

Stanić



Rij

Drage kolegice i

Još jedna godina prošla je, a mi smo ono što stvaramo. Godinu smo proveli u partnerstvima koja traju

Na stranicama ovogodišnjeg izvješća predstavljamo inicijativama, brizi za zajednicu i inovacijama. Svi smo ove godine prerasli

Hvala svima koji

Pred nama su

**Želimo
koji n**

A na svakom koraku
svake godine
budućnosti
Sr



NEWS LETTER 2025

Riječ Urednika

Drage kolegice i kolege, partneri i prijatelji,

Još jedna godina polako se zatvara poput knjige čije smo stranice zajedno ispisivali – strpljivo, predano i s vjerom u ono što stvaramo. Godina u kojoj smo još jednom pokazali da je najveća snaga Stanić Grupe u ljudima koji je nose, u partnerstvima koja traju i u viziji koja nas povezuje.

Na stranicama ovogodišnjeg Biltena pronaći ćete priče o našim projektima, obljetnicama, nagradama, humanitarnim inicijativama, brizi za zajednicu i okoliš, ali i o trenucima druženja, zajedništva i pripadnosti i to u opsegu koji ukazuje da smo ove godine prerasli dovratak i crtice počeli urezivati u povijest.

Hvala svima koji su svojim radom i predanošću pridonijeli našim zajedničkim uspjesima.

Pred nama su blagdani – vrijeme u kojem se vraćamo onome bitnom.

Želimo vam mirne dane, dobre misli i novu godinu ispunjenu zdravljem, inspiracijom i toplinom odnosa koji nas povezuju. Jer motivacija nas vodi kroz dan, ali inspiracija kroz život.

A na samom kraju godine, dok se svjetla stišavaju, zastanite na tren, vratite se po onu ljubav, sreću i mir što su vam u svakodnevnoj trci iz džepova poispadali, povucite nekom majicu, leđa da mu ne ozebu, dodajte jastuk, glavu da spusti... budite mali komadić svjetla, podsjetnik da u žurbi dana i vrtlogu vremena ipak dotičemo jedni druge.

Sretno vam SVE!
Vidimo se u dvijedvadesetšestoj.

*Uredništvo
Korporativne komunikacije
Ljudski potencijali
Marketing*



Čestit
Božić
i sretna
Nova godina!



Poštovani zaposlenici Stanić Grupacije, drage kolegice i kolege



Još jedna godina je iza nas — godina u kojoj smo zajedno ostvarili velike projekte, potvrdili svoju snagu, ustrajnost i znanje te još jednom pokazali zašto je **Stanić Grupa jedna od najstabilnijih i najuspješnijih poslovnih grupacija u regiji.**

Postigli smo **napredak u svim ključnim segmentima našeg poslovanja:** jačali smo brendove, lansirali nove premium proizvode, uspješno integrirali Bihačku pivovaru, proveli prvo sveobuhvatno izvješće o ugljičnom otisku i napravili veliki iskorak prema održivijem poslovanju.

Ove smo godine ponosno **obilježili i 30 godina suradnje s LG-jem i Heinekenom,** čime smo potvrdili dugoročna partnerstva koja su temelj našeg uspjeha. Jednako smo

ponosni na niz međunarodnih i domaćih nagrada i priznanja — osvojili su ih i naši brendovi i naše kompanije, što je potvrda kvalitete, ulaganja, fokusa i timskog rada.

Snažno smo prisutni u zajednicama u kojima djelujemo: kroz kulturne manifestacije, konferencije, sportske događaje i brojne inicijative koje spajaju ljude i obogaćuju društveni život. Vjerujemo da se odgovoran i velik poslovni sustav ne gradi samo rezultatima, već i doprinosom zajednici.

U svemu ovome **najveća snaga Stanić Grupe su — ljudi.** Posebno me veseli vidjeti koliko naših kolegica i kolega ostaje s nama desetljećima. Ta lojalnost i povjerenje najveća su potvrda da stvaramo radno okruženje u kojem

se osjećate sigurno, cijenjeno i motivirano, o čemu možete više saznati u ovom biltenu kroz riječi naših Jerka i Ivana, ali i Mire i Biserke. Hvala vam na tome, i na svakom trudu uloženom u naš zajednički put.

Pred nama je **godina puna ambicija i izazova.** No uvjeren sam da ćemo, kao i uvijek, nastaviti hrabro, odgovorno i timski, jer kad se u Stanić Grupi udruže znanje, iskustvo i energija — rezultati nikada ne izostanu.

U svoje osobno ime i u ime Uprave želim vam sretne blagdane, puno zdravlja, radosti i trenutaka provedenih s najbližima.

Hvala vam na svemu što ste napravili ove godine — i na svemu što ćemo zajedno ostvariti u onoj koja dolazi.

Vaš Svetlan Stanić



Snaga naše grupacije u brojkama



Ostvarujemo godišnji promet od **preko 500 milijuna EUR.**



Imamo **više od 1.200 zaposlenika.**



Proizvodimo ukupno **preko 100 milijuna litara** raznog pića.



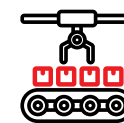
Imamo **preko 300 vlastitih vozila.**



Imamo **4 proizvodna pogona** (bap, jap, pivo, voda).



Poslujemo kroz **13 distributivnih centara i 10 retail outleta** tehničke robe.



Imamo **17 proizvodnih linija** (PET, brik, staklo).



Naša roba dostupna je na **30-ak tržišta.**



Imamo **25 vlastitih i 36 distributivnih brandova.**



Radimo sa **preko 5.000 B2B klijenata** te **25.000 retail & horeca objekata.**

PARALELNI INTERVJU: Jerko Tvrđić (CCO) & Ivan Bacci (CFO)

Kad bi se poslovni svijet opisivao kroz likove, Jerko Tvrđić i Ivan Bacci bili bi dokaz da je u Stanić Grupi moguće početi od početka i izrasti do vrha.



“U svakoj našoj odluci i svakom koraku najviše vrijedi ono što nose ljudi – njihova strast, energija i vjera da zajedno možemo više.”

Obojica su započela svoj put na junior pozicijama, a danas su ključni ljudi Grupacije – Jerko kao CCO, Ivan kao CFO.

Zajedno, čine dinamičan dvojac koji svakodnevno balansira između tržišnih izazova i financijske realnosti. Njihova priča nije samo o brojkama i planovima, nego i o upornosti, učenju iz iskustva i zdravom humoru.

U ovom razgovoru otkrivaju kako su doživjeli 2025., što ih je najviše inspiriralo, a što iznenadilo – i zašto ponekad najbolji poslovni plan počinje uz kavu, a ne u tablici.

Ali, da ih prvo kratko predstavimo:

Jerko Tvrđić – Chief Commercial Officer (CCO)

Jerko Tvrđić svoju je karijeru gradio u prodaji, marketingu i upravljanju brendovima, kroz koje je razvio duboko razumijevanje tržišta, potrošača i dinamike FMCG industrije. U Stanić Grupi vodi komercijalnu strategiju, razvoj prodaje i tržišnu egzekuciju, s naglaskom na jačanje brendova i partnerskih odnosa. Poznat je po energiji, terenskom pristupu i fokusiranosti na rezultate, ali i po snažnom uvjerenju da su ljudi najveća vrijednost svakog poslovnog sustava.

Krenimo od početka godine., kad biste 2025. opisali jednom riječju – koja bi to bila i zašto?

Jerko: Nepredvidiva. Nakon impresivnog otvaranja i vrlo ohrabrujućeg H1, sezona ipak nije polučila očekivane rezultate, dok najviše zabrinjava usporavajući trend potrošnje posljednjih nekoliko mjeseci. Stoga su brza prilagodba i hrabre odluke ključne u narednom periodu.

Ivan: Čudna. Krenula je iznimno pozitivno, gotovo rekordno, onda je počela usporavati i stagnirati bez jasnog razloga. Zanimljivo je da je tako ne samo nama, nego i cijelom okruženju i u skoro svim djelatnostima.

Što vas je ove godine najviše

iznenadilo – bilo pozitivno ili negativno?

Jerko: Brzina kojom tržište reagira na promjene. U isto vrijeme izazov i motivacija – tjera nas da budemo još brži, još bolji, još precizniji. Ali, konkretnije – promjenjiva dinamika godine, snažan početak kojeg je pratila stagnacija cijelog tržišta u drugom dijelu godine.

Ivan: Pozitivno - fleksibilniji izvori financiranja, smanjenje EKS i usporavanje inflacije, a negativno slabija ljetna sezona od očekivane.

Postoji li neki trenutak ili projekt na koji ste posebno ponosni?

Jerko: Trenutak sigurno



“Stabilnost nije broj, već osjećaj sigurnog tla pod nogama – temelj na kojem rastu i ljudi i ideje.”

Ivan Bacci – Chief Financial Officer (CFO)

Ivan Bacci dugogodišnji je financijski stručnjak s bogatim iskustvom u vođenju financijskih strategija, investicija, kontrolinga i upravljanja rizicima. U Stanić Grupi odgovoran je za stabilnost, transparentnost i dugoročnu održivost financijskog sustava, uz snažan fokus na procese, efikasnost i odgovorno upravljanje resursima. Prepoznat je po analitičnosti, strukturi i smirenom pristupu donošenju odluka, kao i po jasnoj posvećenosti razvoju timova i budućem rastu Grupacije.

proslava 30 godina suradnje sa Heinekenom, a projekt Lansiranje HERITAGE Pelinkovca. To nije bio samo projekt – to je bila emocija, tradicija i timski rad pretočen u premium proizvod i jasan putokaz prema premiumizaciji portfolija.

