутивниот центар во Скопје



Колку е важна и од кој аспект е важна функцијата на овој дистрибутивен центар за целокупната работа на Витамина?

Дистрибутивниот центар во Скопје е клучен за продажбата во овој регион од земјава. Од овде излегуваат сите наши производи и се дистрибуираат низ Скопје, во Куманово и во Крива Паланка. Со нашата работа, вклучително на сите сектори односно оддели што ги имаме и профили што се тука присутни, трговски патници, маркетинг и комерција, мерчендајзери, дистрибутери, возачи правиме производите на Витамина да бидат што поприсутни и подостапни. Стигнуваме и до најмалите и најизолираните продавници, маркети, во секоја населба, улица, грапапче.

Но, дистрибуцијата на нашите производи не ни е единствената функција. Со трговските патници, дистрибутерите и секако комерцијата односно одделот за маркетинг правиме многу повеќе. Ја зголемуваме достапноста на производите, видливоста и добрата позиционираност во маркетите, воопшто позитивниот имиџ во јавноста, меѓу потрошувачите, а сето тоа заедно придонесува за постигнување подобри резултати на ниво на компанијата и за зголемување на продажбата на сите наши производи.

Што е најважно во работата на дистрибутивниот центар во Скопје?

Побрзо, поефикасно и поисплатливо менаџирање со дистрибуцијата на производите. Во овој сектор во којшто работиме и којшто важи за еден од

Информатор

најкомпетивните, од исклучителна важност е да бидете пред барањата, односно да бидете таму, да бидете присутни, позиционирани и добро изложени пред и да ве побараат. Никако не смееме да се доведеме во ситуација потрошувачите и маркетите да чекаат на нашите производи. Покрај брзината на доставата и ефикасната дистрибуција, дополнително нашата работа има позитивен ефект и врз трошоците, односно врз намалување на истите и тоа ја прави поисплатлива.

Кои и колкави се предизвиците?

Предизвиците се големи од аспект на голема конкуренција, особено за Скопје, Тетово, Куманово и Гостивар, каде што е поголема конкуренцијата за разлика од Источна Македонија. Да продаваш повеќе е предизвик и тоа за нас е секојдневен предизвик. Се натпреваруваме не само со конкуренцијата којашто во овој регион е навистина силна, уште и се натпреваруваме со потрошувачките навики, но сепак најтешкиот натпревар го водиме со самите себе, односно да се надминеме од претходниот месец, недела, ден.

Ја познавате работата и во прилепскиот регион а и тука, што е различно, што се издвојува како специфично?

Истите производи, истите брендови, истиот квалитет, но сепак секој регион си има своја специфика во однос на продажбата. А тоа најмногу се должи на различната психологија на купувачот. Имено, психологијата на скопскиот купувач и на купувачите од внатрешноста е многу различна, а таа разлика се состои во тоа што скопските купувачи имаат поинакви барања, и се однесуваат, така да кажам по малку „разгалено“ во однос на сопствените барања. Често се случува пред нашите производи да ги бараат странските, односно брендови. И тоа не е само случај со производите на Витаминка, или само во кондиторската индустрија, туку воопшто. Не се цени доволно нашиот домашен производ, се бараат светски брендови и се суди без да се знае квалитетот или потеклото. Секојдневно

сум присутен на вакви ситуации и можам да кажам дека имаме потценувачки однос кон нашите домашни производи што за нас во продажбата претставува проблем со кој се соочуваме секојдневно.

Како успевате да се справите со тоа?

Успеваме со квалитетот на производите што ги имаме, со професионален и посветен настап на нашите трговски патници и мерчендајзери. Постојана „борба“ за подобри позиции во маркети, за повеќе простор и подобро изложување на нашите производи. Успеваме, бидејќи знаеме колку е тоа потребно и колку позициите ни се клучни. Во што поефикасно извршување на работата вложуваме максимално и секако имаме и резултати. Но, тоа не е се. Имено, можеме да постигнеме повеќе и можеме да освоиме уште простор. А тоа ни доаѓа нешто како компаниско мото, Витаминка не би била Витаминка и лидер на пазарот доколку секојдневно не се стремиме кон повеќе.

Колку е потребно за оваа работа да се познава теренот? Дали ги проучувате профилите на потрошувачите?

Секако дека го знаеме и тоа во детали, без тоа не би можеле да работиме. И уште секој патник и секој мерчендајзер си има рута на движење, којашто не без мое знаење не би смееа да се промени затоа на тој начин се создава конфузија по што може да следат пропусти. Еден од основните принципи на работа кај нас се детален план, распоред на работа и обврски и строго придржување кон процедурите. А што се однесува до профилот на потрошувачот, исто така не можеме без тоа. Покрај нашите искуства создадени од секојдневниот контакт што го имаме, се информираме и комплетната слика за профилот на потрошувачот ја создаваме преку други канали, односно во соработка со другите сектори.



Какви се перспективите и кои се плановите за иднина со овој дистрибутивен центар?

Првично одевме со дистрибуција во Скопје, но подоцна се проширивме на Крива Паланка и Куманово. Наскоро во перспектива, од овој дистрибутивен центар треба да се врши дистрибуција и во Тетово и Гостивар. Треба да се зголеми капацитетот на инфраструктура и комбињата, сето тоа ќе биде тука во дистрибутивниот центар Скопје. Потребно е да се екипираме со персонал, односно треба да се шириме и во поглед на возачи, мерчендајзери. Според мое мислење, со повеќе луѓе ќе бидеме поефективни во работата. Од друга страна и самиот обем на работа го наметна тоа, затоа што порано објектите беа помали со околу 300 квадратни метри, но сега веќе станува збор за многу голема бројка од 2000 до 3000 метри квадратни простор. Ако порано еден мерчендајзер можеше да ја заврши работата за 1 час, сега му се потребни неколку часа, и доколку порано поминувал по 5 или 6 објекти во текот на денот, сега во главно поминуваат по 2 објекти. Но и покрај тоа, успеваме.

Што најмногу помага за да ја извршите работата?

Овде работи тим, еден совршено синхронизиран, обединет и високопрофесионален тим, секој во својата област. Сите 28 вработени се посветени на работата и со одговорен однос кон обврските. Се почитуваат процедури, правила и стандарди за работа, што многу помага да не дојде до забуни или грешки. Јас сум многу задоволен од вработените што ги имам. Овде функционираме како семејство, ние всушност сме едно големо семејство каде што нема конфликти и расправи.

Вие лично колку време работите овде во дистрибутивниот центар?

Во компанијата Витаминашка сум од 1995 година како раководител, а по една година од 1996 па наваму сум тука. На почеток, бидејќи имавме претставништво кое беше лоцирано во центарот на градот заради потребата работев и на извозот. Но откако се отвори дистрибутивниот центар, целосно сум ангажиран тука.

Во текот на годините додека работев и на извозот, воспоставив многу контакти и се поврзавме со многу фирми. Голем дел од тие релации постојат и денес и соработуваме на дневна основа.

Нешто конкретно за вас, што е по предизвикувачко, дистрибутивниот центар тука или извозот?

Извозот е подинамичен, откривате нови работи, патувате, запознавате нови луѓе, фирми и така натаму. Но, голем дел од работата не зависи само од вас и некогаш на резултатите од вашата работа може да чекате со години. Потешко е од аспект што кога сте на странски пазар за да го пласирате својот производ ги имате само квалитетот, изгледот и цената како свои, односно атрибути на производот. Додека пак, на домашен пазар многу помага што покрај вредностите на производот, ја имате и репутацијата на компанијата, корпоративниот бренд. Тука Витаминашка е позната и за баби и дедовци, претставуваа поим за квалитет и тоа значи дека познатиот квалитет што произлегува од Витаминашка, ќе го има во секој производ на компанијата.

Од 1996 година па наваму ако направите споредба колку е сменето, и што е сменето во однос на работата?

Премногу работи се сменети. Целиот начин на трговија е сменет. Во изминативе 25 години на нашиот пазар влегоа неколку големи ланци супермаркети, чијашто работа значително го измени и нашиот начин на работа. Да бидам попрецизен, самите се менуваа прифаќајќи го сето она што гледавме дека функционира и позитивно се одразува врз работата. Тие внесоа поинаков ред и динамика на пазарот. Претходно се сè вртеше околу нас производителите, а сега трговците се тие што го диктираат темпото и токму тука повторно се потврдува значењето и важноста на дистрибутивните центри, вклучително и нашиот како и клучната улога на трговските патници и мерчендајзерите на Витаминашка.

Информатор

Фокус на ...

Дистрибутивниот центар во Скопје е клучен за продажбата во овој регион од земјава

Витаминка не е само во Прилеп, ниту само во Скопје, Штип или кој било друг дел од Македонија. Дури и надвор од границите на државата и тоа е она што нè прави големи. И секој еден дел од компанијата во самиот круг на фабрика 1, 2 или 3 или дислоциран на издвоена локација, претставува значаен и битен дел од Витаминка. Еден таков дел од компанијата кој отскокнува со својот придонес и уникатната структура е Дистрибутивниот центар во Скопје.

Дистрибутивниот центар на Витаминка во Скопје важи за суштински во реализирање на што поголема продажба и за подобро позиционирање на компанијата. Со своите вработени, нивната експертиза, расположливите капацитети ги надминува поставените таргети и се повеќе ја пробива Витаминка на овој голем и значаен пазар. Значењето на овој центар произлегува од големината на пазарот што го опфаќа, односно од овде излегуваат сите наши производи и се дистрибуираат низ Скопје, во Куманово и во Крива Паланка. Пазар којшто важи за исклучително компетитивен од една страна и сив и нелегален од другата страна.

Магацинот се протега на 1800 метри квадратни, простор што е целосно функционален. Но, перспективно во скоро време планирано е овој простор да биде проширен на околу 3500 квадратни метри вкупно. Раководител на центарот е Ѓуре Силјаноски и под негово раководство, Дистрибутивниот центар расте во секоја смисла на зборот. Расте побарувачката, расте потребата, расте работата.

Моментално во дистрибутивниот центар работат вкупно 28 луѓе. Од нив седум се трговски патници, маркетинг работи еден вработен, четири мерчендајзери за Скопје и регионот, седум возачи на комбиња и транспортните работници.



Целиот комплекс вклучува магацин каде што работат транспортни работници и возачи, и административен, така наречен комерцијален дел каде што се канцелариите на управата, трговските патници, секторот за маркетинг и асистентите.

Во описот на секојдневните обврски, некои од објектите дистрибутивниот центар самиот ги обработува, во однос на малопродажба каде што постојано се врши дистрибуцијата. Но дел од објектите потпаѓаат под големопродажбата од каде што понатаму се дистрибуира до помалите продажни објекти. На патот до доставување на производите на Витаминка и нивно пласирање што поблиску и што непосредно до потрошувачите, често се случува вкрстување на патиштата, но тоа секогаш се решава со, како што велат самите, пријателска насмевка.

Дистрибутивниот центар располага со идеални услови за работа, имплементирани Хасап стандарди, а магацинскиот простор, со сите производи е одлично организиран во секој аспект, технички и човечки. Сето тоа овозможува овој центар да функционира беспрекорно. Така и луѓето, тука вработените функционираат како едно семејство, и тие се клучни за успехот на овој центар според зборовите на раководителот Ѓуре. Тие, вработените, прават зборовите да бидат дела, да бидат бројки и факти.

Еден ден поминавме со тимот од Дистрибутивниот центар, онолку колку што динамиката на денот им дозволи на вработените да нè угостат и да нè запознаат со она што сега ние ги спречувавме да го прават. Секој ден започнува со утрински состанок на целата екипа, каде се изнесуваат дневните обврски според претходно дефиниран план на работа и распоред. Секој ги изнесува своите планови и сериозноста на состанокот повремено е развеселена со лични досетки и шеги, што сосема непосредно и искрено се надоврзуваат со контекстот на работата. Сите ги прифаќаат овие шеги, па дури и ги продолжуваат, токму како да сте на семеен ручек на едно големо, искрено и среќно семејство.



Информатор

Утринското кафе е испиено, шегите тукушто започнале да се плетат и да добиваат 1001 продолжение, планот за работа е потврден и сите можни адаптации и модификации поминаа низ одобрување. Додека градот се уште се буди, на неговата периферија во Дистрибутивниот центар денот веќе забрзано трча.

Александар Ристовски, *трговски патник на Витаминка за Скопје*

Александар важи за еден од најпожртвуваните трговски патници. Една случка најсликовито го доловува овој епитет. Во предновогодишната еуфорија, извесна фирма не успеа на време да нарача новогодишни пакетчиња за своите вработени. Иако мисијата беше скоро невозможна толку доцна и во толку краток период да се достават новогодишните пакетчиња, сепак Александар ја прими оваа нарачка. Новогодишната еуфорија веќе стануваше хистерија, студот не ги спречуваше граѓаните да го направат она што го намислиле и да ги реализираат последните набавки и градот беше скоро блокиран.

Откако во последен момент, единствено Александар ја прими нарачката, во петок пред Нова Година, новогодишните пакетчиња ги доставуваше до домовите на вработените, на врата на 30 декември во сабота. Едно пакетче во Драчево, едно во Аеродром, две во Центар, едно во Ѓорче, едно во Тетово ... Сите пакетчиња беа доставени, сите деца среќни. А Александар беше нивниот личен и единствен Дедо Мраз од Витаминка.

Александар, ја заслужуваш најголемата благодарност и пофалба.



.....

Симона Симоновска, *Шеф на Маркетинг*

За маркетингот се вели дека добрата, полната содржина не е резултат само на убавата приказна, туку и на вистинита убава приказна, раскажана како што треба, кога што треба. А ние во Витаминка имаме приказна вистинита и реална скоро 7 децении и никој не може да го порекне тоа. Тоа што нас нè издвојува е фактот дека ние не кажуваме дека сме најдобри со квалитетот на нашите производи, туку нашите производи самите покажуваат колку се квалитетни. Да се работи на маркетингот на Витаминка во ова окружување е предизвик самиот по себе, затоа што компанијата со својата работа и реноме веќе поставила високи стандарди, го зацртала патот по кој треба и другите да одат и основната задача е да се надминат сопствените норми и да се поместуваат границите.



