

ИНФОРМАТОР

www.vitaminka.com.mk

Бр. 23 април 2021



СОДРЖИНА

Стр. 4



**Во 25 години успешна соработка меѓу
Футура и Витаминка создадовме цврста
основа за заедно да се движиме напред**
Тони Тарунзиоски, Директор на Футура - Прилеп

Интервју

Стр. 8



**Одлична реализација во 2020 година и
планирани инвестиции за 2021**

Фокус на

Стр. 13

Иднината на одржливото пакување

Ново од нас



Стр. 20

**Маријана Ѓорѓиевска ја однесе
Витаминка на врвот на Килиманџаро**

Случувања



Стр. 29

**Велигденски празнични рецепти од Се
за храна**

За забава

За почеток

Време на промени

Пред само една година некој да ни кажеше дека целата планета ќе живее еден ограничен, затворен и изолиран живот, дека ќе се случат толку промени, сигурно ќе предизвикаше неверување.

Но денес, тука сме. Животот ни се преврте, видовме една друга реалност и продолживме да ја живееме таа превртена реалност. Дистанцирани, некогаш осамени но секогаш заедно во предизвиците, заедно во одговорноста кон другиот и во совесноста.

Во глобални размери се случуваат преобразби, некои пријатни, а некои не, тешко прифатливи и промени што ја тестираат човечката отпорност и моќта за прилагодливост.

Промени и понатаму ќе ни се случуваат, но важно е да бидеме подготвени и да ги очекуваме. Досега ја покажавме силата и моќта да премостуваме и поголеми предизвици.

Еве веќе втора година откако пандемијата стана најголемиот проблем, како да го живееме животот на делови. И да, се гледа крајот на здравствената криза, откако изгубивме толку многу, наскоро ќе може да се каже дека сме слободни да се движиме, да бидеме со блиските. Но, состојбата се уште е сериозна и ќе треба време за животот да ни се врати во нормала.

Долготрајната здравствена криза сега своето влијание ќе го рефлектира врз стопанството и индустријата. Економиите на многу земји веќе трпат големи последици, а светските берзи се раздвижени во непредвидливи насоки повеќе од кога било порано. Стопанството и покрај веќе премостените предизвици се соочува со уште поголеми. Секоја индустрија во различен обем и различна форма трпи последици. Во целиот свет, од најголеми корпорации до најмали бизниси се соочуваат со големи загуби и неможност да го бајпасираат проблемот. Цели корпорации, компании и некои од најголемите брендови се соочуваат со големи загуби. Ретки се оние компании што успеаја да го одржат оптимално ниво на оперативност, да ги задржат вработените, да го продолжат непрекинато производството и да постигнат позитивен финансиски биланс.

Моменталните калкулации на штетите се непотврдени, исто како што самите последици се непредвидливи. Но истовремено се работи на механизми, од државните апарати или развиени од коморите, па и самите компании со цел ублажување на последиците.

И реално тоа е она што се очекува. Иако полека но, следи период на заздравување, враќање на стабилни нозе. И тоа ќе биде следната промена, целосно заздравување на економијата. Тоа ќе биде второто враќање во нормала и позитивната промена што нѝ следи.

Интервју со...

Во 25 години успешна соработка меѓу Футура и Витаминка создадовме цврста основа за заедно да се движиме напред

Тони Таруниоски, Директор на Футура - Прилеп



Вие сте еден од соработниците на Витаминка, колку време работите и како започна вашата соработка?

Пред се, Ви благодарам на поканата и честа, со која ми дозволивте да се обратам за Витаминка и воедно накратко, да ја претставам Футура, како фирма со која раководам и која е една од деловните соработници на Витаминка.

Од работењето со Витаминка помина толку многу време и толку многу професионални успеси не поврзуваат, што мислам дека е отсекогаш. Реткост е за некоја деловна активност и посебно што се одвива толку долго време, да кажете дека е лесно и едноставно, динамично и со еднаква посветеност од двете страни. Од целата оваа успешна приказна има повеќе луѓе што дадоа и се уште даваат свој придонес за успешна соработка, но клучните чекори и одлуки беа само на неколкумина. Почетокот на Футура е во 1994 година, кога е регистрирана како фирма

за малопродажба на прехранбени и колонијални производи за широка потрошувачка. Производите на Витаминка, ги имаше уште на самиот почеток, во продавниците на Футура. Во јануари 1996 година започнавме со големопродажба и отворивме магацин, што од денешен аспект беше еден од пресудните чекори и најважен во деловниот развој. Тогаш, во 1996 година ја започнавме директната соработка со Витаминка, кога комерцијалниот претставник Благоја Неделкоски воспостави деловен контакт, помеѓу Футура и Витаминка. Соработката ја проширивме со (тогашниот комерцијален директор) Сашо Наумоски, која трае и ден денес. Во овие 25 години успешна соработка создадовме цврста основа за заедно да се движиме напред.

