

MARINKO DOŠEN

Iz pogona u Solinu izrasla je Grupa AD Plastik koja posjeduje dvije tvornice u Hrvatskoj, dvije u Rusiji, jednu u Srbiji te jednu u Rumunjskoj

Foto: Dražen Lapić



24.

POSLOVNA SCENA

SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE

Prehrambena industrija prepoznala kanal HoReCa

Braća Pivac ušla su u hotelijerstvo jer im je to novi kanal za prodaju mesa, a i bračka Sardina okreće se lancu HoReCa. Na turističkoj potražnji izrastaju i novi biznisi poput Uja, proizvođača i prerađivača maslina, te proizvođača sladoleda Premisa ➔

GLAVNI AKTERI



JOSIP MILAVIĆ
STUDENAC

Lokalni trgovac, poput Tommyja u Splitu, s 1,4 milijuna prihoda najveća je tvrtka u županiji.

IVICA PIVAC
BRAČA PIVAC

Najveća mesna industrija na području županije i najveći proizvođač pršuta uskoro će ulagati u nove pogone.



NIKŠA DRAGIČEVIĆ
NIRD I RIBOLA

Proizvođač igračaka, odjeće i tekstila za domaćinstvo ujedno je vlasnik maloprodajnog lanca Ribola.

TRPIMIR RENIĆ
CEMEX HRVATSKA

Tvrtka iz Kaštel Sućurca izvozi 70 posto proizvodnje cementa, betona, drobljenog i prirodno-ga šljunka, tzv. agregata.



MISLAV BEZMALINOVIĆ
SARDINA

Lider na hrvatskom tržištu prerade ribe povećava izvoz s 80 na 90 posto, a počeo je proizvoditi i za lanac HoReCa.

pišu **SERGEJ ABRAMOV** i **KATA PRANIĆ**
lider@lider.media

U

neujednačenoj urbanističkoj vizuri, blago rečeno u kreativnom kaosu, na svakom koraku uz Jadransku magistralu u Splitsko-dalmatinskoj županiji nekakav je objekt vezan uz turizam:

katkad je to kuća s apartmanima, obiteljski hotelčić, trgovina, restoran, pekarnica ili kamp, a u boljim slučajevima hotel s četiri do pet zvjezdica ili marina. Turizam stalno raste te zahvaljujući obali i otocima ima golem potencijal, što prepoznaju i poduzetnici u županiji. Primjerice, vrgoračka braća Pivac ušla su u hotelijerstvo, bračka Sardina okreće se lancu HoReCa, a na turističkoj potražnji izrastaju i novi biznisi s dobrom perspektivom, poput Uja, proizvođača maslinova ulja i delikatesnih proizvoda, te Premisa, drugoga najvećeg proizvođača sladoleda u Hrvatskoj. Ne iznenađuje zato da županijskom ekonomijom vlada prerađivačka industrija koja je s trgovinom i građevinarstvom lani ostvarila više 70 posto od ukupnoga prihoda svih županijskih tvrtki i k tome je najveći izvoznik i ulagač; u posljednjih pet godina u ukupnim ulaganjima u županiji sudjeluje s 25 posto. Ta su tri sektora i najveći ulagači s više od pola svih investicija, turizam je četvrti.

Izvoz AD Plastika Uvjerljivo najveći izvoznik i najperspektivnija velika županijska tvrtka jest AD Plastik iz Solina. Taj najveći hrvatski

proizvođač plastičnih dijelova za automobilsku industriju nastao je 1992. izdvajanjem iz bivše Jugoplastike i razvio se u tvrtku koja zapošljava 2150 ljudi u Hrvatskoj i svojim tvornicama u inozemstvu. U Hrvatskoj Grupa AD Plastik u Solinu i Zagrebu zapošljava 1200 radnika, dvjestotinjak ih je u tvornici u Srbiji, a ostatak je u dvije tvornice u Rusiji. Također ima 'joint venture' tvrtku Euro APS u Rumunjskoj koja ostvaruje 816 milijuna kuna prihoda i zapošljava 579 ljudi. U protekle četiri godine uložio je više od 350 milijuna kuna, pri čemu se posebno ističe ulaganje u projekt Edison i otvaranje nove robotizirane lakirnice u Zagrebu.