Благица Петреска Марковиќ - Асистент на раководител на Представништво - Дистрибутивен центар Скопје

Јас се вработив во Витаминка во 2008 година со претходно 18 годишно искуство во трговија. Мајка ми работеше во Витаминка и секогаш имаше по некој убав збор по некој нов производ да се проба, консумира, што значи секогаш во нашиот дом имало убавата енергија за Витаминка и тоа ми всади убав момент за понатаму и јас да се вложувам беспрекорно во Витаминка. Почнав да работам како мерчердајзер што беше микс од интересно и тешко. Тогаш имав третина од теренот во Скопје. Имаше многу контакти, соработки, промоции убави моменти со колегите и во фирмата како и со конкурентите и останатите фирми на пазарот.



Тони Ѓорѓиоски, најстариот (првиот) возач во Дистрибутивниот центар

Радун Јоксимовиќ е трговски патник на Витаминка за Скопје кој што работи од 1985 година.

Ведар, насмеан, интересен кој што има дарба и моќ да се спријатели со секој еден човек од соработниците. Почнал со Славија Агрохемизација и многу други во тоа време. Наскоро почнале да се отвораат Веро маркети и Тинекс со кои работи и денес и важи за вистински познавач на работата на овие два моќни ланци.

Јане Силјаноски е трговски патник на Витаминка за Скопје. Вработен е од 2003 година. Почнал како прв и единствен мерчендајзер во Скопје. Покасно е унапреден во трговски патник задолжен за големопродажни објекти, Даути, Интеграл, Макропром како и фирмите на кванташки пазар. Него го красат особините како што се непосредноста, упорноста, точноста.

Антонио Диневски е трговски патник на Витаминка од 2004 година. Како што вели тој: Витаминка и работењето во оваа компанија претставувала предизвик за него уште од самите негови почетоци во комерција, пред 20 години кога работел за Нестле и Краш-Загреб. Големата желба и амбиција му беше исполнета со правото да работи за оваа компанија. Почна како марчендајзер и после неколку години беше унапреден во трговски патник.

Мишел Николоски работи во Витаминка од 1995 година. Почнал како транспортен работник. Се сретнал со многу колеги кои доаѓале во Витаминка, работеле некое време, си заминувале и биле заменуваани со други. Но, Мишел останувал лојален и до ден денес работи во Витаминка. Во годините наназад тој сменил 5 магацини и во сите се прилагодил беспрекорно. Неговата работа ја красат покрај лојалноста, уште и посветеноста, безрезервноста и одговорноста. Сега е главен магационер и има многу поголеми обврски со кои без тешкотии се справува и ден денес.



Од мој агол

Бамбусот што се наведнува е посилен од дабот што се спротивставува

Олга Ристеска, Координатор за обезбедување квалитет

Ако треба само со неколку зборови да ја опишам Јапонија, би рекла дека тоа е земјата на изгрејсонцето, на оризот, земјата на редот, дисциплината, чистотата и послушноста, земјата на меѓусебната почит и разбирање, земјата на временската прецизност и уредноста во сè. Земјата во која владеат правилата и принципите во секој дел од животот. Или, поинаку кажано, посетата на Јапонија за мене беше едно исклучително поучно искуство, и културолошки и професионално.

Бидејќи претходно бев подготвена и запознаена со одредени правила и принципи на однесување со кои ќе треба да се соочам кога ќе стигнам во Јапонија, не бев дотолку изненадена од тоа што го затекнав околу себе. Она што првично ми беше највпечатливо беше редот, мирот и дисциплината кои владејат по улиците и јавните места во Токио. Во толкав милионски град (околу 35 милиони жители) да нема гужва, врева, безредие, турканици и нервози, секоја им чест. Секаде каде што имаше гужва, тоа беше гужва со ред, односно редица луѓе кои трпеливо чекаат за влез во метро, за купување храна, за влез во тоалет, за наплата во продавница. Ѓубре и отпад никаде, улиците чисти и средени како тогаш некој да поминувал и да ги исчистил. Канти за ѓубре ретко да се најдат, само по некоја. Секој си го носи ѓубрето со себе, а дома го селектира.

Од најмали деца до стари лица. Истиот принцип, истиот начин на размислување и однесување. И почитта и грижата за другиот. Секогаш првенствено гледаат со своето однесување да не му сметаат на тој што е до нив. Нема врева, нема туркање, нема тензија. Благ поглед, искрено поклонување (во знак на почит) и милна фаца на лицата. Ова е Токио кое засекогаш ќе го паметам.

Бидејќи јас, лично сум човек кој го сака редот и дисциплината, хигиената и среденоста во работата и приватно, таму се чувствував како на свој терен. Ништо не ми сметаше, дури и ме охрабри да продолжам да го практикувам тоа што и досега сум го правела. Ако предавањата беа закажани во 9 часот, тоа значеше почеток точно во 9 часот. Метрот, возовите, авионите, целиот сообраќај е точен и прецизен до секунда. Овој “Time management” посебно го увидов во една од фабриките на Тојота која ја посетивме. Таква синхронизација на процесите, временска усогласеност на целата производна линија, роботика и компјутери, точност и прецизност до секунда, за процесот да тече без застој и одлагање. Максимално ефективно и ефикасно.



Информатор



Во што е суштината? Во превенцијата. Превентивно размислување и делување во сè. Сè е однапред размислено, обработено, видени се сите аспекти и можности кои би можеле да го извадат процесот од контрола. Паролата “Better safe than sorry” е основната премиса за нивно секојдневно функционирање. Работа во мали тимови, консултација, сугестии за постојано подобрување (Kaizen методологија). Она што претходно го имав слушано само како парола од типот „Слонот се јади парче по парче” сега го видов на дело. Работа во мали тимови (кругови за подобрување), разговори за соопштување на проблемот и тимско работење до решавање на истиот. Постојано се нагласува големата важност на тимот, обуките на тимот за координација и комуникација. Сè она што се работи е запишано на хартија, како правило кое секој засегнат го знае и го почитува.

Втората работа која ме воодушеви, е свесноста. Свесноста кај сите. Свесност за работата, за секојдневното функционирање, свесноста и совесноста спрема соработникот, пријателот, познаникот, непознаникот. Свесноста и совесноста се карактеристики кои Јапонците ги поседуваат во огромна мера и тоа ги прави посебни како народ за сè.

Професионално, обуката беше темелна, добро организирана и многу едукативна. Во духот на јапонскиот народ, се беше добро и прецизно организирано, темелно и навремено. Обуката на тема Total Quality Management (TQM) – Вкупен менаџмент за квалитет, се одржуваше во AOTS Kenshu центарот за обуки во Токио, на која учествуваа 24 учесници од 10 земји (Пакистан, Индонезија, Тајланд, Бангладеш, Непал, Египет, Судан, Аргентина, Мексико и Македонија). Обуката беше водена од професори на Универзитетот за Науки во Токио, меѓу кои и почитуваниот Professor Emeritus Noriaki Kano, основачот на “Kano model” за развој на производ и задоволство на купувачите. Значењето на визијата и мисијата на компанијата, политиката по која треба да се раководиме целокупно, целите и стратегијата на менаџментот, системски пристап и процесно размислување. Важноста на поставување и јасно дефинирање на четирите М и едно Е во процесот на производство (Man - луѓе, Machine - опрема, Method - метод, Material – репроматеријали и Environment – животна средина) и постојаното кружење на PDCA циклусот (plan - планирај, do – направи, check - провери, act - дејствувај). Сесиите беа интерактивни и многу интересни. Сè што учевме беше и практично осознано преку посетата на неколку компании, како Toyota, Komatsu, Hitachi, Sekisui, Meidoh, St. Luke Hospital.

Резимирано, Витаминка ти благодарам на можноста што ми ја укажа, а тебе Јапонија, ти благодарам на искуството што ми го подари, на доживувањата и моментите кои ми го проширија видикот, ми ја наполнија душата и ме ги насолзија очите. Благодарам за радоста, среќата и восхитот.



Актуелно кај нас

Ја продолжуваме инвестицијата во фотоволтаични системи

Сончевата енергија претставува најобилен и неисцрпен извор на енергија, а најважно од сè - не ја загадува околината. Токму поради тоа, нашата компанија ги искористи ваквите предности и инсталираше фотоволтаични системи – уред за конверзија на сончевата енергија во електрична. Првата фотоволтаична централа за производство на електрична енергија беше поставена во Фабрика 2 при П.И. „Витаминка“ А.Д. - Прилеп, а сега продолжуваме со фотоволтаици на покривите на Фабрика 1.

На досега инсталираните 184 kW, додадовме плус 206 kW инсталирана моќност од фотоволтаици, што прави вкупно **390 kW** инсталирано сопствено производство на електрична енергија од обновлив извор, сончева енергија. Очекуваме вкупно годишно производство од околу **500 000 kWh**, што би претставувало околу **5,7%** од вкупните годишни потреби за електрична енергија на нашата компанија.

Според моменталните движења на цената на електричната енергија на слободниот пазар, се очекува поврат на инвестицијата за максимум 6 години.

Со изградба на ваков соларен систем за производство на електрична енергија се поставуваат добри темели за остварување на развојните цели на Македонија во областа на одржливиот развој и намалувањето на емисии на стакленички гасови во атмосферата. Со годишното производство на нашите фотоволтаични центри се избегнува создавање на **488 000 kg CO2 годишно**, во случај таа електрична енергија да се произведува во термоелектрична централа на јаглен, како што е РЕК Битола.

Поради тоа може да се заклучи дека производството на електрична енергија од фотоволтаични модули (соларни ќелии) има позитивно влијание врз животната средина, а нивната употреба индиректно ја намалува емисијата на стакленички гасови.

Нашите вложувања на ова поле не застануваат тука.



Информатор

Актуелно кај нас

Петар Стојковски се стекна со најпрестижното признание “Business Elite-s 40 under 40”

Петар Стојковски, директорот за продажба за српскиот пазар од Витаминка, е еден од 40те најуспешни млади лидери прогласени на годинешната Global Top Brand Awards програма. Стојковски е издвоен врз основа на неговите успеси во досегашната кариера и постигнатите резултати во зацврстувањето на позицијата на Витаминка и нејзините брендови на српскиот пазар, вклучително и подобро поставување и позиционирање во ова високо конкурентно и побарувачко опкружување како и за веќе докажаните резултати на меѓународно ниво.

„Стекнувањето со едно вакво признание е голема чест но и можност за отворање нови видовици и перспективи. Со претставување на иновативноста и визионерството на добитниците, се отвораат неограничени можности за успех и тоа не само на индивидуален туку и на колективен план, пред се за компанијата и воопшто за деловните капацитети на земјата”, вели Петар Стојковски од Витаминка.

Наградата „40 under 40“ претставува една од најпрестижните и најпопуларните признанија во бизнис светот и секој кој се здобил со вакво признание се очекува да создаде извонредна кариера и да постигне огромни успеси во иднина.

Business Elite's 40 under 40 како бренд на Global Top Brand Awards е програма која ги препознава и ги признава успешните луѓе од бизнисот и ги вмрежува со цел зголемување на нивниот бизнис и профит и основа за идна соработка. Церемонијата „Business Elite's 40 under 40“ се одржа во Амстердам во грандиозната Huis Bartolotti каде што официјално беа доделени статуетките на 40те најамбициозни и најуспешни млади бизнис лидери, визионери, иноватори под 40 години, од 10 земји од Источна Европа меѓу кои и Македонија.



Награда за Тоде Тодески за унапредување на работата

Кога човек вистински си ја сака работата, тогаш признанијата и наградите не изостануваат. Тоде Тодески од Технички сектор, вработен на позиција Подготвувач на прехранбени производи е награден за унапредување на тековната работа, развој и добивање нов производ и комплетно познавање на процесите на производство на „Флипс“. Тодески посвети време и внимание, вложи знаење и грижа за тоа што го работи и затоа е награден со паричен износ од 6,150.00 денари.

Предлогот на Тодески се однесува за проба на прелив и екструдер за нова дизајна на флипс, по претходно две неуспешни проби да се добие правилна форма.



Актуелно кај нас

Функционалната храна задоволува повеќе од само чувството на глад



Изреката „Нека храната биде ваш лек, а лекот ваша храна“, изречена од Хипократ пред скоро 2,500 години, повторно станува интересна. Посебно, има експлозија од интерес од консумерите за улогата на одредени храни за поттикнување на здравјето или на физиолошки-активни прехранбени компоненти, т.н. функционални храни. Јасно е дека сите храни се функционални, зошто тие обезбедуваат вкус, арома, или нутритивна вредност. Меѓутоа, во последната деценија, терминот функционални употребен во однос на храната, доби различна конотација – означува обезбедување дополнителна физиолошка корист, освен основните нутритивни потреби.

Што претставува функционалната храна? Овој поим кој станува навистина популарен во последните години, се однесува на храна со биолошки карактеристики кои имаат позитивен ефект врз нашето здравје и одредени телесни функции. Всушност функционални храни и пијалаци се оние кои обезбедуваат екстра здрави бенефиции за консумерите, покрај основната исхрана. Потенцијалот на функционалните храни е да ја спречат болеста, да промовираат здравје и да ги намалат трошоците за грижа за здравјето. Во оваа категорија влегуваат храни кои се засилени со корисни нутриенти или храни кои се без одредени компоненти, како лактоза или глутен.