Освен тоа, морам да ја истакнам и големината на личноста на г-дин Симон Наумоски и мојата голема благодарност и почит за визијата со која тој, кога Футура беше многу мала фирма, ми пријде и ми даде

корисни совети за натамошното работење. Исто така, низ годините, како соработници ми даваше безрезервна морална поддршка. Често се навраќам на овие совети и ден денес ми помагаат во извесни случаи.

Врз што се базира долгогодишното партнерство и соработка?

Клучот на долгогодишната соработка и партнерство, пред сè, се должи на доверба, лојалност, поддршка, поставена врз темелите на грижа од двете страни, за непрекорно чисти и фер односи. Врз овие принципи започна и врз истите сè уште се одвива нашата взаемна работа. Знаете, при овие деловни релации, поплатно може да се развие и да прогресираат и во пријателство, но доколку не ги имате како фундамент токму овие вредности, пријателството и некои слични релации не може да издржи при налетот на деловните предизвици.

Што претставува Витаминка да ја имате како партнер, соработник?

Да се има таков гигант, како Витаминка, еден од лидерите на македонскиот пазар, компанија со значајна општествена одговорност, со бројни награди и признанија за деловност, како во земјата така и во странство, како деловен партнер и соработник, за мене претставува голема гордост и мотив. Работата со Витаминка за Футура претставува и поддршка, а за мене лично поттик да ја поведам компанија по патот на развојот, да ги зголемиме капацитетите и да отвориме нови можности.

Во која насока мислите дека Витаминка може уште да се развива?

Сите сме сведоци дека Витаминка низ годините прерасна во најголема компанија во прехранбената индустрија во земјата. Врз темелите поставени од г-дин. Симон Наумоски, генералниот директор Сашо Наумоски, ја трансформира и ја развива Витаминка во правилен правец и ја направи Витаминка современа компанија. Компанија, која ги забрза развојните процеси во согласност со современите услови за работење, со стандарди и иновации во производните процеси, проширување на асортиманот и пазарот

на потрошувачка, модернизација на техниката, технологијата, логистиката условите за работа, менаџерските тимови, грижата за вработените и многу други активности, кои Витаминка ја прават лојален конкурент на домашниот и странскиот пазар. Познавајќи го генералниот директор Сашо Наумоски и како човек, сигурен сум дека, неговите визии за развој на Витаминка во сите насоки не застануваат тука.

Што мислите дека е најсилната страна на оваа компанија?

Поставувањето на јасна визија и идеите во кој правец треба да се движи и прилагодикомпанијата, во сопствените рамки и во рамките на општествените услови, Витаминка ја остварува преку менаџерскиот тим и тимската соработка како најцврста алка на патот до успехот. Респектот кон деловните партнери, чувството за толеранција, кореспонденцијата со сите стопански и нестопански гранки кои се директни или индиректни соработници со Витаминка, а секако и менаџирањето со истите, сметам дека е најсилната страна на компанијата. Витаминка работи долго и создаде вредно наследство на висококвалитетни производи, брендови кои се присутни во сечиј дом, и не само на домашниот пазар. Брендите на Витаминка се барани и познати на регионалните, на странските пазари. Тоа е неспорна вредност на оваа компанија. И на крај но, не помалку важно, низ годините, внатре во самата структура воспостави толку блиски односи, транспарентна и жива комуникација, што сите ние однадвор, ја доживуваме Витаминка како едно големо семејство. И ова е една од најсилните страни, тоа значи дека оваа компанија покрај силна менаџерска структура, има и поддршка од целината и затоа постојано ќе оди напред и ни еден предизвик нема да биде преголем.

И за крај, дали имате омилен производ од Витаминка и кој?

Видете, асортиманот на Витаминка има широк спектар. Во мојот дом (во кујната) и јас, ги користиме скоро сите производи. Тешко е да се одлучам, во последно време, мојот фаворит е Стоби Магнус.

Од мој агол

Витаминка во 2020 и планови за 2021 година

Сашо Наумоски, Генерален директор на Витаминка - Прилеп



Пандемијата секако продолжува, да се надеваме дека нема да биде во текот на целата година, но и тоа да биде, рационално се соочивме со актуелната ситуација и можните сценарија и соодветно сме подготвени.