– Budući da nemamo automobilsku industriju, AD Plastik iz Hrvatske izvozi sto posto svojih proizvoda. Iz tvornica u Hrvatskoj i Srbiji izvozimo uglavnom na tržišta EU i Srbije, što je gotovo 75 posto naših prihoda, te manjim dijelom čak u Argentinu, Brazil, Meksiko i SAD. U svojim ruskim tvornicama pak uglavnom proizvodimo za rusko tržište – ističe **Marinko Došen**, predsjednik Uprave AD Plastika.

Tvrtka je u 2016. povećala neto dobit za 4,1 posto, a povećala je i EBITDA za 15,7 posto unatoč padu pri-

hoda od 8,6 posto, pa EBITDA marža za 2016. iznosi 14,1 posto. Pad prihoda u tvrtki su objasnili kao posljedicu kretanja tečaja na ruskom i hrvatskom tržištu. Došen ističe da su u protekloj godini ugovorili nekoliko važnih novih poslova čija je ukupna vrijednost veća od 20 milijuna kuna.

– To su ugovori za Maserati, Fiat, Volkswagen, Renault Clio i Ford kojima je proširen portfelj kupaca i proizvoda te ponuda. Usredotočili smo se na razvoj proizvoda s većim strateškim potencijalom. U protekloj godini isplaćena je i rekordna dividenda, što upućuje na pozitivne novčane tokove i dobru likvidnost. Sve to pridonijelo je rastu cijene naše dionice u 2016. za 40,2 posto – kaže Došen i dodaje da tvrtke AD Plastika u Rusiji nisu iskoristile puni proizvodni kapacitet zbog tamošnjih gospodarskih uvjeta i tečaja rublja te da prodaja još nije stabilizirana.

S obzirom na okolnosti u kojima posluju na ruskom tržištu u tvrtki su zadovoljni rezultatima u prošloj godini, a ove godine očekuju rast.

AD Plastik daljnji rast planira otvaranjem novih tržišta, proširivanjem portfelja kupaca i akvizicijama. Nепrestano stražuje tržišta Mađarske, Slovačke, Češke te ona izvan Europske unije.

Premda je omiški maloprodajni lanac Studenac s 1,4 milijarde kuna prihoda najjača tvrtka u županiji, internacionalna priroda AD Plastika i zahtjevni klijenti iz autoindustrije pozicioniraju ga u vrh poslovne scene. O kakvom je biznisu riječ, dobro ilustriraju informacije koje smo dobili u pogonu AD Plastika. Prema riječima zaposlenika, kamioni s njihovim dijelovima u tvornice automobila moraju stići bez kašnjenja jer jedna minuta pra-

znog hoda tvornice stoji 10 tisuća eura. Pomaže što je ulaskom Hrvatske u Europsku uniju olakšan prolaz preko granica, ali, svejedno, ne valja se igrati.

Ribolin rast Osim Studenca od maloprodajnih lanaca važni su još Građa i Ribola, koja je od 2011. narasla od 150 na 380 milijuna kuna prihoda i zapošljava 420 ljudi te je sa svojim suvlasnikom Nirdom, kaštelanskim proizvođačem igračaka i tekstila obitelji **Dragičević** (536 milijuna prihoda i 627 zaposlenih), ozbiljan poslovni sustav. Odlično posluje još jedan izvoznik, Ameropa žitni terminal iz Vranjica, tvrtka koja se bavi skladištenjem i prodajom poljoprivrednih proizvoda te ima silose po cijeloj Hrvatskoj. Napreduje i tekstilna industrija čiji županijski lider Galeb iz Omiša izvozi oko 30 posto proizvodnje. Njegovoj pozitivnoj bilanci pridonosi i poslovanje s državom, odnosno ministarstvima unutarnjih poslova i obrane. Galeb se također okreće turizmu, ulaže u kampiranje.