Ivan: Cijeli tim je postigao uspjeh kroz nekoliko financijskih restrukturiranja, primjerice PBZ na Maraski i HBOR na Stanić Beveragesu za liniju u Jastrebaru, u ovom trenutku smo u završnoj fazi refinanciranja transakcije Sole i Zale u Sloveniji, pa bi to ipak stavio na prvo mjesto.

Sada se malo osvrnimo na vaš vlastiti put unutar Stanić

Grupe.

Obojica ste započeli na junior pozicijama daleke 2005/2006. godine. Koji je bio najveći izazov kad ste tek počeli, a što vam je najviše pomoglo da stignete do mjesta na kojem ste danas?

Jerko: U prodaji vam je sve novo: ljudi, ritam, pritisak. Kad sam krenuo sa radom u SG nisam imao ni znanje ni iskustvo, ali imao sam sreću sa kolegicama i kolegama koji su bili uz mene i kao učitelji, a posebno kao podrška. Prilika u Stanić Grupi je bilo jer je biznis dinamično rastao, dalje je bilo na meni, da svojim radom i odnosom prema firmi i kolegama napredujem.

Ivan: Najveći izazov upoznati Grupu (koja je bila puno manja nego danas), uklopiti se, učiti od iskusnijih kolega i mentora. Biti proaktivan, davati prijedloge i ideje, stalno učiti, vjerovati u sebe, vjerovati u svoje znanje i u svoje odluke.

Što vas je kroz godine u Stanić Grupi motiviralo da nastavite rasti i preuzimate sve veće odgovornosti?

Jerko: Ljudi. Kad vidiš koliko talentiranih, vrijednih i strastvenih ljudi imamo – poželji biti bolji radi njih. Na drugom su mjestu sjajni brendovi, kako vlastiti tako i distributivni, užitak je biti dio te priče.

Ivan: Kako je grupa kroz godine rasla, motiv je bio sudjelovati u tome. Osjetiti da se nešto stvara, kreira. Biti dio jedne lijepe poslovne obitelji.

Kakvu biste poruku poslali kolegama koji tek kreću svoj put u Stanić Grupi i sanjaju o vođenju timova ili strateškim ulogama?

Jerko: Budite proaktivni i otvoreni za učenje. Rezultati dolaze onima koji se usude preuzeti inicijativu.

Budite i hrabri. Prodaja nagrađuje one koji vjeruju u sebe. Ali prije svega – budite ljudi vrijedni poštivanja.

Ivan: Da budu proaktivni, vjeruju u sebe, ali najviše puno učenja, da ulažu u sebe, u znanje, učenje o iskusnijih kolega, grade odnose unutar i izvan firme...

Sad dolazimo do 'srži' – tržište, brojke i sve između. CCO: Koji je „tajni sastojak“ uspjeha?

Jerko: Disciplinirana i upornost. Najbolje strategije vrijede samo ako se žive svaki dan, u svakoj regiji i kod svakog kupca. Ja sam iz sportske, košarkaške obitelji (iako se to baš ne bi reklo po mojoj visini) i davno sam naučio da talent i neke urođene predispozicije djeluju samo do jednog nivoa, a ostalo je ipak

vezano prije svega na upornost svakog od nas.

CFO: Koji vam je pokazatelj bio najdraži ove godine?

Ivan: Najdraži su mi svi pokazatelji koji su u zeleno. A kad govorimo o financijskim, najvažniji su oni koji govore koliko grupacija ili pojedinačno firma može operativno generirati novca za podmirenje svojih obveza. Njih ima nekoliko, i svaki je važan na svoj način.

Kad se komercijala i financije 'susretnu na pola puta' – gdje se to obično događa?

Jerko: A joj.. teško pitanje, ali kad smo kolega Bacci i ja u pitanju najčešće se to događa upravo na pola puta od Splita do Zagreba, nekad rano ujutro. Prvi dio puta je, blago rečeno, nerazumijevanje druge strane ili nepomirljive razlike u karakteristikama, ali kako put odmiče sve smo bliže dogovoru.

Ivan: Na marendi.

Obojica: U planovima i analitikama. A istina je – susrećemo se točno na točki gdje se podaci pretvaraju u odluke.

Dogodi li se da vidite stvari drugačije – kako tada dolazite do zajedničke odluke?

Jerko: Razgovor i argumenti. Uvijek tražimo rješenje koje je najbolje za Grupu, ne za pojedini odjel.

Često zamolim Ivana da objasni još jednom, ali jednostavnije.

Ivan: Ja zamolim Jerka da objasni još jednom, ali kraće.

Obojica: Zajedničkom analizom. Kada se sagledaju svi aspekti, odluka obično postane jasna sama od sebe.

Da možete jedan drugom poslati kratku poruku u stilu „memo-a“ – što bi pisalo?

Jerko → Ivanu: „Hvala na strukturi i jasnoći – to prodaji daje sigurnost.“

Ivan → Jerku: „Hvala na energiji i tržišnom instinktu

– to financijama daje smjer. I ne zaboravi - srce je važno, ali dozvoli brojčama da ga malo usmjere.“

Gledajući prema naprijed, što nas čeka u 2026., koje prilike vidite pred Grupom?

Jerko: Daljnje jačanje premium portfolija i povećanje prisutnosti u HoReCa kanalu. Imamo proizvode koji mogu biti prepoznatljivi i izvan regije, tu imamo jako puno prostora za rast u apsolutnom volumenu i udjelima na svim tržištima.

Ivan: Godina će biti vrlo zanimljiva, očekujem nastavak blage inflacije, uz rast minimalnih i ukupnih plaća i dodatno blago rasterećenje kamatnih stopa. Što se Grupe tiče, dosta ovisimo o sezonalnosti, toplom vremenu ljeti i dobroj turističkoj sezoni, ali uz naše nove projekte i stabilizaciju u nabavci sirovina i repromaterijala te ukupno konsolidiranje businessa, možemo očekivati dobre rezultate.

Kad biste morali u jednoj rečenici opisati što će biti "sljedeća velika stvar" u vašim područjima – što bi to bilo?

Jerko: Vidim ogroman potencijal u pretvaranju podataka i analitike u konkretne prodajne odluke koje će nam omogućiti još precizniji i brži nastup na tržištu.

Ivan: Primjena AI alata, uz dovršetak digitalizacije, što sama mogućnosti puno bržeg analiziranja i obrade informacija te u konačnici brže donošenje odluka

Što vas osobno najviše motivira kad razmišljate o novoj godini?

Jerko: Raditi u timu koji ima ambiciju i energiju pobjeđivati, ali raditi pametno, odgovorno i dugoročno – i ostaviti trag.

Ivan: Graditi sustav koji je održiv, jasan i dugoročno snažan, posao ne staje 31.12., sve se

nastavlja dalje.

Sada malo opuštenije – o timu, kulturi i svakodnevnim navikama. Kako izgleda vaš „dobar radni dan“?

Jerko: Početak dana dobrom kavicom je dobar uvod, ali ipak izvještaj prodaje prethodnog dana usmjerava radni dan, poslije je sve moguće.

Ivan: Započet kavom u kuhinji s kolegama i kad dan završi bez iznenađenja.

Kad bi Stanić Grupa bila osoba – kakva bi bila?

Jerko: Ambiciozna, dinamična i srčana.

Ivan: Pouzdana, racionalna i spremna stati iza svojih ljudi.

Na kraju, lagano pitanje: kako najradnije proslavite dobar rezultat – timski ručak, šala u uredu, čaša vina...?

Jerko: Pizza, pivo, smijeh.

Ivan: Čašom vina s timom – ali prvo zatvorim kvartal.

A sad... pet pitanja za brzinsku provjeru – bez kalkulatora i PowerPointa!

Excel ili sastanak uz kavu?

Jerko: kava

Ivan: tablica uz kavu

Ured ili teren?

Jerko: teren

Ivan: ured, iako se puno stvari zna i u hodu riješiti

Plan ili improvizacija?

Jerko: više fleksibilnost nego sama improvizacija

Ivan: plan, u financijama ne bi trebalo biti puno improviziranja

Uspjeh se slavi...

Jerko: zajedno, smijehom

Ivan: bitno da se slavi

Da niste u Stanić Grupi – što biste radili?

Jerko: nemam pojma

Ivan: vjerojatno nešto u IT sektoru.

Soundtrack godine?

Jerko: „Eye of the Tiger“

Ivan: „Money, Money, Money“



Od junior pozicija do ključnih lidera – Jerko i Ivan dokaz su da upornost, učenje i timski duh vode do vrha.

Njihov put pokazuje da su izazovi prilika, brojke alati, a ljudi srce svakog uspjeha. U Stanić Grupi, svaka ideja, trud i smijeh doprinose velikim rezultatima – i oni su živući primjer da je rast moguć svakome tko se usudi učiti i djelovati.

Zajedno već 30 godina — partnerstva koja traju



Godina obilježena važnim obljetnicama podsjetila nas je koliko snagu i vrijednost ima istinsko partnerstvo.

U jedinstvenom ambijentu sarajevske Vijećnice svečano smo proslavili 30 godina suradnje s našim dugogodišnjim partnerima – LG Electronicsom i HEINEKENOM – dvjema globalnim kompanijama koje dijele našu viziju, predanost i vjeru u zajednički rast.

Trideset godina partnerstva s LG-jem obilježilo je razvoj i napredak tržišta te postavilo temelje modernog pristupa tehnologiji u Bosni i Hercegovini.

Na svečanosti su, uz brojne partnere i uzvanike, prisustvovali i predstavnici LG Electronics Europe, predvođeni **DongHyun Kimom, CFO-om LG Electronics Europe**, čime je još jednom potvrđena snaga i strateška važnost našeg tržišta.

U ime domaćina, okupljene su pozdravili **Svetlan Stanić, vlasnik i predsjednik Uprave Stanić Grupe**, te **Damir Kalmar, predsjednik Uprave Stanić Trade**, istaknuvši da su povjerenje, vizija i predanost temelj svake uspješne suradnje.



