BioTechUSA SCITEC NUTRITION BUILDER SHAKERSTORE vitaminSHOP.hu

TRH S VÝŽIVOVÝMI DOPLNKAMI NIE JE ODOLNÝ VOČI KRÍZE, MY ÁNO!

VÝROČNÁ SPRÁVA BIOTECHUSA GROUP ZA ROK 2023

2023

LEAD

Napriek neočakávaným výzvam turbulentného trhového prostredia skupina BioTechUSA po rekordnom roku 2022 v minulom roku pokračovala v zrýchľovaní rastu a zvýšila svoje tržby o 15 % na 236,4 milióna EUR. Investícia vo výške takmer 13 miliónov EUR a 120 nových produktov, ktoré boli uvedené na trh, nielenže uspokojujú súčasné potreby, ale poskytujú aj platformu pre budúce strednodobé a dlhodobé plány. Napriek vysokým nákladom sa finančná situácia spoločnosti v minulom roku zlepšila, keďže EBITDA, teda zisk pred úrokmi, zdanením, odpismi a amortizáciou, sa medziročne zvýšil o viac ako 8 % na 27,36 milióna EUR. Pozrime sa na detaily!

Päť značiek, jedna spoločná cesta

103 KRAJÍN

307 OBCHODOV

49 WEBSHOPOV

4500 PARTNEROV

1800 ZAMESTNANCOV

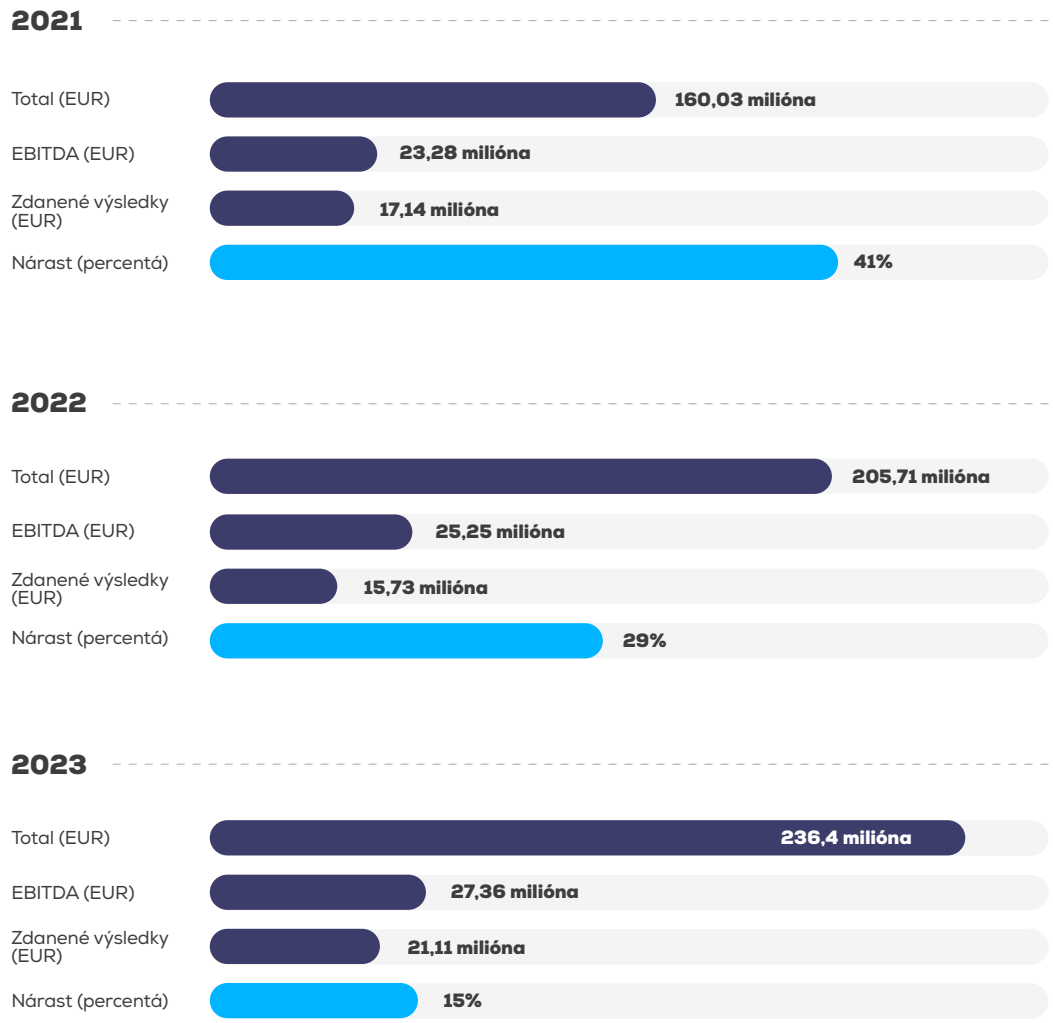
TRŽBY 236,4 MILIÓNA EUR

EBITDA 27,36 MILIÓNA EUR

15 % NÁRAST OBRATU
v porovnaní s rokom 2022

Nepretržitý dvojciferný rast

Hospodárske výsledky 3 rokov: 2021-2022-2023 na jednom diagrame



Aktuálne trendy, alebo takto sa tváril trh

Trh s výživovými doplnkami sa presunul z posilňovní na športoviská, do domácností a na pracoviská. Čoraz viac spotrebiteľov, ktorí dbajú o svoje zdravie, si uvedomuje význam životného štýlu, vrátane starostlivo vybranej zmiešanej stravy pre dosiahnutie kvalitného, športového života a aktívnej staroby. A na tento účel môžeme použiť rôzne výživové doplnky. Najväčší záujem je aj naďalej o proteínové prášky, ale v súčasnosti sú už súčasťou širšieho portfólia výrobkov ako kedykoľvek doteraz. V minulom roku rast doplnkov stravy pokračoval tak, že sa popri doplnkoch technického charakteru, ako sú kapsuly a tablety, objavilo čoraz viac špeciálnych potravín. Hospodárske prostredie však zmenilo aj zvyky zákazníkov a všetky disciplíny sa tomu museli prispôsobiť tak, aby sa spoločnosť udržala na ceste udržateľného rozvoja.

„Trh s výživovými doplnkami nie je odolný voči kríze, my sme spoločnosť na trhu, ktorá je odolná voči kríze“

Poučiť sa z kríz: hlavné výzvy v roku 2023

„Trh s výživovými doplnkami nie je odolný voči kríze, my sme spoločnosť na trhu, ktorá je odolná voči kríze“. takto by sa dal najlepšie zhrnúť rok 2023 spoločnosti BioTechUSA po tom, čo sa skupina musela vysporiadať s niekoľkými prekážkami, ktoré jej dovtedy neskrížili cestu. Tento rok sa hodnotil na základe toho, že

- počas krízy sa človek naučí päť až šesťkrát viac ako počas konjunktúry, a to platí pre každú spoločnosť;
- zatiaľ čo v stabilnom a predvídateľnom ekonomickom prostredí máme tendenciu zameriavať sa na našich konkurentov, v takomto období sa zameriavame skôr na seba, na zlepšovanie vlastných procesov;
- ľudia začali viac dbať na svoje zdravie, čo vytvorilo spotrebiteľskú základňu, takže trh rástol organicky;
- rastúce ceny a hektická dostupnosť surovín zároveň sťažili obstarávanie a výrobu;
- pri správnom hospodárení hodnota skladových zásob za krátky čas vzrástla;

- v čase krízy sa popri nestálych cenách energie do popredia dostala potreba vytvorenia vyváženosti v dodávateľských reťazcoch,
- výzvou bolo riadenie mzdových nákladov v prostredí vysokej inflácie;
- trh práce je mimoriadne napätý, fluktuácia v priemysle zostáva vysoká;
- na kompenzáciu všetkých týchto okolností, musela ako samofinancujúca spoločnosť zabezpečiť aj krytie nepredvídaných kapitálových potrieb.

„Pokračujeme aj po náročnej ceste“

Hodnotenie generálneho riaditeľa Bálinta Lévaia

„Obdobie pandémie preverilo obchodné zázemie skupiny, zatiaľ čo energetická kríza a vysoká inflácia, ako nepriamy dôsledok vojny, preverili skupinu po výrobnej stránke. Napriek tomu boli tieto dve obdobia podobné v tom, že panické nákupy spojené s covidom boli pre mnohých výrobcov obdobím vytvárania zásob proteínov. A hoci kreatín, aminokyseliny a rôzne vitamíny sú rovnako dôležitými zložkami, nebolo ľahké sa popasovať s dvoj- až trojnásobne vyššou cenou bielkovín, než na akú sme boli zvyknutí, ani s dôkladne premyslenou stratégiou obstarávania. V takýchto a podobných krízových situáciách je riešením jednoznačne tím. Našou filozofiou je, že ak je niektorú oblasť zasiahne nejaký vnútorný alebo vonkajší vplyv, nemala by to riešiť izolovane, ale každý by mal predložiť svoje nápady v spoločnej úvahe s ostatnými oddeleniami a vedením. Takto vznikajú najlepšie návrhy a nakoniec aj rozhodnutia. Na kvalite komunikácie závisí oveľa viac, než by si kto myslel. Ak sa nám podarí ísť rovnakým smerom, ľahšie dosiahneme cieľ bez ohľadu na povahu výzvy, ktorá nás čaká. Tak ako online obchody poskytovali konkurenčnú výhodu počas pandémie, rozsiahla sieť kamenných predajní bola motorom rastu po jej ukončení. V uplynulom roku sme sa ako tím museli vyrovnať so skutočnosťou, že so zvyšovaním spotrebiteľských cien - nielen v Maďarsku, ale aj v Európe a dokonca na celom svete - sa spotrebitelia začínajú viac starať nielen o svoje zdravie, ale aj o svoje peňaženky. Zatiaľ čo trajektória rastu prémiových výrobkov zostala nezmenená, dopyt vo všetkých ostatných kategóriách výrobkov sa zmenil. Vždy tu boli lepšie a horšie obdobia, a vždy tu aj budú, ale my sme aj po náročnej ceste kráčali ďalej. Preto verím, že ak je cesta skupiny BioTechUSA maratónskym behom, potom sme len na 5. zo 42 kilometrov. To znamená, že koniec je ešte ďaleko, ale zároveň to znamená, že máme veľa priestoru na zlepšenie a na mnohých trhoch je stále veľa nevyužitých príležitostí. Ak sa v najbližších desiatich rokoch budeme posúvať dopredu len

s 10-20 % rastom, môžeme byť spokojní, ale máme aj ambicióznejšie plány. Potenciál skupiny je pre investorov atraktívny, ale my chceme naďalej viesť BioTechUSA ako rodinný podnik v 100 % maďarskom vlastníctve. Stále si však zachovávame konzervatívny prístup k podnikaniu a v tomto duchu sa chystáme aj naďalej reinvestovať z vygenerovanej čiastky a rásť, kým nedosiahneme strop, aby sme neboli vydaní na milosť a nemilosť budúcim zmenám ani žiadnemu investorovi, pretože nám vyhovuje byť pánmi svojho osudu. V náš prospech hovorí skutočnosť, že hoci pôsobíme na jednom trhu, náš obrat je veľmi diverzifikovaný: skutočná hodnota váhy nášho 80-percentného exportu spočíva v tom, že vo viac ako 20 destináciách už dosahujeme obrat v hodnote stoviek miliónov eur. A tu sa nezastavíme, naše investície, ako napríklad vývoj technológií a výrobkov, či neustále vzdelávanie našich zamestnancov, sú zamerané na to, aby sme si popri domácom dopyte aj z medzinárodného koláča ukrojili čoraz väčší kus."

„Ak je cesta skupiny BioTechUSA maratónskym behom, potom sme len na 5. zo 42 kilometrov."

DVOJCIFERNÝ RAST: OBCHODNÉ A HOSPODÁRSKE VÝSLEDKY

Spoločnosť vlastní týchto päť značiek a marketingová stratégia a ciele vývoja produktov každej značky sú navrhnuté tak, aby pokryli čo najviac cieľových segmentov a potrieb spotrebiteľov v oblasti fitnes a kozmetiky:

- **BioTechUSA** mottom „The Feeling of Success" motivuje bežných ľudí k dosiahnutiu ich individuálnych cieľov, či už ide o tvarovanie postavy, vytrvalostné športy alebo trvalú zmenu životného štýlu;
- **Scitec Nutrition**, so sloganom „Make a Difference" je značka pre tých, ktorí sa dlhodobo venujú tréningu v posilňovni;
- **Builder** je už viac ako 20-ročný internetový obchod s výživovými doplnkami v Maďarsku
- **VitaminShop** je internetový obchod s viacerými značkami, zameraný na spotrebiteľov vitamínov;
- **ShakerStore** vyrába na zákazku šejkre, fľaše na vodu, galóny, organizéry na lieky, odevné a textilné výrobky.