Prošla je godina za Cemex iz Kaštel Sućurca, koji proizvodi cement, beton i šljunak, izvozi 70 posto proizvodnje te zapošljava 455 ljudi, bila izazovna zbog pada

AD PLASTIK
Ugovori
zaključeni prošle
godine s novim
naručiteljima
– Maseratijem,
Fiatom,
Volkswagenom,
Renaultom i
Fordom – vrijede
više od
20 milijuna kuna



360
prodavaonica

2376
zaposlenih

STUDENAC

www.studenac.hr



CERTIFIKAT
POSLODAVAC
PARTNER

Certifikat Poslodavac Partner dodjeljuje se organizacijama koje, bez obzira na veličinu i eksponiranost u javnosti, zadovoljavaju standarde kvalitete u upravljanju ljudskim resursima.

Čestitamo novim dobitnicima certifikata Poslodavac Partner!



HRVATSKA POŠTANSKA BANKA

„Certifikat Poslodavac Partner je znak opredjeljenja Banke kao poslodavca spremnog kontinuirano unaprjeđivati procese upravljanja ljudima i njegovati partnerski odnos sa zaposlenicima. Postigli smo izniman napredak u stvaranju poticajnog radnog okruženja i pružanju prilike za razvoj karijere unutar Banke. Posebno smo osnažili usavršavanje i razvoj zaposlenika te upravljanje učinkom, motiviranje i nagrađivanje. Osim poboljšanju poslovnih procesa, ovaj Certifikat značajno doprinosi privlačenju kvalitetnih vanjskih kandidata, ali i dodatnom motiviranju naših zaposlenika.“

Ivana Kovačić

direktorica Ureda za upravljanje ljudskim resursom Hrvatske poštanske banke



„Izuzetno smo zadovoljni i ponosni što smo postali nositelj certifikata Poslodavac Partner. Kao kompanija koja je posvećena konstantnom unaprjeđenju uvjeta rada za naše zaposlenike i koja se na tržištu rada u Hrvatskoj želi nametnuti kao poslodavac prvog izbora, ovaj smo Certifikat prepoznali kao priliku da temeljem sveobuhvatne i duboke analize dobijemo potvrdu od neovisne institucije da su naši procesi u upravljanju ljudskim resursima usklađeni s priznatim standardima i da pripadamo odabranom broju poslodavaca u Hrvatskoj koji s pažnjom brinu o svojim zaposlenicima.“

Miroslav Orešković

član Uprave za financije i administraciju Kauflanda Hrvatska

Ostali nositelji certifikata Poslodavac Partner:



Dodjeljuje: **SELECTIO**

Generalni pokrovitelj: **MojPosao**

www.poslodavacpartner.org

Medijski pokrovitelj: **LIDER**

GLAVNI AKTERI

STJEPAN PEZO

GALEB

Tekstilna industrija iz Omiša preživjela je sve krize, izvozi 30-ak posto proizvodnje, ima vlastiti brend, a bavi se i turizmom – kampiranjem.

LADA JURIŠIĆ

AMEROPA ŽITNI TERMINAL

Tvrtka iz Vranjica od 2012. u švicarskom je vlasništvu i bavi se skladištenjem i prodajom poljoprivrednih proizvoda.

ONI KOJI DOLAZE

IVICA BABIĆ

VOŠTANE

U pogonima u Voštanama i Čaporicama proizvodi se 70.000 pršuta na godinu. Iduće dvije godine dižu kapacitet ulaganjem od 2,5 milijuna eura.



ZORAN PREMERU

PREMIS

Tvrtka iz Makarske drugi je najveći proizvođač sladoleda u Hrvatskoj, a priprema i proizvodnju bioorganskih i veganskih sladoleda.