Nedugo zatim, u istoj svečanoj dvorani, obilježili smo i tri desetljeća partnerstva s HEINEKENOM – suradnje koja je započela skromno, ali s velikim entuzijazmom, i danas donosi milijune trenutaka radosti potrošačima diljem zemlje.

U ime HEINEKENA prisutnima se obratila **Maud Meijboom-van Wel, predsjednica Uprave HEINEKEN Hrvatska**, dok je Svetlan Stanić podsjetio da se uspjeh ne mjeri samo brojkama, nego ljudima – zaposlenicima i partnerima koji su srce svake priče. Da to nije samo parola, pokazale su zahvalnice uručene



Oba događaja bila su prožeta zahvalnošću, zajedništvom i ponosom na put koji smo zajedno prošli. Glazba, emocije i riječi upućene partnerima i kolegama podsjetile su nas da su najvrjedniji uspjesi oni koje dijelimo.

Trideset godina suradnje s LG-jem i HEINEKENOM simbol je naše dugoročne vizije i trajnih vrijednosti. Nastavljamo stvarati nove prilike, jačati partnerstva i graditi budućnost – zajedno, s jednakim žarom i vjerom kao i prvog dana. Jer Stanić Grupa raste kroz ljude, partnerstva i povjerenje koje traje desetljećima.

Boreas i Stanić Beverages

– lideri na tržištu BiH



Kompanije **Boreas d.o.o. Kreševo** i **Stanić Beverages d.o.o. Kreševo**,

članice Stanić Grupe, još su jednom potvrdile svoj vodeći položaj na tržištu Bosne i Hercegovine.

Prema najnovijem rangiranju koje tradicionalno organiziraju Poslovne novine, obje su kompanije zauzele prvo mjesto u svojim djelatnostima u kategoriji velikih poduzeća, i to prema ostvarenim prihodima.

Ovo priznanje potvrđuje dugogodišnji uspješni poslovanje, strateških ulaganja te stalnog razvoja portfelja proizvoda i usluga. **Boreas** je danas jedan od najvećih distributera robe široke potrošnje u BiH, s mrežom distributivnih centara diljem zemlje i više od 600 zaposlenih.

Stanić Beverages zapošljava oko 100 radnika i sinonim je za kvalitetna bezalkoholna pića, s prepoznatljivim brendovima poput Juicy, TO i Sola, koji su prisutni u gotovo svakom domaćinstvu.

Rezultati Boreasa i Stanić Beveragesa pokazuju da domaće kompanije, uz predanost, ulaganja u ljude i tehnologiju te visoke standarde kvalitete, mogu doseći europske razine poslovanja i postati primjeri uspjeha na regionalnom tržištu.

“Ponosni smo na činjenicu da su obje naše kompanije prepoznate kao lideri u svojim industrijama.

To je rezultat rada naših zaposlenika, povjerenja potrošača i partnera te jasne vizije razvoja koju Stanić Grupa gradi već desetljećima.”

Poruka je iz menadžmenta Grupacije.

Boreas Excellence Academy 2025. među top 5 HR praksi u BiH!



U Boreasu, najvećoj kompaniji unutar Stanić Grupe, vjerujemo da je snaga tima temelj svakog uspjeha – i da rast uvijek počinje iznutra, kroz ljude. Upravo s tom idejom pokrenuta je **Boreas Excellence Academy**, razvojna platforma usmjerena na jačanje prodajnih kompetencija, razmjenu znanja i promicanje kulture izvrsnosti.

Prva generacija Akademije okupila je prodajne timove iz cijele Bosne i Hercegovine, koji su tijekom interaktivnog i dinamičnog programa sudjelovali u radionicama, treninzima, poslovnim simulacijama i kvizovima znanja. **Akademija je postala prostor učenja, inspiracije i povezivanja – mjesto gdje se iskustva dijele, perspektive šire, a timski duh dodatno učvršćuje.**



Posebno smo ponosni na priznanje koje je Boreas Excellence Academy osvojila – **proglašena je jednom od 5 najboljih HR praksi u Bosni i Hercegovini u 2024. godini.** Na konferenciji DRIVE, platformu je predstavila **Nejra Livnjak**, direktorica ljudskih potencijala, istaknuvši važnost ulaganja u razvoj ljudi i stvaranje održivih programa edukacije koji donose stvarnu promjenu.

Ovo priznanje potvrđuje da su vizija, predanost i zajedništvo pravi put prema izvrsnosti. Boreas Excellence Academy nastavlja jačati temelje budućeg razvoja i rasta – jer izvrsnost za nas nije cilj, već način rada.



Otvorena komunikacija, međusobno razumijevanje i zajednički fokus na budućnost – vrijednosti su koje i čine temelj kulture Stanić Grupe.

Otvoreno, iskreno, zajedno – susreti Uprave i zaposlenika

Otvorena komunikacija, međusobno razumijevanje i zajednički fokus na budućnost – vrijednosti su koje i čine temelj kulture Stanić Grupe, a manifestirali su se recentnim susretima Uprave Stanić Beveragesa i zaposlenika u **Maraski u Zadru** te u tvornici **Juicy u Jastrebarskom**, gdje su predstavljeni ostvareni rezultati, planovi i nove inicijative, s posebnim naglaskom na teme iz spektra ljudskih potencijala.

U ulozi puno većoj od pasivnih promatrača, zaposlenici su imali priliku postavljati pitanja, podijeliti prijedloge i razgovarati o temama važnima za svakodnevni rad i razvoj kompanije.

Uprava je s otvorenošću i transparentnošću odgovarala na pitanja, potvrđujući **važnost dvosmjerne komunikacije i zajedničkog iznalaženja rješenja.**



Ovakvi susreti pokazali su koliko je važno održavati dijalog između Uprave i zaposlenika – jer samo kroz otvoren razgovor i uzajamno povjerenje možemo zajedno graditi još uspješniju budućnost.

Nakon službenog dijela, druženja u Zadru i Jastrebarskom nastavila su se u opuštenoj atmosferi – uz dobru glazbu, ukusnu hranu i pregršt pozitivne energije.

Digitalni alati koji mijenjaju HR iskustvo

U sklopu šire transformacije ljudskih resursa, Stanić Grupa tijekom godine uvela je tri ključna digitalna alata koji unapređuju zapošljavanje, razvoj zaposlenika i internu komunikaciju.

Cilj je jasan – učiniti procese učinkovitijima, pristupačnijima i više usmjerenima na ljude.



TalentLyft – pametniji pristup zapošljavanju

Platforma TalentLyft digitalizira cijeli proces zapošljavanja, od objave oglasa do zapošljavanja novog člana tima. HR tim sada može svaku fazu selekcije voditi transparentno i brzo, uz naglasak na kvalitetnu komunikaciju i pozitivan doživljaj kandidata.

Analitika i izvještaji omogućuju donošenje odluka temeljenih na podacima, dok atraktivni oglasi i moderan ton komunikacije dodatno jačaju imidž Stanić Grupe kao poželjnog poslodavca. Uvođenje ovog sustava važan je korak prema digitalnom HR-u i čvršćem povezivanju HR-a i menadžmenta.

EDU720 – učenje koje je uvijek dostupno

EDU720 je platforma za kontinuirano učenje i profesionalni razvoj zaposlenika. Kroz interaktivne i personalizirane programe, zaposlenici razvijaju prodajne i liderske kompetencije, a napredak se može pratiti putem jasno definiranih ciljeva i rezultata.

Dostupnost „na klik“ omogućuje svakome da uči kad i gdje mu najviše odgovara – u uredu, na terenu ili kod kuće. EDU720 je važan dio HR strategije i budućih projekata Boreas Excellence Academy, koja povezuje razvoj talenata s karijernim planiranjem i sukcesijom.

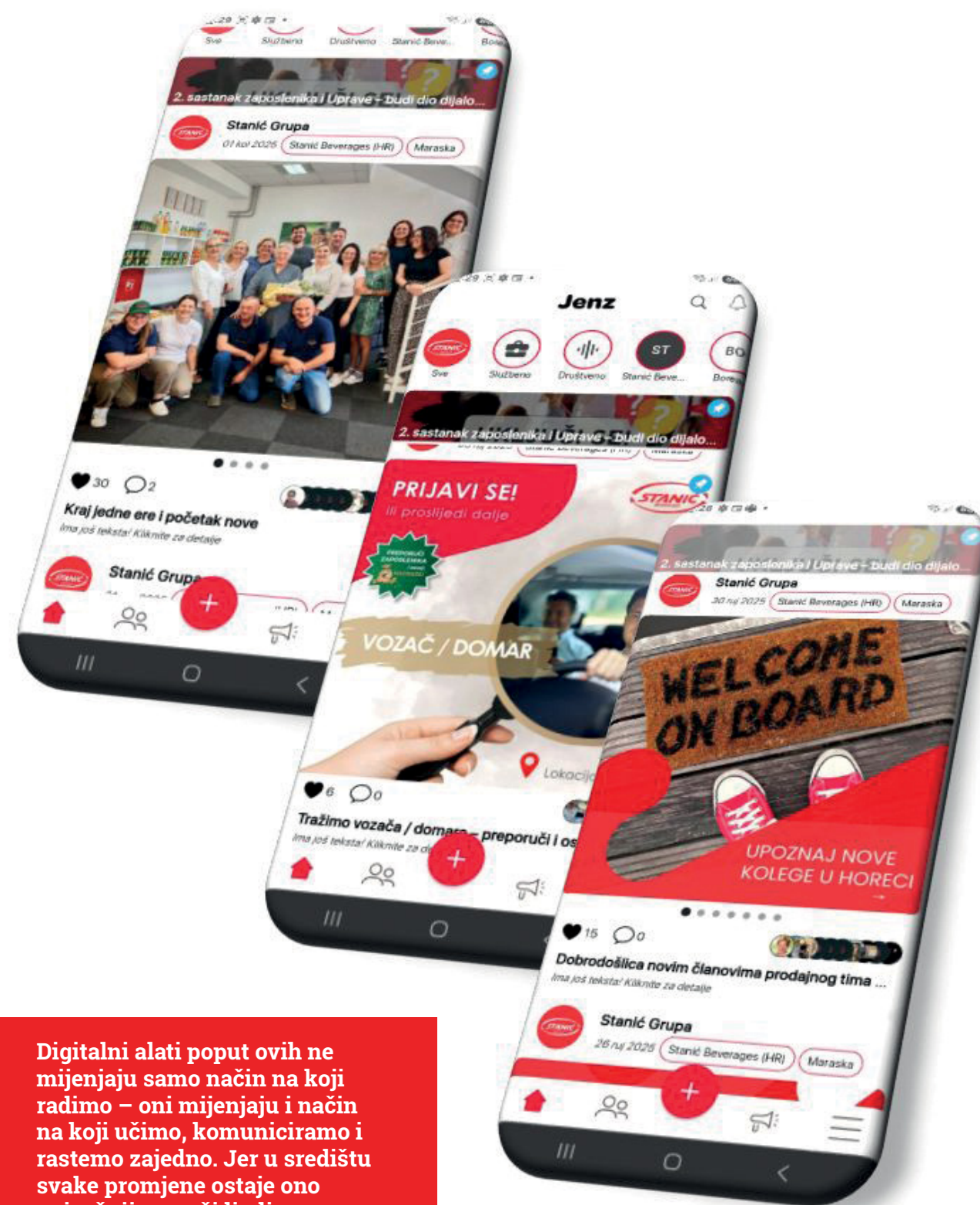
JENZ – povezanost koja stvara zajedništvo