Je veľkým úspechom, že v porovnaní s mimoriadne vysokým obratom v základnom období predchádzajúceho roka dosiahla spoločnosť aj v tomto krízovom období 15-percentný nárast predaja, zhrnúc údaje o predaji B2B a B2C. Treba však poznamenať, že aj pri nezmenenom dominantnom maďarskom zastúpení vývozné aktivity generujú už približne 80 % obratu, takže budúci vývoj skupiny BioTechUSA je v podstate podmienený jej výkonnosťou na zahraničných trhoch. Skupina reagovala na meniace sa spotrebiteľské návyky a zaznamenala silný rok v domácom aj medzinárodnom obchode. Popri tom, že si udržala vedúce postavenie na trhu v Maďarsku, zvýšila svoj podiel ako vývozca v takých kľúčových destináciách, ako je Francúzsko, Nemecko a Poľsko. Okrem regionálnych trhov dynamicky rástla v južnej Európe vrátane Španielska, Portugalska a Grécka a na severe v Nórsku a na Islande. Mimo Európy pokračuje pozoruhodný masívny rast, ktorý firma zaznamenala v krajinách, ako je Irak a Vietnam. Jedným z kľúčov k trvalo udržateľnému rozvoju je ešte väčší dôraz, kladený na školenia zamestnancov v kamenných predajniach, zatiaľ čo v oblasti elektronického obchodu sa popri vlastných internetových obchodoch čoraz dôležitejšou stopou stávajú Amazon a Facebook Marketplace.

Cesta vedúca k úspechu je omnichannel

Pred niekoľkými rokmi si mnoho ľudí stotožňovalo výživové doplnky s proteínovými práškami, ale tento názor už dávno prekonali špičkoví výrobcovia a distribútori v tomto odvetví, na čele so spoločnosťou BioTechUSA. Rastie počet tých, ktorí okrem srvátkových bielkovín pravidelne konzumujú rôzne aminokyselinové a vitamínové prípravky, doplnky stravy vo forme tabliet, už ani nehovoriac o proteínových tyčinkách a lifestyle produktoch. Aký široký je sortiment výrobkov, taký pestrý je aj model predaja: skupina uplatňuje stratégiu omnichannel, t. j. je aktívne prítomná na všetkých možných platformách a hrá na všetky nástroje: výrobky sú dostupné offline aj online, vo vlastných a partnerských internetových obchodoch a predajniach, v posilňovniach, supermarketoch, hypermarketoch a diskontných reťazcoch, drogériách, na čerpacích staniciach a v lekárňach. Prístup spoločnosti je zameraný na vytváranie dlhodobých hodnôt, a nie krátkodobých cieľov, a cesta k tomuto cieľu je vydláždená viackanálovými riešeniami: stratégiou, ktorá vedie k udržateľne efektívnemu predaju s najvyššími objemami a ziskovosťou.

Best seller produkty

BioTechUSA TOP 5

Portfólio zložené z 2000 produktov

Iso Whey Zero
srvátkový proteínový izolát

100% Pure Whey
srvátkový proteínový komplex

Zero Bar
proteínová tyčinka

Arthro Forte
výživový doplnok vo forme tabliet

BCAA Zero
aminokyselinový prípravok

SCITEC NUTRITION TOP 5

Portfólio zložené z 2000 produktov

100% Whey Protein Professional
srvátkový proteínový koncentrát

Multi-Pro Plus
Multifunkčný vitamínový prípravok

Collagen Liquid
Doplnok stravy vo forme nápoja

100% Creatine Monohydrate
Kreatínový prípravok

Mega Daily One
Multifunkčný vitamínový prípravok

Zmena spotrebiteľských návykov: dopyt po prémiových výrobkoch zostáva silný

Kruh sa rozširuje: doplnky stravy teraz vyhľadávajú nielen profesionálni kulturisti, ale aj tábor zástancov „uvedomelého životného štýlu". Nástup nových zákazníkov má výrazný vplyv na predaj výrobkov zameraných na zdravie a očakáva sa, že úloha týchto lifestylových kategórií v rámci sortimentu, a tým aj ich váha z hľadiska predaja, bude v nasledujúcich rokoch dynamicky rásť. V súlade s filozofiou BioTechUSA a Scitec Nutrition sa spoločnosť snaží udržať si lojalitu spotrebiteľov nielen prostredníctvom pravidelných propagačných akcií a individuálnych zliav, ale predovšetkým poskytovaním výrobkov prémiovej kvality, po ktorých je aj napriek celosvetovej hospodárskej kríze stále vysoký dopyt. Pozorujeme tiež nárast dopytu po jednozložkových výrobkoch. Spotrebitelia čoraz častejšie nakupujú cielene a pozorne sledujú, ktoré výrobky sú najvhodnejšie pre ich ciele.

Výsledky B2C v domácom a zahraničnom obchode: tvrdá konkurencia a rozširovanie siete predajní

Na celej línii B2C predaja - vrátane predajného kanála Amazon - produkty BioTechUSA rovnako ako produkty Scitec Nutrition priniesli signifikantný nárast obratu. A čo je za tým?

- Skupina sa vo Francúzsku stala tretím najväčším aktérom v odvetví a prakticky aj lídrom.
- Na nemeckom a rakúskom trhu sa na prvom mieste spoločne umiestnili BioTechUSA a Scitec Nutrition, ale ak zúžime pole na online predaj, vidíme, že do popredia sa dostávajú skôr vlastné značky a značky s veľkou influencerskou základňou.
- V roku 2023 sieť dosiahla míľnik otvorením svojej 100. medzinárodnej predajne, vďaka čomu sa skupina BioTechUSA môže pochváliť 307 predajňami v 8 krajinách.
- Po etablovaní sa skupiny v Španielsku po otvorení prvého obchodu nasledovali ďalšie päť.
- Vo Francúzsku pribudlo ďalších 13 jednotiek, ale spoločnosť nezaháľala ani v nemecky hovoriacich regiónoch: V Nemecku očakáva zákazníkov 10 nových predajní (9 BioTechUSA, 1 Scitec Nutrition), ale produkty prvej zo spomínaných značiek budú k dispozícii aj v Rakúsku v ďalších dvoch predajniach.
- Táto predajňa Scitec Nutrition je prvá na zahraničnom trhu, ktorá bola v novembri sprístupnená širokej verejnosti v Nemecku. Na medzinárodnej scéne bolo maloobchodné prostredie najrozmanitejšie na Slovensku, kde došlo k jednému otvoreniu, jednému premiestneniu a dvom rekonštrukciám.

Podľa odhadov bude v roku 2024 otvorených viac ako 50 predajní: Vo Francúzsku a Nemecku po 15, v Španielsku osem a v Poľsku a Taliansku po päť, pričom s Talianskom pribudla na zoznam doteraz nedotknutých destinácií skupiny ďalšia krajina. Podľa plánu by sa mali otvoriť dve predajne v susednom Rakúsku a dve na Slovensku, a ak sa podarí stlačiť štartovacie tlačidlo v Rumunsku, mohlo by to znamenať otvorenie 5 až 10 predajní. Medzitým by sa sieť v Maďarsku mohla reálne rozšíriť o 6-7 predajní Scitec Nutrition a 1-2 predajne BioTechUSA.

Neustále sa rozširujúca sieť predajní

otvorenie 45 nových predajní | 307 predajní | v 8 krajinách

Rozdelenie predajní:

Maďarsko
BioTechUSA 103 | SCITEC NUTRITION 80 | BUILDER 2

Nemecko
B 30 | 1

Poľsko
B 4

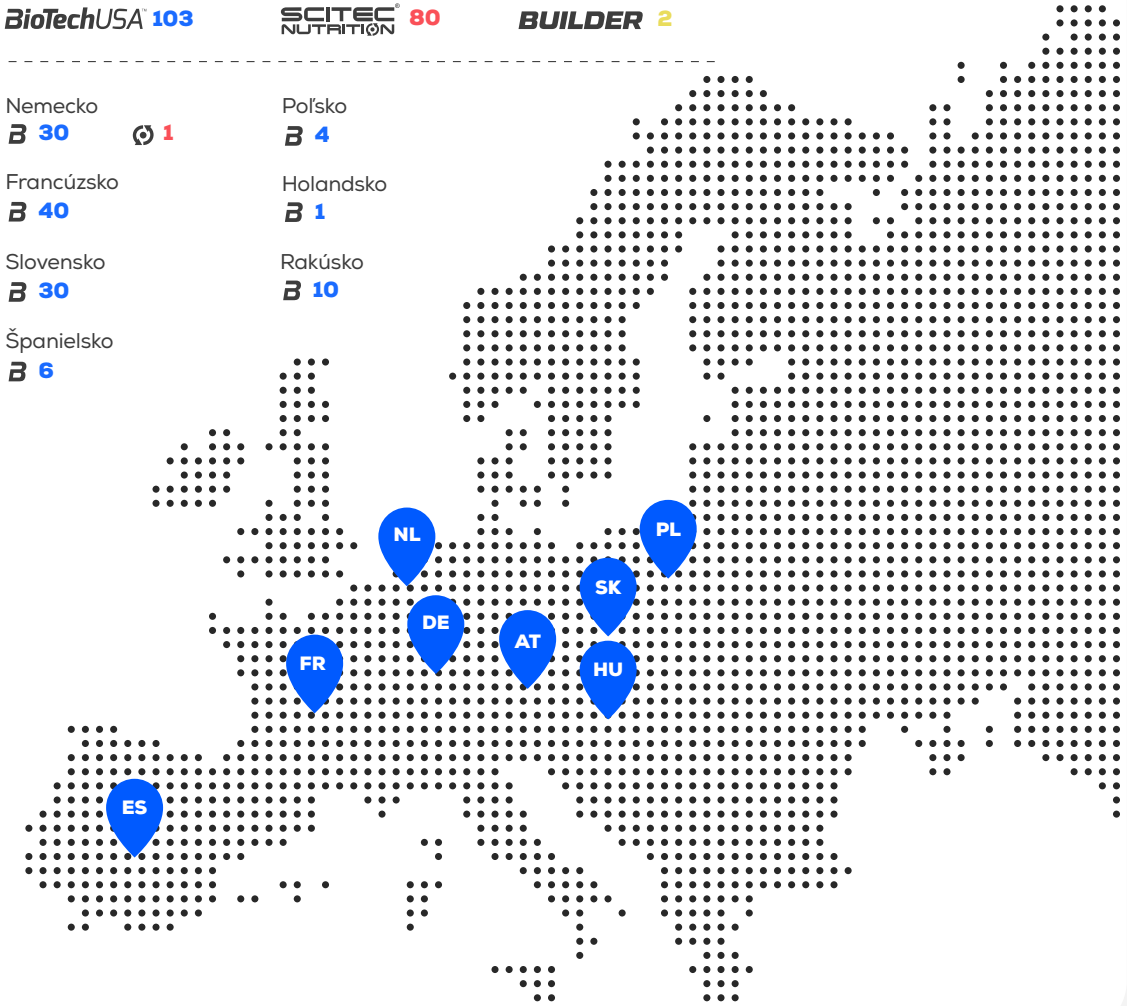
Francúzsko
B 40

Holandsko
B 1

Slovensko
B 30

Rakúsko
B 10

Španielsko
B 6



Skutočná hodnota kvantitatívneho rastu však spočíva v kvalite služieb a vo vyššej úrovni zákazníckej skúsenosti, a preto skupina kladie veľký dôraz na vzdelávanie svojich poradcov - doma aj na exportných trhoch. Prioritou je zabezpečiť, aby zamestnanci mali najnovšie informácie a poskytovali personalizované služby, ktoré spĺňajú potreby zákazníkov a hodnoty skupiny.

V tomto duchu sa rozbehlo e-learningové vzdelávanie, ktoré bolo v Nemecku spustené v novembri minulého roka, avšak vo Francúzsku - a na Slovensku - už dosiahlo takmer 100-percentné zapojenie, s výnimkou nových účastníkov. V posledných dvoch oblastiach sa vďaka novému poskytovateľovi školení podarilo zjednotiť e-learning a výrazne tak prispieť k úspechu. Toto školenie bolo v Maďarsku rozšírené aj na franšízových partnerov a stretlo sa s veľmi pozitívnym ohlasom. Vzdelávacie materiály sa neustále aktualizujú, reagujúc na trhové a generačné zmeny, a tiež na spätnú väzbu od zamestnancov. Z toho vyplýva, že aktuálny školiaci materiál je pestrejší a ľahšie osvojiteľný ako predošlý, čo je pre spoločnosť signálom, že bolo dobrým rozhodnutím optimalizovať moduly a uprednostniť pestrý prístup k novinkám pred suchopárnym učebným plánom.