Функционалната храна во формата е слична со конвенционалната храна, која е составен дел од нашата нормална исхрана, но има и психофизички придобивки. Покрај основните нутриционистички функции, значително го намалува ризикот од хронични заболувања. Единствената цел на функционалната храна не е да му ја обезбеди на организмот потребната енергија и хранливи материи, туку да влијае на спречување болести, како и на подобрување на одредени состојби на организмот. Кога се зборува за функционална храна се мисли на целата храна со биолошки активно дејство, што помага да се одржи здравјето и да се влијае на одредени телесни функции. Функционалните храни може да имаат дополнителни состојки кои можат да обезбедат здравствена корист, како зголемена количина диететски влакна, витамини или минерали.

Интересот за функционална храна, како во светот, така и кај нас, е сè поголем, така што во изминатиот временски период се појавуваат нови производи кои поставуваат насоки за трендот кој се повеќе го диктира правецот на развој на прехранбената индустрија.

Информатор

Можеби најшироко распространети се функционалните храни од растително потекло, а токму тоа ги прави и најдостапни. Житарките се едни од најчесто користените функционални храни. Имаат додатни состојки кои можат да обезбедат здравствена корист, како зголемена количина диететски влакна, витамини или минерали.

Витаминка веќе е влезена во сегментот на функционална храна со повеќе производи, особено со два кои комплетно ги исполнуваат условите да бидат храна со биолошки и здравствени придобивки, Сарита и Деспина. Дигестивните бисквити, како што кажува и нивното име, се наменети за одржување на здрав дигестивен систем и дополнително, поради големата количина растителни влакна, истите можат да обезбедат енергија за секојдневно функционирање на организмот.

Сарита кексите со житарки се резултат на напорна тригодишна работа, истражување и усовршување, за да се добие производ кој има многубројни бенефити за здравјето. Во својот состав содржат пет вида целозрнести житарки кои изобилуваат со диететски влакна коишто поттикнуваат подобра дигестија. Дополнително, Сарита кексите се збогатени со калциум, железо и повеќе видови витамини од природно потекло, состојки кои ја поттикнуваат благосостојбата на организмот и имаат позитивен ефект врз имунолошкиот систем. Постојат три вида од овој вкусен и здрав кекс; со мед и млеко, со чоколадо и со лешник и чоколадо.

Деспина интегралните кекси, исто така се природен извор на диетални влакна кои се од исклучителна важност за добрите бактерии кои ги има во цревната флора. Постојат повеќе вкусови на Деспина интегралниот кекс, со овесни снегулки, со црно чоколадо, со вкус на портокал, овесни снегулки и суво грозје, овесни снегулки и лешник и со фруктоза и малитол, верзија која е целосно безбедна за употреба од дијабетичари.

Деспина и Сарита дигестивните бисквити се одличен избор за здрав почеток на денот и вкусно надополнување на утринското кафе или чај!

Функционални храни од растителни извори

Податоците од големиот број докази од епидемиолошки, ин виво, ин витро и клинички проби, посочуваат дека исхраната базирана на растенија може да го намали ризикот од хронични болести, посебно рак. Во 1992, прегледот на 200 епидемиолошки студии, покажа дека ризикот од рак кај луѓето кои консумираат храна богата со овошје и зеленчук, е само половина отколку кај оние кои консумираа помалку од овие храни. Сега е јасно дека има и други компоненти во храната базирана врз растенија од традиционалните нутриенти кои можат да го намалат ризикот од рак. Идентификувани се повеќе од десетина класи од овие биолошки активни растителни хемикалии, сега познати како “фитохемикалии”.

Чајот е вториот, одма после водата, најшироко консумиран пијалак во светот. Голем дел од вниманието се насочува врз полифенилочните конституенти на чајот, посебно зелениот чај. Полифенолите опфаќаат до 30% од вкупната сува тежина на свежите лисја чај.

Последниве години, има голем интерес за фармаколошките ефекти од чајот. Досега, повеќето истражувања на здравствената корист од чајот се фокусираа на неговите ефекти врз ракот, иако епидемиолошките студии не се крајни во моментот. Исто така, има докази дека консумирањето чај го намалува и ризикот од CVD (Кардио Васкуларни Заболувања).

Покрај функционални производи има и функционални состојки, биоактивно соединение кое може да се користи во производството на функционални прехранбени производи. Овие биоактивни соединенија можат да се добијат од разни извори, микроорганизми и неоргански сировини.



Ново од нас

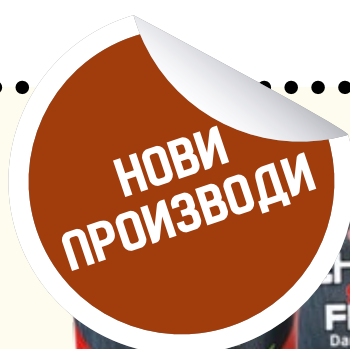
Стоби Флипс со вкус на сирење во Велика Британија ќе се продаваат со ликовите на „Minions”

Мега популарните „Minions” ќе се аплицираат на Стоби Флипс со вкус на сирење што ќе се најде во маркетите во Велика Британија. Витаминка се стекна со право на користење на ликовите „Minions” за производство на продукти од сопствената производна програма. Станува збор за бренд што е сопственост на една од водечките светски медиумски компании за развој, производството и маркетинг на забавни содржини, вести и информации за глобалната публика “NBCUniversal”.

За стекнување со наведените права, односно отпочнување соработка во овој дел, компаниите подлежат на исклучително строга ревизија и контрола на секој аспект од производството и севкупното работење, со цел да се осигураат строгите критериуми кои мора да бидат задоволени. Витаминка доби ревизорски извештај со највисоки оценки што овозможи важност на сертификатот за наредни две години, без задолжителна едногодишна реевалуација.

Како за почеток ќе се произведуваат тематски пакувања по повод празникот “Halloween” на кои ќе бидат претставени омилените анимирани ликови “Minions”. Оваа верзија на Стоби Флипс исклучиво ќе биде наменета за пазарот во Велика Британија, за купувач со стекната лиценца од “NBCUniversal”.

По докажаната сериозност и професионалност на компанијата Витаминка, со исполнувањето на строгите критериуми и високите светски стандарди, се постави основа и за понатамошна соработка и отпочнување преговори за дополнително производство на продукти под брендот „Minions”.



Информатор

Издвојуваме

Витаминка ги зголеми приходите во првите шест месеци од 2019 година

За периодот од јануари до јуни годинава Витаминка оствари позитивен финансиски резултат, според неревидираниот консолидиран биланс на успех, објавен преку Македонската берза. **Добивката на Витаминка во анализираниот период изнесуваше 5,6 милиони денари, што е намалување во однос на истиот период минатата година, кога добивката изнесувала 42,3 милиони денари.**

Остварените консолидирани вкупни приходи за првото полугодие во 2019 година изнесуваат 1,1 милијарда денари и во споредба со 2018 година бележат пораст од 15%. Остварените консолидирани вкупни расходи во првите шест месеци годинава изнесуваат 1 милијарда денари, за 9% повисоки во споредба со истиот период една година претходно.

Вкупните инвестиции во основни средства во 2019 година за извештајниот период изнесуваат 157.312.000 денари. Воедно, ви истиот овој период, од јануари до јуни годинава, компанијата реализира 23 нови вработувања.

Ново од нас

Што ќе се готви оваа есен?!

За своите ценети потрошувачи Витаминка подготви специјален готвач. Овој пат Витаминка готвачот е наменет за приготвување зимница но и за слави и ги нуди најдобрите и највкусни рецепти. Во готвачот се опфатени 6 рецепти за зимница и уште 6 рецепти за слави и свечености.

Дополнително за што поголема инвентивност и креативност во рецептите со производите од Витаминка, секој од рецептите е направен во консултации со технолозите од Витаминка и специјализираниот портал „сезахрана.мк“. И за зимниците и за славите, избрани се новоформирани или модифицирани рецепти кои најмногу се користат во Македонија и кои го отсликуваат стилот и вкусот на македонската традиционална и празнична трпеза.

Есента веќе ни ги исполни деновите со колоритност и подготовката на зимниците е во полн ек, а следи период на слави кога секоја празнична трпеза ќе заблеска во цел сјај и ќе освои со вкусни јадење подготвени со производи од Витаминка.



Случувања

Витаминка ги применува највисоките производни стандарди за безбедност на храна

Витаминка ги применува најновите стандарди за безбедност на храна. Стандардизацијата на производството и имплементирањето на принципите, позитивно се одразуваат врз производството, стекнувањето доверба од потрошувачите и на подобрата позиционираност на пазарот.

Токму затоа, најголемата прехранбена индустрија во земјава, од страна на Стопанската комора на Македонија е издвоена како компанија што навремено и доследно ги внесува новите стандарди. На промоцијата на стандардизација на производството организирана од Стопанската комора на тема Меѓународниот стандард за безбедност на храната – поголема доверба и конкурентност на компаниите беа посочени предностите што применувањето на стандардите ги носи за компаниите во производниот сектор.

„За исполнување на овие принципи Витаминка има воспоставено и доследно го применува и подобрува Системот за управување со квалитет и животна средина усогласен со барањата на стандардите ISO 9001:2015 и ISO 14001:2015, Системот за анализа на ризикот во критичните контролни точки - HACCP систем, усогласен со принципите и препораките на Codex Alimentarius Commission и Светската здравствена организација, како и системот за безбедност на храната во согласност со IFS стандардот, секако почитувајќи ги притоа сите важечки законски прописи. Сите стандарди кои се однесуваат на управување со процесот, следење на набавниот и производниот синџир, складирање и доставување, редовно и навремено се надградуваат следејќи ги најскорешните препораки и промените наметнати од потребите за што поголема безбедноста на производите“, потенцираше Олга Ристеска, Координатор за обезбедување квалитет во Витаминка, на настанот.



Информатор

Напредниот ISO 22000 стандард, којшто лесно се интегрира со останатите меѓународни стандарди, коишто даваат поголем акцент на организацијата и управувањето со ризици и можности, во фабриката на Витаминка за производството на сончогледово масло, Брилијант е веќе имплементиран а во текот на 2019 година предвидена е целосна имплементација и сертификација на овој стандард по новата верзија 2018 на ниво на цела компанија.

„Раното внесување на ISO 22000:2005 како и применување на принципите на кои се базира, даде многу позитивни резултати и иницираше конструктивни промени. Ни овозможи јасно да ги дефинираме одговорностите и надлежностите на сите вработени, ја зголемивме свесноста околу прашањата за хигиена и безбеден производ. Воспоставивме квалитетен однос со купувачите, добавувачите и вработените. Обезбедивме следливост како најважен дел, го проширивме пазарот и продажбата на масло без ниту една рекламација. Безбедниот производ е најважното прашање во меѓународната трговија и тоа мора да се почитува“, дополни Жаклина Георгиева, Шеф на лабораторија Фабрика 3 Брилијант.

За предностите од стандардизацијата и од имплементирање на напредните производни стандарди Емилија Тодоровска, самостоен советник во Спопанска комора на Македонија вели: „ISO 22000:2018 е првиот стандард кој може да се користи од страна на сите учесници во синџирот на снабдување со храна, познат како „од нива до трпеза“ и ги вклучува и добавувачите на непрехранбените производи и услуги, како што се производители на опрема и пакување, како и даватели на логистичките услуги. Целта на стандардот, новоревидираниот ISO 22000:2018 е да се усогласат на глобално ниво барањата за управување со храната во прехранбената индустрија и индустриите поврзани со неа и официјално да се утврдат елементите кои влегуваат во состав на еден систем за управување со безбедноста на храната. Овој стандард е развиен на ист начин како и другите стандарди за системи на управување, а пред сè ја потенцира безбедноста на храната, но обезбедува и можност за демонстрирање ефективност, ефикасност и континуирано подобрување на компанијата во сопственото работење.“



Случувања

Дискусија на тема Економското јакнење на жените

Во рамките на Неделата на женски права и родова еднаквост, Американската стопанска комора (Амчам) и Националниот демократски институт (НДИ) организираа панел-дискусија на тема „Економско јакнење на жените“.

За моменталната економска состојба на жените, како и за механизмите за рамноправно учество на жените во економскиот, политичкиот и општествениот живот дискутираа Американската амбасадорка Кејт Брнс, пратеничката Лилјана Затурска, државната секретарка при Министерството за труд и социјална политика, Јована Тренчевска, директорката за национална продажба на Авон, Дана Стојкова, истражувачката од Реактор, Снешка Илиќ, главниот извршен директор на ЕВН, Штефан Петер и извршната директорка на Американската стопанска комора, Дијана Десподов.

Како дел од поканетите за учеството на оваа дискусија беа и претставници од Витаминка, Ангела Стојкоска Шеф во сектор Развој, Симона Симоновска Шеф во Маркетинг и Душица Неделкоска, Координатор за маркетинг и односи со јавност.

Клучните забелешки кои произлегоа од дискусијата се дека е неопходна имплементација на мерки за зголемување на учеството на жените во економијата, како поделено родителско отсуство, флексибилно работно време и повеќе институции за згрижување деца и стари лица; конзистентност во политиките кои нема да се менуваат со секоја политичка гарнитура. Исто така, се зборуваше и за потребата од координација и соработка помеѓу различните фактори во општеството во насока на економско јакнење на жените, особено во руралните области; обезбедување социјална сигурност за жените кои се самовработени; применување на добри практики и примери од други економии; како и надзор над имплементацијата на политиките и мерење на нивната ефикасност.



Дел од наведените заклучоци веќе се применуваат во Витаминка, посебно со последните новини. Така што, самата покана за учеството на дискусијата е признавање на заложбите што Витаминка ги применува во насока на економското јакнење на жените и истакнување како позитивен пример.

Информатор

Случувања

Ануга и оваа година отвори можности за Витаминка

Тимот на Витаминка повторно успешно ја претстави компанијата и нашите производи на најпрестижниот светски саем за храна и пијалаци, Ануга 2019.

Штандот на Витаминка, како и нашите високо квалитетни производи привлекоа огромно внимание кај големиот број посетители, претставници на познати ланци маркети, дистрибутери, познати увозници, менаџери и сопственици на компании од целиот свет.