JENZ je digitalna platforma koja povezuje sve zaposlenike Stanić Grupe, bez obzira na lokaciju ili sektor.

Kao „unutarnja društvena mreža“, omogućuje dijeljenje vijesti, pohvala, ideja i inicijativa, potičući otvorenu komunikaciju i timski duh.

Dvosmjerna komunikacija, kroz ankete i povratne informacije, dodatno osnažuje participativnu kulturu.

Uz to, JENZ doprinosi jačanju employer brandinga – kroz priče, uspjehe i vrijednosti koje čine našu Grupnu posebnom.



Digitalni alati poput ovih ne mijenjaju samo način na koji radimo – oni mijenjaju i način na koji učimo, komuniciramo i rastemo zajedno. Jer u središtu svake promjene ostaje ono najvažnije – naši ljudi.

Obnova i uspješna berba simbol su kontinuiteta i odgovornosti – spoj tradicije i modernih agronomskih pristupa kojima Stanić Grupa osigurava da maraška, ponos Dalmacije, i dalje ostane sastavni dio svake priče o Maraski.

Obnova i berba maraške – čuvari tradicije Maraske

U Maraskinom višnjiku Vlačine kod Zemunika Donjeg nastavlja se **važan ciklus obnove i očuvanja tradicije koja traje stoljećima.**

Kako bi se osigurala dugoročna održivost i visoka kvaliteta sirovine, Stanić Grupa i Maraska su u rujnu 2024. započele obnovu oko 30 hektara postojećih nasada.



Proces uključuje krčenje starih stabala, freziranje kamena i pripremu tla za novu sadnju, koja se provodi strojno, uz GPS navođenje, kako bi svako novo stablo zauzelo optimalno mjesto u nasadu.

Krčenje i sadnja nastavljeni su i u 2025. godini, čime se ušlo u drugu fazu plana koji će tijekom sljedećih nekoliko godina osigurati potpunu obnovu višnjika. Radovi se provode pod vodstvom agronomistice **Ivane Lukić**, u suradnji s relevantnim institucijama i

stručnjacima specijaliziranim za uzgoj autohtone višnje maraške.

Istodobno, u Maraskinom višnjiku Vlačine uspješno je završena **berba 2025. godine**. Kvaliteta ploda ove je godine bila iznimna, a miris svježih ubranih višanja još je jedno potvrđeno zašto maraška ima posebno mjesto – ne samo u srcu Dalmacije, već i u svakoj boci Maraske. Unatoč visokim ljetnim temperaturama, prinos je ostao na razini prošlogodišnjeg, što se smatra izvanrednim rezultatom u zahtjevnim uvjetima.

Ova berba ne bi bila moguća bez predanosti cijelog tima, od agronoma do berača, koji s jednakim žarom brinu o nasadima tijekom cijele godine.

Njihova stručnost, strpljivost i ljubav prema maraški osiguravaju da kvaliteta ostane na razini koju Maraska njeguje generacijama.

Obnova i uspješna berba simbol su kontinuiteta i odgovornosti – spoj tradicije i modernih agronomskih pristupa kojima Stanić Grupa osigurava da maraška, ponos Dalmacije, i dalje ostane sastavni dio svake priče o Maraski.



Stanić Trade otvorio prvi edukacijski LG KGH centar u BiH

Kompanija Stanić Trade otvorila je prvi LG specijalizirani edukacijski centar za klimatizaciju, grijanje i hlađenje (KGH) u Bosni i Hercegovini. KGH centar predstavlja važan korak u unaprijeđenju profesionalnih standarda u ovom području, ali i stvaranju prostora za edukaciju i informiranje o suvremenim tehnologijama.



Edukacije koje provode stručne osobe iz struke - diplomirani inženjer strojarstva Sanjin Karkelja i product manager za RAC segment Adnan Bajramović, namjenjena su instalaterima, serviserima, projektantima, ali i svim zainteresiranim polaznicima koji žele unaprijediti svoja znanja i vještine.

Kroz stručno vođene, praktične obuke, učesnici imaju priliku upoznati se s najnovijom LG opremom, uz podršku iskusnih inženjera i serviseri.

Cilj centra je jasan - podići kvalitetu montaže, servisiranja i odabira opreme na viši nivo, kako bi krajnji korisnici dobili pouzdana, efikasna i dugoročno održiva rješenja.

Edukacije su osmišljene da odgovore na potrebe različitih tipova objekata – od poslovnih prostora, hotela i bolnica, pa sve do domaćinstava.

Posjetitelji u sklopu KGH centra mogu dobiti i više informacija o opcijama kreditiranja kroz programe energetske efikasnosti, uz mogućnost povrata investicije, kao i o dostupnim subvencijama za projekte koji doprinose zelenijoj i održivoj budućnosti.

LG edukacijski KGH centar se nalazi u sklopu novotvorenog Techno Shopa, na adresi Bulevar Meše Selimović 16 u Sarajevu.

Novi brend u porodici Techno Shopa – AEG

U okviru kontinuiranog unapređenja ponude i jačanja portfolija premium brendova, Techno Shop je u 2025. godini proširio svoj asortiman dolaskom brenda AEG.



U okviru kontinuiranog unapređenja ponude i jačanja portfolija premium brendova, **Techno Shop je u 2025. godini proširio svoj asortiman dolaskom brenda AEG.**

Brend AEG prepoznat je po visokoj kvaliteti, inovativnim rješenjima i elegantnom dizajnu kućanskih aparata, čime će dodatno obogatiti ponudu u segmentu ugradbenih aparata, bijele tehnike i malih kućanskih uređaja.

Cilj proširenja asortimana je pružiti kupcima širi izbor proizvoda iz višeg cjenovnog i kvalitativnog segmenta te ojačati poziciju Techno Shopa kao destinacije za kvalitetnu i pouzdanu tehniku.



KISS FM – VAŠ RITAM DANA KREIRAMO MI!

Stanić Media d.o.o., odnosno KISS FM radio, i u 2025. godini nastavlja učvršćivati **poziciju jednog od najutjecajnijih radijskih brendova u Bosni i Hercegovini.**



Fokus ostaje na modernoj produkciji, jasno definiranom programskom smjeru te snažnoj digitalnoj prisutnosti.

Tijekom 2025. uspješno smo realizirali **više od 300 klasičnih marketinških kampanja**, brojne custom audio formate te nekoliko značajnih projekata u suradnji s brendovima unutar Stanić Grupacije i partnerima izvan nje. Kontinuirani rast slušnosti i stabilni komercijalni rezultati potvrđuju da **KISS FM ostaje jedan od ključnih kanala za izgradnju brend awarenessa i poticanje prodajnih aktivacija.**

Svjesni smo da naši rezultati ne bi bili mogući bez povjerenja klijenata.

Stoga posebno ističemo snažna i dugogodišnja partnerstva s kompanijama kao što su Bingo, BH Telecom, HT Eronet, DM drogerie markt, CM – Cosmetic Market, ARIA Mall, Mepas Mall i Euroherc osiguranje.

Njihova lojalnost i kontinuirana suradnja potvrđuju da **KISS FM ostaje pouzdan, stabilan i relevantan medijski partner na tržištu BiH.**

Planovi za 2026. godinu, kao i uvijek, ostaju ambiciozni.

Uz zadržavanje prepoznatljivog programskog ritma za naše slušatelje, cilj je



dodatno proširiti agencijsko djelovanje – kako prema brendovima Stanić Grupacije, tako i prema klijentima izvan grupacije.

Osluškivanjem potreba tržišta prepoznavamo velik prostor za rast i razvoj te ćemo, vođeni energijom i željom za uspjehom, iskoristiti svaku priliku da budemo još bolji, inovativniji i prepoznatljiviji u svim segmentima našeg rada.

Neka i 2026. godina bude u dobrom ritmu – baš kao i svaki vaš dan.

Želi vam tim KISS FM radija.