Výsledky B2B: výrobky pod vlastnou značkou na pultoch obchodných reťazcov a veľkoobchodov

V súlade s nákupným trendom, vznikajúcim v maloobchode s potravinami – v prípade supermarketov a diskontných reťazcov – v dôsledku prostredia vysokej inflácie, ponúka spoločnosť BioTechUSA čoraz väčšiemu počtu obchodných reťazcov okrem značky výrobcu aj riešenia pod vlastnou značkou. Aj tento fakt mohol prispieť ku skutočnosti, že spoločnosť dosiahla výrazný nárast, kooperujúc s obchodnými reťazcami, aj napriek tomu, že zákazníci sú čoraz uvedomelejší. Popri tom sa výrazne zvýšila aj prítomnosť v obchodných reťazcoch na početných exportných trhoch, čoho dobrým príkladom je Nemecko (Famila, Markant) a Dánsku (Bilka, Føtex, Helsam).

Skupina je na maďarskom trhu naďalej lídrom ako veľkoobchodník prostredníctvom svojich dvoch značiek BioTechUSA a Scitec Nutrition. Tieto brandy sú dostupné v každej významnejšej sieti posilovní, ale rozšírenie predajných kanálov malo aj tak kľúčový význam. Navyše už počas pandémie covidu bolo citeľné, že zákazníci chodia do obchodov menej, je však pravda, že vtedy spravidla aj viac míňajú.

Tento stav konzervovala vojna, energetická kríza a v jej dôsledku prudký rast cien, čo malo dopad aj na počet zákazníkov. Spoločnosti sa podarilo prelomiť trend získaním nových spotrebiteľov, v čom kľúčovú úlohu zohrávajú akciové dni a zľavy viazané na určité časové obdobie.

Predaj na každej platforme

Nasýtený trh, premenlivé ceny surovín

Mnohé zahraničné trhy sú pomerne nasýtené, takže konkurencia je silná a ceny komodít zaznamenali v krátkom čase veľké výkyvy. V prípade proteínov boli rozdiely v cenách dvoj- až trojnásobné, zatiaľ čo ceny aminokyselín a vitamínových prípravkov vykazovali menšie, ale tak isto výrazné cenové výkyvy. Z tohto dôvodu bola dôležitá dobrá stratégia obstarávania a vytváranie zásob, rýchle prispôsobovanie sa nepredvídaným výzvam. V niektorých krajinách zohrávali kľúčovú úlohu dobre fungujúce priame partnerstvá. Rusko-ukrajinská vojna a všetky jej hospodárske dôsledky sa cez optiku spoločnosti BioTechUSA prejavili aj mimo týchto dvoch krajín, a to v Spojenom kráľovstve, Írsku, Škandinávii, ale aj na juhu v Grécku a na viacerých trhoch mimo EÚ. Ako exportér čelí skupina nielen rastúcim cenám energií, a teda vysokým cenám pohonných hmôt, ale popri náhlom náraste logistických nákladov aj pri základných surovinách už spomínaným vysokým cenám a problémom so zásobovaním – a dopadom tohto všetkého na spotrebiteľov. Aj v tomto turbulentnom hospodárskom prostredí sa nám však podarilo udržať sa na ceste rastu, čo je samo o sebe významný úspech a popri tom:

- v segmente B2B v Poľsku, sa spoločnosť umiestnila v prvej päťke, pričom dobrý rok zaznamenali aj značky BioTechUSA a Scitec Nutrition.
- V strednej a východnej Európe skupina dokázala naďalej zviditeľňovať značky BioTechUSA a Scitec Nutrition, ktoré sa na Slovensku a v Českej republike umiestnili v prvej trojke v tomto odvetví, a to v kamenných aj internetových obchodoch.
- Distribútori v krajinách Balkánskeho polostrova zaznamenali výrazný rast a budovaniu značky výrazne pomohla aj účasť na podujatiach v regióne.
- Napriek ozbrojenému konfliktu spoločnosť rozšírila svoj trh na Ukrajine a v Rusku, keďže sa pri pokračovaní svojich exportných aktivít sa mohla opierať o spoľahlivých partnerov na zahraničných trhoch.
- Značka BioTechUSA sa presadzuje v južnej Európe: Je lídrom na gréckom trhu, ale vďaka obrovskému rastu je teraz v prvej šestke aj na španielskom a portugalskom trhu.
- Pri pohľade na sever bol uplynulý rok mimoriadne úspešný v Nórsku a na Islande, ale tiež v Írsku, kde skupina takisto zaznamenala silný rast.
- Mimo Európy je vietnamský trh naďalej nápadne dynamický, ale po dlhom prípravnom procese sa spoločnosti s veľmi sľubnými výsledkami podarilo vstúpiť aj na iracký trh – s oboma značkami.

E-obchod: online obchody na vzostupe BioTechUSA a Scitec Nutrition

11 webshopov BioTechUSA predčilo tempo nárastu európskeho online maloobchodného trhu, motorom čoho boli jednoznačne exportné trhy a zvyšovanie povedomia o značke. Okrem získania nových zákazníkov bolo veľmi dôležité udržať si existujúcich zákazníkov a povzbudiť ich k ďalším nákupom. Preto bol vernostný systém okrem maďarského, nemeckého, rakúskeho, poľského a francúzskeho trhu spustený aj na Slovensku a v Španielsku.

Medzičasom predajný kanál Amazon prekvitá: predaj cez Amazon bol spustený aj v Belgicku, Holandsku a Poľsku, ale pripravuje sa expanzia aj mimo EÚ. Obe značky, BioTechUSA a Scitec Nutrition, majú vlastný imidž na Amazone s nezávislou produkciou obsahu, zodpovedajúcou platforme. Na základe doterajších pozitívnych skúseností sa spúšťa obchodovanie B2C aj na ďalších významných trhoch.

37 webshopov Scitec Nutrition, Builder a VitaminShop významnou mierou prispelo ku zvýšeniu celkového obratu spoločnosti. V tomto kanáli Scitec Nutrition výrazne prekonal svoje výsledky v oblasti e-obchodu z predchádzajúceho roka: popri maďarskej sa pôsobivo rozvinula aj nemecká, chorvátska a rumunská strana.

Webshopy vo vlastných rukách – 49 webshopov v 20 krajinách

Rozdelenie webshopov:

BioTechUSA: EU, HU, SK, FR, DE, AT, RO, PL, ES, IT, HR, CZ

SCITEC NUTRITION: EU, HU, US, EN, ES, SI, SK, RO, PT, PL, IT, DE, FR, CZ, HR, AT

BUILDER: EU, HU, US, EN, SE, RS, SI, SK, RO, PT, PL, NL, IT, IE, HR, FR, ES, DE, CZ, AT

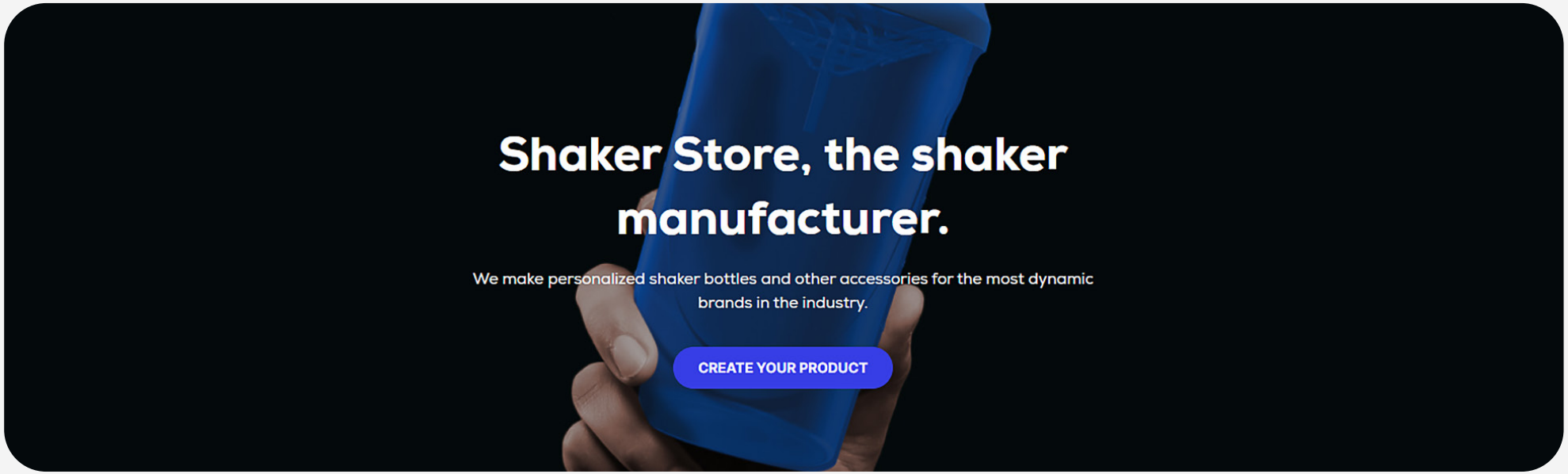
vitaminSHOP.hu: HU

Builder a VitaminShop

Portfólio výživových doplnkov vlastnej značky Builder je odôvodnené schopnosťou značky konkurovať výrobkom konkurencie, patriacim do základnej cenovej kategórie. Dôležitým cieľom bolo aj zvýšenie trhového podielu doplnkov Builder Supplements, ktoré boli uvedené na trh v roku 2022, a spôsob, ako to dosiahnuť, je okrem získavania zákazníkov aj udržanie ich spokojnosti. Preto sa skupina zameriava na viac nového obsahu a lepšiu používateľskú skúsenosť, ktorá bude okrem kanálov s vysokou návštevnosťou poskytovaná aj na nových reklamných platformách, ako je TikTok. Značka VitaminShop, ktorá sa zatiaľ zameriava na maďarský trh, buduje svoju základňu pomocou špeciálnych ponúk a odborných článkov, ktoré pomáhajú pri výbere správnych produktov.

ShakerStore

Skupina vyrába produkty s jedinečným logom pre posilňovne a distribútorov výživových doplnkov v celej Európe pod značkou ShakerStore. Značka je prítomná v 44 krajinách, kde má 732 partnerov, prepravy tovaru organizuje vlastný prepravný koordinátor spoločnosti. Značkou ShakerStore teraz spoločnosť BioTechUSA pokrýva celú Európu, ale jej najväčší partneri sú v Nemecku. Má tiež silné zastúpenie v Spojenom kráľovstve, USA a na Blízkom východe. Okrem šejkrov Wave a Wave+ sú žiadané aj fľaše na vodu, galóny a organizéry na tablety, ale dobre sa predáva aj oblečenie a textilné výrobky, ako sú gymbagy, uteráky a rôzne tričká, tielka a mikiny.



ZVÝŠENIE EFEKTÍVNOSTI, ZLEPŠENIE PRACOVNÝCH PODMIENOK A MODERNIZÁCIA V OBLASTI ZÁSOBOVANIA

Skupina BioTechUSA zriadila vlastné výrobné zariadenia a logistické centrum v obciach Szada a Dunakeszi s celkovou úžitkovou plochou takmer 44 000 m2 a skladovou kapacitou 24 000 paliet. Tu vyrába a balí prevažnú väčšinu svojich výrobkov: ročná výrobná kapacita je 20 miliónov tyčiniek, 20 000 ton prášku, 1 miliarda kapsúl a tabliet. Máloktorá spoločnosť na svete, vyrábajúca výživové doplnky a špeciálne potraviny, sa môže pochváliť vlastnou továrňou a logistickým centrom, ktoré jej umožňujú vyrábať jedinečné výrobky vysokej kvality a rýchlo, flexibilne a kvalitne uspokojovať požiadavky spotrebiteľov. Výrobná základňa v obci Szada spravidla vyrába výrobky značky BioTechUSA, zatiaľ čo závod v Dunakeszi je zodpovedný za výrobu výrobkov značky Scitec Nutrition a za uspokojenie väčšiny dopytu zo zmluvnej výroby. Zároveň, v záujme zabezpečenia efektívneho využívania pracovnej sily, oba závody v prípade potreby spolupracujú na danom projekte, aby so vzájomnou podporou včas doplnili zásoby, plniac požiadavky zákazníkov. Spolupráca a komunikácia medzi oboma výrobnými závodmi je vynikajúca.