➔ cijena i količina na svim tržištima i znatna rasta cijene energenata, što je donijelo 34 posto manji operativni rezultat nego 2015. – Prošla je godina bila obilježena i očekivanjem promjene vlasnika koja je najavljena još 2015. godine. Naš vlasnik Cemex najavio je prodaju poslovanja u Hrvatskoj, uključujući imovinu u BiH, Crnoj Gori i Srbiji, tvrtki Duna-Drava cement u suvlasništvu njemačkih tvrtki. Zbog regulatornih postupaka Europske komisije koji još traju preuzimanje nije završeno – kaže **Trpimir Renić**, predsjednik Uprave Cemexa Hrvatske, koji 2017. ipak očekuje rast zbog 100 milijuna kuna investicija u protekle tri godine.

Sardina i Pivac love turiste Zbog manjeg izvoza tune, smanjenih ulovnih kvota i jakoga kunskog tečaja slične probleme ima Sardina iz Postira na Braču. Iako izvozi čak 80 posto proizvodnje, prihodi su joj pali sa 199 milijuna kuna u 2015. na 152 milijuna kuna u 2016. – Ipak, u odnosu na pad prihoda imamo vrlo visok postotak dobiti nakon oporezivanja od 11 milijuna kuna, tako dokazujemo da smo lider u hrvatskom ribarstvu – ističe **Mislav Bezmalinović**, predsjednik Uprave. Sardina je uložila 200 milijuna kuna, što je najveća investicija na otoke i općenito u ribarstvo u Hrvatskoj; tako je omogućena tehnološki najnaprednija proizvodnja prilagođena svim certificiranjima. Danas

ima 321 zaposlenika, deset više nego prethodne godine, i cilj joj je povećati izvoz na 90 posto.

– Ove godine očekujemo vrlo dobro poslovanje, a osim Sardinine osnovne djelatnosti počinjemo razvijati i proizvodnju za lanac HoReCa, stoga ćemo poslovanje ubuduće prilagoditi i tom tržištu – ističe Bezmalinović, bivši vaterpolist koji svakodnevno iz Splita plovi na Brač na posao i za taj mu put u idealnim uvjetima treba oko jedan sat, bez gužve u splitskoj i supetarskoj luci.

Kako promet u Splitsko-dalmatinskoj županiji mora izgledati ljeti? Putovanje poput Bezmalinovićevo lako se može otegnuti još jedan sat, što vrijedi i za vožnju po Jadranskoj magistrali. Autocesta u toj županiji ljeti ipak i turiste, i domaće, i gospodarstvenike spašava od prometnih gužvi premda je u zimskim danima, kako smo se sami mogli uvjeriti, pusta, pomalo i sablasna.

Vrgorac je sâm po sebi pošteđen gužvi, ali zbog autoceste znatno je bliže gospodarskom središtu županije nego prije. To sigurno olakšava život i vrgoračkoj Mesnoj industriji Braća Pivac koja je ostvarila čak 1,3 milijarde kuna prihoda. Pivci sve jače ulaze u hotelski biznis. Imaju znatan udjel u Hotelima Makarska, a kupili su i makarske hotele Miramare i Biokovo te hotel Petka u dubrovačkoj luci Gruž otvorivši tako vrata svojim pro-

TURIZAM ŽUPANIJSKO ŠARENILO ČEKA PRAVI RAZVOJ

Posljednjih nekoliko godina turizam je sve više 'in' u županiji. Rekordni se bilježe na otocima Braču i Hvaru te makarskoj rivijeri, a obiteljski hoteli i već poznati apartmani karakteristični su za taj kraj. I dandanas ćete prolazeći magistralom naići na famozne natpise 'Zimmer frei' ili 'pokoje', u zaleđu ćete naći i kuće za odmor po uzoru na istarske stanice, ali u odnosu na dubrovačko područje srednjodalmatinsko je šarenilo neugledno, maloga gospo-