Претставена беше целата производна палета на Витаминка, но соодветно на искуството од минатите години, овој пат акцентот беше ставен на секогаш и секаде присутните Стоби флипс, Цевитаната, кексите Сарита и Деспина како и неодоливите за многумина морски школки Атлантис. Покрај претставувањето на нашите високо квалитетни производи, презентацијата на компанијата и производите беше направено на највисоко ниво што придонесе за зголемување на имиџот и реномето пред странските компании и можни соработници.

Германскиот саем, со седиште во Келн има веќе 100 годишна традиција и претставува најважниот настан за прехранбената индустрија. Секоја години е се поголем и го посетуваат стотици илјади посетители, изложувачи, производители, сопственици на ланци, дистрибутери и слично. Оваа година на саемот беа присутни околу 7000 изложувачи и повеќе од 150.000 посетители кои имаат можност да се запознаат со брендот Витаминка, да ги дегустираат и да уживаат во нашите производи.

Покрај Ануга, во периодот бевме присутни и на другите, исто толку престижни саемски случувања. Со големиот асортиман, разните производи, широкиот спектар производни програми, Витаминка се претстави на Саемот за кондиторски производи во Дубаи, Yumtexe кој е еден од најреномираните специјализирани саеми за кондиторија во организација на Koelnmesse, затоа што директно го отвора патот кон азиските земји, што претставува голем и растечки пазар.

А неизостанува и присуството на Интерфуд 2019, Меѓународен специјализиран саем за храна, пијалаци, амбалажи и производствени апарати што секоја година се одржува во Софија. Веќе долги години сме присутни на овој пазар и традиционално Витаминка е дел и од овој саем и е еден од најголемите изложувачи. Во текот на четиридневната манифестација, ги претставивме своите производи и производни програми, како и производните практики. Покрај презентациите, компаниите присутни на Интерфуд имаат можност и за семинари, конференции, работилници и деловни состаноци со потенцијални бизнис партнери.

Преку присуство на саеми, континуирано и незапиливо ја продолжуваме потрагата по нови пазари.



Случувања

Алијанса на знаење помеѓу високообразовните институции и бизнисите за промоција на еко-иновативно претприемништво



Економскиот факултет Прилеп започна со имплементација на проект чија цел е промоција на еко – иновативно претприемништво. Проектот ќе создаде алијанса на знаење помеѓу високообразовните институции и бизнисите заради промоција на еко иновативноста во деловната сфера и тоа на Балканско ниво.

Создавањето на еко – иновативното претприемништво и одржливата економија ќе овозможи зголемување на конкурентноста на малите и средни претпријатија.

Една од активностите на проектот беше формирање на Лабораторија за Еко-иновативно претприемништво (ЕИЕ) за одржување на работилници. На оваа лабораторија присутни беа претставници од академската заедница, бизнис секторот, ученици иноватори и студентите како идни претприемачи. Како компанија што има своја значајна улога во деловното окружување но и во животната средина, Витамина учествуваше со свој претставник на оваа работилница, Душица Неделкоска, Координатор за маркетинг и односи со јавност. Присутните развија продуктивна и динамична дискусија за развој на модули и курсеви за обуки од областа на еко-иновативното претприемништво.

Информатор

Случувања

Младите претприемачи го прават најсилниот социјален импакт

Многупати и со многу активности сме покажале и докажале дека како компанија силно ја поддржуваме едукацијата, формална и неформална и секоја друга иницијатива што се однесува на развој на претприемачки и професионални вештини.

Една таква иницијатива, што изминативе години даде и видливи, конкретни резултати е платформата односно натпреварот Social Impact Award. Целта на овој натпревар кој се организира петта година по ред, е потрагата по млади претприемачи со голема идеја и уште поголема желба да извршат значително влијание врз општествените проблеми!

Во рамките на овој натпревар и како проширување на заложбите, заедно со Western Balkan Fund беше организирана и дводневна обука наречена "Together for Impact". Учесници беа млади ентузијастички од целиот регион, Србија, Косово, Албанија, Бугарија и Хрватска, кои притоа во текот на двата дена ја имаа и поддршката од Витаминка и нашите производи.

Концептот на програма Social Impact Award е да го обезбеди потребното знаење, ресурси и менторство со што им се помага на младите кои имаат идеја да ја преточат во успешен бизнис! Низ годините менторирале повеќе од 100 и финансирале повеќе од 16 идеи. Токму заради издржаноста и оправданоста на идејата, главен партнер е и Фонд за иновации и технолошки развој.

Помагањето и учеството во ваквите платформи е од големо значење за нас како компанијата и како водечки производител на прехранбени и кондиторски производи, пред сè затоа што ги поттикнува младите да се изразат преку професионална креативност и иновативност и ги мотивира за впуштање и создавање сопствено претприемништво и со тоа да го дадат својот недвосмислен и најкорисен придонес кон развојот на заедницата и општеството.



Образование

Унапредување на знаењата за поефикасен маркетиншки настап

Душица Неделкоска, Координатор за маркетинг и односи со јавноста беше дел од шестмесечната обука Developing Marketing Solutions for Sustainable Brands која се одржуваше во просториите на Institute for research in Environment, Civil Engineering and Energy - IECE во Скопје.

Ова претставува единствена од ваков тип, професионалната едукативна програма за „Стратегиски ивент менаџмент и одржливи брендови“ и овозможува надградба на знаењата и професионален развој на маркетинг и ивент менаџерите. Неделкоска беше избрана како една од 20-те стипендисти на европската едукативна програма за „Стратегиски ивент менаџмент и одржливи брендови“ од Приватно научниот институт ИЕГЕ.



Програмата е дел од проектот „Развивање на маркетинг решенија за одржливи брендови – DiMen-Sion“, финансирана од европската програма Еразмус+, во партнерство со институции од Германија, Италија, Велика Британија и Грција. Предавањата се одвиваа на англиски јазик, а предавачите беа од Германија, Италија, Англија и Македонија. Обуката беше верифицирана со доделување на сертификати.

Образование

Соработка со младите студенти - од исклучителна важност за нашето општество

Почетокот на месец октомври го носи и почетокот на студентската учебна година. Економскиот факултет од Прилеп ги претстави своите нови студенти, како и поволностите кои ги обезбедува факултетот за нив. Економскиот факултет од Прилеп спаѓа под Универзитетот „Св. Климент Охридски“ – Битола кој оваа година одбележува 40 години постоење.

По повод овој јубилеј 10-те најдобро рангирани бруцоши од секоја единица на овој Универзитет се ослободени од плаќање партиципација за првиот семестар. Дополнително, Економскиот факултет од Прилеп има долгогодишна соработка со бизнис-заедницата во земјава, каде се разбира спаѓа и нашата компанија.

Во контекст на тоа Витаминка на младите студенти им нуди можности за практична настава, се вклучува во предавањата со истакнати експерти, кои им пренесуваат знаење на студентите од прва рака, како гости предавачи. Оваа година обезбедивме дел од 10-те дополнителни уписнини за новите студенти на Факултетот.

Темел на успешното работење е постојано пронаоѓање на млади талентирани кадри кои можат да внесат свежина и нови идеи кои го подобруваат целокупното работење и успех на самата компанија и придонесуваат за взамен раст и развој.

Информатор

Образование

Витаминка ќе стипендира студенти на Машински и на Факултетот за електротехника и информациски технологии

Со цел поттикнување на младите да го изградат својот професионален профил, Витаминка ќе додели 4 целосни стипендии за додипломски студии за академската 2019/2020 година. Стипендиите ќе се доделат по две на Машинскиот факултет во Скопје, и тоа во некоја од насоките производно инженерство; материјали, процеси и иновации; индустриско инженерство и менаџмент; мехатроника; автоматизација и управувачки системи. Другите две стипендии ќе бидат за кандидатите на Факултетот за електротехника и информациски технологии во Скопје, односно некоја од насоките електроенергетика, автоматизација и обновливи извори на енергија; електроенергетика, управување и менаџмент.

На објавениот конкурс се пријавија повеќе млади кои се запишаа на овие факултети и ќе се едуцираат во некоја од техничките насоки со што ќе го осигураат сопствениот професионален раст и воедно ќе придонесат за развој на овој сектор во земјата.

Доделувањето стипендии е во склоп со нашата корпоративна одговорност и со компаниската филозофија за значењето на стручното високо образование како и константната потреба од вакви кадри за производните процеси. Токму затоа, стипендиите се лоцирани во машинските и електротехнички насоки, каде што веруваме дека има големи капацитети и уште поголеми потреби, а сето тоа отвора и многу можности за образованите академски граѓани да станат професионалци.





Промотивни активности

Цевитана ги освежуваше малите супер херои во Cineplexx

Во јули месец оваа година преработката на безвременскиот цртан филм „Кралот Лав“ ја доживеа својата светска премиера. Дизниевит хит привлече публика од најразлични возрасти, но се разбира најбројна беше младата публика.

Нашата супер освежителна Цевитана, збогатена со 9 витамини, беше присутна на прикажувањето на филмот и ги израдува најмалите со нивниот омилен пијалак со вкусовите: ананас, портокал, манго, бозел, грејпфрут и лимон-мента.

На промоцијата беа разделени 300 чашки вкусна Цевитана за малите супер херои, додека нивните родители ги почестивме со добропознатите Пеперминт бонбони.



Промотивни активности

Цевитана ги освежуваше патниците на граничниот премин Богородица

Во текот на еден од најжешките викенди на граничниот премин Богородица сите оние што ја преминуваа граница ги изненадивме со посебно освежување - подарок од два природни напитоци – Цевитана и природна Изворска вода. Патниците се освежуваа додека чекаа да се завршат граничните формалности или, пак, ги понесоа со себе за да уживаат во освежувањето попатно или додека престојуваат на некое од одбраните места за одмор.

Дневното внесување на витамини е потребно за правилно функционирање на човечкото тело и е поддршка на имунолошкиот систем, а во летниот период консумирањето поголема количина течности е задолжително и е од исклучителна важност. Токму затоа Витаминка, во соработка со Кожувчанка, решија оваа потреба на патниците кои ја поминуваат границата да ја задоволат со еден ваков подарок.

Нашиот познат бренд Цевитана, кој е достапен во седум вкусови (лимон, портокал, манго, ананас, грејпфрут, мент и лимон и лимон и бозел) е освежителен витамински напиток со 9 витамини (Б1, Б2, Б6, Б12, Ц, Е, Никотинамид, Пантотенска киселина, Фолна киселина). Три до четири чаши Цевитана, подготвени брзо и едноставно, се сигурен начин за задоволување на потребите и за дополнување на дефицитот од витамини во дневната исхрана. Цевитана е напиток кој содржи природни состојки без вештачки засладувачи, бои и ароми. Делотворната моќ на овој популарен витамински напиток е очигледна кај сите возрасти, а особено кај децата. Со освежителното изненадување двата познати бренда им понудија на патниците момент на уживање и освежување посакувајќи им среќен пат и убав викенд надвор од државата.



Информатор

Промотивни активности

Според потрошувачите Брилијант е поим за квалитет

Маслото за јадење Брилијант и Брилијант Омега 3 се придружник на секој оброк. Како основна состојка во секоја кујна, маслото Брилијант се користи во текот на целата година и во било која сезона. Но факт е дека есента е период на подготовка на разна зимница, ајвар, лутеница и сите останати традиционални македонски специјалитети што ги консумираме во зима. Затоа месеците септември и октомври ги посветивме на тоа да се сретнеме со потрошувачите, да ги потсетиме зошто Брилијантот е одличен придружник на секоја салата и јадење и да ги запрашаме кое е нивното мислење за Брилијант. При одржаните промоции низ најголемите маркети низ Скопје, оние купувачи коишто во тој момент купуваат масло Брилијант беа дополнително наградувани со престилка, подлога за топло, кујнски ракавици или готвач со рецепти во зависност од тоа како позитивно одговориле на наградниот квиз со поставените прашања од нашите хостеси.

Притоа, ги запрашавме што мислат тие за Брилијант и дали и за нив е прв избор, а нивните одговори се повеќе од задоволителни.

Дел од одговорите на нашите потрошувачи:

- Редовно го користиме!
- Задоволни сме од квалитетот на маслото!
- Брилијант користам постојано, целата зимница и ајварот го направив со Брилијант!
- Го користам Брилијант Омега – 3 бидејќи е збогатен со есенцијални Омега - 3 масни киселини!
- Храната ми е повкусна со ова масло и затоа го купувам!
- Брилијант е поим за квалитет и бренд!



Промотивни активности

Малку поинаква промоција

На гурманските денови во Капитол мол имавме можност за малку поинаква промоција на зачините на Витаминка, како старите така и новите вкусови. Од посетителите имаше многу позитивни коментари особено за новите вкусови, бидејќи како што велат конечно ќе имаат можност да консумираат домашни зачини во поголемо практично пакување, за разлика од тие кои досега ги користеле. Имаше и многу позитивни коментари и за самите пластични пакувања кои ќе им бидат попрактични за користење.

На настанот како дополнителна содржина беше присутен и готвачот Бранко, кој на својот штанд "Cooking with Branko" подготвуваше разни закуски за кои користеше масло за јадење Брилијант и зачини од пакувањата со мелници. Посетителите, исто така имаа можност да пробаат и од овие закуски и да се уверат во вкусот на нашите зачини.