Претходната година сите нè најде неподготвени за тоа што нè чекаше. И покрај крајно неизвесната година компанијата успеа да направи соодветен баланс и да остане во делот на позитивно деловно работење. Водејќи се од искуството минатата година, Витаминка за оваа година внимателно ја модифицира стратегијата врз основа на веќе постоечките услови. „Научивме многу во 2020 година и се уверивме дека сме силна компанија којашто има голем капацитет, способен човечки персонал и голема мотивација за остварување на одговорностите што како прехранбена компанија ги имаме кон граѓаните, дури и при отежнати, несекојдневни и вонредни услови. Продолжуваме со тоа што најдобро го знаеме, континуирано производство, подигнување на стандардите за квалитет, развој на производи и секако освојување нови пазари“, вели генералниот извршен директор, Сашо Наумоски.

Компанијата продолжува со работа со три основни фокуси - приоритети, сите во една иста линија, без рангирање, а тоа се безбедност на вработените, континуирано производство и стабилна оперативност на компанијата. Сè вложува во одржување на приоритетите, целата инвентивност и креативност е насочена на нивно максимизирање и кон зацврстување на овие цели.



Витаминка како лидер во прехранбената индустрија, во изминатата година покажа дека е силна компанија со одлични механизми за справување со пандемијата. Со зголемена ефикасност во работата, со рационален пристап кон времето и одговорностите, компанијата стана поинвентивна во изнаоѓање нови начини на функционирање и целосно ги исползува можностите што ги нуди дигиталната технологија. Иако никој не беше подготвен на најголемиот предизвик, Витаминка адекватно реагираше на ублажувањето на консеквенциите од пандемијата.

„Брзата и адекватната реакција помогна во полесно справување, се покажува и според тоа како ја завршивме годината и како продолжуваме со работа и остварените позитивни резултати. Реагиравме многу брзо, се реорганизиравме и се адаптиравме, при што секако приоритетно беше имплементирањето на препорачаните заштитни мерки, а ние отидовме и чекор понатаму со зголемување на овие мерки и препораки. Веднаш направивме и реструктурирање со цел да ги минимизираме сите слаби точки. Воспоставивме редовна координација, обуки доколку беше потребно како да ги примениме сите начини на работа од далечини, без физички контакт. Комплетно, целата компанија и целосната оперативност се прилагоди на новите начини на работа. Целта на сето тоа беше што полесно и побезбедно да се справиме со целата ситуација. Соочени со неизвесноста на животот минатата година, научивме да бидеме потролерантни, но проактивни, прилагодливи и подготвени на брза реакција“, дополни директорот Наумоски.

Одлична реализација во 2020 година и планирани инвестиции за 2021

Реализираните финансиски резултати во изминатата година покажуваат дека Витаминка се повеќе ја зацврстува лидерската позиција на домашниот пазар и дека е сè почесто баран бренд од купувачите. Продажбата на домашниот пазар, постигната во пазарната ситуација со исклучително бројна и силна конкуренција и во услови со ограничување на движење и карантин, достигна 25,85 милиони евра. Финансиските резултати лани покажуваат дека оперативната добивка била 800.000 евра што е подобро за 2 отсто од 2019 година. Продажбата на домашниот пазар е зголемена за 11 отсто во споредба со претходната година. Додека пак, во однос на извозот, забележан е пад од 10 отсто, што е сосема очекувано со оглед на минатогодишните услови, затворање на границите и ограничено движење.

Приходите од продажбата лани изнесувале 40,5 милиони евра што е за 2 отсто подобар резултат од претходната година. Растот на приходите од продажба се должи на зголемувањето на продажбата дома која во вкупните приходи учествува со 25,85 милиони евра и е за 11 отсто подобра од 2019 година.

Со ново усвоениот план за работа, за 2021 година компанијата продолжува со инвестирање со цел следење на развојните процеси. Планираните инвестиции се однесуваат на модернизирање и автоматизирање на техничко-технолошките процеси, зголемување на постоечките капацитети, воведување нови производни линии, градежна реконструкција и адаптација на производни хали и магацини за складирање.

Истовремено, според оперативниот план за оваа година планираните вкупни приходи на компанијата се приближно 53 милиони евра, кои според проекции се очекува 60% да бидат реализирани на домашниот пазар, а 40% да се реализираат на странски пазари. Како еден од приоритетите на компанијата во оперативното работење е зголемување на продажбата на домашниот пазар и зголемување на продажбата во балканските

Нови производни погони, модерно опремени и со зголемен капацитет

Витаминка го продолжува својот раст и развој, создавајќи нови и зголемувајќи ги постојните капацитети. Дел од компанијата стратегија за унапредување е и вложувањето во нови капацитети, зголемување на постојните и подобрување на производството. Така, во изминатиот период се работеше на новите погони за производство на инстант напитки односно нашата позната Цевитана, на погонот за бонбони и на погонот за производство на пудинзи и шлагови.