darskog obujma te se čini da tek čeka pravi razvoj. Na tom području nekoliko je hotelskih tvrtki koje su 2015. bile među 15 njih s najvećom iskazanom dobiti prije oporezivanja i s najviše prihoda ostvarenih od prodaje u inozemstvu. Sve te hotelske tvrtke, izuzev Sunčanog Hvara d.d. s Hvara, u domaćem su vlasništvu. Najmanja među njima, Hoteli Jadran d.d. iz Gradca, do 2014. poslovala je s gubitkom, ali prethodne godine prihodi su joj se naglo povećali. Hoteli Brela d.d. uprihodili su 2015. više od 100

milijuna kuna, s dobiti većom od 17 milijuna kuna. Zlatnu kunu u kategoriji velikih trgovačkih društava 2016. dobila je tvrtka Hoteli Zlatni rat d.d. Bol koja je ostvarila prihod veći od 100 milijuna kuna, a najveći prihod prethodne godine imao je Sunčani Hvar d.d., više od 234 milijuna kuna. Među tvrtkama koje su ostvarile najviše prihoda od prodaje u inozemstvu u 2015. jesu Hoteli Tučepi d.d., čiji je prihod 2015. bio više od 100 milijuna kuna, a neto dobit oko 11 milijuna kuna, te Hoteli Brela.

MILIVOJ DRAGOŠEVIĆ

PUREX

Proizvodi meso peradi uzgojene bez hrane s GMO-om. Planira proširiti proizvodne kapacitete i kompletno proizvoditi hranu za životinje.

IVAN ŠIMIĆ

POVRATAK

Inovator iz Makarske proizvodi sol inovativnim postupkom u vjetrosolani i namjerava graditi mrežu turističkih solana duž jadranske obale.

LEOPOLD BOTTERI

UJE

Od tvrtke zamišljene kao osigurač za brački brend maslinova ulja Brachia stvorio je lanac tvrtki koje maslinarske proizvode prodaju u zrakoplovima.



izvodima u turističkome prodajnom kanalu. Okreću se i drugoj vrsti prehrane. Upornim kupovanjem dionica došli su do 22,5 posto udjela u Krašu i postali najveći dioničar toga konditora.

Meso peradi bez dodataka Neki manji proizvođači mesa poput Purexa **Milivoja Dragoševića** zanimljivi su zbog odvažna poslovnog modela. Purex proizvodi 150 tisuća purana i 350 tisuća pilića na godinu bez ikakvih umjetnih dodataka.

– Imamo integrirani sustav proizvodnje i tvornicu stočne hrane. Ne rabimo aditive i štetne sastojke koji na kraju smanjuju kvalitetu proizvoda iako povećavaju produktivnost. Mogli bismo i u ovom trenutku smanjiti trošak proizvodnje na kilogram prirasta, ali radili bismo nauštrb kvalitete, što ne želimo. Koristimo se najvišom klasom komponenata za hranu, žitaricama bez GMO-a, i ne rabimo nikakve stimulatore rasta – kaže nam Dragošević čiji Purex posljednjih godina održava stabilnost na približno 40 milijuna kuna prihoda.

Purex u Hrvacama i na farmama na sinjskom i triljskom području zapošljava više od 160 ljudi. Bez obzira na to što puritanski pristup uzgoju produljuje proizvodnju, Dragošević je zadovoljan tvrtkinim radom jer se sve što proizvede proda u Hrvatskoj, i to većinom u vlastitome maloprodajnom lancu.

– U prodajnim centrima teško možemo predstaviti svoje vrijednosti, što je bio ključni razlog zbog kojega smo se okrenuli vlastitoj maloprodaji u kojoj upravljamo spredstavljanjem proizvoda i kadrom koji ga predstavlja te uspijevamo održati potražnju unatoč višim cijenama svojeg mesa – kaže Dragošević koji u idućih pet godina namjerava uložiti još tri milijuna eura u Purex.