Промотивни активности

Џокер оди само со Бонитас

Македонската промоција на големиот филмски хит, Џокер што се одржа во Синелекс, беше проследена со нашите производи, тортиња Бонитас со вкус на пченка. Возбудата и исчекувањето на извонредната екранизација и маестрална изведба на долгоочекуваниот филмски негативец, беше дополнета и збогатена со уживање во крцкавите и вкусни Бонитас. Имаше публика од различни возрасти, што нас особено не радува бидејќи како што веќе знаеме вкусовете на Витаминка едноставно ги обожаваат сите. Целата промоција помина во пријатна и активна атмосфера каде што посетителите имаа можност да го посетат нашиот штанд и да дегустираат од производите. Интересот како за филмот Џокер, така и за нашите производи беше огромен, така што се поделија приближно 700 кесички Бонитас од 20 грама. За атмосферата најдобро зборуваат самите фотографии од настанот



Информатор

Промотивни активности

Чоко Стоби Флипс Дарк и Чили ги воодушеви потрошувачите

Како лидери на пазарот во делот на кондиторските производи, постојано ги следиме светските трендови и се обидуваме да ги задоволиме и најспецифичните барања на нашите потрошувачи. На тој начин ги надградивме добро познатите Чоко Стоби Флипс, со нов и несекојдневен вкус, Чоко Стоби Флипс Дарк и Чили. За таа цел, во текот на месец август, 2019 година, организиравме повеќе дегустации низ маркетите во главниот град, во Охрид, Прилеп, приредувајќи им на потрошувачите поинакво искуство. Нашиот штанд во текот на промоциите беше преполн со значителна бројка луѓе од сите генерации, кои уживаа во уникатната комбинација на темно чоколадо и лута пиперка. Нивните позитивни реакции, дополнително ја зголемија нашата мотивираност и подготвеност секогаш да ги имплементираме новитетите од областа на кондиторијата и на македонскиот пазар. Во текот на промоциите беа доделени повеќе пакувања со Чоко Стоби Флипс Дарк и Чили, што е доволен показател за потребата од создавање на овој слатко-лут вкус на дражеи.

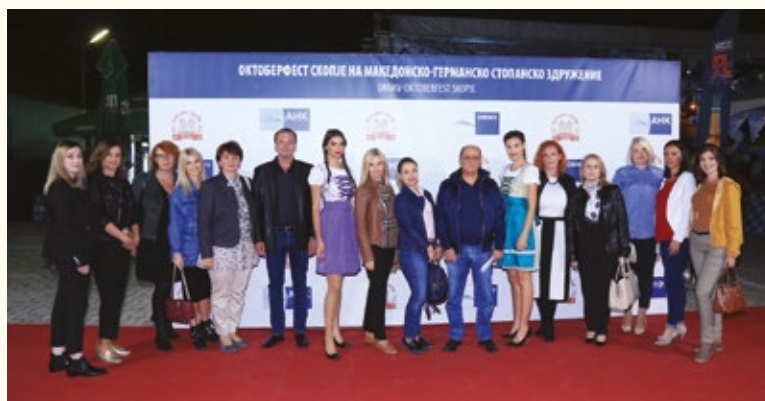


Наше присуство

Традиционалната Германска манифестација Октоберфест одржана и во Скопје

Со одбележување на празникот на пивото, традиционален во Минхен, духот на Баварија се пренесе и кај нас. На манифестацијата посветена на доброто пиво, организирана од македонско-германската стопанска комора имаше се што има и на автентичниот Октоберфест, само во помал обем. Домашни и германски пива, девојки облечени во традиционални баварски носии, задолжителните сендвичи со колбас, компир салата, штрудла со јаболка... Сето ова беше на менито пред посетителите. Имаше и музика, а групите кои ги забавуваа гостите исполнуваа германски песни, за се да биде во духот на Германија и Минхен. Целиот амбиент беше исполнет со германски симболи, а сето тоа на присутните им овозможи вистинско уживање.

На настанот беа и претставници на бизнис заедницата во Македонија, а Витаминка беше еден од спонзорите на ова исклучително случување.



Наше присуство

Одбележан Денот на Армијата во Прилеп



Со воена свеченост, на 18 август, во касарната „Мирче Ацев“, беше одбележан Денот на АРМ.

На одбележувањето покрај градоначалникот на Општина Прилеп, Илија Јованоски, присуствуваа градоначалниците од пелагонискиот регион, претседателот на Советот на Општина Прилеп, претставници од Сојузот на борци, јавните претпријатија и други јавни институции од градот со кои оваа единица има соработка.

На свеченоста свое обраќање имаше командантот на касарната, потполковник Ѓорѓи Василевски, а на поголем број старешини и цивилни лица им беа доделени унапредувања, награди и стимулативни мерки.

Витамина беше дел од јавните институции со кои Армијата има блиска соработка и по повод одбележувањето на овој голем ден, годинава имавме чест да бидеме присутни и со големо задоволство да ги понудиме нашите производи. Гостите, иако добро запознаени со вкусот на истите, беа воодушевени од богатата понуда и срдечноста на нашите претставници.

Наше присуство

Нашиот готвач Влатко Митрески, доби медаљи на ГастроМак во Охрид

Под слоганот “Don't Worry, Be Ohrid!” од 10-ти до 14-ти октомври во Охрид се одржа четвртиот интернационален гастрономски натпревар ГастроМак 2019. Организаторите, Асоцијацијата на готвачи и шефови на кујни од Македонија и оваа година се потруди да го одржи својот висок рејтинг за кој минатата година доби многу пофалби.

Годинава на ГастроМак 2019 учествуваа околу 300 учесници-натпреварувачи од 30 земји од светот, како и 90-на лиценцирани судии, гастрономски амбасадори и почесни гости од повеќе држави.

Учесниците, меѓу кои беше и нашиот готвач од Витамина, Влатко Митрески, се натпреваруваа во хотелот Нова Ривиера во Охрид. За своите вештини Влатко беше награден со три медаљи. Основните состојки во рецептите на нашиот готвач Влатко беа од производствената палета на Витамина. Тој на присутните им покажа како со нашите производи може да се направат вкусни и интересни рецепти.

За време на четиридневното одржување на ГастроМак 2019 покрај натпреварувачкиот дел се одржаа и други едукативни и интересни програми наменети за сите вкусови и генерации.



Информатор

Кога мислам на Витаминка ...

Кога мислам на **Витаминка**, мислам на ...

Снежана Лупевска

Витаминка е бренд со кој јас растев а сега со Витаминка расте и моето дете. Првиот производ на кој се секавам беше црвениот пипер. Во тоа време не биваше манџа без запршка а во нашата кујна се користеше токму пиперот на Витаминка. Ги користевме и другите зачини како црниот бибер, кој ми беше многу интересен поради амбалажата, што е една од најдобрите заради сликата на пакетчето. Но, како што растев јас, така растеше и брендот. Се ширеше палетата на производи, се модернизираше ... Па дојдоа и чоколадните бонбони Атлантис, одличен подарок за секоја пригода, но и одличен вкус.

Сега Витаминка е меѓународно позната поради многу други производи и драго ми е кога сум надвор од Македонија да го видам нашиот бренд на рафтовите во странски продавници. Сепак Стоби флипс е најраспространетиот за мене производ но и најприсутниот сега во мојот дом. Мојот син Микаил особено сака флипс и го препознава токму оној на Витаминка. Сме се обиделе и со други брендови но не, тој си го сака флипсот на Витаминка Прилеп, :).

Морам да признам дека и ние возрасните му крадеме од флипсот а особено добра комбинација се Стоби флипс и Цевитана како напиток. Драго ми е што во Македонија постои ваква фабрика и Ви посакувам поголеми успеси и понатаму.



Посети во Витаминка

Едукативните посети како традиција на Витаминка



Барем еднаш седмично, а понекогаш и почесто во фабриката доаѓаат ученици на едукативна посета. Доаѓаат ученици од прво до деветто одделение, среднисти и студенти, сите во потрага по ново знаење и одговори на нивните прашања. Некогаш тие посети се наменски, односно насочени кон некоја конкретна тема што ја изучуваат, а некогаш се чисто запознавање со работата на компанијата, производниот процес и слично. Доаѓаат, слушаат додека им презентираме што е и што претставува Витаминка, како стана толку голема и како го достигна епитетот

лидер на македонскиот пазар и компанија со најизвезуван бренд. Гледаат како се одвива производниот процес, кои стандарди се следат, каква технологија се користи. И учат.

На почетокот од октомври во посета на Витаминка беа учениците од СОУ Ѓорче Петров од Прилеп, фармацевти од трета година. Тие ја посетија биохемиската лабораторија каде директорот на Контрола Натали Петреска ги запозна со начинот на контрола на сировините, полупроизводите и производите на Витаминка, а им беа презентирани и некои хемиски параметри при испитување на полупроизвод. Покрај знаењата што ги стекнаа тука, кај нас, сите си заминаа и со Витаминка пакетче.

Кон средината на октомври бевме домаќини и на дечиња од градинката Мирче Ацев-Аличаир, ОУ Вера Циривири Трена од Скопје, ОУ Никола Карев од Крушево, како и на професори од проект од програмата Ерасмус Плус од шест држави, и тоа: Унгарија, Литванија, Шпанија, Италија, Хрватска и Македонија. Истите ги запознавме со пропизводите на Витаминка, развојот на компанијата, а имаа можност да видат и како се произведува нашиот најголем бенд Стоби флипс.

Ученичките посети станаа секојдневие во Витаминка, своевидна традиција без која не може да се замисли ни една работна седмица. Но, средбите со учениците, без разлика од која возраст, училиште или населено место доаѓаат за на претставуваат многу повеќе од традиција. Тоа пред се е уважување за тоа што го претставува Витаминка денес и потврда за успехот и статусот што го уживаме во државата.



Информатор

Посети во Витаминка

Едукативните посети како традиција на Витаминка



Изминатите месеци беа во духот на подароците и вредните патувања со наградната игра на Витаминка и Тамаро маркети, нивниот мега проект - Тамаро и Витаминка се СУПЕР бренд!

За верните потрошувачи беше овозможено учество во наградната игра преку посебно обележани кутии кои беа поставени во сите Тамаро маркети во Охрид и Струга каде се оставаа фискалните сметки, заедно со личните податоци. Наградната игра траеше од први јули до крајот на август, а главната награда или големото финале беше патување

за двајца во неповторливиот Дизни парк во Париз.

Токму поради тоа што сме супер комбинација и супер друштво, деновите на посета ни дојдоа верните пријатели од Тамаро маркети и заедно дискутиравме за изминатите и претстојните соработки, како и убавото патување кое им беше овозможено на нашите потрошувачи. Со радост го чекаме следниот заеднички проект!

Од нас за заедницата

Витаминка производи за првачињата од ОУ Гоце Делчев Прилеп

По повод Светската недела на детето, на 10 октомври 2019 година во ОУ „Гоце Делчев“ Прилеп, традиционално се реализираше свечен прием на учениците од прво одделение во детската организација. Првоодделенците дадоа свечена заклетва со која се обврзуваат дека ќе учат вредно и ќе постигнат резултати во учебната година. Оваа година тие беа водени од мотото: „Имаме право на среќно детство“. Сите деца имаат еднакви права и на сите треба да им се даде неопходната поддршка и овозможат еднакви можности. Учениците од петтите оделенија со пригодна програма им посакаа добредојде на првачињата во Детската организација.

За учениците од прво одделение следеа и скромни подароци со производи од Витаминка со цел одбележување на овој свечен чин за нив.



Од нас за заедницата

Се одржа првата хуманитарна Праскијада



Во Градскиот Парк во Скопје на последниот ден од месец август се одржа хуманитарниот настан насловен „Праскијада“. Праскијадата што се одржува за првпат е иницирана од хуманитарната платформа Сите сити, а целта беше собирање средства што ќе се искористат да се обезбедат оброци за 20.000 семејства кои припаѓаат на категоријата социјално загрозени.

Витамина продолжувајќи ја својата општествена одговорност, го поддржа овој хуманитарен настан, каде беше присутна со свој штанд, кој беше полн со нашите производи од праски, компот, мармаладот и слично. Производите од праска беа достапни за продажба

на присутните посетители, коишто ја дадоа својата поддршка и помогнаа во исполнување на целта.

Дополнително, со настанот се даде поддршка на земјоделците кои одгледуваат праски од регионот на Росоман. Покрај масовната поддршката од граѓаните, настанот беше поддржан и од други компании, со кои заедно се забавувавме со сите посетители, со чија помош беа собрани над 1000 донации.

Од нас за заедницата

Рекордна шопска салата направена со маслото Брилијант

На четвртиот Меѓународен гастрономски фестивал „Cook and Serve“ 2019 беше направена најголемата Шопска салата којашто тежеше точно 348,6 кг, а беше направена за 1 час и 28 минути. Во подготвувањето учествувале околу 30 студенти од Факултетот за туризам и бизнис логистика при универзитетот „Гоце Делчев“-Штип, средношколците од угостителската струка од СОУ „Коле Нехтенин“ и вработените во ресторанот „Канал 77“-Штип.

Продуктите за изработка на шопската салата беа обезбедени од оранжерии, пиперките од струмичкиот регион, сирењето малешевско, а маслото за јадење од Витамина, односно Брилијант.

Учесниците ги покажаа своите способности стекнати во училиштата и на универзитетите. Фестивалот траеше 2 дена, а познатата шопска салата за светски рекорд се приготвуваше во ресторанот Канал 77.

На четвртиот гастрономски фестивал „Cook and Serve“ 2019 своите вештини ги покажаа и се натпреваруваа над 90 учесници од средните угостителски училишта во земјава и студентите од Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип како и студенти од Косово.

Познато е дека Штип е прочуен по извонредните пастрмајлии, но со подготовката на овој светски рекорд во приготвување на шопска салата која што тежи над 300 килограми на градот Штип и на факултетот му се даде поголемо значење.

Рекордот за шопска салата досега го држеше Охрид и изнесуваше 220 килограми, а претходно беше Бугарија.

Информатор

Случувања во соседството

Промовирање на спортските вредности во земјава и во регионот

Како во земјата така и во другите држави Витаминка го помага спортот и спортските активности. Компанијата годинава по третпат го поддржа Vitaminka golf open tournament, со што стана традиција овој турнир во голф наречен по генералниот спонзор, да се одржува и да ги собере на едно место приближно 40 голфери, многубројна публика и љубителите на голфот од цела Хрватска.