Pod vplyvom potreby optimalizovať logistické procesy a náklady spoločnosť prijala strategické rozhodnutie urobiť veľký krok: zriadiť centrálnu logistickú základňu vo svojom sídle v Szade v Peštianskej župe. Sklad produktov spoločnosti Scitec Nutrition bol dlhé roky v prevádzke v prenajatých priestoroch na ulici Ezred, vo štvrtom budapeštianskom obvode. Keďže platnosť nájomnej zmluvy na konci roka 2023 vypršala, namiesto nového predĺženia sa po komplexnom dvojročnom investičnom programe zrodila centrálna logistická základňa. Presun zásob z ulice Ezred do obce Szada bol náročný a vyžadoval si dôkladnú prípravu, ale integrácia umožňuje spoločnosti odteraz obsluhovať zákazníkov z celého sveta z jedného miesta.

Zameranie na rozvoj a zvyšovanie kapacít

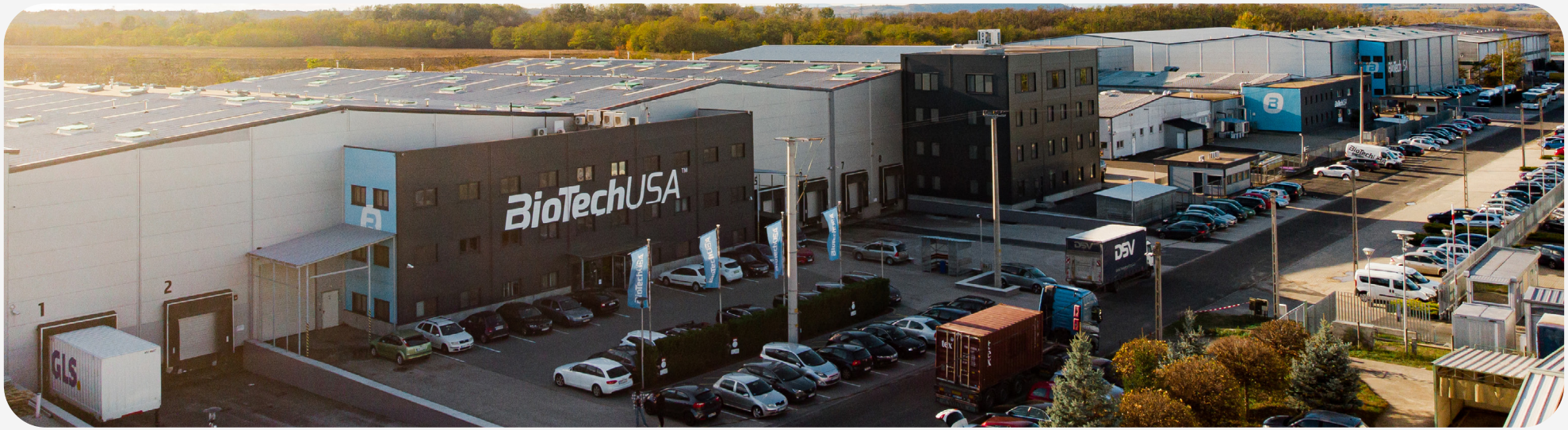
Z hľadiska logistiky aj výroby bolo najväčšou výzvou uplynulého roka zabezpečenie a udržanie vhodnej pracovnej sily. Úbytok a fluktuácia pracovníkov z výroby je pretrvávajúci problém, ktorý je potrebné riešiť na dennej báze. Preto sa prioritou spoločnosti stalo zabezpečenie kvalitného pracovného prostredia a vhodného balíka benefitov, vďaka ktorému môže výroba a logistika dosahovať vysokú úroveň výkonnosti. Úroveň miezd v regionálnych prevádzkach stanovila skupina tak, aby v porovnaní s okolitými spoločnosťami bola konkurencieschopná. Nedostatok pracovnej sily vytvára tlak a vyvoláva opatrenia na zlepšenie. Ide najmä o neustále prehodnocovanie prevádzkových procesov s cieľom zefektívniť výrobu a logistiku a odstrániť nadbytočné úkony. Popri tom zvýšenie kapacity a optimálne využitie prevádzok podporujú projekty mechanizácie.

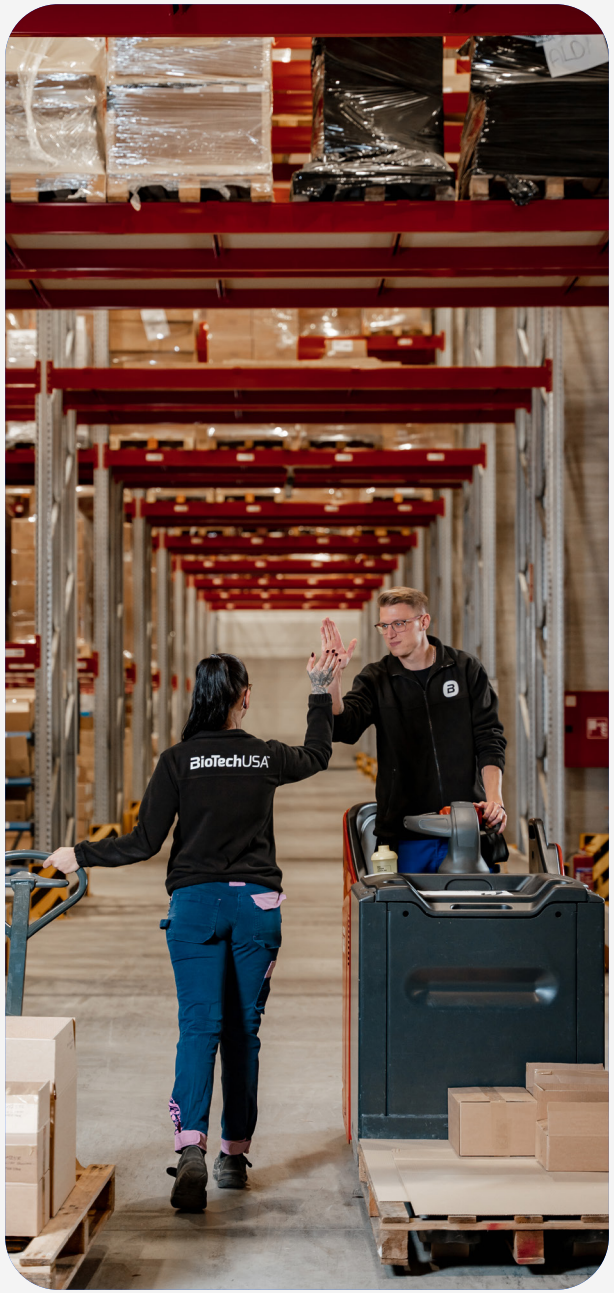
Rozšírenie budovy a optimalizácia procesov v sídle skupiny v obci Szada

Logistické centrum v obci Szada, ktoré bolo postavené v roku 2007, sa v minulom roku veľmi rozrástlo, pričom došlo k rozšíreniu budovy a k vnútorným stavebným zmenám. Z hľadiska organizácie práce bolo náročné, že všetko toto prebiehalo súbežne s každodennou prácou. Objem práce oddelenia logistiky sa v priebehu roka zvyšoval, čo vyvrcholilo presťahovaním skladu na ulici Ezred. Periodické akcie a potreba dodržiavať termíny pre veľkoobjemové vývozné zásielky, z ktorých si mnohé vyžadujú špeciálnu manipuláciu, viedli k hektickému pracovnému zaťaženiu, čo znamenalo neustálu výzvu tak ohľadom počtu zamestnancov aj časov realizácie.

O predstavenie logistického centra a výrobných zariadení bol v uplynulom roku značný záujem. S cieľom uspokojiť dopyt, spoločnosť pravidelne organizovala pre partnerov, influencerov a nových zamestnancov prehliadky logistického centra a výrobného závodu. Počas každej z týchto návštev zástupcovia skupiny ukázali, ako sa výrobky vyrábajú, od príjmu surovín až po ich expedíciu, zorganizovali ochutnávky a umožnili aj návštevu analytického laboratória.

Výrobný závod v Szade, ktorý je v prevádzke od roku 2014, sa v posledných rokoch neustále rozširoval a prešiel mnohými internými premenami. V roku 2023 sa pozornosť sústredila na optimalizáciu procesov. Revízia výroby tiež automatizovala významnú časť pomocných procesov v závode, takže každý krok výroby je možné sledovať v systéme riadenia podniku, čím prácu podporí príslušný systém hlásení. V záujme vlastného rozvoja boli preskúmané všetky problematické oblasti procesu boli a bol zostavený akčný plán. Počas výroby vznikajú minimálne neplánované prestoje, výrobné harmonogramy flexibilne sledujú dopyt, no zároveň sú dobre naplánované, s nízkou mierou nepodarkov. Efektívnosť výrobných závodov verne odzrkadľuje, že dochádza len k minimálnemu nedostatku hotových výrobkov, naopak, typický je vyrovnaný a financovateľný stav zásob. K rozhodnutiu skupiny, pokračovať v projektoch mechanizácie z predchádzajúcich rokov s cieľom efektívnejšie organizovať existujúcu pracovnú silu, prispel aj nedostatok pracovných síl. Neustále rozvíja svojich kolegov, pričom sa zameriava na to, aby im poskytla interný kariérny postup, a tým aj predvídateľnú budúcnosť. Je dôležité, že počet zamestnancov v závode v Szade sa nezvýšil, ale objem výroby áno.





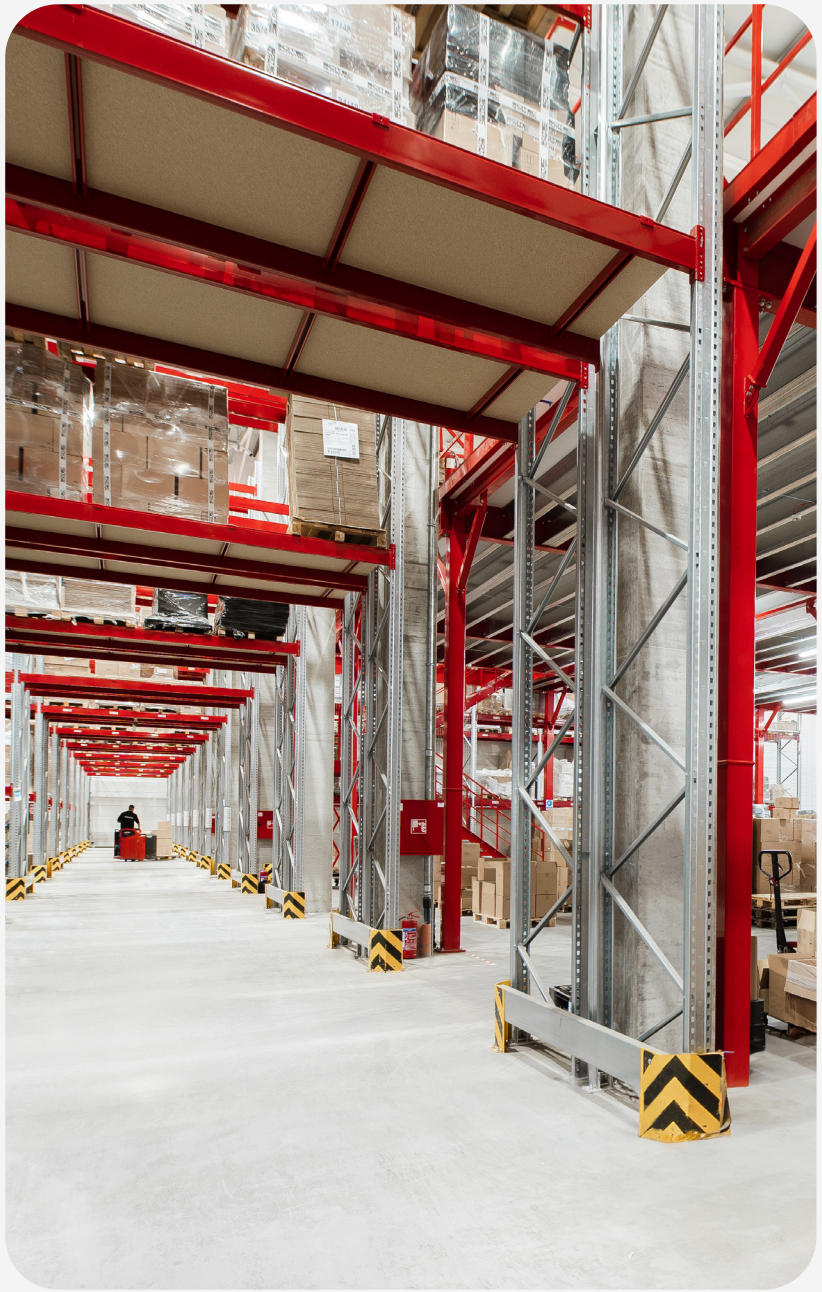
Prostredníctvom systému Multi-user dokážu zamestnanci logistiky a výroby vo výrobnom závode Szada a v oboch výrobných závodoch vykonávať prácu aj v iných oblastiach, čo prispieva k vyváženému riadeniu pracovnej sily a zmierňuje možné periodické preťaženie. Nedostatok zamestnancov na konci roka priviedol spoločnosť do situácie, v ktorej zaviedla bezprecedentný postup: ponúkla kolegom pracujúcim na pracovisku Huszti út v III. budapeštianskom obvode možnosť pracovať cez víkendy v logistickom centre a vo výrobných prevádzkach formou projektu, táto iniciatíva zožala nečakaný úspech. Toto nezvyčajné riešenie zároveň pomohlo budovať tímového ducha, pretože umožnilo kolegom z centrálneho pracoviska spoznať regionálne pracoviská, ich pracovné procesy a ľudí, ktorí tam pracujú.