Stanić Grupa objavila prvo Izvješće o ugljičnom otisku – važan korak prema održivijoj budućnosti

Stanić Grupa je tijekom 2024. godine provela svoje prvo sveobuhvatno Izvješće o ugljičnom otisku, čime je napravljen **značajan iskorak u području održivog poslovanja i odgovornog upravljanja resursima.**

Procjena emisija stakleničkih plinova obuhvatila je sve proizvodne pogone – u Jastrebarskom, Zadru i Kreševu – te analizirala emisije kroz cijeli životni ciklus proizvoda (LCA): od proizvodnje i distribucije do krajnje upotrebe i odlaganja. Izvješće je izrađeno u skladu s međunarodno priznatim GHG Protocol Corporate standardom, potvrđujući snažnu posvećenost Grupacije transparentnosti, zaštiti okoliša i dugoročnom održivom razvoju.

Uprava Stanić Beveragesa istaknula je važnost novog iskoraka:

„Održivost nije sporedni projekt – to je način na koji poslujemo. Izvješće za 2024. nije samo skup brojki, već dokaz stvarnog napretka. Postavili smo ambiciozne ciljeve u području energije, pakiranja i vode, te s ponosom pokazujemo konkretne, mjerljive rezultate. Znanjem i ulaganjima gradimo budućnost u kojoj osvježenje i odgovornost idu ruku pod ruku.“

Ovim inicijativama Stanić Grupa potvrđuje ne samo usklađenost s međunarodnim standardima, već i vodstvo u industriji kada je riječ o smanjenju ekološkog otiska. U planu su dodatni projekti poput instalacije solarnih elektrana, šire primjene biogoriva te poticanja dobavljača na održivije prakse.



IZVJEŠĆE O UGLJIČNOM OTISKU

SUKLADNO GHG Protocol
Corporate Standard
IZVJEŠTAJNO RAZDOBLJE
IZVJEŠTAVANJA 2023-2024

Održivi razvoj dio je dugoročne vizije Stanić Grupe – jer odgovorno poslovanje nije samo obaveza, već temelj budućnosti koju želimo graditi.

Zlatna godina za Marasku – „naramak“ priznanja kao potvrda svjetske izvrsnosti

Maraska je još jednom potvrdila svoj status među vodećim proizvođačima jakih alkoholnih pića – i to na dva najprestižnija svjetska natjecanja u Londonu.



Na **London Spirits Competitionu**, Maraska je osvojila **dvije zlatne, jednu srebrnu i dvije brončane medalje**, dok je na **International Wine & Spirit Competitionu (IWSC)** zlatnu medalju s gotovo savršenih **99 od 100 bodova** osvojio inovativni ready-to-drink proizvod **PeTe**. Zlatne medalje na LSC-u pripale su **Travarici** i liker **Madre Badessa Inamorana**, srebr **Orahovcu**, a brončane medalje osvojili su **PeTe** i **Amarena liker od višnje maraške**.

Ova priznanja potvrđuju vrhunsku kvalitetu, ali i snagu tradicije koju Maraska uspješno spaja s modernim trendovima.

Posebno se istaknuo **PeTe**, koji je na IWSC-u osvojio "Outstanding Gold" – najviše priznanje u svojoj kategoriji.

Ocijenjen s čak 99 bodova, PeTe je jedini ready-to-drink koktel koji je dosegao tu ocjenu, a suci su ga opisali kao "najbolje uravnoteženo piće s izuzetno dugim, korjenastim završetkom – do sada neviđenim u RTD kategoriji."

Kombinacija pelinkovca i tonika, autentična zadarska tradicija, u novom modernom ruhu osvojila je potrošače diljem regije i svijet stručnjaka.

Maraska i dalje ostaje sinonim za izvrsnost, autentičnost i inovaciju – s ponosom promovirajući zadarsku tradiciju i hrvatsku kvalitetu na svjetskoj sceni.

Zlato iz Londona još je jedan dokaz da **pravi okusi i prave priče – nikada ne izlaze iz mode.**

PREDVODNIK SVJETSKE ELITE

Zlato 2025 London

“Ove nagrade potvrđuju kvalitetu naših proizvoda, ali i strast, znanje i predanost koje ulažemo u svaki detalj – od recepture do dizajna. Ponosni smo što su naši proizvodi prepoznati na svjetskoj razini, što je snažan poticaj za daljnje inovacije i rast.”

istaknula je Nina Christina Stanić, direktorica marketinga Stanić Grupe.



Kad guštaš, guštaj s najboljim

MARASKA

Maraska i Stanić Beverages na Bar Conventu Berlin – spoj tradicije i moderne mixologije



Ni ove godine **Bar Convent Berlin**, jedan od najvažnijih svjetskih sajmova bar industrije, nije mogao proći bez **Stanić Beveragesa i Maraske!**



Na našem prepoznatljivom štandu predstavili smo bogat **alkoholni portfelj Maraske**, s posebnim naglaskom na legendarni **Maraschino** i inovativni **PeTe**, dva proizvoda koja spajaju stoljetnu tradiciju i suvremene trendove.

Kroz kreativne načine serviranja i modernu mixologiju, naš je tim oživio stari sjaj Maraschina – ponosa zadarske i hrvatske baštine, svjetski priznatog likera koji i danas inspirira vrhunske barmene diljem svijeta.

A pravi hit bio je **PeTe** – ovogodišnji dobitnik **Outstanding Gold Medal na IWSC-u u Londonu**, s impresivnih **99/100** bodova, čime je proglašen **najboljim RTD pićem na svijetu!**

Posebnu energiju sajmu dali su **Luca Cinalli i Olga Palmarchuk**, vrhunski barmeni koji su na našem štandu održali **guest shifte** i oduševili posjetitelje maštovitim koktelima, pokazujući koliko daleko može doseći spoj tradicije, inovacije i strasti.

Naš je nastup još jednom potvrdio da hrvatska kvaliteta, autentičnost i kreativnost imaju svoje mjesto na svjetskoj sceni.

Vidimo se i iduće godine – uz još više inspiracije, novih ideja i, naravno, **cheers!**

Maraska na Bliskom Istoku – hrvatska tradicija u svjetskoj mixology sceni

Zadarski **Maraschino**, ponosni ambasador hrvatske tradicije i okusa, posljednjih je godina postao prava zvijezda barske i restoranske scene Bliskog Istoka. U Dubaiju i Abu Dabiju ovaj jedinstveni liker od višnje maraske sve je češći sastojak u kreacijama vodećih svjetskih

barmena, a Maraska se, pod okriljem Stanić Grupe, uspješno pozicionirala kao prepoznatljiv brend na jednom od najzahtjevnijih tržišta svijeta.

Suradnjom s najvećim distributerom alkoholnih pića u regiji, **Maritime and Mercantile International (MMI)**,

Maraschino je danas prisutan na više od **100 lokacija** u Ujedinjenim Arapskim Emiratima, uključujući prestižne hotele i barove poput **Burj Al Araba, Mandarin Oriental, Four Seasonsa i The Atlantic The Royale.**

Cherry Blossom – natjecanje koje spaja tradiciju i inovaciju

Godina je započela spektakularnim **Maraska Cherry Blossom barmenskim natjecanjem**, održanim u suradnji s brendom Juicy. Više od 50 barmena iz najpoznatijih barova i hotela Dubaija natjecalo se u stvaranju autorskih koktela inspiriranih zadarskim Maraschinom.

Pobjedu je odnijela **Zahra Efranian Azmoodeh**, barmenica hotela Atlantis The Royal, koja je kao glavnu nagradu osvojila putovanje u Hrvatsku. Zahra je posjetila Marasku i višnjik u punom cvatu te sudjelovala na Maraschino Legacy Weeku uz svjetski poznatog barmena **Luku Cinalija**, gostujući u zadarskom

Picnic baru i šibenskom Vintage baru. **Cherry Blossom** natjecanje završilo je velikim finalom u restoranu Luigia u Dubaiju, uz prisustvo hrvatskog konzula **Jasmina Devlića**, koji je pobjednici uručio nagradu i pohvalio Maraskin doprinos promociji hrvatskih brendova na globalnoj sceni.

Gulf Bar Show i Maraschino Masterclass

U travnju je Maraska sudjelovala na **prvom Gulf Bar Showu** u Dubaiju, gdje je, u partnerstvu sa švicarskim brendom Jsotta i uz podršku Juicyja, predstavila bogatu povijest i suvremenu primjenu Maraschina u mixology svijetu.

Posjetitelji su uživali u Maraschino koktelima, a među njima je bio i hrvatski konzul, koji je istaknuo važnost hrvatske prisutnosti na ovako prestižnim manifestacijama. Tijekom godine održano je više od **15 edukativnih radionica i**

Masterclassova u luksuznim hotelima i restoranima poput Anantara The Palm, Salmon Guru, Four Seasons i One & Only, gdje su barmeni imali priliku upoznati autentičnost i svestranost zadarskog Maraschina.

Maraschino Ladies Lunch – snaga žena iza bara

Posebnu pažnju izazvao je i **Maraschino Ladies Lunch** u restoranu Veranda, gdje su se okupile barmenice iz najpoznatijih barova Dubaija – iz Filipina, Libanona, Irana, Argentine, Poljske, Crne Gore i drugih

zemalja. Druženje je bilo posvećeno razmjeni iskustava i osnaživanju žena u ugostiteljskoj industriji, a pridružila im se i Zahra, pobjednica **Cherry Blossom** natjecanja.

Juicy i Maraschino koktele, dan je bio ispunjen inspiracijom, podrškom i zajedničkim ciljem – **empowerment kroz zajedništvo.**

HERITAGE Kick-off kao početak novog poglavlja: „Dobrodošli u priču o Heritage Pelinkovcu“

U Zadru je početkom studenog održan kick-off sastanak s prodajnim predstavnicima, kojim je službeno započela edukacijska i prodajna priča lansiranja **HERITAGE Pelinkovca** – novog premium proizvoda koji spaja tri stoljeća tradicije Maraske, suvremeni branding i snažnu tržišnu strategiju.