Турнирот се одржа на прекрасните терени на Голф центарот Нови двори во Запрешки, во близина на Загреб, а беше во организација на Голф клубот Бан Јелачиќ. Настанот што привлече големо внимание, беше искористен и за промоција и дегустација на производите на Витаминка на овој, еден од најзначајните странски пазари.

Витаминка, покрај развојот на своите деловни односи и операции на странските пазари, паралелно со иста толкава енергија се труди да ги развива и партнерските односно, односите со потрошувачите и со заедниците на тие пазари. На овој начин, компанијата преку своето учеството и поддршката во организацијата на спортски, културни, забавни и хуманитарни настани враќа и вложува во потесната и поширока заедница.



Случувања во соседството

Стоби Флипс Насекаде во Србија додели 288 награди

Летово Стоби флипс наградуваше и во Србија. Во текот на месец јули беше реализирана Стоби Флипс наградната игра на територијата на цела Србија каде учествуваа сите пакувања на Стоби Флипс и Стоби Флипс Магнус присутни на српскиот пазар. Играта се одвиваше со испраќање на кодот и времето од фискалната сметка, на која е наведен еден од производите што учествуваат на јавниот Вибер профил на Витамина Србија.

Во текот на наградната игра на секои 2 часа од вторник до недела беа доделени вкупно 288 награди. Најсреќните корисници добија веспа Aprilia SR50 што беше главната награда и уште iPhone, електричен тротинет, BT слушалки, пакет производи, ранци, маички ...

Целиот период за време на наградната игра, беше развеселен и со достапноста на Стоби Флипс Вибер стикерите, наменети за жителите на Србија, кои поттикнаа огромен интерес кај сите потрошувачи, што се покажа и преку големиот број преземања и користење на истите. Веќе е есен а среќните добитници низ цела Србија се радуваат на добиените награди и и понатаму уживаат во Стоби флипс.



Информатор

Случувања во соседството

Витаминка со Стоби Флипс, Магнус и Чоко Стоби Флипс присутна во српските кино сали

Успешната приказна од Cineplexx Скопје и Приштина се прошири и понатаму во регионот. Витаминка склучи договор со Cineplexx Србија, брендирајќи две кино сали во најголемите трговски центри во Белград.

Во трговскиот центар „Ушће Шопинг Центар“ една од салите која што е со капацитет од 325 седишта, е именувана и брендирана во Стоби Флипс. Другата, сала број 6 со капацитет од 278 седишта на киното Cineplexx 4D во трговскиот центар „Делта Сити“ е именувана во Чоко Стоби.

Во вкупно пет кина на Cineplexx и тоа во Белград, Крагуевац и Ниш се влистаа производите Стоби Флипс, Магнус и Чоко Стоби Флипс како официјални менија.

Во двете брендирани сали на филмското платно пред секоја проекција на филмот се проектираат актуелните реклами на Витаминка. Дополнително на Витаминка и е дадена можноста да учествува на разни настани кои Cineplexx ги организира како премиери, фамилијарни денови, женска вечер и слично, со промоции на производи во сите 5 кина на Cineplexx во Србија.

Во насока на дополнителна промоција на брендот Витаминка и на нашите производи, редовно се делат гратис влезници за светки премиери, притоа популаризирајќи ги социјалните медиуми на Витаминка во Србија со што го зголемуваме и бројот на фанови на нашите фан страници.



Спонзорства во култура

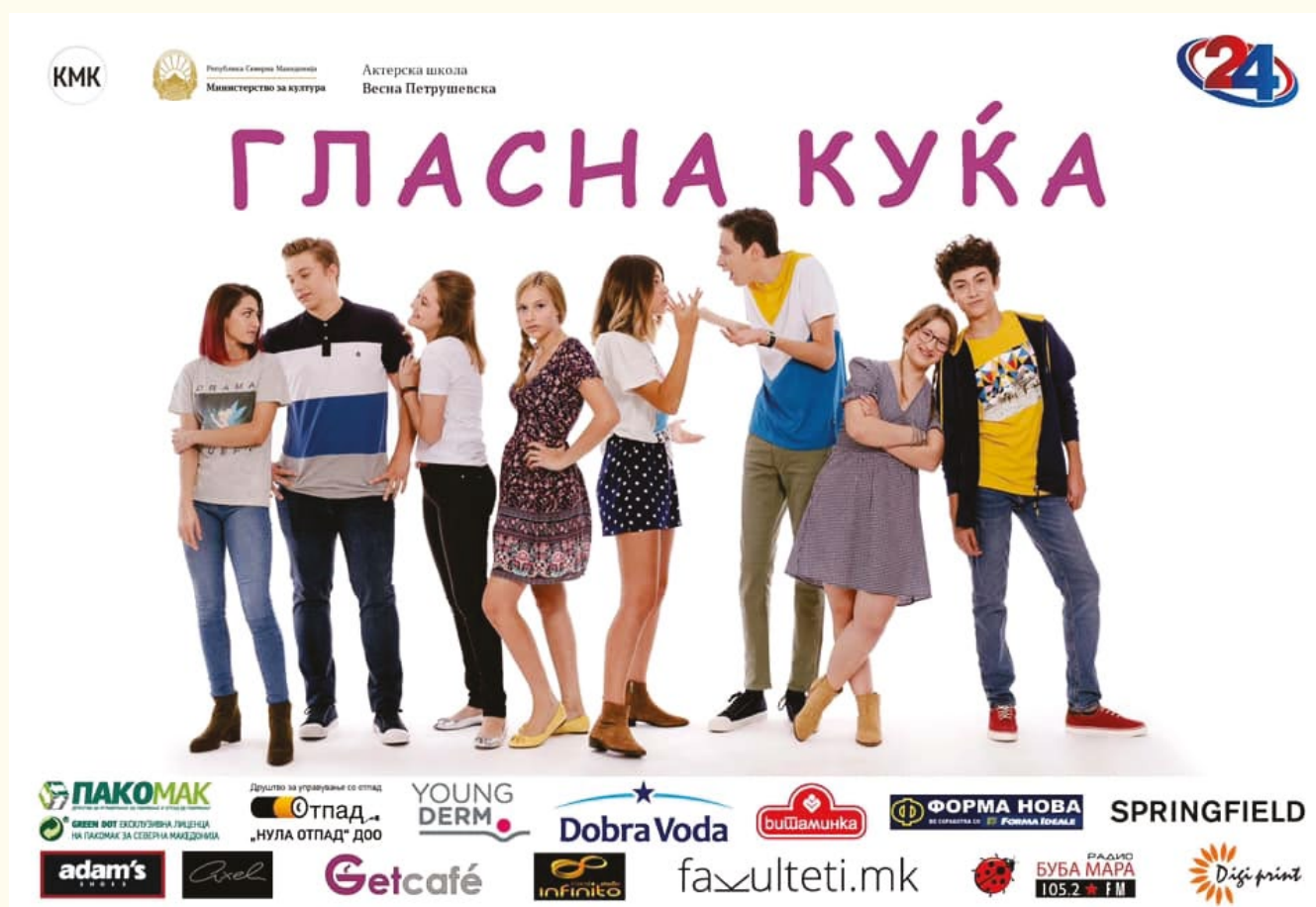
„Гласна куќа” гласно зборува за тинејџерските проблеми и тинејџерскиот живот

Во македонскиот етер се емитува нова серија која е наменета за младата популација, но продуцентите советуваат дека и родителите не смеат да ја пропуштат. „Гласна куќа” е прва тинејџерска сит-ком серија, зад која стои името на КМК продукција, додека улогите ги толкуваат младите актери од Актерската школа на Весна Петрушевска.

Поддршка за овој проект обезбеди нашата компанија, која им посакува многу среќа, успех и блескава кариера на младите таленти кои дебитираат во серијата. Витаминка учествуваше во снимањето на првата сезона, а веќе има најави за снимање и на втората сезона.

„Гласна куќа” ги обработува најпопуларните теми од тинејџерските години, образование, љубовни немири, односот и проблемите со родителите, тинејџерските занеси, желби, стравови и дилеми.

Почетокот на емитувањето се очекува за крајот на месец октомври на телевизија 24.



Информатор

Спонзорства во култура

Манчевски со ново филмско остварување, премиерата е закажана на годишното издание на Римскиот Филмски фестивал

Едно од најзвучните македонски имиња, човекот за кого не е потребно дополнително појаснување, Милчо Манчевски деновиве на светот му го претставува своето ново филмско остварување насловено „Врба“.

Новиот долгометражен филм на Манчевски обработува три животни приказни на млади мајки, кои меѓусебно се дополнуваат. Главните улоги ги толкуваат младите актери Никола Ристески, Сара Климоска, Наталија Теодосиева и Ненад Нацев, а во споредните се појавуваат Камка Тоциновски, Петар Мирчевски, Благој Чоревски, Ратка Радмановиќ, Ана Костовска, Лазе Манасковски, Катина Иванова, Кире Ѓоревски, Адем Карага, Јелена Јованова-Периќ и други. Филмот е во продукција на „Банана филм“ и е македонско-унгарско-белгиска копродукција, со учество и на Албанија.

Нашата компанија ја продолжува редовната пракса на поддршка и помош на македонските културни остварувања и достигнувања, како и вклучување во секој проект кој е амбасадор на нашата земја насекаде низ светот.

Светската премиера е закажана за 19-ти октомври во Рим, на 14-тото издание на Филмскиот фестивал во Рим, додека премиерата во нашата земја е најавена за месец ноември.



Спонзорства во култура



Стела – филм за сите деца



„Стела“ е првиот македонски долгометражен филм за деца. Приказната е за едно куче – шарпланинка, едно дете и еден дедо. Детето Никола, откако поради „булинг“ ќе се обиде да се самоубие, се повлекува во себе и престанува со секаква вербална комуникација. Шарпланинката Стела е единствената со која детето ќе почне да се поистоветува и само со неа комуницира. Дедото, кој избегал од луѓето за да живее сам на бачило, неволно ќе го прифати Никола, а нивната авантура ќе прерасне во семејна приказна. Целата ситуација длабоко ќе ги промени и мотивира да продолжат понатаму со животот.

Главните улоги ги толкуваат: младата шарпланинка Стела, 12 годишниот Петар Маниќ, Дејан Лилиц, Тони Михајловски, Симеон Дамески и Христина Поповиќ. Сценариото е на младата сценаристка Ева Камчевка, кинематографијата на Ѓорѓи Клиначаров и режијата на Стојан Вујичиќ.

Филмот „Стела“ е посебен и единствен и во начинот на продукција како прва Еко или Зелена продукција во македонската кинематографија. Водени од најновите светски еколошки стандарди, продукцијата се избори да ја намали емисијата на штетни гасови, да го рециклира отпадот според стандарди од Американската асоцијација на филмски продуценти.

Долгометражниот игран филм „Стела“ е копродукција помеѓу Дрим Фектори од Македонија, Акција Продукција од Србија, Моуна од Германија. Покрај средствата добиени од Агенцијата за филм на Република Македонија, филмскиот проект „Стела“ поддршка доби и од Филмскиот центар на Србија, а горд спонзор на филмот е Витамина.

Нашата компанија се погрижи актерите и целата филмска екипа да се освежуваат за време на снимањето со повеќе благи и солени производи од нашата палета. 50тина филмски работници и актери за време на снимањето од 24 работни денови, консумираа Цевитана, Фрути, Сарита, Сириус, Кукис, Мелоди, Карамел бисквит, Луна ...

Главниот актер Петар Маниќ на нашето прашање кој производ од Витамина му е омилен и кој најмногу го конзумира, без размислување кажа Стоби Флипс, а од благите производи му е Фрути од портокал.

Информатор

Спонзорства во музика и поп култура

Бескрајно љубовен концерт наменет за уживање на најпознатата македонска група – Фолтин и Витаминка како златен спонзор

Фолтин е една од најпознатите групи од Битола, која постои од 1997 година. Нивната музика обично се опишува како надреална, страсна и жива, за танцувачка атмосфера, која ја постигнуваат со брзите македонски ритми. Иако групата користи стандардни музички елементи, пристапот во градењето на атмосферата е непредвидлив и оригинален. Музичкиот јазик на Фолтин е имагинарна смеса или фонетска имитација на јазици, како што се: шпански, француски, португалски, романски и таканаречениот „спонтан есперанто“ Фолтин себеси се опишуваат како псевдо-емигрантско кабаре, и често нивните концерти се претвораат во вистински перформанси. Но, тоа не е воопшто чудно имајќи го предвид фактот дека членовите на групата работеле на музика за бројни театарски претстави.



Псевдо-емигрантското кабаре го освои Прилеп на 29 август, на летната сцена во Центарот за култура „Марко Цепенков“. Фолтиновци оваа година се актуелни со албумот MOMÓMA, кој според писателот и рецензент Дејан Трајкоски е „најзрелиот албум на битолската група“. Музички клуч под дипле, со кој, вели тој, влегувате каде и да замислите. Благ цез, а бескрајно љубовен.

Концертот беше помогнат од нашата компанија која уживаше во шансата да биде златен спонзор и додели билети за присуство на најверните фанови на нашата фејсбук страница.

Музиката секогаш го обликувала човековото расположение, а ние ја поддржуваме радоста и задоволството кое го носи ритамот на одбраните ноти и инспиративни текстови. Посебно ни е драго што имавме можност да соработуваме со една од најстарите и најпознати групи во нашата држава и ќе продолжиме да ги поттикнуваме македонските музички вредности.

Спонзорства во музика и поп култура

Витаминка внесува новитети во популарната манифестација Пиво Фест

Популарниот фестивал на пивото, кој традиционално се одржува во нашиот град, секое лето, веќе 17 години привлекува многу гости од нашата земја, но и пошироко.

Пиво Фест како манифестација за таргет ја има повозрасната публика, но фестивалот привлекува и голем број семејства со своите деца. Од оваа година организаторите во соработка со нашата компанија, со цел анимирање на најмладите формираа „Детска зона“.