Neobična priča prehrambeno-prerađivačke industrije rodila se na Braču i u – Slobodnoj Dalmaciji. Bivši novinar **Leopold Botteri**, koji je potkraj novinarske karijere uređivao časopis Maslina, odlučio se udružiti u zadrugu s bračkim maslinarima. Da se osiguraju da posao ne propadne, osnovali su tvrtku Uje. Danas Uje i sestričke tvrtke ostvaruju oko 35 milijuna kuna prihoda. Proizvode i prodaju razne proizvode od maslina i druge delicije te ih plasiraju u vlastite trgovine uljem, restorane i zrakoplove Croatia Airlinesa. – Od lani se malo više bavimo i izvozom. Uje je zanimljivo postavljena tvrtka s mnogo proizvoda i prodajnih kanala, zato neprestano raste, oko 30 posto na godinu posljednjih sedam godina – kaže Botteri.

Posebno mjesto među prerađivačima hrane u županiji ima Pršut Voštane čiji je vlasnik **Ivica Babić** bio jedan od pionira zaštite pršuta u Europskoj uniji. Babić je posljednje dvije godine smanjio biznis, ali opet priprema zalet i želi ulaganjem u tvornice u Čaporicama i Vošta-

SWOT ANALIZA

SNAGA

- dostupan obrazovani inženjerski kadar
- konsolidirana prehrambena industrija s promišljenim ulaganjima
- odličan položaj za maloprodaju

SLABOSTI

- kratka turistička sezona
- slaba infrastruktura za razvoj poljoprivrede
- malen utjecaj lokalnih vlasti na centre odlučivanja

PRILIKE

- turistički potencijal otoka i primorja
- neiskorišteno sinjsko i vrgoračko polje
- mnoge poslovne zone dobro prometno povezane sa Splitom

PRIJETNJE

- nedostatak kadra za rad u zaleđu
- najvažnija industrija osuđena na inopotražnju
- ovisnost pojedinih središta o jednoj tvrtki

PARTNER PROJEKTA

▶▶ POSLOVNA SCENA 2016./2017. ◀◀

hrvatskajedničazupanija

DESET NAJVEĆIH SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE*

	TVRTKA	PRIHOD		DOBIT		BROJ ZAPOSLENIH	
		2015. (mil. kn)	PROMJENA	2015. (mil. kn)	PROMJENA	2015.	PROMJENA
1.	STUDENAC, Omiš	1411,29	12,4%	74,49	25,7%	2.189	9,1%
2.	MESNA INDUSTRIJA BRAĆA PIVAC d.o.o., Vrgorac**	1364,34	8,6%	102,58	5,9%	1.094	28,7%
3.	AD PLASTIK d.d., Solin**	1197,34	22,0%	46,22	840,1%	3.104	-2,3%
4.	CEMEX HRVATSKA d.d., Kaštel Sućurac**	937,76	9,4%	63,66	30,0%	505	0,6%
5.	AMEROPA ŽITNI TERMINAL d.o.o., Solin	774,82	30,0%	14,74	193,6%	60	9,1%
6.	NIRD d.o.o., Kaštel Lukšić**	536,21	11,5%	89,49	26,6%	627	-1,7%
7.	BRODOTROGIR d.d., Trogir**	421,85	25,4%	41,65	538,0%	983	-11,8%
8.	GRABA d.d., Solin	411,46	-0,6%	11,60	134,7%	443	1,4%
9.	MUCIĆ&CO d.o.o., Dugopolje**	383,36	26,9%	-24,24	***	132	10,9%
10.	RIBOLA d.o.o., Kaštel Lukšić	379,37	8,4%	17,53	19,8%	422	-2,3%

* na popisu nema tvrtki sa sjedištem u Splitu koje smo objavili u sklopu splitske poslovne scene prošloga tjedna ** konsolidirani rezultati grupe *** iz dobiti u gubitak

Izvor: Bisnode

➔ nama znatno povećati kapacitet. – Radimo za PIK Vrbovec, Konzum, Spar, Ultragross. Hrvatska proizvodi manje od 400 tisuća komada pršuta, a prodaje se 3200 tona, odnosno oko 900 tisuća komada, dakle kapaciteta za širenje ima. Robne marke padaju, brend Dalmatinski pršut raste – govori Babić.