Susret je otvorio direktor prodaje **Igor Šajber**, istaknuvši da HERITAGE nije samo novi proizvod, nego i novi način na koji Maraska govori o svom identitetu i baštini.

Naglasio je važnost prodajnog tima koji će prvi prenositi priču o HERITAGE-u prema partnerima i HoReCa objektima.



Nakon uvoda, riječ je preuzela **Nina Christina Stanić**, direktorica marketinga Stanić Grupe, koja je predstavila filozofiju brenda, ključne komunikacijske elemente i tržišnu pozicioniranost. Posebno je istaknula da HERITAGE predstavlja ponos Maraske – duh zanata, povijesti i emocije pretočene u moderni premium likerski proizvod.

„Ovo lansiranje nije samo marketinški trenutak, nego trenutak okupljanja cijele Maraske. Želimo da svi mi — od proizvodnje do prodaje, od prvog kontakta s kupcem do zadnjeg gutljaja u čaši — dišemo istu priču“

– istaknula je Nina.

U nastavku programa **Silvia Sić** prezentirala je trade marketing aktivnosti, razvoj novih HoReCa alata i ključne projekte koji će pratiti aktivaciju brenda.

Posebno zanimljiv dio sastanka bio je **Masterclass** koji su, uz paralelnu degustaciju, vodili **Ivan Mlivić i Pejo Šimunović**.

Kroz profesionalne tasting note, pravilne rituale serviranja i prijedloge koktela, prodaja je dobila konkretne alate za predstavljanje brenda ugostiteljima.

Nakon degustacije prošli su i modele aktivacije objekata te benefite za ugostitelje — od sadržaja i PR podrške do povećanja vidljivosti i rasta prometa.

Programu se pridružio i **Mate Janković**, Maraskin brand ambasador, koji je održao praktičnu edukaciju o prezentaciji proizvoda i prodajnim tehnikama.

Na kraju susreta održano je i veliko interno natjecanje **“Masters of the Spirit 2025”**, u kojem su prodajni timovi kroz role-play simulacije pokazali znanje, argumentaciju i prezentacijske vještine, a sve s ciljem prepoznavanja i odabira najspremnijih i najmotiviranijih članova prodajnog tima, koji su postali dio A prodajnih timova i ambasadori brenda HERITAGE.

Kick-off u Zadru označio je početak važnog poglavlja za Marasku i Stanić Grupu — zajedničkog stvaranja premium branda koji baštinu pretvara u budućnost, a tim postavlja u samo središte uspjeha.



HERITAGE

– Povratak korijenima, iskorak u budućnost

Maraskini proizvodi sinonim su dalmatinske tradicije, baštine i vrhunske likerske umjetnosti već gotovo tri stoljeća. U njezinom su se portfelju tijekom povijesti smjenjivali brojni proizvodi, ali samo rijetki nose težinu povijesnih simbola.

Upravo zato HERITAGE, novi premium pelinkovac, zauzima posebno mjesto – ne samo kao inovacija i iskorak u visoki segment, nego i kao snažan podsjetnik na povijest i nasljeđe iz kojih Maraska crpi svoj identitet.

Kada govorimo o HERITAGE-u, govorimo o kontinuitetu. Maraska je nasljednica najstarijih zadarskih likerskih radionica koje su još od kraja 18. stoljeća stvarale proizvode poznate diljem Europe. U to je vrijeme Zadar bio jedan od najvažnijih centara europske likerske industrije, ponajprije prepoznatljiv po majstorstvu u proizvodnji Zadarskog Maraschina. Stoljeće kasnije upravo će iz Zadra u svijet odlaziti i iznimno cijenjeni biljni liker. Među njima je poseban trag ostavio Vlahov Amaro Stomacale – liker koji je nastao kao medicinski pripravak u Šibeniku, a svoju punu slavu doživio u Zadru, postavši jedan od najprepoznatljivijih dalmatinskih i hrvatskih biljnih likera.

HERITAGE je zamišljen kao homage toj povijesti, hommage našem nasljeđu, tradiciji i generacijama majstora koji su oblikovali likersku kulturu ovoga kraja.

On nije tek novi proizvod, nego povratak izvornim vrijednostima: autentičnosti, znanju i poštovanju prema lokalnim sastojcima. Receptura se temelji na tradicionalnim biljnim maceratima, pri čemu pelin ostaje ključni nositelj okusa uz drugih tridesetak mediteranskih biljaka koje ga u balansiranim omjerima zaokružuju, dok macerati Orahovca

i Vlahovca daju dodatnu punoću, herbalnost i karakterističnu gorčinu, dok destilat Maraschina pruža završnu kompleksnost i voćnost višnje maraske.

Za Marasku, HERITAGE predstavlja važnu prekretnicu. On simbolizira povratak u segment u kojem je tvrtka povijesno bila najjača – premium likerima koji nose priču, emociju i snažan identitet.

U trenutku kada tržište sve više traži autentična, zanatska i lokalna pića, HERITAGE omogućuje da na tu potražnju odgovorimo proizvodom koji ima i sadržaj i vjerodostojnost. Riječ je o proizvodu koji, osim premium pozicioniranja, nosi i ključnu poslovnu vrijednost: jačanje brenda Maraska kao likerskog lidera na domaćem tržištu.

HERITAGE je važan i za Stanić Grupu. On predstavlja strateški smjer koji se temelji na poštovanju nasljeđa, ali i na ambiciji da se stvore proizvodi koji podižu standard cijele kategorije.

Ovaj projekt potvrđuje da se ulaganje u tradiciju isplati – kada se ona interpretira s razumijevanjem te znanjem i suvremenim pristupom Maraskinog razvojnog tima. HERITAGE pokazuje da se u

regionalnom i globalnom kontekstu možemo i želimo natjecati kvalitetom, autentičnošću i snažnim identitetom.

U konačnici, HERITAGE nije samo novi pelinkovac. On je priča o ponosu, o umijeću mnogih generacija destilatera, o Zadru kao povijesnom središtu mediteranske likerske industrije.

To je proizvod koji vraća fokus na ono što Maraska oduvijek jest – kuća koja čuva tradiciju, ali je istodobno pretvara u suvremenu vrijednost.



HERITAGE je korak naprijed, izrastao iz svega onoga što je bilo prije, i siguran pokazatelj kamo želimo ići u budućnosti.

PELINKOVAC
NAD PELINKOVcima
HERITAGE



Juicy Ice Tea u potpuno novom ruhu

– osvježenje koje se vidi i osjeća

Ovog ljeta Juicy Ice Tea započeo je novo, vizualno sočnije poglavlje!

Redizajnirani izgled našeg ledenog čaja spojio je prepoznatljiv Juicy karakter s modernim i elegantnim dizajnom, zadržavajući ono što potrošači već vole – poznate, osvježavajuće okuse.



Inspiriran snagom Juicy brenda, novi dizajn komunicira jednostavno i jasno, s puno stila i svježine.

Elegantniji izgled, čišće linije i naglašen Juicy potpis daju portfoliju suvremen i prepoznatljiv identitet, čineći ga još atraktivnijim na policama i u rukama potrošača.

Redizajn je pratila i nova ljetna kampanja pod sloganom „Juicy, kako si?“ – vizualno snažna, optimistična i bliska svakodnevi.

Poruka kampanje podsjetila je na važnost jednostavnog, ali iskrenog pitanja koje često zaboravimo postaviti – kako si?

Jer pravi osjećaj svježine nije samo u okusu, već i u trenutku kada zastanemo, opustimo se i prepustimo dobrom vajbu.



Juicy brine da samo najbolje voće završi u soku na vašem prazničnom stolu.



JUICY XMAS

Ljubitelji Juicy sokova ove zime mogu uživati u novom „limited edition“ blagdanskome pakiranju svojih omiljenih Juicy 100% sokova od naranče i jabuke.

Želja nam je bila stvoriti proizvod koji će se isticati na polici i izgledati primamljivo na blagdanskome stolu, istovremeno komunicirajući vrijednosti obitelji, zajedništva, ljubavi i topline.

Cijelo pakiranje imitira uzorak džemperpa i tzv. “heart stich” tehniku šivanja pa zumirani uzorak izgleda kao mala srca što dodatno doprinosi toplini pakiranja.



Maraschino Legacy Week – svjetska mixology elita u Hrvatskoj

Prvi **Maraschino Legacy Week** okupio je u Hrvatskoj najveća imena svjetske mixology scene i još jednom potvrdio jedinstvenost zadarskog Maraschina.



U sklopu turneje, naš je gost bio **Luca Cinalli**, međunarodno priznati koktel majstor poznat po perfekcionizmu i vrhunskom osjećaju za prezentaciju. Luci su se pridružili Zahra Efranian Azmoodeh, pobjednica Cherry Blossom natjecanja u Dubaiju, te Elizabetha Fulwood i Tauland Hyka, Maraskini partneri i distributeri iz UAE-a.

Turneja je započela u zadarskom Picnic baru, uz fantastične Maraschino koktele koje su pripremali Luca, Zahra i naš međunarodni ambasador Slaven Macura. Gosti su potom posjetili Maraskinu tvornicu i višnjik, a

istoga dana Luca je održao inspirativni masterclass u Kući umjetnosti Arsen u Šibeniku, nakon čega je uslijedio guest shift u baru Vintage.

„Prekrasno iskustvo, divna zemlja i nevjerojatni domaćini. Nadam se da su svi uživali u mojim kreacijama inspiriranim posebnim Maraschinom“, poručio je Luca Cinalli.