Зоната беше исполнета со забавни содржини, богата музичка програма, аниматори, игри со натпреварувачки дух и се разбира највкусните Витаминка производи. Дружбата беше дополнета со омилените Стоби Флипс, Чоко Стоби Флипс, Цевитана како и многу други.

Како и досега, така и во иднина каде е забавата таму секогаш може да ја најдете и нашата Витаминка!



Спонзорства во музика и поп култура

Музичкиот состав The Chicks го промовираа првиот спот направен со помош од Витаминка

Женскиот музички состав The Chicks го промовира својот прв видео запис снимен со помош од Витаминка. Поддршката од Витаминка за младото музичко трио, значи навлегување на поп-рок музичката сцена и воопшто поддршка на македонската музичка продукција и нејзина популаризација особено кај младите.

Спотот е направен за песната „Ах тие очи“ што беше летен хит на девојките од The Chicks, Наталија Мејанџиева, Сандра Јорданова, Моника Ѓорѓиева. Текстот за песната е авторство на трите девојки, а музиката и аранжманот се на Сашко Костов. Аудио продукцијата е потпишана од Дино Зукиќ во студиото Dino's Home Studio, а видео продукцијата е на Иво Иванов, Foto Video Studio Penta. Спотот што изобикува со импресивни летни пејзажи е сниман на локација на Велес и околината.

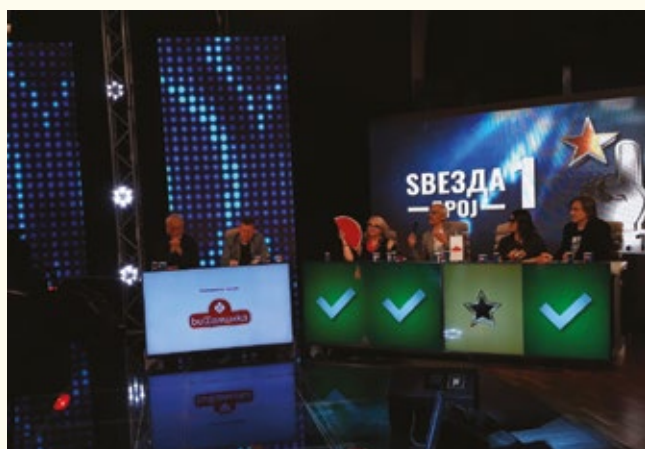
The Chicks се млад музички состав од Велес со доминантна женска енергија што внесува освежување на македонската музичка сцена.



Информатор

Спонзорства во музика и поп култура

Музичкото талент шоу „Свезда број 1“ ја бараше новата македонска свезда



Со мотото „Македонијо, дојде време да пееме!“ и со карван низ поголемите градови, се бараше музичкиот талент преку шоуто „Свезда број 1“. Шоуто покрај новата македонската музичка свезда, победничката 13-годишната Јована Здравевска од Битола, донесе и значајно раздвижување на целата наша музичка сцена, но и вистински македонски производ во вистинско време.

Шоуто беше во организација на Томато, продуцент беше Бане Поповиќ и пејачката Елена Петреска, како претставник на тимот на „Мел Фест“. За изведбите на младите ентузијасти одлучуваше жири комисијата составена од Александар Масевски, Елена Петреска, Сергеј Варошлија и новинарката Валентина Тодоровска – Вања.

Во текот на двомесечниот карван низ македонските градови, Витаминка ја поддржуваше потрагата по најдобриот македонски вокал и најталентирана сценска изведба. Секоја од аудициите беше посетена од голем број гледачи и поддржувачи на младите музички таленти, додека пак финалната вечер што се одржа во Скопје беше проследена со голема медиумска присутност како и имиња од јавниот и естрадниот живот како; Тамара Тодевска, Григор Копров, Борче Нечовски, Вера Милошевска од „Љубојна“, Роберт Саздов, Лила Стојановска, Андреј Папаз, триото „Џентлмен“ кои беа дел од специјалното жири само за финалната вечер.

Изборот се водеше меѓу 12те финалисти а младата Јована Здравевска на финалната вечер публиката ја освои со изведба на најпознатата француска песна на Селин Дион – „Pour que tu m'aimes encore“ – а во вториот дел се претстави со хитот „Back to Black“ од легендарната Ејми Вајнхаус, со која и ја споредуваа некои од членовите на жирието.

Заедно со ова шоу овозможивме после долго време, музичките таленти од нашата земја да добијат можност да се престават и да го покажат својот талент пред наша публика, на голема сцена.



Спонзорства во спортот

Витамина на најиновативниот аутдор фестивал When in Krusevo

When in Krusevo претендира да стане еден од најинтересните аутдор фестивали. Ова лето се одржа третото издание на Крушевското Езеро и повторно понуди високо адреналински авантури и незаборавна забава во природните убавини и чистиот воздух на крушевската околина.

Возбудливите параглајдерски летови, новите рути и незаборавните планинарски авантури во недопрената крушевска природа, кајакарење и многу други активности привлекоа голем број туристи, вљубеници во природата, во спортските активности и во забавата под отворено небо.

Како компанија сме приврзаник на секоја иницијатива што во својот фокус вклучува спорт и спортски активности, еколошка свест и поттикнување на развојот и заживување на помалите урбани средини. А фестивалот When in Krusevo, го овозможува токму тоа преку претставување на уникатните квалитети на градот Крушево, и уште разновидни спортски планински активности, рекреација во чиста природа и планински воздух, урбана забава со квалитетна музика и пред сè дружење и многу љубов.

Нашата поддршка вклучуваше помагање на сите активности и заложби на фестивалот, снабдување на натпреварувачите и учесниците со производите на Витамина.



НОВИ
ПРОИЗВОДИ

Информатор

Спонзорства во спортот

Допри ја природата со „Алшар 2019“

Планината Кожуф беше во целост подготвена за љубителите на велосипедизмот, планинарството и преостанатите авантури и екстремни спортови што таа ги нуди, за „Алшар 2019“ и во целост да ги открие своите тајни и убавини. Од 5-7 јули учесниците се запознаа со нови патеки, екстремно адреналински и нови програмски изненадувања. „Алшар 2019“ донесе радост за бројни учесници кои допатуваа во Мрежичко каде беше лоцирана фестивалската зона.

Екстремните патеки, високите температури и топлото време, планинските предели и овој пат беа предизвик за учесниците во кој уживаа во сето она што природата го нуди. За што полесно и поенергично поминување на патеката, на пунктовите ги чекаше Цевината, кекси Сарита и други производи од Витаминка. Покрај адреналинското доживување Алшар 2019 понуди и дополнителни содржини и многу дружење за учесниците. Возбудливиот викенд во кампот во вечерните часови беше исполнет и со забавна програма како настапот на културно уметничкото друштво „Тиквеш“ и групата „Чардак“, додека пак во саботата на музичка програма настапија кавадаречките рок бендови, BadAssAll, Leksikon, M.A.D.M8's и 4U Band кои имаа свои ангажд концерти, а за крај, завесата пред најважниот фестивалски ден ја спушти DJ Славе Келешовски. Организатори на настанот традиционално се „Тиквешки Точкации“ а годинава честа да го отвори кампот Алшар 2019 ја имаше Васил Јанкула, момчето кое и покрај церебралната парализа со трицикл изработен специјално за него помина 800 километри за 8 дена.

Покрај големата велосипедска тура имаше, мала велосипедска и голема планиарска тура и мала планиарска тура за која и годинава беа задолжени членовите на планинарското друштво Орле.

Првите учесници оние што беа најбрзи во пристигнувањето до целта, покрај честа за победата беа наградени и од верниот партнер и придружник на спортски адреналински спортови, Витаминка со пакетче производи.



Спонзорства во спортот

Втора авто слалом трка низ градските улици

Денот на народното востание во Прилеп и оваа година беше одбележан со организирање на авто слалом трка „Прилеп – 11 Октомври“. Како дел од историјата и од сегашноста на Прилеп, Витаминка со својот бренд Цевитана го поддржа настанот, и со тоа уште еднаш покажа врз какви вредности е создадена компанијата и кои принципи не водат напред. Гордост е да се биде дел од овој град и од неговата богата традиција.

Се натпреваруваа триесетина натпреварувачи во различни категории, на 1.250 метра долгата патека. Логоата на Витаминка и на Цевитана беа присутни на сите автомобили кои се натпреваруваа.

Натпреварот беше во организација на Авто картинг клубот „Скопје“. Значењето на настанот и на сите кои го поддржаа е големо затоа што помогнаа за градот да го врати спортскиот дух на автомобилизмот во Македонија, како и во развојот на овој спорт.



Спонзорства во спортот

Државно првенство во Downhill трка со поддршка од Витаминка

Клубот за екстремни спортови „Sky Riders“ и велосипедскиот клуб „Илинден“, со поддршка на град Прилеп го организираа второто по ред државно првенство и четвртата по ред Downhill трка „Топташ 2019“ кои се одржаа на 6ти октомври 2019г.

Витаминка и овој пат беше дел од настанот како еден од главните спонзори на трката во која учествуваа над 40 натпреварувачи од Македонија и странство, натпреварувајќи се во 4 категории и тоа: хоби, јуниори, мастерс и мен елит.

За тројцата најдобро пласирани натпреварувачи беа обезбедени парични награди од 16.000, 12.000 и 6.000 денари. Ние дополнително ги наградивме тројцата најдобри со пакет производи од Витаминка.



Информатор

Спонзорства во спортот

Традиционален турнир во џудо Цевитана куп

По повод државниот празник 11-ти Октомври, на 06.10.2019 се одржа 11-тиот по ред Меѓународен традиционален турнир во џудо „Прилеп Град Херој - ЦЕВИТАНА КУП“. Настанот беше целосно организиран од Џудо Клуб „СЕИШИН“ - Прилеп во соработка со Џудо Федерацијата на Македонија. А пак со цел популаризација и развој на џудото, ветераните од овој спорт, исто така беа дел од организацијата.

На турнирот беа пријавени 32 клубови од 5 држави и тоа, Македонија, Србија, Бугарија, Грција и Црна Гора.

Традиционално, како и секоја година, нашата компанија беше дел од настанот како еден од главните спонзори. Со повеќе од 300 гости, годинешниот куп беше најголем досега организиран турнир во Прилеп. Владимир Трпаноски, новиот претседател на Џудо Федерацијата на Македонија, изјави дека 11-тиот по ред, традиционален џудо турнир ја задржа традицијата како турнир кој високо котира во Македонија.

„Имаме рекорден број натпреварувачи, добра организација, сите кои се вклучени во овој настан беспрекорно работат и се комплетно посветени на негова организација. Се надевам дека како нов претседател ќе помогнам не само за овој турнир туку и за сите турнири во Македонија да ги подигнеме неколку степени повисоко од аспект на квалитет, организација, масовност и број на натпреварувачи. Република Северна Македонија има што да покаже и тука џудото како спорт се движи со крупни чекори напред“, изјави Владимир Трпаноски, претседател на Џудо федерација на Македонија.

Витаминка и натаму продолжува да ги поддржува сите спортови и спортски настани, групни и поединечни, со тоа што е дел од настаните и еден од најголемите спонзори и поддржувачи на спортот воопшто.



Спонзорства во спортот

Петта епизода на Крушево низ корија, спонзорството на Витаминка прерасна во горда традиција

На 17ти и 18ти август, во градот на некогашната Крушевска Република и единствениот планински град во Македонија кој воедно е највисокиот град на Балканот, се случи петтиот по ред фестивал на отворено „Крушево низ корија“ кој ги задржа содржините од изминатите години како кампување на Мечкин камен со сите придружни елементи и забава, традиционална тура со планински велосипеди, планинарска тура низ Крушевската корија и тандем летови со параглајдер.

Над 400 учесници се пријавија оваа година и имаа особена забава и огромен адреналин при исполнување на сите спортски активности. Планинари, велосипедисти, параглајдери, вистински љубители на спортот уживаа низ Крушево и кориите.

Витаминка како верен поддржувач на секое хоби или професија на нашите потрошувачи, традиционално се погрижи сите учесници да добијат мала закуска додека се одмораат, а и да им ги наполни батериите под сенките на Мечкин камен каде што се наоѓаше самиот камп на фестивалот. Нашите производи се најдоа во одлично подготвените пакети за учесниците кои им беа врачени и на пунктовите за освежување.

Промоциите и спонзорствата од Витаминка на ваков тип настани создаваат позитивно и долготрајно сеќавање кај потрошувачите, со што го потврдуваме својот пат кон успехот и препознатливоста на брендот на пазарот.



Информатор

Спонзорства во спортот

Натпревари во пеливанство со маслото Брилијант

Традиционално еднаш годишно во село Студеничани се одржува борба на пеливани од повеќе Балкански земји. Пеливанството е вековна традиција на албанскиот народ што подразбира почитување на моќта, почитување на противникот, почитување на правилата, на јавноста и достоинствената прослава. Натпреварувачите односно пеливаните, пред почеток на секој настап изведуваат извесен ритуал а главната состојка во овие своевидни борби со голи раце е маслото. Пеливаните своите раце и телото ги премачкуваат со масло, со цел да бидат лизгави и потешко да се одвива контактот при борбата. Токму затоа пеливанството подразбира специфична борба, што бара многу голема вештина и брзо движење.



Оваа година „оружјето“ на пеливаните беше помогнато од маслото Брилијант што овозможи пеливаните до максимум да ги искористат своите можности и физички предиспозиции. Со оваа поддршка на натпреварот уште еднаш го искажавме нашиот космополитски дух, почит и уважување на сечии традиции.

На манифестацијата освен од земјава учествуваа борачи-пеливани од Балканските земји, Турција, Грција, Бугарија, Косово и Албанија, кои се натпреваруваа во пет категории. Натпреварувањето односно борбите се одвиваа поделени во пет категории (пет раце), а присутните можеа да проследат интересни и изедначени борби.