Sladoled za ugostitelje Dobru perspektivu ima i tvrtka obitelji Premeru, Premis iz Makarske, drugi najveći hrvatski proizvođač sladoleda poslije Leda. **Zoran Premeru**, komercijalni direktor, ističe da Premis posluje na području cijele Hrvatske, s tim da im je Dalmacija najveće tržište.

– Naši klijenti većinom su hoteli, restorani i barovi, no radimo i s nekoliko trgovačkih lanaca. Budući da nam je većina posla segment HoReCa, pakiranja proizvoda prilagođena su ugostiteljstvu – kaže Premeru, ističući da je prihod 2016. narastao za devet posto.

Namjeravaju povećati udio u maloprodaji u zdravim veganskim i bioorganskim sladoledima.

Među novim zvijezdama još je jedna makarska tvrtka – Povratak d.o.o. inovatora **Ivana Šimića** koja proi-

zvodi cvijet soli inovativnim postupkom u vjetrosolani u kojoj je proizvodnja soli povećana desetak puta po četvornome metru. Šimić tvrdi da tako proizveden cvijet soli ima dvadeset puta više minerala od klasične morske soli, uz koju proizvodi dijamantnu sol i morsko ulje. Ove godine planira povećati proizvodnju i izvoziti na njemačko tržište, ali i razviti novu industriju soli u Hrvatskoj. Uz to želi uzduž jadranske obale na dvjesto lokacija napraviti turističke solane.

Usmjerenost Splitsko-dalmatinske županije prema turizmu, na koji su se već 'zakvačili' poduzetnici gospodarstvenici iz drugih grana, sasvim je razumljivo. Dodatni je potencijal te županije s čak 55 općina i gradova u 39 poduzetničkih zona kojima zapravo pokušava konkurirati Splitu. Industrijska zona u Čaporicama, primjerice, od Splita je autocestom udaljena dvadesetak minuta. Međutim, od tih 39 zona samo ih je trećina u funkciji, ali njihov potencijal nije potpuno iskorišten, trećina je u visokoj fazi pripreme, a ostale su u planu. Imaju mnogo imovinskih problema, a manjka im infrastrukture i pogodnosti kojima bi privlačile poduzetnike. ■

U SLJEDEĆEM BROJU

Poslovna scena
Dubrovačko-neretvanske
županije

**U inspekciju poslovne scene
Splitsko-dalmatinske županije
Liderova novinarska ekipa otišla je
Hyundai Elantom.**

Za sve kupce novih Hyundaijevih vozila vrijedi
pet godina trostrukog jamstva bez ograničenja kilometraže.

POWERED BY
 **HYUNDAI**



Igor Milas,

predsjednik Uprave Ribole:

Ribola se širi otvaranjem kvartovskih i sezonskih dućana

Od naše 72 trgovine u Dalmaciji deset je sezonskih maloprodajnih objekata, koje otvaramo iz godine u godinu. I dalje postoji potreba za otvaranjem trgovina u turističkim mjestima, a ove ćemo godine otvoriti još dvije sezonske prodavaonice

razgovarao **LUKA FIŠIĆ**

luka.fisic@lider.media

Ribola je osnovana 1992. u Kaštel Kambelovcu, a u tome mjestu otvorena je i prva trgovina mješovitom robom, s osnovnom djelatnošću trgovine na malo u nespecializiranim trgovinama pretežno hranom, pićem i duhanskim proizvodima.

Trinaest godina kasnije Ribola se razvila u malu obiteljsku tvrtku s ukupno devet prodavaonica i 40 zaposlenih. Tvrtku te 2005. godine u cijelosti preuzima Nird i od tada lanac trgovina Ribola bilježi kontinuiran tržišni rast te se širi na području srednje Dalmacije, slijedom čega je dvaput proglašena i 'gazelom hrvatskoga gospodarstva'.