Новиот погон за Цевитана сега е модернизирани и опремен со современа технологија, работната расположлива површина изнесува 1000 m² со што се зголеми и капацитетот на 140 тони месечно. Исто така, модернизирање и подобрување има и во погонот за производство на бонбони, така што со проширувањето сега површината изнесува 358 m² а капацитетот е зголемен на 34 тони месечно. Новиот погон за производство на пудинзи и шлагови е со површина од 270 m², каде е инсталирана модерната технолошка линија со што капацитетот е зголемен на 80 тони месечно.



Актуелно кај нас...

Со првите ученици од „Ристе Ристески Ричко“ започна програмата за дуално образование во Витаминка

Првите ученици од средното општинско училиште „Ристе Ристески Ричко“ – Прилеп започнаа со практична настава во Витаминка како дел од програмата за дуално стручно образование. Наставата ја започнаа 5 ученици од втора година, запишани на насоката Техничар за индустриска мехатроника и се одвива еднаш неделно во времетраење од 4 часа, кога учениците директно се запознаваат со организацијата, производните процеси и техничките аспекти на работењето на Витаминка. Учениците се под менторство на двајца вработени во Витаминка кои за оваа цел посетуваа Обука за обучувачи во компанијата Ada International и се стекнаа со сертификат од Делегацијата на германското стопанство. Во наредниот период, во текот на одвивањето на програмата, бројот на ментори ќе биде дополнително зголемен. Планот е, после завршувањето на вонредните околности, бројот на часови на практична обука во компанијата да расте, така што во понапредните образовни години да достигне до 16 часа на неделно ниво. Во текот на практичната настава, на петте ученици детално им се објаснуваат процесот на производство, хиерархискиот распоред, редот и дисциплината во рамките на фабриката, а исто така, уште на самиот



старт, учениците поминаа задолжителна обука за безбедност и здравје при работа. Идејата на оваа програма е со ангажманот во рамките на фабриката, учениците да се стекнат со практични вештини уште за време на нивното формално образование, подобро да ја разберат структурата која ја избрале и да се подготват за пазарот на трудот веднаш по завршувањето на образованието.

На истата програма – техничар за индустриска мехатроника, веќе во прва година е запишана и нова група ученици, кои по истиот принцип, со почеток од втората година, ќе започнат да доаѓаат на практична обука во Витаминка.

Проектот дуално образование кој се спроведува во Витаминка е според германски модел, а има за цел да ѝ помогне на македонската економија преку пренесување позитивни искуства од германските компании. Координатор на проектот е Делегацијата на германското стопанство во Македонија. Суштината на овој систем е комбинирање на содржините кои се предаваат на училиште со практична обука во компанија. Со тоа на компаниите им се овозможува да вработат квалификувани работници со соодветни вештини, а учениците се обучувани од сертифицирани ментори од компаниите во простории за обуки каде се симулираат вистински работни околности. На овој начин младите се стекнуваат со практични знаења, работно искуство и на крајот со завршување на програмата и диплома за завршено средно стручно образование и сертификат од Делегацијата на германското стопанство во Македонија. Заради успешноста на системот на дуално образование во Германија, искуството на тамошните компании е пренесено и кај нас и сè поголем е бројот на стопански субјекти што се вклучуваат во оваа програма.



Извојуваме

Иднината на одржливото пакување

Може ли она што е добро за бизнисот да биде добро и за планетата? На прв поглед пакувањата за производите се главните негативци во оваа спрега. За потрошувачите е отпад - често како материјал додаден без причина. Се доживува како нешто без вредност и штетно за надворешната средина. Тоа е отпад и дури и ако се смета дека воопшто има функција, сепак повеќето луѓе се обидуваат да го избегнат.



Кинеското одбивање за увоз на повеќето пластични материјали кои порано ги земале е еден мал показател дека како популација развиваме свесност за загадувањето со пластика. Во овој процес голема улога играат социјалните медиуми. Потрошувачите сега ги забележуваат отпадните материјали во нивната непосредна околина и тоа го сфаќаат како сериозна закана.

Влијанието на глобалната популација врз отпадот

Друг фактор кој треба да се разгледа е динамиката на глобалната човечка популација. Помеѓу 1960 и 2000, светската популација се дуплирала од три милијарди на шест милијарди луѓе. Во моментот планетата ја населуваат 7,7 милијарди луѓе и стапката на пораст е 1,08% годишно (иако оваа стапка опаѓа).