V minulom roku bol v závode v Szada zriadený aj tím technického vývoja, takže väčšina projektov mechanizácie sa teraz navrhuje a realizuje vo vlastnej réžii. Rozšírenie kapacity bolo v minulom roku podporené uvedením niekoľkých výrobných zariadení do prevádzky, ale aj modernizáciou značnej časti existujúcich zariadení a strojov.

Organizačný rozvoj, modernizácia a zvýšenie kapacity na udržanie zamestnancov v ústredí skupiny v Dunakeszi

Rok 2023 priniesol veľa výziev aj pre výrobný závod v Dunakeszi. Už koncom roka 2022 spoločnosť začala s viacerými prevádzkovými investíciami do modernizácie výrobného prostredia, ktoré boli dokončené koncom minulého roka. Spomedzi investícií k zlepšeniu výroby významne prispela modernizácia vodovodného a kanalizačného systému a výstavba vodovodnej siete Ecolab a RO, ale bolo začatých alebo dokončených aj niekoľko ďalších projektov rozvoja procesov. Väčšina z nich už bola vytvorená a implementovaná v sídle v Szade, ale bolo potrebné zohľadniť odlišnú polohu a špecifické potreby výrobného závodu v Dunakeszi. Odvlhčovacie zariadenia, ktoré pomáhajú plynulejšiemu priebehu procesu výroby kapsúl, umožnili rýchlejšiu výrobu tohto typu výrobku, bez prestojov.

Aj keď sa v závode v Dunakeszi prejavil hmatateľné znaky nedostatku pracovných síl, rastúce pracovné zaťaženie sa snažili zmierňovať neustálym prehodnocovaním výrobných procesov a projektmi mechanizácie. Výrobný závod mal väčšinu roka nedostatok zamestnancov. Organizačný rozvoj dostal vysokú prioritu, došlo k reštrukturalizácii oddelení, zmenili sa úlohy a zodpovednosti



a väčšia pozornosť bola venovaná vytváraniu a udržiavaniu zdravej podnikovej kultúry. To zahŕňa motiváciu zamestnancov a vypočutie ich nápadov. Zamestnávateľ v priebehu roka postupne zvyšoval mzdy, podobne ako v Szade, aby prilákal nových zamestnancov a udržal si existujúcich. Miera fluktuácie nepresahuje priemer, typický pre výrobné podniky v Maďarsku, ale získanie, zaškolenie a udržanie nových zamestnancov si vyžaduje veľa úsilia a pozornosti. Skupina BioTechUSA zamestnáva vo svojich závodoch 100 % vlastných pracovníkov.

V minulom roku bol v Dunakeszi zriadený aj sklad hotových výrobkov, ktorý poskytuje špecializovanú podporu pre zákazkovú výrobu a z ktorého si partneri v súčasnosti odvážajú väčšinu výrobkov zo zákazkovej výroby. Spoločnosť vykonáva zákazkovú výrobu aj v obci Szada, ale tento profil je charakteristický predovšetkým pre závod v Dunakeszi.

Naše výrobné a logistické centrá

ÚŽITKOVÁ PLOCHA: TAKMER 44 000 m²

SKLADOVACIA KAPACITA: 24 000 PALIET

ROČNÁ VÝROBNÁ KAPACITA:

20 000 TON PRÁŠKU

20 MILIÓN TYČINIEK

1 MILIARDA KAPSÚL A TABLIET

Miliardová investícia, automatizovaný sklad, nové sociálne bloky

V minulom roku pribudol v logistickom centre Szada sklad surovín s riadenou teplotou, čím sa zdvojnásobila kapacita skladovania surovín. Skupina tiež rozšírila svoj sklad hotových výrobkov a vybudovala nové, čiastočne temperované skladové priestory s galériou, z ktorých sa expedujú exportné zásielky. Spoločnosť zároveň reštrukturalizovala celý sklad hotových výrobkov, aby zabezpečila hladký a optimálny priebeh logistických procesov. Skladové priestory, ktoré sa predtým používali na skladovanie hotových výrobkov a nachádzali sa priamo vedľa výrobného závodu, dostali novú funkciu a budú slúžiť na vytvorenie novej modernej prevádzky na výrobu komplexných proteínových tyčiniek.

Spoločnosť BioTechUSA tiež prestavala skladové priestory na dodávanie malých zásielok a pridala galériu, aby zvýšila počet baliacich liniek a manipulačný priestor, čím maximalizovala využitie dostupného priestoru. Medzitým sa aj spoločnosť ShakerStore, vďaka novej kancelárii a skladu, posunula o úroveň vyššie.

V logistickom areáli bol postavený nový štvorpodlažný sociálny blok s kanceláriami, zasadacími miestnosťami, šatňami, sociálnymi miestnosťami, jedálňou, kanceláriou vedenia a zasadačkou, a nechýba ani posilňovňa umiestnená na dvoch podlažiach. Odovzdaním novej časti budovy sa výrazne zlepšila sociálna vybavenosť a pracovné prostredie zamestnancov.

Jedným z kľúčových úspechov uplynulého roka bola inštalácia a prevádzka automatického skladu hotových výrobkov, fungujúceho na princípe „tovar k človeku", ktorý skracuje čas potrebný na vyzdvihnutie výrobkov, čím sa skracuje čas, ktorý zákazníci strávia v logistickom centre. Investícia a súvisiaci vývoj infraštruktúry, softvéru a procesov boli realizované s celkovým rozpočtom takmer 2,5 milióna EUR, na ktoré spoločnosť získala aj štátnu podporu vo výške viac ako 600 000 EUR.

Skupina venovala osobitnú pozornosť aj udržiavaniu stavu a modernizácii svojich zariadení a takéto investičné projekty vo výrobnom závode v Szade pokračovali aj v minulom roku. Bola postavená nová kompresorovňa a strojovňa a počas ročnej odstávky sa vykonalo množstvo konzervačných opráv. Došlo k rozšíreniu strojového parku výroby, objem výroby sa zvýšil vďaka novému kapsulovaciemu stroju, a boli zakúpené nové zariadenia na zvýšenie kapacity plnenia práškov a balenia. Vďaka vývojovým aktivitám vlastného technického vývojového tímu boli mnohé výrobné stroje a zariadenia skonštruované a modernizované priamo v podniku.

Ešte začiatkom roka 2021 sa vedenie spoločnosti rozhodlo výrazne zvýšiť výrobnú kapacitu proteínových tyčiniek. Začalo sa obstarávanie potrebnej linky a súvisiacich zariadení na výrobu tyčiniek, súčasne a výstavbou a projektovaním na to potrebnej časti budovy. Predpokladá sa, že systém bude pripravený na skúšobnú prevádzku na jeseň 2024. Medzi tohtoročné úlohy patrí rozšírenie sociálneho bloku, šatní a priestorov jedálne, čo umožní aj zvýšenie počtu zamestnancov.

V minulom roku sa vo výrobnom závode v Dunakeszi uskutočnilo viacero technologických a stavebných modernizácií. V budove bola zrekonštruovaná vodovodná a kanalizačná sieť a na zvýšenie účinnosti umývania bol nainštalovaný čistiaci systém Ecolab a odberné miesto vody RO. S cieľom zvýšiť efektívnosť výroby boli nainštalované nové zariadenia na odsávanie pár a do existujúcich výrobných zariadení boli integrované ďalšie doplnkové jednotky, aby bola prevádzka výrobnej linky možná aj s menším počtom pracovníkov. V areáli Dunakeszi bol minulý rok obnovený aj vozový park vysokozdvižných vozíkov.

V roku 2023 skupina predložila aj ponuku do súťaže zameranej na rozvoj energetiky, v rámci ktorej získala nenávratné finančné prostriedky vo výške približne 514 tisíc EUR pri intenzite dotácie 43,5 %. Najdôležitejšou súčasťou projektu je inštalácia systému solárnych panelov, ktorý bude schopný zabezpečiť približne 30 % ročnej spotreby elektrickej energie v pobočkách v Szade a Dunakeszi. V duchu modernizácie osvetlenia budú svetelné zdroje v prevádzkach v Szade a Dunakeszi, ktoré doteraz neboli vymenené, nahradené modernými LED riešeniami. V závode Dunakeszi bude pokračovať aj modernizácia vykurovania, inštaláciou nových kotlov. Okrem toho bol v závode v Szade nainštalovaný nový kompresor a chladiaca sušička. Využívaním odpadového tepla prostredníctvom kompresora vzniká úspora energie pri výrobe teplej vody a spätným získavaním energie spalín z tmavých žiaričov v sklade sa zvyšuje stupeň efektivity prevádzkovej účinnosti.

Automatický komisný sklad

450 m² ÚŽITKOVEJ PLOCHY

6 OVLÁDACÍCH PANELOV

SKLADOVANIE 300 000 KS PRODUKTOV

9 600 DEBIEN NA 2 PODLAŽIACH

60 000 OBJEDNÁVOK MESAČNE

VÝBER 8 OBJEDNÁVOK ZA MINÚTU

INVESTÍCIE VO VÝŠKE TAKMER 2,5 MILIÓNA EUR SO ŠTÁTNOU PODPOROU VO VÝŠKE VIAC AKO 600 000 EUR

Zlepšenia procesov na zabezpečenie efektívnosti dodávateľského reťazca

Oddelenie vývoja a optimalizácie procesov skupiny je zodpovedné za prevažnú časť vývoja, týkajúceho sa systému riadenia podniku a zlepšenia procesov súvisiacich s potrebami obchodných oblastí, od plánovania až po implementáciu na úrovni projektov. Väčšina činností oddelenia, týkajúca sa vývoja procesov, súvisí s dodávateľským reťazcom, ako je výroba, logistika, nákup, riadenie kvality, ale podporuje aj procesy ekonomickej a obchodnej oblasti, ako aj oddelenia vývoja a schvaľovania produktov.

V rámci oddelenia pôsobí skupina IFS backoffice pre dodávateľský reťazec, zaoberajúca sa okrem iného správou a údržbou základných a kmeňových údajov spoločnosti, receptúr výrobkov, vývojom dátovej základne pre prevádzkové procesy, výpočtom nákladových cien, kontrolingom výroby a podpornými činnosťami pre užívateľov v procesoch IFS.

Oddelenie vývoja a optimalizácie procesov je tiež zodpovedné za prognózu očakávaného predaja (forecasting) s prihliadnutím na predajom poskytnuté smerodajné čísla, za plánovanie výroby, koordináciu veľkých výrobných projektov na úrovni procesov, plánovanie materiálových tokov vo výrobných závodoch v Szade a Dunakeszi a riadenie zásob.

Medzi hlavné aktivity uplynulého roka patril projekt optimalizácie zásob, ktorého cieľom bolo stanoviť optimálnu úroveň celkovej hodnoty zásob spoločnosti a v tejto súvislosti definovať základné princípy. Projekt sa začal posúdením situácie na začiatku roka, po ktorom nasledoval rad krokov na úpravu alebo zrušenie predchádzajúcich operačných procesov v spolupráci s dotknutými oddeleniami. Spoločnosť okrem iného preskúmala a reštrukturalizovala logiku rezervácie zásob v systéme riadenia podniku, čím uvoľnila zásoby. Takisto prehodnotila a nanovo regulovala politiku skladovania základných surovín a obalových materiálov, procesy skladovania v rámci zmluvnej výroby a úroveň zásob u partnerov. Zmenila sa aj doterajšia prax uvádzania nových výrobkov, ale k vytvoreniu racionálneho portfólia výrobkov odteraz prispejú aj ekonomické analýzy súvisiace s výrobou.