Danas, pak, zapošljava više od 500 djelatnika i posluje u ukupno 72 trgovine na području Dalmacije. Ribola je među 20 najvećih hrvatskih trgovaca robom široke potrošnje, a članica je i grupacije Ultra gros, udruženja hrvatskih trgovačkih kuća. U tvrtki su isto tako ponosni i sponzoriranjem niza lokalnih manifestacija i projekata, čime žele pridonijeti podizanju razine kvalitete življenja u zajednici u kojoj i sami djeluju. O planovima tvrtke, problemima s kojima se nose, kao i suradnjom s lokalnom zajednicom i županijom priča Igor Milas, predsjednik Uprave Ribole.

• Ribola se pozicionirala kao jedan od najpri-sutnijih malotrgovačkih lanaca u Dalmaciji? Što je pridonijelo takvom stanju stvari?

– Presudno je bilo što smo se usmjerili na otvaranje kvartovskih trgovina veličine od 300 do 500 m². Nadalje, tome je uvelike pridonijela i akvizicija Dioninih dućana koji su bili odlično pozicionirani. U tom smjeru planiram i dalje razvijati strategiju i politiku tvrtke.

• Kako se nosite sa sezonalnošću hrvatskog turizma? Za očekivati je da imate znatno više kupaca ljeti nego u ostatku godine.

– Sama činjenica da imamo deset sezonskih maloprodajnih objekata, koje otvaramo iz godine u godinu, govori da je potreba za otvaranjem trgovina u turističkim mjestima i dalje u trendu. Ove ćemo godine otvoriti još dvije sezonske prodavaonice, u Kampu Seget i Marini Kremik. Znatno više kupaca ljeti donosi osigurana radna mjesta našim stalnim sezonskim radnicima.

• A kakva je situacija s radnom snagom? Imate li problema s pronalaženjem radnika tijekom cijele godine?

– Problem s pronalaženjem radnika tijekom cijele godine pojavio se prvi put protekle godine. Bez obzira na broj nezaposlenih, nedostaje nam kvalitetnih trgovaca koji mogu odgovoriti osnovnim zahtjevima trgovačkog zanimanja.

• Planirate li se uskoro širiti? I ako mislite, pojasnite što imate u planu za iduće razdoblje.

– U sljedeća tri mjeseca planiramo otvoriti pet novih trgovina. Dvije trgovine bit će formata A2, a planirana trgovina u Brelima bit će najveća dosad. Ona će biti dijelom specializirana za veleprodaju. Vidimo da još ima prostora za širenje trgovačkih lanaca i širit ćemo se dok god bu-



demo mogli. No s obzirom na to da smo članica grupacije Ultra gros i poštujući to da naše dvije članice pokrivaju područje Šibenika i Zadra, fokusirani smo na srednju i južnu Dalmaciju, uključujući otoke i Zagoru.

• Kako ide plan s otvaranjem vlastite otkupne stanice za voće i povrće i širenjem poslovanja u segmentu veleprodaje?

– Godine 2013. kupili smo moderan logistički centar s hladnjačama, otkupnim centrom voća i povrća te skladišta. Sve navedeno prostire se na 21.000 četvornih metara zatvorenog prostora. Veleprodaja tvrtke Ribola u zadnje vrijeme ima mnogo više kupaca, što je rezultiralo time da smo počeli raditi dodatne akcije i ponude, posebno usmjerene prema kanalima HoReCa. Otvaranje novoga trgovačkog centra u Brelima jamči i razvijeniju veleprodaju na makarskom području.

• Koji su najveći problemi s kojima se susrećete?

– Najveći problemi na koje smo naišli vezani su uglavnom uz ishođenje građevinskih i uporabnih dozvola. No isto iako trebam naglasiti da s lokalnim zajednicama ostvarujemo odličnu suradnju.

• Jeste li zadovoljni odnosom sa Splitsko-dalmatinskom županijom?

– Osim lokalnih zajednica, moram pohvaliti i Županiju i reći da je naša suradnja u ovome trenutku i više nego korektna. Na sve naše zahtjeve iz Županije su uvijek odgovarali u iznimno kratkom vremenu. ■