Повеќе од една третина од глобалната популација живее во само две земји - Кина и Индија - и двете се сметаат како „земји во развој“ и генерално имаат пониски приходи. Бидејќи овие популации се зголемуваат и продолжуваат да се развиваат, тие имаат потенцијал да вршат огромно влијание врз количината употребена пластика и отпадот којшто се создава од пластиката.

Потрошувачката е, исто така, јасно поврзана со количината на произведениот отпад по земји, што пак зависи од многу други работи, како што се синцирот за снабдување, културата и справувањето со отпадот. На пример, САД произведува повеќе отпад од која било друга земја во светот. Пресметано е дека еден просечен Американец произведува 2,7 кг. отпад дневно. Тоа е 883 000 тони на ден, или 322 милиони тони годишно.

Сложеноста на влијанието од овој висок степен производство на отпад произлегува од фактот што во САД апетитот за рециклирање не соодветствува со апетитот за консумирање. Пресметано е дека само 16% од отпадот се рециклира, од што околу третина е амбалажа (електрониката и прехранбениот отпад се исто така големи придонесувачи), што значи приближно 741 000 тони отпад одат во депониите секој ден во САД.

Дали едноставно ресурсите се на погрешно место?

Убавината на циркуларната економија е тоа што таа ја препознава вредноста на оние употребени материјали кои ние во моментот ги нарекуваме отпад. Тие може да завршат како друго пакување или да бидат претворени во други корисни артикли. И кај двата начини, целта е да се спречи материјалите да завршат во надворешната средина, во природата.

Но пакувањата на производите имаат своја функција и тоа повеќе: го заштитува и обезбедува производот да е заштитен во синцирот за снабдување. Го заштитува производот и од деградација во синцирот за снабдување. Ја гарантира содржината односно обемот, тежина и маса. И, исто така многу важно, пакувањето информира, го снабдува потрошувачот со информации за производот, што добива; „јаболка“, количина, состав на производот хранлива вредност, алергенси и други важни информации.

Или со практичен пример пакувањето придонесува јаболката да ги добиете незгмечени, да не се скапани, да биде точната количина и да ги знаеме потребните информации за карактеристиките на храната.

Добро пакување обезбедува само една од овие заштити, додека пак ако ги вклучува овие работи, тогаш тоа е соодветно пакување. Замената на пластичните кеси со хартиени едноставно го преместува еколошкиот товар во друг сектор со различен материјал, којшто, исто така носи свои сопствени карактеристики, а за нас проблеми. Така отстранувањето на пакувањето не го отстранува отпадот и промената на пакувањето не го отстранува отпадот; тоа едноставно го става влијанието од производот во синцирот за снабдување на друго место.

Има многу работи кои треба да се разгледаат кај пакувањето - обликот, големината, форматот, материјалите и сите зависат од потребите на производот и од она што е на располагање. На пример, очекувањата за конзервираните домати, како основен продукт во многу домаќинства, е да тие бидат во конзерви. Меѓутоа, тие можат да се направат и во тетрапак, или повеќе-слојни ламинатни аспетички пакувања. Ако го споредиме тетрапак пакувањето со конвенционалните конзерви, тоа е повеќе од двојно поефикасно; пример, на една палета може да се стават 110% повеќе тетрапак пакувања отколку конзерви. Но, тетрапак пакувањата не се рециклираат како металните конзерви. Јасно е дека е ова проблем за циркуларната економија.

И има стотици, ако не и илјадници производни линии поставени да пакуваат домати во метални конзерви. Дали треба да се исфрли сета оваа прикладно направена опрема и да се инсталира нова машинерија, само за да се максимизира ефикасноста на палетите? Оваа опрема компаниите често ја отплаќаат по 10 или 15 години, со значителни дополнителни инвестирања ако се потребни некои измени. Трошок за кој повеќето постоечки компании за пакување можеби не се способни да го апсорбираат.

Но, пакувачката индустрија започна со дејствување уште пред да почне да се справува со проблемот и тој да стане голем, и би можела да го направи истото повторно. Примерот е со лименките со пијалаци. Сите се секаваме на прстенот за отргнување, кога целосно се одвојуваше и тоа беше комплетно погрешно. Производителите на алуминиумски и челични конзерви го редизајнираа отворањето на конзервата за прстенот за тргање да остане. Ова бараше индустријата да се здружи и да создаде стандардизиран пристап кој би можел да се прифати и имплементира насекаде.

Индустриите за пластични шишиња и капачиња имаат сличен проблем сега, посебно затоа што капачињата се најчесто присутен артикл на плажите и во водотоците.