Натпреварот го организираше Здружението за образование, култура, спорт и екологија (АКСИ) и Федерацијата на пеливани на Македонија.

.....
Спонзорства во спортот

Светски куп и Европското првенство во моделарство на спортскиот аеродром кај Прилеп

Спортскиот аеродром кај Прилеп беше местото каде се одржаа два врвни спортски настани, Светскиот куп на воздухопловно спортско моделарство „Прилеп куп трофеј на Прилеп“ и Европското првенство во спортско моделарство во категоријата воздухопловни модели за слободен лет. Двата настани претставуваа празник на воздухопловните спортови. Околу 220 спортисти од 19 европски земји продефилираа на Светскиот куп и на Европското првенство.

Млади, докажани спортисти на возраст до 18 години се бореа за трофеите од Европскиот шампионат. Сите учесници го потврдуваа фактот дека локалните метео услови, теренот, отсуството на препреки, па и контролираниот ветер, придонесуваат овој терен да биде посебен, специфичен и најсоодветен за воздухопловното моделарство и постигнувањето врвни резултати.



Меѓу натпреварувачите, моделарите и љубителите беше присутна и Витамина со своите производи поддржувајќи ги креативноста, инвентивноста и спортскиот дух на младите и возрасните учесници. Еднаш Стоби флипс се вивна во атмосферата, испраќајќи ја пораката дека е присутен насекаде и дека ги следи своите потрошувачи во сите предизвици и победнички моменти. Така беше и овој пат на спортскиот аеродром во Прилеп.



Спонзорства во спортот

Витамина со поддршка на првата Трчај бе трка во Битола

Точно 770 пријавени натпреварувачи од 10 земји, меѓу кои македонската атлетска елита и актуелната балканска шампионка, на 15 септември оваа година, ја истрчаа Битола на првата градска трка „Трчај бе“. И се случи Трчај бе на Битола, најмасовниот спортски настан кој некогаш Битола го имала. Директорот на трката, Никола Димитровски, заедно со група ентузијастички, неколку месеци интензивно ја ширеа идејата дека и Битола треба да добие градска трка и да стане град во кој луѓето ќе се поттикнуваат да трчаат. Пријавени беа поединци и тимови од многу компании, факултети, здруженија, семејни тимови кои направија вистински спортски празник за градот под Пелистер. Никогаш Битола не била толку раздвижена во недела наутро.

На првата трка од овој тип, доделени беа голем број награди како тимски награди, награда за највозрасниот учесник, а се објавија и наградените за најкреативен транспарент и најдобра фотографија испратена од публиката.

Нашата компанија со Цевитана имаше можност да биде дел од главните спонзори на овој настан и горди сме на организаторите што воведоа спортски дух низ градот на Конзулите и Широк Сокак. Учество на овој настан беше инспирација и поттик за Витамина секогаш да ги поддржува љубителите на спортот, како и нивната желба за учество и проширување на ваков тип настани.

Оваа преубава кампања од светски размери сигурно ќе се случи и во 2020 година, а ние се радуваме доколку повторно бидеме дел од „обичните херои“ на Трчај бе.



Информатор

КРЕМ-ПИТА СО ПУДИНГ



вкупно време за
подготовка:
45 минути.



активно
време:
30 минути.



број на
порции: 15



комплексност:
средна.



СОСТОЈКИ:

- 500 грама лиснато тесто
- 4 јајца
- 14 лажици шеќер
- 1 литар млеко
- 1 литар вода
- 3 кесички прашок за пудинг од ванила
- 1 кесичка шлаг-крем од ванила од Витаминка
- 6 лажици брашно
- 2 кесички желатин
- шеќер во прав од Витаминка за наросување.

ПОДГОТОВКА:

1. Лиснатото тесто поделете го на два дела. Деловите исечете ги во форма на правоаголни кори. Едната кора пресечете ја на коцки, но не пресекувајте го тестото до крај.
2. Премачкајте ја тавата за печење со путер или маргарин. Ставете ги корите и избоцкајте ги со виљушка на неколку места.
3. Печете 10 до 15 минути во загреана рерна на 220 степени додека корите не поруменат. Печените кори оставете ги да се изладат.
4. Водата ставете ја во сад на оган на висока температура да се вари.
5. Белките одделете ги од жолчките и ставете ги во два различни сада за матење.
6. Во садот со жолчките додајте 10 лажици шеќер и матете со миксер 3 до 4 минути.
7. Во длабока чинија ставете ги пудинзите, шлаг-кремот од ванила и брашното. Измешајте со лажица.
8. Во изматените жолчки додајте 400 мл млеко и измешајте. Потоа додајте ја смесата со пудинзите. Изматете со миксер за да се добие хомогена смеса.
9. Во садот со белките додајте 4 лажици шеќер и изматете ги со миксер за да добиете густ шлаг.
10. Желатинот ставете го во 50 мл ладна вода. Оставете го да набаври.
11. Во зовриената вода додајте го преостанатото млеко. Штом ќе зоврие, додајте ја смесата со жолчки и пудинг. Варете 4 до 5 минути додека да се добие густ крем. Потоа додајте ги изматените белки и измешајте за да се соедини филот. Тенцерето тргнете го од огнот, додајте го желатинот и мешајте додека да се растопи.
12. Во тавата со целосната кора од лиснато тесто ставете го топлиот фил. Оставете да се излади.
13. На крај додајте ја кората од лиснато тесто пресечена на коцки. Исечете парчиња, наросете ги со шеќер во прав и послужете ги веднаш. Уживајте во светот на вкусовите со Витаминка!

Совет плус: Најдобро е крем-питата да ја оставите во фрижидер преку ноќ, а потоа да ја послужите.

Азбучник на Витаминка

Д за Деспина интегралните кекси

Деспина интегралните кекси содржат поголемо количество диететски влакна, што му овозможува на организмот подолго чувство на ситост. Овие кекси со овесни снегулки во исто време имаат и ниско калоричен состав. На тој начин претставуваат совршен баланс на вкусно и здраво.

Приказната со Деспина започна уште во 2011 година

Ние сме компанија што отсекогаш во континуитет ги следела трендовите и постојано внесувала иновации во производите со цел да ги задоволи барањата и желбите на потрошувачите креирајќи производ кој го бараат самите потрошувачи. Во 2011 година, интегралните кекси Деспина беа лансирани на пазарот во Македонија. Со нивното лансирање, следуваа низа интересни промоции што придонесоа овој производ да го освои срцето на секој наш потрошувач. За Интернационалниот празник на жената, 8-ми март, нашата компанија во центарот на главниот град приреди интересен настан. На плоштад „Македонија“ поставивме картолина со фотографија на пејачката Каролина Гочева, на која што таа во рака држи Деспина кекс. Случајните минувачи, од понежниот пол, со задоволство се фотографираа со фигурата на Каролина, а во исто време уживаа во дегустација на Деспина.

Деспина е достапна во повеќе вкусови

Секогаш добитната комбинација од интегрално брашно, овесни снегулки и диетални влакна ја прави Деспина омилен оброк за сите оние кои сакаат да конзумираат здрава, а во исто време енергетски вкусна ужинка. Но, покрај овие основни состојки, здравите кекси во текот на годините се збогатуваа со повеќе различни вкусови: Деспина интегрален кекс со црно чоколадо, Деспина интегрален кекс со вкус на портокал, Деспина интегрален кекс со овесни снегулки и суво грозје, Деспина интегрален кекс со овесни снегулки и лешник и Деспина интегрален кекс со фруктоза и малтитол.

Деспина со силна поддршка за ракометарките на ЖРК Вардар

Интегралните кекси Деспина во одреден период беа и официјален бисквит на женскиот ракометен клуб „Вардар“. За таа цел беше снимен и рекламен спот кој што ја пренесува пораката на ракометарките дека Деспина се заслужни за одржувањето на енергијата и виталноста во текот на нивните напорни тренинзи.

Многу е важно какви навики за исхрана им пренесуваме на нашите деца

Децата секогаш нè гледаат нас возрасните и го анализираат секое наше однесување. Поради тоа пред нив е особено важно каква храна конзумираме. Деспина кексите, поради својот високо нутритивен состав, се совршена ужинка во кое било време од денот.



Информатор

ВИТА-МИНКА	ПОЗНАТ СВЕТСКИ МАГНАТ	НАШ БОКСЕР, ДИМОВСКИ	СОПЕРНИК, КОНКУРЕНТ	ВОЛШЕБНА ЗЕМЈА ОД ПРИКАЗНИ	СТАКЛЕН САД	ЦРВЕНИЛО НА КОЖАТА	ХОЛИВУДСКИ АКТЕР (9 ИПОЛ НЕДЕЛИ)									
ВСУШНОСТ																
СЕЛО ВО СКОПСКО																
ХОЛИВУДСКИ АКТЕР, КРИСТОФЕР				"ШУМСКО ИНДУСТР. КОМБИНАТ" АКТЕРКА ОД УРУГВАЈ												
ПРОДУКТИ НА ЕМАНАЦИЈА																
ИТАЛИЈАНСКА ПЕЈАЧКА, ПИЦИ					ЗНАК ЗА ЕРБИУМ ПИРИНЕЈСКА ДИВА КОЗА			РЕНДГЕН	МАШКО ИМЕ (НАГ.)	НАРОДНО ЖЕНСКО ИМЕ	ТУРИСТИЧКИ КУКИЧКИ	ИВА ЗАНИКИ	АВТОР НА РУБРИКАТА ВЕРУВАЛЕ ИЛИ НЕ	ВИД МАКЕДОНСКА ТАНТЕЛА	НАШ ПИСАТЕЛ (ВОЛШЕБНОТО САМАРЧЕ)	
БОРИС СПАСКИ			РУСКИ РАКОМЕТАР КАЗНЕН ЗАВОД													
ЗАМОК, ДВОРЕЦ								ЗАОБИКОЛНО ЗБОРУВАЊЕ ГРАД НА КАМЧАТКА								
ОДВИШОК (РАЗГ.)					ЛЕК ЗА МАЛАРИЈА НАШ ПИСАТЕЛ							ГОСПОДИН (ПОЛСКИ) ДЕЛ ОД ГОРНА ОБЛЕКА				
"ЕЛЕКТРОН-ВОЛТ"			ШТАВЕНА ОВЧА КОЖА МИМИЧНА ДРАМА			ЖЕЛЕЗНА КУКА СОВЕТСКИ ШАХИСТ, МИХАИЛ								29-ТА БУКВА ДРЖАВА ВО САД		
ТЕМПЕРАТУРА		МЕТО ЈОВАНОВСКИ МАРКА РУСКИ ВОЗИЛА			ПРОФЕСИОНАЛНА КОШАРКАРСКА ЛИГА				ВИД НА ТКАЕНИНА ЈАПОНСКИ ТЕХНИЧКИ АПАРАТИ							
МАКЕДОНСКА ИНФОРМАТИВНА АГЕНЦИЈА СИМЕНС					АВТОЗНАК ЗА ТОРИНО БИЛКА			ЖЕНСКО ИМЕ (НАГ.) ХИРУРШКИ ЦЕВКИ				ОЛИВЕРА НИКОЛОВА КЛАСА НИЖИ ЖИВОТНИ				
ЛЕКОВИТА БИЛКА										ВИД РИБА (МН.) ЕЛЕКТРОН						
НАШ ХАРМОНИКАШ ФРАНЧЕСКО ПЕТРАРКА												СТОЛБ ОД СТВРДНАТА ЛАВА АМЕРИКАН. ПЕЈАЧ, ЛЕНИ				
ФРАНЦИЈА		ПРОДУКТ НА ВИТАМИНКА ДВЕ БУКВИ								ВИД СРЕДОЗЕМНО РАСТЕНИЕ ТАЈЛАНД						
ПРЕТЕРАНО СТРОГ ЧОВЕК											ЦРВЕНА СЛИКАРСКА БОЈА МЕТАР					
ВИТАМИНКА	РАЗНОБОЈНОСТ ПОТРЕБА ЗА ВОДА									СТАРО РИМСКИ ВОЈСКОВОДЕЦ ИТАЛИЈА						
8ТА БУКВА		ЖЕНСКИ КОСТИМ ЗА КАПЕЊЕ ВАСИЛ ИЉОСКИ									ИРСКИ ПЕЈАЧ, БОНО РОБЕРТ ОСИЕН					
ПРВАТА ЖЕНА ПО БИБЛИЈАТА				ФРАНЦУСКИ ПЕЈАЧ, МОНТАН ЈАГЛЕРОД			АВТОЗНАК ЗА МАЛТА ИТАЛИЈА АВСТРИЈА			НОРВЕШКИ ПЕЈАЧ (ЕВРОСОНГ), АЛЕКСАНДАР РОМАНИЈА						
ДИМЕ ИЛИЕВ			ЗНАК ЗА ЦЕРИУМ			ГОЛЕМИ ЦРВЕНИ ЗРНИЦА										

решение: ВПРОЧЕМ, ОРИЗАРИ, РИВ, ШИК, ЕМАНАТИ, НИЛА, ЕР, БС, ТИМУР ДИБИРОВ, АЛКАЗАР, АЛУЗИЈА, ФАЗЛА, КИНИН, ПАН, ЕВ, ИРА, ЧЕНГЕЛ, Ч, Т, МЈ, НБА, КАЛИКО, МИА, ТО, ПАЛЕ, ОН, САМОРОТКА, ОКАНИ, ЗОРАН ВАНЕВ, НЕК, Ф, ДЕСПИНА, ИКАКО, ПУРИТАНИСТ, РЕТЛ, ШАРЕНИЛО, МАРИЕ, Ж, МОНОКИНИ, ВОКС, ЕВА, ИВ, И, РИБАК, ДИ, ЦЕ, МАКРОЦИТИ

НОВО



ЧАС СЛАТКО ЧАС ЛУТКО



**CHOCO
STOBI
FLIPS**
Dark & Chilli