Veľkým projektom roku 2023 bol vývoj logických procesov potrebných na prevádzku automatizovaného skladu v Szade a prepojenie interného systému riadenia zásob v sklade so systémom riadenia

podniku. Ďalším krokom po uvedení do prevádzky bol návrh a implementácia zlepšení na základe skúseností získaných počas ostrej prevádzky. Vedúci projektu úzko spolupracovali s vedením a zamestnancami oddelenia logistiky vo výrobnom závode v Szade, a tiež so zamestnancami dodávateľskej firmy.

Presťahovanie prevádzky z ulice Ezred znamenalo aj značnú záťaž pre oddelenie vývoja a optimalizácie procesov, keďže procesy bolo potrebné prispôsobiť prevádzke na jednom pracovisku. Výroba cudzojazyčných štítkov pre vydávané zásielky predstavuje pre logistiku výrobného závodu v Szade veľkú záťaž. V tejto súvislosti bola jednou z veľkých prác uplynulého roka automatizácia systému tlače náhradných etikiet, ktorá umožňuje efektívnejšie využitie pracovnej sily a zrýchlenie a zjednodušenie procesu, veľmi náročného na pracovnú silu.

Ďalším úspechom vývojovej práce oddelenia je preprogramovanie robotického ramena na paletizáciu kartónov hotových produktov z výrobnej linky v závode v Dunakeszi a jeho integrácia do systému spoločnosti.

Riadenie kvality je súčasťou každodenného života

Kvalita je súčasťou každodenného života v oboch závodoch: spoločnosť sa nepripravuje na audity, ale žije svoj každodenný život podľa kritérií stanovených normami. Spoločnosť venuje osobitnú pozornosť hygiene, bezchybnej výrobe a výrobe kvalitných výrobkov. V dôsledku toho boli minuloročné audity, či už dozorné alebo neohlásené, ukončené s mimoriadnymi výsledkami.

V roku 2023 sa v rámci podniku okrem jedného neohláseného auditu IFS Food uskutočnilo 11 ohlásených inšpekčných auditov. Spoločnosť pracuje podľa rovnakých noriem na pobočkách v Szade aj Dunakeszi:

- ISO 9001,
- ISO 22000,
- FSSC 22000,
- a IFS Food.

Okrem toho nezávislý certifikačný orgán overuje, či spoločnosť dodržiava smernice Global Guide to Good Manufacturing Practice for Supplements – GMP – a stravovacie zásady HALAL. Výsledok neohláseného auditu IFS

Food je 99 % a výsledok ohláseného auditu IFS Food je 98,65 %. Aj ostatné kontrolné audity prebehli úspešne.

V minulom roku sa uskutočnilo aj 17 interných auditov, zameraných na kontrolu dodržiavania štandardných bodov bezpečnosti potravín, ako napr.

- dodržiavanie noriem osobnej a prevádzkovej hygieny,
- monitorovanie kritických regulačných bodov,
- existencia a dodržiavanie pracovných pokynov,
- plán vzdelávania a jeho implementácia,
- zabezpečenie vyhovujúcej kvality prevádzkového prostredia, vody a ovzdušia,
- proces zmierňovania rizika kontaminantov a spôsob jeho dosiahnutia,
- sledovateľnosť,
- proces zmierňovania rizika alergénov a spôsob jeho realizácie,
- proces kvalifikácie dodávateľov a poskytovateľov služieb a jeho existencia,
- existencia hodnotenia zraniteľnosti voči potravinovým podvodom,
- existencia a dodržiavanie bezpečnostných pokynov pre prevádzku,
- test bdelosti,
- a tiež vykonávanie monitorovania meracích prístrojov.

„Ročne sa vykoná v priemere 200 000 testov. Výsledok neohlásenéhо auditu IFS Food je 99%."

Významnou zmenou v minulom roku bolo zriadenie dvojpodlažného centrálneho analytického laboratória v Szade, ktoré umožnilo testovanie surovín a niektorých hotových výrobkov v oboch výrobných závodoch. Vytvorením centrálneho laboratória došlo k integrácii kolegov pracujúcich na pracovisku Dunakeszi, čo viedlo k efektívnejšiemu riadeniu ľudských zdrojov.

Ročne sa vykoná v priemere 200 000 testov vrátane kontroly kvality v procese výroby, testovania obalových materiálov, analytických, fyzikálnych, chemických a senzorických kontrol v interných laboratóriách a obsahových a mikrobiologických testov v externých akreditovaných laboratóriách. Oddelenie riadenia kvality má 40 zamestnancov. V pobočke v Dunakeszi pracuje 11 ľudí, v Szade 21 ľudí a úlohy v oboch pobočkách vykonáva ďalších 8 ľudí.

Kvalita nadovšetko

40-ČLENNÝ TÍM RIADENIA KVALITY

VIAC AKO 200 000 KONTROL ROČNE

PRIEMERNE PRIBLIŽNE 1000 KONTROL DENNE

12 EXTERNÝCH A 17 INTERNÝCH AUDITOV NA POBOČKU ROČNE

ISO 9001 · ISO 22000 · FSSC 22000 · GMP · IFS FOOD · HALAL

Z hľadiska riadenia zdrojov bola hlavným úspechom roka automatizácia administratívnych procesov oddelenia riadenia kvality. Všetky výsledky testov sa zaznamenávajú do systému riadenia podniku, takže ich analýza a vyhľadávanie sú rýchle, jednoduché a presné. Výsledky z externých laboratórií sa načítavajú do systému riadenia podniku bez manuálneho zaznamenávania. Tieto procesy prispievajú k tomu, aby boli certifikáty kvality pre odosielané zásielky generované na základe automatického procesu. Výsledkom uplynulého roka je zosúladenie procesu kóšer a vegánskej výroby s danými podmienkami pobočky, so začlenením do dobrej výrobnej praxe.

Na základe plánu vzdelávania sa na oboch pobočkách pravidelne organizujú interné školenia o riadení kvality a bezpečnosti potravín, v prípade potreby aj ad hoc. Skupina neustále zlepšuje prístup svojich spolupracovníkov vo výrobe ku kvalite a na tento účel spustila vlastný vzdelávací portál. Spoločnosť venuje osobitnú pozornosť odbornému rozvoju svojich zamestnancov, pracujúcich v oblasti riadenia kvality, prostredníctvom tematických školení v rámci oddelenia, ale pravidelne sa zúčastňujú aj programov organizovaných externou stranou, ako sú napríklad odborné konferencie. Odborné konferencie môžu byť motivované oboznámením sa s novými požiadavkami súvisiacimi s normami, so zmenami týkajúcimi sa bezpečnosti potravín, kvality alebo hoci nariadenia pre potravinársky priemysel.

Optimalizácia nákupu a hodnoty zásob

Hlavnou činnosťou oddelenia nákupu je zabezpečovanie surovín a obalových materiálov pre výrobu, ako aj nakupovaných hotových produktov, ďalej táto organizačná jednotka zodpovedá aj za obstarávanie materiálov pre prevádzku výroby a logistiky a realizáciu projektov nepriameho obstarávania.

V minulom roku sa spoločnosť musela na trhu so srvátkovými bielkovinami na začiatku roka potýkať s extrémne vysokými cenami, po ktorých nasledoval náhly a rýchly pokles, aby sa ceny po dávno nevidených minimách opäť zvýšili. Nájdenie správnej stratégie a správneho rytmu si na oddelení obstarávania vyžadovalo osobitnú pozornosť. Okrem toho sa trh so surovinou kreatín, ktorá významne prispievajú k ponuke výrobkov, stal hektickejším ako kedykoľvek predtým. V tejto oblasti sa uplynulý rok začal veľmi vysokými cenami a pomerne obmedzenou dostupnosťou. Neskôr ceny postupne klesali a potom nečakane nastalo obdobie nedostatku a súbežného rastu cien, čo veľmi sťažilo nákup. Skupina zároveň vnímala ako priaznivú situáciu na trhu, keď v roku 2023 klesli ceny viacerých surovín na dávno nevidenú úroveň a dobré vstupné body jej umožnili uzavrieť dlhodobo konkurencieschopné zmluvy v strategicky dôležitých segmentoch. Obstarávanie sa okrem rastu objemu značkových výrobkov prispôsobilo aj potrebám rýchleho rozvoja zákazkovej výroby. Táto oblasť prispela k úspechu mnohých významných výrobných projektov, ktoré sa opierali o dlhodobé a korektné obchodné vzťahy s dodávateľmi.

V oblasti nepriameho obstarávania bolo spravidla úlohou uspokojiť dopyt zo strany výroby a IT. Okrem toho boli veľkou výzvou aj výberové konania na poskytovateľov logistických služieb, upratovacích služieb alebo poskytovateľov služieb mobilnej komunikácie. Prinajmenšom rovnaký dôraz sa kládol na vypracovanie energetických zmlúv na rok 2024, ktorému predchádzalo dôkladné a priebežné skúmanie vývoja cien energií.

Jedným z rozhodujúcich projektov uplynulého roka bola optimalizácia celkovej hodnoty zásob spoločnosti, pričom oddelenie nákupu dostalo kľúčovú úlohu racionalizovať úroveň nakupovaných surovín, obalových materiálov a hotových výrobkov.

Prevádzka: dokončená rekonštrukcia starej administratívnej budovy na Huszti út

Spoločnosť otvorila v Európe 45 predajní, zatiaľ čo v roku 2022 zaznamenala „len" 41 projektov výstavby, premiestnenia a zatvorenia predajní pod značkami BioTechUSA, Scitec Nutrition a Builder. V tejto súvislosti sa zvýšil dôraz na optimálnu organizáciu práce vzhľadom na súbežnú realizáciu viacerých projektov.

Okrem toho bola dokončená rekonštrukcia starej administratívnej budovy na Huszti út, ktorá sa nachádza vedľa novej administratívnej budovy, odovzdanej v roku 2020, ktorá získala hlavnú cenu Kancelária roka, a začalo sa aj nasťahovanie kolegov. Vďaka tejto investícii budú mať zamestnanci od februára 2024 k dispozícii moderné, pohodlnejšie a príjemnejšie kancelárske prostredie. V budove sú dve poschodia kancelárií, exkluzívne zasadacie miestnosti, útulné spoločenské priestory a na prízemí fitnes a boxerská sála so šatňami, saunou a oddychovou miestnosťou so soľnou stenou, ktoré prispievajú k ešte zdravšiemu životnému štýlu kolegov.

Moderné pracovné prostredie

CELKOVÁ ÚŽITKOVÁ PLOCHA 1500m²

CCA. 170 NOVÝCH PRACOVNÝCH STANÍC

3 PODLAŽIA

1 EXKLUZÍVNA ZASADACIA MIESTNOSŤ NA KAŽDOM PODLAŽÍ KANCELÁRSKYCH PRIESTOROV

POSILŇOVŇA S ROZLOHOU 470m²

SAUNA

ODDYCHOVÁ MIESTNOSŤ SO SOĽNOU STENOU

VÝVOJ PRODUKTOV: NA POMEDZÍ POTRAVÍN A LIEKOV

Doplnky stravy sú potraviny, ale toto tvrdenie je samo o sebe také zjednodušené, že rýchlo vedie k mylnému chápaniu. Výživové doplnky sa ohľadom ich účelu, vzhľadu a charakteristiky konzumácie často viac podobajú liekom. Spomeňte si len na kapsule a tablety, ich výroba neprebieha bežnými potravinárskymi technologickými postupmi. Ide teda o produkty, ktoré na základe regulácie tvoria špeciálnu skupinu potravín, s mnohými rovnakými prvkami výroby ako farmaceutické prípravky, ale okrem zážitku z konzumácie disponujú aj špecifickým fyziologickým účinkom. Ten, kto sa chce venovať vývoju výživových doplnkov, musí poznať špecifiká niekoľkých odborných oblastí.

Výhody in-house vývoja produktov

Zákaznícke požiadavky sleduje vlastný 39-členný špecializovaný tím vývoja výrobkov, v ktorom pracuje potravinársky inžinier, odborník na bezpečnosť potravín, bioinžinier, biológ, dietetik, odborník v oblasti výživy, farmaceut a lekár.

V aktuálnom portfóliu sa nachádzajú výrobky bez cukru a laktózy, ale vhodnú verziu si môžu nájsť aj ľudia trpiaci intoleranciou lepku alebo stúpenci vegánskeho životného štýlu. Spoločnosť navrhuje svoje výrobky tak, aby ich konzumácia bola príjemná a chuťovo rozmanitá. Okrem klasických výživových doplnkov, tabliet a kapsúl rastie dopyt po obohatených potravinách, ktoré sa vzhľadom a chuťou podobajú bežným potravinám určeným na bežnú konzumáciu, ale okrem výživovej funkcie majú aj preukázané pozitívne fyziologické účinky.