Рedefинирање на оддржливоста за во иднина

Потрошувачите се повеќе стануваат свесни за екологизацијата. Но, како навистина да го разграничимо доброто од лошото, корисното од непотребното, неопходното од допадливото? Нема матрици за одржливост, нити метрика, со кои би ги процениле производите или компаниите за нивната одржливост. Компаниите зборуваат за користење океанска пластика за нивното пакување, или за одржлива хартија, или за целосно отстранување на примарната амбалажа, но како можеме да знаеме? Дали пластиката е добра или лоша? Дали е хартијата навистина поодржлива? Дали отстранувањето на пакувањето значи дека можеме да го спасиме светот? А што е со прехранбениот отпад? Ние исфрламе 30% од сета храна која ја произведуваме, дали тоа не е поважно?

И што е со оние организации кои иновираат, создаваат нови парадигми, менувајќи ги нашите очекувања за тоа што материјалите можат да направат? Како тие ги воспоставуваат нивните квалификации во ова општество на пост-вистина?

Легитимизацијата на бизнис практиките и проценката на изведбата, е нешто каде стандардите треба да дојдат. Компаниите кои ги препознаваат тие стандарди имаат улога во демонстрирањето на работата која ја прават за решавање на проблемите со кои се соочуваат нивните индустрии, како и нивната надворешна средина, и кои им ја покажуваат на потрошувачите нивната долгорочна определба за еколошка одговорност и одржливост.

Од нас за заедницата...

ДОНАЦИИ ОД ВИТАМИНКА ЗА ЗДРАВСТВЕНИТЕ УСТАНОВИ И ЗА ЗДРАВСТВЕНИТЕ РАБОТНИЦИ

Како дел од нашата општествена одговорност кон заедницата на која и самите припаѓаме и соодветно на нашата определба постојано да ги следиме состојбите околу нас и да помагаме каде е најпотребно, реализираме донации во две здравствени установи. Целта на донациите е да се помогне и да се подобрат условите во прилепските здравствени установи за нивната грижа за пациентите да биде поефективна. За ЈЗУ Општа болница Борка Талески Прилеп донирани се парични средства наменети за инсталирање на Систем за централни гасови односно за довод на кислород, што е неопходна негa при третмани на хоспитализирани со Ковид-19.

Во моменти кога се најпотребни, во ЈЗУ Здравствен дом Прилеп донирани се 400 брзи антиген тестови кои го детектираат вирусот Сарс-Ков-2.



Во знак на благодарност за максималната пожртвуваност и посветеноста на борбата против Ковид-19 пандемијата, Витаминка испрати донација до здравствените лица и вработените во две здравствени установи во земјава. Донирани се пакети производи од компанијата за сите 255 вработени на Инфективната клиника во Скопје а исто таква донација е доставена и за 36 вработени на Инфективното одделение во прилепската болница. Во пресрет на Велигденските празници, Витаминка донира пакети производи од Витаминка и пакет масло Брилијант за 450 здравствени работници од Инфективна клиника во Скопје, од Инфективна регионална клиника во Штип и за Инфективното одделение од Прилеп. Целта и на оваа донација е да ја искажеме нашата поддршка и благодарност за пожртвуваноста во негата на пациентите и справувањето со пандемичната состојба.

Уште една донација беше спроведена заедно со градинката „Светот на колорес“, каде Витаминка донира 200 пакетчиња, исто и дечињата уште 200 пакетчиња преку ХО Св. Спас за децата од ранливи категории за Велигденските празници. Справување со пандемијата на Ковид-19, Витаминка ја продолжува со активен и ангажиран однос, со голема свесност за неопходноста од следење на безбедносните препораки како и апел за почитување на мерките за претпазливост.

Од нас за заедницата...

Помош од **Витаминка** за граѓаните на Хрватска

Со желба да помогне во тешките моменти кога граѓаните на Хрватска подолго време се соочуваат со земјотреси и последиците, Витаминка испрати хуманитарна помош за семејствата од погодените региони. Донацијата се состои во пакети со производи што се потребни и неопходни посебно во овој период. Целата акција, иницирана од Витаминка беше спроведена во координација со Хрватската амбасада, а донираниите производи се доставени до Црвениот Крст на Хрватска во Глина од каде ќе бидат распределени до семејствата и граѓаните што имаат најголема потреба од помош.



Случувања

Маријана Ѓорѓиевска ја однесе **Витаминка** на врвот на Килиманџаро

Младата алпинистка од Прилеп, Маријана Ѓорѓиевска ги искачува највисоките светски врвови. Последен во низата планински врвови, каде ја однесе и Витаминка, е врвот Ухуру на Килиманџаро во Африка, висок 5 895 м.н.в. и се наоѓа во Танзанија.