Zahra je dodala: **„Bilo je veliko zadovoljstvo raditi uz Luceu i upoznati se s procesom stvaranja ovog jedinstvenog likera.“**



Legacy Week se potom preselio u Rovinj, na Weekend Food Festival, gdje je Maraska imala tri izložbena prostora – PeTe, Maraschino i Madre Badessu.

Posjetitelji su degustirali koktele i sudjelovali na masterclassovima koje su vodili Luca Cinalli, Slaven Macura i Igor Županić, uključujući predavanje **“Maraschino Legacy – the liquor that shaped cocktail history”**.

Turneja je završila guest shiftom u riječkom Apotheca baru, u odličnoj atmosferi koju su stvarali Luca, Slaven i Tomislav Biluš.

Prvi Maraschino Legacy Week ostavio je snažan trag – spojio je hrvatsku tradiciju i globalnu mixology scenu, dodatno osnažio identitet Maraske te potvrdio važnost Maraschina kao likera koji nadahnjuje, educira i oduševljava generacije barmena diljem svijeta.

Podrška kulturi, zajednici i kreativnosti – Stanić Grupa kao partner događanja koja povezuju

Tijekom godine Stanić Grupa s ponosom je bila dio brojnih projekata, kulturnih manifestacija i zabavnih formata koji inspiriraju, povezuju ljude i promiču vrijednosti zajedništva, kreativnosti i regionalne autentičnosti.



Sponzorstva i partnerstva koja ostvarujemo važan su dio naše dugoročne strategije ulaganja u zajednicu – jer vjerujemo da snažni brendovi rastu zajedno sa snažnim društvom.



Ove godine posebno ističemo suradnju s Melodijama Jadrana te popularnom TV serijom **Divlje pčele**, projektima koji njeguju glazbenu i medijsku tradiciju našega prostora te okupljaju široku publiku.

Naša potpora bila je prisutna i na brojnim **sportskim terenima te regatama**, gdje se sport i strast prema izazovima susreću s vrijednostima koje i sami živimo – timskim radom, energijom i fair-playem.

Stanić Grupa nastavila je biti i prepoznatljiv partner konferencijskih i festivalskih događanja, a posebno smo ponosni na kontinuiranu suradnju s **Weekend Women's, Food, Sport i Media Festivalom**, platformama koje okupljaju najzanimljivije kreativce, inovatore i lidere regionalnih industrija.

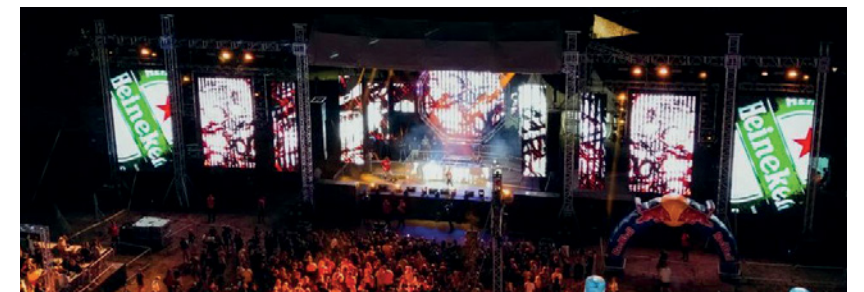
Nismo izostavili ni razne sajmove, konferencije i stručne skupove kojima smo bili i sponzori i sudionici kroz panele, od kojih izdvajamo **Sajam Mostar, 100 Expo Sarajevo, Mobizz, Brands & trends, Brend Forum, People & Tech, FMCG summit** i još mnoge.

Podržali smo i važna kulturna događanja i institucije kao što su **Pričigin, HNK Zadar i Rijeka, KUDZ Zadar, Kazalište Kerempuh, Grožnjan Jazz** i drugi kulturni nositelji koji obogaćuju zajednicu, čuvaju identitet i stvaraju prostor za slobodu izraza.

Najvažnija glazbena događanja u BiH već dugo se ne mogu ni zamisliti bez naših brandova – zabavljali smo se zajedno na festivalima kao što su **Beerka, Fresh wave, Garden of Dreams**, samo da nabrojimo najvažnije.

No, posebno mjesto već dugi niz godina zauzima **Sarajevo Film Festival** kojem smo posvetili poseban članak.

Kroz sva ova partnerstva želimo doprinijeti razvoju kulture, sporta, umjetnosti i društvene povezanosti – jer vjerujemo da je naš uspjeh neraskidivo povezan s uspjehom zajednica u kojima djelujemo.



Stanić Grupa na Sarajevo Film Festivalu – priča koja traje i inspirira

Na ovogodišnjem **31. Sarajevo Film Festivalu**, jednom od najznačajnijih kulturnih događaja u regiji, Stanić Grupa još je jednom ostavila snažan trag kroz partnerstva, brend aktivacije i premium festivalska iskustva.



Kao ponosni partner festivala, **LG i Techno Shop** nastavili su tradiciju povezivanja tehnologije i filmske umjetnosti.

Nova generacija **LG OLED televizora** s revolucionarnim procesorom **Alpha 11 AI G5** oduševila je posjetitelje

izuzetnom kvalitetom prikaza, u kojoj svaki kadar izgleda poput scene s velikog platna.

Time je još jednom naglašena važnost tehnologije u prenošenju emocija i snage filma.



Uz službeni festivalski program, Stanić Grupa bila je prisutna u nizu ekskluzivnih sadržaja koji su obilježili noćni život Sarajeva tijekom festivala:

Matinee – lounge smješten u samom srcu događanja, neposredno uz Festivalski trg, gdje su se posjetitelji družili uz brendove **Tanqueray** i **Johnnie Walker** u atmosferi dnevnog ritma, elegantnih koktela i urbanog šarma.

Madness – devetodnevni event nedaleko od Festivalskog trga, koji je privukao brojne domaće i regionalne zvijezde. Aktivacije brendova **Maraska** i **PeTe** podigle su atmosferu dodatno, a posjetiteljima ponudile kreativna pića i energičan ritam sve do kasnih sati.

Garden of Dreams – veliki završni event ispred Vječne vatre na dan zatvaranja festivala, održan pod brendom **Heineken**. U nezaboravnoj atmosferi pod otvorenim nebom, posjetitelji su dočekali kraj festivala uz glazbu, performanse i vizuale kakvi se pamte.



Posebnu pažnju privukao je i **Heineken Summer Lounge 2025**, smješten na platou Skenderija, koji je i ove godine bio jedno od najposjećenijih mjesta zabave u gradu. Sedam dana bogatog glazbenog programa, nastupi DJ-eva i dinamičan ljetni ambijent još su jednom potvrdili status loungea kao omiljene festivalske destinacije.

Kroz sinergiju brendova, premium sadržaja i podrške filmskoj umjetnosti, Stanić Grupa je i ove godine pokazala koliko snažno doprinosi kulturnoj, zabavnoj i kreativnoj sceni Sarajeva.

Festivalska publika ponijela je sa sobom emocije, doživljava i iskustva koja su obilježila još jedno izdanje SFF-a – a mi ponosno zaključujemo još jednu uspješnu festivalsku priču.

Dani Stanić Grupe u Kreševu & Sportske igre 2025

– dva dana zajedništva, glazbe i sporta

Ovogodišnja proslava **Dana Stanić Grupe** u Kreševu ponovno je pokazala koliko je snažna povezanost naše Grupacije sa zaposlenicima i lokalnom zajednicom. Centralni događaj ove tradicionalne manifestacije, koji Stanić Grupa već godinama poklanja gradu i svojim zaposlenicima kao znak zahvalnosti, podrške i zajedništva, bio je veliki koncert, ovaj put popularnog Ace Lukasa.



Koncert je i ove godine privukao iznimno velik broj posjetitelja. Atmosfera je bila nezaboravna — energija publike, glazba koja je rasplesala cijeli trg i osjećaj zajedništva koji se širio Kreševom pretvorili su večer u jedan od najsnažnijih i najposjećenijih događaja ljeta. Upravo ovakvi trenuci podsjećaju zašto ova tradicija ima posebno mjesto u srcu Grupe i Kreševa.

Dan nakon koncerta, slavlje se nastavilo u sportskom duhu na ranču **Gajice**, gdje su održane ovogodišnje **Sportske igre Stanić Grupe 2025**. Gajice su ponovno postale mjesto susreta zaposlenika iz cijele regije — mjesto gdje se gradi

timski duh, jača povezanost i slavi energija koja nas spaja. Zaposlenici Grupacije okupljeni u timove natjecali su se u futsalu, mješovitoj odbojci i basketu, uz glasnu podršku navijača i prepoznatljivu atmosferu prijateljstva i fair-playa.

Sportske igre nisu samo sportski događaj, već simbol povezanosti, timskog rada i međusobnog povjerenja. Na Gajicama se svake godine podsjetimo da se timski duh ne gradi samo u uredu, već kroz trenutke u kojima se kolege zbližavaju, stvaraju nova prijateljstva i zajedno slave uspjehe.

Organizaciju je i ove godine predvodio **HR tim Boreasa**, uz suradnju internih ambasadora, volontera i partnera, čime događaj dobiva snažnu edukativnu i logističku vrijednost te važnu ulogu u jačanju employer brandinga i pozitivne radne kulture.

Kroz glazbu u Kreševu i sport na Gajicama, dva dana proslave još jednom su potvrdila da se **kompanijska kultura živi**, da se zajedništvo gradi kroz iskustva, a ponos pripadnosti osjeti upravo u ovakvim trenucima.

Hvala svim zaposlenicima, sugrađanima, organizatorima i navijačima koji su svojim dolaskom i energijom učinili da ovogodišnji Dani Stanić Grupe ostanu zapamćeni kao posebno poglavlje — glazbeno, sportsko i istinski naše.



Sportske igre nisu samo sportski događaj, već simbol povezanosti, timskog rada i međusobnog povjerenja.