Vonkajšie aj vnútorné vplyvy sú rovnako dôležité, a tak môže byť smer vývoja produktov stanovený dopytom trhu rovnako ako realizáciou nápadov, ktoré vznikli vo vlastnej réžii. Neustále sledovanie zmien trhu a potrieb spotrebiteľov, je základ, ktorý zahŕňa analýzu aktivít konkurentov, sledovanie zmien v ponuke a monitorovanie preferencií a nákupných zvyklostí spotrebiteľov. Nové medzinárodné trendy na trhu sú príležitosťou a zároveň aj výzvou a cieľom skupiny BioTechUSA je sledovať ich, ale takým spôsobom, aby s využitím všetkých dostupných informácií identifikovala to, čo si skutočne zaslúži väčšiu pozornosť, a na základe toho aj včas uviedla tieto výrobky na trh. Nápady v rámci skupiny najčastejšie pochádzajú z oddelení manažmentu, marketingu a vývoja produktov. Aj v týchto prípadoch je však nevyhnutné, aby bola pred začatím vývoja venovaná pozornosť zabezpečeniu úspešného a dlhého životného cyklu nových produktov uvádzaných na trh.

Trendy, spätná väzba a zákaznícke požiadavky v jednotlivých krajinách

V minulom roku pokračoval nárast počtu doplnkov stravy, pričom popri technických doplnkoch, ako sú kapsuly a tablety, sa objavuje čoraz viac výrobkov podobných potravinám. Hitom sú prípravky vo forme gumových cukríkov, ale nepostrádateľnými sa stali aj produkty ready-to-eat, čo súvisí so sku-

točnosťou, že výrobcovia sa zameriavajú na čoraz širší okruh spotrebiteľov. Je zaujímavé, že do popredia sa vrátili staré zložky, ako napríklad kolagén, ale o svoje miesto sa hlásia aj novinky, ako napríklad Ashwagandha. Vzhľadom na popularitu suroviny skupina uviedla na trh produkt Ashwa+, ktorý bol doplnený o ďalšie rastlinné výťažky, napríklad ženšen a zelený čaj. Dominantní aktéri navzájom neustále pozorne sledujú svoju činnosť a okruh konkurentov sa navyše rozšíril o veľmoci, ktoré vznikli z jednoproduktových výrobcov.

Kľúčová je spätná väzba na existujúce produkty, a to prostredníctvom marketingového a obchodného oddelenia, ale aj prostredníctvom internetového obchodu. V tomto smere pomáhajú aj zamestnanci franšízových predajní, ktorí pomocou dotazníka zhromažďujú informácie od zákazníkov o reakciách na nové výrobky. Takáto spätná väzba od spotrebiteľov viedla napríklad k zavedeniu jablkového koláča 100% Pure Whey, ktorý sa začal vyrábať ako sezónny výrobok, ale stal sa čoraz obľúbenejším. Z hľadiska rozmanitosti a praktického využitia je tiež dôležité zohľadniť požiadavky spotrebiteľov, pokiaľ ide o príchute a balenie. Môže sa tiež meniť paleta chutí alebo balenie, aby sa zohľadnili miestne trendy, ktoré sa v jednotlivých krajinách líšia, s cieľom prispôsobiť sa miestnym trhom a očakávaniam spotrebiteľov. Napríklad v Nemecku vyslovene obľubujú bielkovinové produkty clear a jednokilogramové balenia.

Súčasné trendy: prírodné zložky, environmentálne povedomie, výživa na rastlinnej báze

Rastúci záujem spotrebiteľov o prírodné zložky je hnacou silou vývoja výrobkov.

Spoločnosť vyvinula niekoľko nových výrobkov, zatiaľ čo iné boli zo súčasného sortimentu vyradené. V minulom roku sa do centra pozornosti dostali procesy a metodika s potrebou rozvoja, čo si vyžiadalo aj revíziu starých postupov. Rastúci záujem spotrebiteľov o prírodné zložky je hnacou silou vývoja výrobkov. Jednoznačne uprednostňujú výrobky, ktoré sa riadia zásadami zdravej a prirodzenej výživy, takže dôležitým aspektom sa stalo aj zníženie množstva prídavných látok. Jednoduchá príprava je taktiež dôležitým aspektom v uponáhľanom každodennom živote. Zároveň klesol dopyt po vegánskych produktoch, ale strava na rastlinnej báze zostáva aj naďalej dôležitým segmentom. Zaznamenali sme tiež posun environmentálneho povedomia spotrebiteľov do popredia. Prejavujú záujem o ekologické obalové riešenia a recyklovateľné obaly, čo je jedným zo strategických cieľov spoločnosti na nadchádzajúce roky.

MARKETING

Poslanie a odkaz značiek BioTechUSA a Scitec Nutrition

Poslaním skupiny BioTechUSA Group je prostredníctvom svojich produktov a viac ako 20-ročných skúseností motivovať milióny ľudí na celom svete k uvedomelejšiemu a športovejšiemu životu. Značka BioTechUSA motivuje bežných ľudí k dosiahnutiu ich individuálnych cieľov, či už ide o tvarovanie postavy, vytrvalostné športy alebo trvalú zmenu životného štýlu, s mottom „The Feeling of Success". A slogan spoločnosti Scitec Nutrition „Make a Difference" je zameraný na tých, ktorí sa vážne venujú tréningu v posilňovni.

Zatiaľ čo hlavným cieľom marketingu spoločnosti BioTechUSA bolo prezentovať všestrannosť svojich produktov prostredníctvom kreatívnych kampaní, ktoré demystifikovali a búrali percepcie, motiváciou spoločnosti Scitec Nutrition bola propagácia tréningu v posilňovni a jeho prepojenie so značkou. Toto bolo posolstvo, ktoré značky šírili predovšetkým v Maďarsku a v celej Európe, pričom jednotlivé kampane rozprávali konkrétny príbeh.

Marketing BioTechUSA: stratégia, najdôležitejšie výsledky, kampane

Ako podmienku medzinárodnej expanzie sa aj v tomto ekonomicky nestabilnom prostredí podarilo s vynikajúcimi odborníkmi stabilizovať marketingový tím. Spoločnosť chce priblížiť značku súčasným a budúcim zákazníkom. Práve preto sa bežní ľudia vrátane kolegov častejšie objavovali aj v niektorých kampaniach, ako je napríklad aktivita s názvom Életünk legjobb formája (Najlepšia forma nášho života). Okrem toho ich kampaňové video „Jeden šejker, mnoho cieľov", ktoré beží aj na medzinárodných trhoch, získalo špeciálnu cenu za najlepšie dlhé video, ktorú udeľuje IAB Hungary.

Influenceri, hlásatelia trvalej zmeny životného štýlu

Najväčšou minuloročnou posilou na maďarskom trhu bola Lékai-Kiss Ramóna, s ktorou spoločnosť uzavrela v marci dlhodobú spoluprácu. Keďže je nielen jednou z najvyťaženejších moderátoriek, ale je známa aj svojím športovým a zdravým životným štýlom, ľahko zapadla do komunikácie značky BioTechUSA.

Skupina už druhý rok spolupracuje s jedným z najväčších talentov medzinárodného futbalu, Rodrygom Goesom z klubu Real Madrid. 23-ročný brazílsky útočník aj na svojich kanáloch priebežne zdôrazňuje, že spolupráca mala pozitívny vplyv na jeho výkonnosť. V minulom roku s ním spoločnosť BioTechUSA nadviazala ešte užšiu spoluprácu, požiadala ho o poskladanie ním najpoužívanejších produktov a sprístupnila ich verejnosti v balíčku – nie je to nič iné, ako „Rodrygove obľúbené produkty".

Koncom roka 2023 spustila spoločnosť BioTechUSA aj svoj vlastný oficiálny kanál na Spotify: tréning spojil s hudbou DJ Asco. Spotrebitelia – ktorí si môžu vyberať aj na základe formy cvičenia alebo svojej nálady – sa tak môžu zoznámiť s obľúbenou hudbou influencerov, ako s prvým sa môžu zoznámiť fitness legendou Ulisses Jr., ktorý má na Instagrame takmer 9 miliónov sledovateľov a s jeho favoritmi.

Podujatia a road show

Neustále skúšajú nové formáty a využívajú nové platformy na šírenie odkazu, že zdravotne uvedomelý a športový život sa nezačína v posilňovni, ale každodennými rozhodnutiami. Preto sa tím BioTechUSA zúčastnil na festivale Balaton Sound, aby ukázal, že aj „zabávať" sa dá uvedomelo, a preto spolupracoval s časopisom Forbes na podujatí Makers Day, aby popri duševnom zdraví upozornil aj na dôležitosť fyzického zdravia. V rámci podujatia Sound sa konalo aj stretnutie influencerov spolupracujúcich so spoločnosťou, ktoré sa organizuje každé leto zároveň aj ako niekoľkodňové stretnutie s verejnosťou, obohatené pestrým programom.

Marketing Scitec Nutrition: stratégia, najdôležitejšie výsledky, kampane

V minulom roku sa uskutočnili tri veľké kampane na zvýšenie povedomia o značke: februárová a májová integrovaná kampaň a septembrová medzinárodná aktivita Bez veku, ktorá zdôraznila, že tréning s činkami je pre každého, bez ohľadu na vek. Cieľom v každom prípade je odlíšiť Scitec Nutrition od ostatných značiek prostredníctvom kreativity a posolstva, ktoré sa skrýva za príbehom každej kampane.

Influenceri za propagáciu tréningu v posilňovni

Počet športovcov a influencerov značky Scitec Nutrition dosiahol počet 180, jasným cieľom je mať globálnych influencerov s miliónovou sledovanosťou, ale aj miestnych mikro- a nano influencerov. Minulý rok sa k tímu pripojili Morgan Aste francúzsky pretekár IFBB Pro, ako aj fitnesky Ania Malys a Amanda Essen. V roku 2023 sme sa zamerali na TikTok a hľadali mienkotvorné osobnosti a tvorcov obsahu, ktorí by dokázali svojim sledovateľom autenticky sprostredkovať transformačné posolstvo „Make a Difference" spoločnosti Scitec Nutrition.

Podujatia a road show

Uplynulý rok bol tiež o utváraní a formovaní kulturistickej komunity, s cieľom spojiť každodenných hrdinov s ich vzormi. V tomto duchu sa prvý augustový víkend opäť niesol v znamení najsvalnatejšieho víkendu leta, Muscle Beach, kde sa okrem súťaží mohla verejnosť stretnúť s maďarskými a medzinárodnými športovcami z tímu Scitec a dokonca si spoločne zatrénovať v posilňovni pod holým nebom. Po prvýkrát v histórii podujatia spoločnosť spustila aj charitatívny program spolu s charitatívnou organizáciou Magyar Máltai Szeretetszolgálat. Čoraz viac je aj účastníkov na podujatiach Power Challenge, masového športu zameraného na silový tréning, v ktorom musí každý zdolať sám seba vykonaním piatich základných cvikov (drep, tlak na lavičke, mŕtvy ťah, tlak na hrudník a príťah (muži) alebo biceps v stoji (ženy). Súťaží sa zúčastnilo viac ako 500 účastníkov, od 18-ročných chlapcov a dievčat až po 75-ročných dôchodcov. Minulý rok nemohla chýbať ani vlajková loď podujatí Scitec Nutrition, podujatie Superbody. Viac ako 100 športovcov v 11 kategóriách súťažilo pred viac ako 1300 divákmi o titul Superbody, ktorý je najvyšším titulom amatérskej maďarskej kulturistiky.
Značka Scitec Nutrition podporila aj niekoľko podujatí v zahraničí, napríklad EVLS Prague Pro alebo rumunský Muscle Fest. Ďalšie integrované kampane sú naplánované na rok 2024 popri Maďarsku aj v súvislosti s trhom v Nemecku a Francúzsku. Tím Scitec Nutrition chce podporiť partnerov a distribútorov ďalšími marketingovými materiálmi a roadshow, ďalej propagujúc tréning v posilňovni.