Како што кажува Маријана, на највисокиот африкански врв еден од седумте на Килиманџаро, врвот Ухуру владее вечен снег што му дава посебна убавина но и ја зголемува моќта на самата планина и природата. А искачувањето пак, на едно вакво ремек дело на природата ја зголемува вредноста на успехот.

Досега Ѓорѓиевска има совладано два од највисоките светски врвови, Елбрус на Кавказ во Русија, а потоа и Аконкагва во Аргентина, Јужна Америка. Нејзините потфати се спој на неверојатна храброст, мотивација, истрајност и посветеност, сите тие вредности што ние како компанија високо ги цениме и ги промовираме преку нашите активности. Затоа, помагањето на Маријана да се искачи на овој врв или за следните нејзини успеси, е гордост за нас. А таа пак, вели дека, искачувањето по планинските џинови може да биде осамено а врвовите се многу осамени места, затоа таа понела некои наши производи меѓу кои Стоби флипс и Цевитана, што ѝ го олесниле патот.





Чоколаден чизкејк во чаша - кремасѝ десертѝ

„Кога се љуби, ништо не е тешко! Со мерак издвојѝе неколку часа за да подготвиѝе нешто извонредно за сиѝе сеѝила и да пренесеѝе тоѝла ѝорака „важен/а си ми“! Пробајѝе го мојоѝ кремасѝ чоколаден чизкејк во чаша, зашѝо чоколадоѝо е зачин кој ја негува љубовѝа и ја ѝоѝсегѝува да ѝрае“ - со љубов раскажува Каѝерина од нашиоѝ ѝим.

„А, во мојов реѝеѝѝ, догадов доза „љубов“ од уѝѝе една омилена состојка во моеѝо семејѝтво, ѝуѝер од кикирики! Пробајѝе да ѝоѝогуваѝе, десертѝов е кремасѝа фантазија! Чоколадниоѝ вкус е омилен на секоѝо и дефиниѝивно ќе ви е малку една ѝорѝија за да го засиѝиѝе слаѝкиоѝ аѝеѝиѝѝ. Состојкиѝе ќе ви ѝи дадам во целоснаѝа доза, а вие одлучеѝе дали сакаѝе да наѝравиѝе 6 чаѝи чизкејк (корисѝев чаѝи од 300 мл) или сакаѝе да наѝравиѝе чизкејк во ѝркалезен калаѝ бр. 18 и да го сечеѝе на 6 ѝарѝиѝа“, догава Каѝерина за реѝеѝиоѝѝ.

Основа:

150 грама бисквиѝи Десѝина инѝеѝрален кекс со овесни снеѝулки
100 грама сѝоѝен ѝуѝер

Слој 1 - чоколаден:

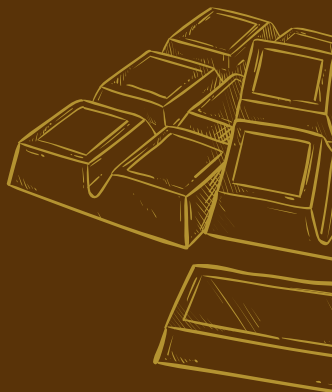
120 грама какао ѝабла за ѝорѝи и колачи од Виѝаминка
200 грама крем сиреѝе
30 грама (1/4 чаѝа) шеќер во ѝрав од Виѝаминка
ѝрѝофаѝ сол
лажиче екѝтракѝ од ванила
60 мл (1/4 чаѝа) слаѝка ѝавлака

Слој 2 - со ѝуѝер од кикирики:

200 грама крем сиреѝе
60 грама (1/2 чаѝа) шеќер во ѝрав од Виѝаминка
1/2 ложиче екѝтракѝ од ванила
90 грама заѝоѝлен ѝуѝер од кикирики
60 мл (1/4 чаѝа) слаѝка ѝавлака

Слој 3 - чоколаден ѝанаш:

130 грама сечкана какао ѝабла за ѝорѝи и колачи од Виѝаминка
110 мл (1/3 чаѝа) слаѝка ѝавлака.



Подготѝовка:

- Бисквиѝиѝе Десѝина сѝавеѝе ѝи во сечко или исиѝнеѝе ѝи со ѝомоѝ на сукало. Поѝоа, сѝавеѝе ѝи во сад и измешајѝе ѝи убаво со ѝреѝходно расѝоѝениоѝ ѝуѝер. Осѝавеѝе 2 до 3 ложичи од смешаѝа за декораѝија, а осѝаѝокоѝо расѝореѝеѝе го ѝоѝеднакво во чаѝиѝе или на дноѝо на калаѝ бр. 18, со обраѝ кој се оѝѝѝранува ако решеѝе да ѝравиѝе чизкејк во форма на ѝорѝа. Сѝавеѝе ѝи чаѝиѝе или калаѝоѝ во замрзнувач, 30 минуѝи.
- За ѝрвоѝоѝ, чоколаден слој, сѝоѝеѝе ја какао ѝаблаѝа за ѝорѝи и колачи на ѝареа и осѝавеѝе неколку минуѝи да се излази. Во сад сѝавеѝе го крем сиреѝеѝо и измаѝеѝе го со миксер заедно со шеќероѝ во ѝрав. Додајѝе ѝрѝофаѝ сол, ѝа екѝтракѝоѝ од ванила и сѝоѝенаѝа какао ѝабла и измешајѝе со ѝѝаѝула. На крај, измаѝеѝе ја слаѝкаѝа ѝавлака, со миксер додека се формирааѝ „врвови“ или ѝраѝи. Додајѝе ја во чоколаднаѝа смеша, измешајѝе со ѝѝаѝулаѝа, ѝа расѝореѝеѝе ја смешаѝа врз основаѝа. Или ако како и јас, сакаѝе да добиеѝе ѝоинѝересен изглед, сѝавеѝе го ѝрво чоколадниоѝ слој, ѝа ѝо 30 минуѝи во замрзнувач и слојоѝ од слаѝкаѝа ѝавлака одделно. Како и да одлучиѝе, измеѓу секој слој, сѝавајѝе ѝи чаѝиѝе или калаѝоѝ во замрзнувач 30 минуѝи до 1 час.
- За вѝорѝиоѝ слој, со ѝуѝер од кикирики, во сад сѝавеѝе го крем сиреѝеѝо и измаѝеѝе го со миксер заедно со шеќероѝ во ѝрав и екѝтракѝоѝ од ванила. Во друѝ сад, заѝоѝлеѝе го ѝуѝероѝ од кикирики, за ѝоѝбро да се расѝреѝели во смешаѝа и измешајѝе. Измаѝеѝе ја слаѝкаѝа ѝавлака, со миксер додека се формирааѝ „врвови“ или ѝраѝи. Додајѝе ја во садоѝ со крем сиреѝеѝо и измешајѝе со ѝѝаѝула, ѝа расѝореѝеѝе ја смешаѝа врз чоколадниоѝ слој. Сѝавеѝе ѝи чаѝиѝе или калаѝоѝ во замрзнувач, 30 минуѝи до 1 час.
- Најѝорниоѝ слој е чоколаден ѝанаш. Какао ѝаблаѝа исечкајѝе ја, а слаѝкаѝа ѝавлака заѝрејѝе ја на ѝивок оѝан и не дозволувајѝе да зоврие. Измешајѝе убаво и оѝкако смешаѝа ќе се соедини, осѝавеѝе да одмори 3 минуѝи. Убаво расѝреѝелеѝе ја ѝо ѝовршинаѝа на калаѝоѝ или рамномерно во секоја чаѝа. Наросеѝе од ѝреѝходно осѝавениѝе Десѝина бисквиѝи со ѝуѝер од основаѝа. Сѝавеѝе ѝи чаѝиѝе или калаѝоѝ во замрзнувач, 30 минуѝи до 1 час.
- На крај, декорирајѝе со ѝомоѝ на ѝѝриѝ или ѝо желба со измаѝена кремасѝа слаѝка ѝавлака и чоколадни срѝа. Чоколадниѝе срѝа наѝравиѝе ѝи од сѝоѝена какао ѝабла, која сѝе осѝавиле 2 до 3 минуѝи да се лази, а ѝоѝоа сѝавеѝе во најлонска ќеса, исечеѝе мал оѝѝвор и наѝрѝајѝе срѝа врз харѝија за ѝечеѝе. Осѝавеѝе ѝи барем 30 минуѝи да се заѝврѝѝаѝ и уживајѝе во декораѝијаѝа и моменѝоѝ!



ТИКАРАМ, АНАТЕМА, КИП, ЛЕХ, ПОЛЕМИКА, ДИНАРИ, ЕС, МРДАЈА, ТАНИН, ТАКСА, ЛАМБЕВСКА, АКТИВБОНБОНИ, АЦ, РАИ, КАРТАЛ, КЕНИ, Т, ТРАСИ, СЕМИР, Ј, ЕЗОП, КИТАРИ, ОРА, МАРАМИ, ОДОРАТА, ЕП, ЛИЈАНА, СКИТИ, ЛИТЕРАТИ, ОАСКОП, КРОЦЕ, АКОРДИ, МО, ОКА, ЈЕНУФА, ОЛИН, ВАЛЕ, ДАМИР ИМЕРИ, С, ЕЛВИС, КАТАРКИ, ИМАНИТЕ.



Soft Cake

Frutti