51. Una regata

– tradicija koja teče uz podršku Stanić Grupe

Jedna od najstarijih i najprepoznatljivijih manifestacija u Bosni i Hercegovini, **Una regata**, i ove je godine okupila ljubitelje prirode, adrenalina i dobrog druženja. Stanić Grupa ponosno je podržala događaj kroz sponzorstva svojih brendova Juicy, Maraska te, posebno **Techno Shopa i Premingera**, po kojima su nazvane dvije najatraktivnije etape regate.

Ovakvi trenuci podsjećaju koliko je važno njegovati zajedništvo, povezanost i timski duh – vrijednosti koje gradimo u našim kompanijama, ali i izvan njih.



Poseban naglasak ove je godine bio na **Bihačkoj pivovari**, najnovijoj akviziciji Stanić Grupe.

Direktor pivovare, **Samir Zahirović**, istaknuo je važnost Una regate za Unsko-sanski kanton te podsjetio da je Grupa i ranije bila dio ove manifestacije kroz svoje distributivne brendove.

„Sada, kao vlasnici Bihačke pivovare, osjećamo još veću odgovornost da podržimo događaje koji njeguju tradiciju, zajedništvo i ljepotu ovog kraja“, naglasio je Zahirović.

Želja Stanić Grupe je da Una regata ostane festival koji slavi prirodne ljepote USK-a, potiče druženje i povezuje ljude. Zato smo ove godine pozvali veliki broj zaposlenika i poslovnih partnera iz cijele BiH i Hrvatske da nam se pridruže – na raftingu, ili u večernjim satima uz koncerte, hladni Preminger i Lipa vodu.

Više od pedeset hrabrih zaposlenika Stanić Grupe okušalo se u raftingu i provelo nezaboravan dan pun adrenalina, smijeha i timskog duha, istražujući ljepote Une i stvarajući uspomene koje će se dugo pamtili.



Neke karijere ostavljaju trag – njihova je jedna od takvih

Ponekad jedan radni dan može proći neprimjetno, ali četrdeset... ili trideset godina predanosti, stručnosti i ljudskosti ostavljaju trag koji se ne zaboravlja.

Ove godine oprostili smo se od dvije naše drage kolegice – Biserke Jugović i Mire Kožul – koje nakon desetljeća svakodnevnog doprinosa, osmijeha i topline započinju svoja nova, zaslužena životna poglavlja.



Biserka, nakon punih 40 godina rada u Stanić Beveragesu, otišla je u mirovinu ostavljajući iza sebe profesionalnost koja je oblikovala generacije kolega.

Bila je oslonac timu, osoba na koju se uvijek moglo računati i netko tko je nesebično dijelio znanje, strpljenje i dobrotu.

S osmijehom, zahvalnošću i ponekom suzom u oku, ispratili smo je s riječima koje nikada nisu dovoljne: **hvala ti za sve.**



S jednakim emocijama oprostili smo se i od naše drage kolegice Mire, koja je u Stanić Tradeu provela čak 30 godina.

Teško je u nekoliko rečenica obuhvatiti tri desetljeća predanosti, topline i pozitivne energije. Mira je bila više od kolegice – bila je prijatelj, podrška i netko tko je svaki radni dan činio ljepšim i bogatijim.

U Stanić Grupi posebno smo ponosni kada kolegice i kolege ostaju s nama dugi niz godina – to nam je najljepći pokazatelj zajedništva, povjerenja i radnog okruženja u kojem se ljudi osjećaju dobro.



Drage naše Biserka i Miro,

hvala vam za sve trenutke, sve osmijehe i sve godine u kojima ste ovu firmu gradile svojim rukama i svojim srcem.

Želimo vam zdravlje, mir, radost i svaki dan ispunjen stvarima koje volite. Zaslužile ste svaku minutu odmora, veselja i slobode.

Vaše vrijeme ovdje trajat će i dalje – u uspomenama, pričama i vrijednostima koje ste ostavile iza sebe.

Hvala vam na svemu.



Zajedno za zajednicu – društvena odgovornost kao dio našeg identiteta

U Stanić Grupi vjerujemo da poslovni uspjeh ima pravu vrijednost tek kada se dijeli s drugima. Društvena odgovornost za nas nije projekt, već način razmišljanja i djelovanja – svakodnevni izraz vrijednosti koje živimo i dijelimo sa zajednicom.

Humanost u praksi

Jedna od najljepših tradicija koju njegujemo godinama jest akcija darivanja krvi koju Boreas organizira u suradnji sa Zavodom za transfuziologiju Federacije BiH u Sarajevu.

Naši zaposlenici s ponosom se odazivaju ovom pozivu, pokazujući da humanost i solidarnost nadilaze radno mjesto. Ove smo godine posebno ponosni i na donaciju Domu za nezbrinutu

djecu „Bjelave“ u Sarajevu, kroz koju su zaposlenici Boreasa pružili podršku mališanima i njihovim odgajateljima – još jedan dokaz da i najmanji čin dobrote ima neprocjenjiv značaj.

Podrška zajednici i mladima



Kroz sponzorstva i donacije, Stanić Grupa i njezine kompanije kontinuirano podupiru lokalne sportske klubove, kulturne manifestacije i projekte mladih, promičući zdrav život, timski duh i razvoj talenata.

Posebno nas je razveselila suradnja Stanić Tradea i LG Electronicsa na likovnom natječaju „Život je lijep kada stvaramo zajedno“, održanom u Sarajevu.

Natječaj je okupio osnovnoškolce koji su kroz umjetnost prikazali snagu prijateljstva, empatije i zajedništva.

Prvo mjesto osvojila je Ajša Bajrić, učenica OŠ „Edhem Mulabdić“, čiji je rad istaknuo ljepotu dječje kreativnosti i važnost pozitivnih vrijednosti.

Odgovorna konzumacija i sigurnost



Posebno mjesto u CSR kalendaru zauzima kampanja „Ostavi ključeve“, realizirana u suradnji s globalnim partnerom Diageom, s ciljem podizanja svijesti o odgovornoj konzumaciji alkohola i sigurnosti u prometu.

Kampanja podsjeća da odgovornost prema drugima počinje osobnim primjerom – jer svaka odluka o sigurnosti čuva živote.

Trčimo za one koji ne mogu

Ove su godine naši zaposlenici s velikim entuzijazmom sudjelovali u utrci Wings for Life World Run u Zadru – globalnoj humanitarnoj manifestaciji koja povezuje sudionike diljem svijeta u cilju podrške istraživanju ozljeda leđne moždine.

Naši kolege, od iskusnih trkača do potpunih početnika, trčali su s osmijehom, srcem i zajedničkim ciljem – pokazavši da snaga zajedništva nadilazi granice i kilometre.



Mala djela s velikim srcem



Drugom godinu zaredom, u Stanić Grupi smo promijenili koncept blagdanskih poklona za djecu zaposlenika. Umjesto klasičnih paketića sa slatkišima, ove su godine djeca dobila zdrave sokiće i posebno izrađene dukserice s porukom „SRCE“, izrađene u suradnji s Udruženjem „Srce za djecu oboljelu od raka“.

Kupnjom 400 dukserica podržali smo rad Udruženja i pomogli djeci oboljeloj od malignih bolesti. Uz svaki poklon, djeca su dobila i personalizirano pismo s porukom da nošenjem majice pružaju ruku prijateljstva i podrške svojim vršnjacima.

Na ovaj smo način, zajedno s našim najmlađima, prenijeli važnu poruku empatije, solidarnosti i zajedništva.

Nabrojali smo samo neke od inicijativa jer svakodnevno primamo upite i prijedloge iz Hrvatske i Bosne i Hercegovine, pokušavamo pomoći koliko god je moguće jer društvena odgovornost za nas je više od inicijative – ona je dio našeg identiteta.

Duboko vjerujemo da uspjeh vrijedi samo kada se dijeli, a zajednica raste kada u nju ulažemo – srcem, znanjem i djelima.

Zaklada „Jedni za druge“ – solidarnost koja povezuje Stanić Grupu

U srcu Stanić Grupe već godinama živi ideja zajedništva, brige i uzajamne podrške – vrijednosti koje nadilaze poslovne rezultate i stvaraju osjećaj prave pripadnosti.

Te vrijednosti svoju najplemenitiju formu dobile su kroz Zakladu „Jedni za druge“, osnovanu s ciljem da pruži pomoć zaposlenicima i njihovim porodicama u teškim životnim okolnostima.



Kroz zakladu, Stanić Grupa pokazuje da su ljudi najveće bogatstvo kompanije.

Pomoć se pruža u situacijama bolesti, nesreća, elementarnih nepogoda ili drugih nepredviđenih događaja koji ugrožavaju egzistenciju naših kolega.

Svaki zahtjev obrađuje se s diskrecijom i empatijom, a sredstva se prikupljaju kroz dobrovoljne priloge zaposlenika, uprave i partnerskih kompanija.

Posebnost ove inicijative leži u činjenici da zaklada ne djeluje samo financijski – ona simbolizira moralnu snagu i solidarnost među zaposlenicima.

Kroz nju se rađaju inspirativne priče podrške, zajedničkog zalaganja i ljudskosti, koje podsjećaju da se pravi tim gradi na razumijevanju i suosjećanju.

Stanić Grupa je kroz „Jedni za druge“ stvorila sustav koji nadahnjuje i

druge kompanije u regiji – pokazala je da korporativna odgovornost počinje unutar vlastitih redova, brigom za one s kojima dijelimo radni dan.

Zaklada „Jedni za druge“ tako je postala više od inicijative – postala je simbol Stanić kulture, gdje su ljudi uvijek na prvom mjestu i gdje je **svaki čin podrške dokaz da snaga našeg tima leži u tome da nikada ne ostavljamo jedni druge same.**

Sretni
blagdani!



HVALA VAM ZA SVE