Motivovať milióny ľudí k zmene životného štýlu

260 ŠPORTOVCOV A INFLUENCEROV

58 PROFILOV NA FACEBOOKU

31 PROFILOV NA INSTAGRAME

15 KANÁLOV NA YOUTUBE

4 ÚČTY NA TIKTOKU

VIAC AKO 70 MILIÓNOV SLEDOVATEĽOV

46 PODUJATÍ

Extenzia brandu: obchodné odvetvie Apparel od vlastných návrhárov naberá na obrátkach

S využitím všetkých nástrojov viackanálovej stratégie bola uvedená na trh dostala značka Apparel, a to so sloganom „Body in Style". Spoločnosť BioTechUSA otvorila svoj najväčší exkluzívny obchod v Maďarsku, s rozlohou 110 metrov štvorcových, ktorý sa nachádza v nákupnom centre Allee a v ktorom zákazníci nájdu všetky produkty spoločnosti, od výživových doplnkov až po oblečenie značky Apparel od vlastných návrhárov, ktoré bolo doteraz dostupné len online.

O dynamike najviac vypovedá 65 % nárast predaja v minulom roku v porovnaní s východiskovým rokom 2022. Dámske oblečenie je naďalej magnetom pre zákazníkov, a tak tento segment predstavuje väčšiu časť torty tržieb, ale obrovský potenciál má aj nová pánska kolekcia, ktorá debutovala v októbri a jej kusy si už počas prvého týždňa získali miesto na rebríčku top predajov. Stály sortiment sa naďalej rozširuje o nové farby a strihy, nový smer jasne definuje tvarovacie oblečenie, ktoré tak isto navrhujú vlastní návrhári.

Okrem toho spoločnosť spolupracuje s viacerými tímami s cieľom zapojiť čo najviac z nich do ďalších kampaní pre rozvíjajúcu sa značku oblečenia.

Grafické trendy

Spoločnosť sleduje najnovšie trendy aj v oblasti grafického dizajnu, aj takto formujúc vzhľad a nároky značiek. V uplynulom roku sa uskutočnilo niekoľko vyššie uvedených kampaní vo verejnom priestore a posolstvo značky podporili aj kreatívne vizuálne prvky - so zreteľom na čistý a moderný dizajn prémiových značiek. Jedným zo súčasných trendov je čoraz častejšie využívanie animácií v reklame, ktoré sú kreatívnym nástrojom na vizualizáciu značiek, pretože pridávajú hodnotu statickej grafike, či už ide o kreatívne návrhy kampaní, produktov, cenovej komunikácie alebo o aktivitu v sociálnych médiách.

FIREMNÁ KOMUNIKÁCIA, MEDIÁLNE KAMPANE, OCENENIA, ZOZNAMY

V roku 2023 sa aktivity skupiny v oblasti vzťahov s verejnosťou, PR a podnikovej komunikácie vyznačovali procesom vytvárania prémiovosti a posilnením rozpoznateľnosti maďarskej značky BioTechUSA aj značky Scitec Nutrition, pričom sa podarilo zachovať aj vysoký počet prezentácií z predchádzajúcich rokov. V minulom roku bola obnovená metodika monitorovania a hodnotenia médií; celkovo bolo spravovaných 30 mediálnych kampaní, ktoré priniesli viac ako 600 mediálnych účinkovaní s vynikajúcim pomerom organických a platených účinkovaní (92-8 %). Hlavným cieľom mediálnych kampaní bolo posilniť úlohu spoločnosti BioTechUSA ako odborníka, ktorý určuje trendy v odvetví, so silným dôrazom na témy životného štýlu, ekonomické, odborné a zdravotné témy, ako aj zvýšiť prítomnosť značky v regionálnych médiách, respektíve v rozhlase a televízii a na celoštátnych online spravodajských portáloch.

Tento rok medzi kľúčové mediálne kampane patrilo:

- pravidelné zasielanie oznámení v mene skupiny BioTechUSA o jej hlavných medzinárodných marketingových kampaniach do odborných časopisov pre FMCG a trh značky a oznámenia o spolupráci na kľúčových projektoch v oblasti zodpovednosti.
- v roku 2023 pokračovali aj v budovaní tlačovej prezentácie Scitec Nutrition so zameraním na búranie stereotypov o kulturistoch a priblíženie tréningu v posilňovni bežným ľuďom. V záujme tohto cieľa pravidelne informovali vo videomateriáloch o podujatiach organizovaných značkou (napr. Muscle Beach, Power Challenge) a prostredníctvom hero-contentov (Kathi Béla) urobili brend ešte sympatickejším.
- v duchu transparentnosti bol predstavený formát výročnej správy, ktorá zahŕňa výsledky všetkých odborných oblastí a bola prezentovaná na tlačovej konferencii, na ktorú boli pozvané všetky významné obchodné médiá a spravodajské portály.
- rozhovor s Dr. Györgyom Jánosom Velkeyom, prezidentom Maďarskej asociácie nemocníc a generálnym riaditeľom detskej nemocnice Bethesda, ako aj so spolumajiteľmi skupiny Bálintom a Balazsom Lévaiovcami o výzvach systému zdravotníctva a možnostiach podpory zo strany veľkých spoločností.
- zverejnili výzvu pre spotrebiteľov, aby hlasovali o tom, ktoré nemocnice majú byť modernizované.
- V lete 2023 slávnostne otvorili svoj prémiový obchod v nákupnom centre Allee v spoločnosti ambasádorov značky, modeliek, influencerov a desiatok médií. Počas tlačového podujatia usporiadali módnu prehliadku a verejnosti predstavili svoju novú kolekciu oblečenia Apparel, pozostávajúcu zo 100 druhov oblečenia.

Ocenenia a kontakty s médiami

VIAC AKO 600 MEDIÁLNYCH PREZENTÁCIÍ

30 TLAČOVÝCH KAMPANÍ

V 150 RÔZNYCH MÉDIÁCH

- iniciovali sociálny dialóg o témach, ako sú zdravotné postihnutie a inklúzia, ochrana duševného zdravia, zodpovedná zmena životného štýlu, endometrióza, liečba porúch príjmu potravy a vytvorenie zdravého obrazu tela, prevencia rakoviny prostaty a dôležitosť pravidelných preventívnych prehliadok.

V roku 2023 spoločnosť:

- dostala ocenenie Best Managed (Výborne riadená spoločnosť);
- sa umiestnila na druhom mieste v celoštátnej súťaži o kanceláriu, najviac priateľskú k psom;
- získala po tretí raz ocenenie DreamJobs Príjemné pracovisko;
- jej digitálne vzdelávacie riešenie patrilo medzi najlepšie v kategórii Employee Experience v súťaži HRBEST;
- získala rovnako ako v predchádzajúcich rokoch ocenenie Superbrands;
- Projekt „BioTechUSA Lifestyle Day & Charity 2022 - Spoločne proti poruchám príjmu potravy!" bol finalistom súťaže Doing Good CSR Award;
- Nápoj v prášku Clear Collagen Professional získal cenu čitateľov v kategórii Inovácia roka v oblasti krásy na Marie Claire Beauty Awards.

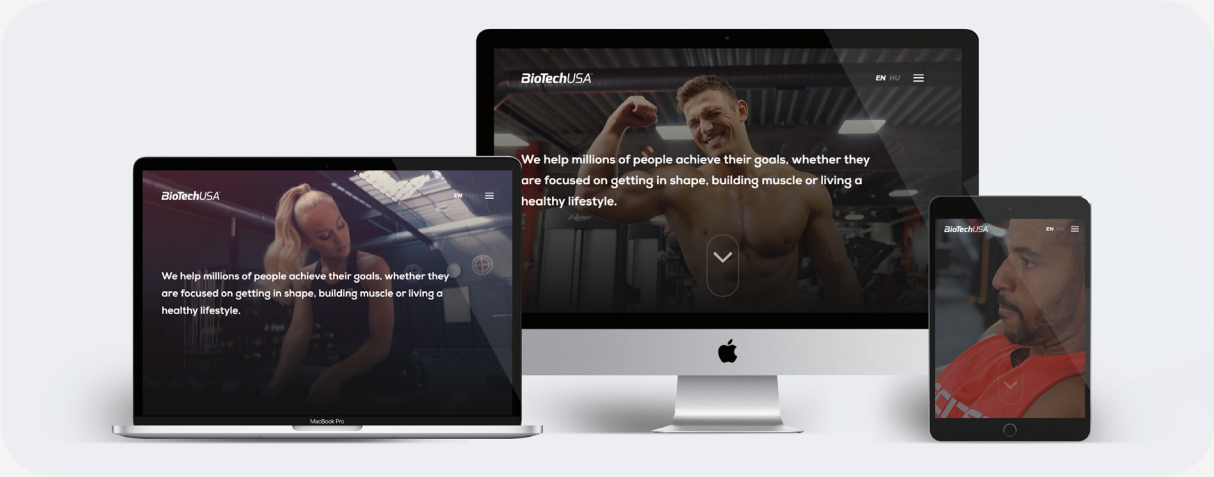
Skupina BioTechUSA pravidelne prispieva údajmi do popredných ekonomických a obchodných zoznamov. V roku 2023 sa spoločnosť okrem iného umiestnila:

- na spoločnom zozname najlepších elektronických obchodov časopisu Forbes a spoločnosti Google s názvom Digital Heroes (Digitálni hrdinovia)
- na 20. mieste na zozname 100 najhodnotnejších maďarských spoločností, ktorý zostavil časopis Forbes Hungary,
- na zozname TOP 500 spoločností s najvyšším obratom v Maďarsku zostavenom časopisom HVG, kde sa v roku 2023 umiestnila na 273. mieste a v sekcii veľkoobchodu na 54. mieste,
- na rebríčku Figyelő TOP 200 - na zozname najväčších spoločností Maďarska 2023,
- na 6. mieste na rebríčku Forbes Spoločnosti s veľkým ziskom,
- na poprednom 12. mieste na zozname najhodnotnejších maďarských rodinných podnikov, zostavenom časopisom Forbes.

Uvedené výsledky dosiahol najmä interný tím, pričom agentúrna podpora sa využívala len v jednotlivých, odôvodnených prípadoch.
Pokiaľ ide o podnikovú komunikáciu, v roku 2023 sa zvýšil objem a viditeľnosť externých a interných podnikových správ; na platformách spoločnosti pravidelne zdieľali informácie o obchode, partnerskej spolupráci, marketingových a CSR kampaniach, otvorení predajní, výrobe, logistike, vývoji produktov, riadení kvality, investíciách, procesoch v oblasti ľudských zdrojov a podujatiach organizovaných spoločnosťou. Na strategickej úrovni začali klásť väčší dôraz na rozvoj funkcií, súvisiacich s internou komunikáciou a budovaním značky zamestnávateľa, ktoré výrazne prispievajú k angažovanosti zamestnancov a k zlepšeniu ukazovateľov fluktuácie. Zároveň začali internacionalizovať svoje stránky aj na sieti LinkedIn, kde 3-4-krát týždenne vytvárajú dvojjazyčný obsah s fotografiami a videami, a tiež na webových stránkach jednotlivých značiek, na Facebooku a na Instagrame. V minulom roku tiež vypracovali plány UX pre imidžový film a web materskej skupiny b2b, integrujúci všetkých päť značiek, plány sú v súčasnosti vo fáze vývoja, a aktualizovali svoj web CSR, prezentujúci ich aktivity v oblasti zodpovednosti. Veľký dôraz kladú aj na komunikačnú podporu vrcholových manažérov a ich majiteľov, budovanie ich osobnej značky prostredníctvom vypracovania prezentácií a ponúk do súťaží.

Pokiaľ ide o budúcnosť, v roku 2024 plánujú zvýšiť objem nimi organizovaných mediálnych podujatí: na jednej strane ponúknu špičkovým ekonomickým médiám exkluzívnu návštevu výrobného a logistického centra v Szade, aby predstavili dokončené vývojové projekty a nové sociálne bloky nimi vybraným špičkovým ekonomickým médiám; v rámci tlačovej konferencie slávnostne uvedú do prevádzky svoju starú administratívnu budovu, ktorá bola v minulom roku zmodernizovaná a vybavená posilňovňou, čo bude sprevádzať aj komunikačná HR kampaň. V budúcnosti budú klásť osobitný dôraz na programy pre zamestnancov a na organizovanie odborných tlačových besied na témy CSR, ktoré sú im blízke. V roku 2024 sa uskutočnia dva mediálne týždne, ktoré redakciám ponúknu exkluzívne príležitosti na rozhovory s majiteľmi a vyšším vedením. V neposlednom rade je ich dôležitým plánom zrozumiteľným a zábavným spôsobom prezentovať celú cestu vývoja, výroby, logistiky a zabezpečenia kvality svojich výrobkov od nápadu až po vloženie do košíka zákazníka a v médiách pohotovo a komplexne reagovať na trendy v odvetví výživových doplnkov.

„The Group's customer relations, PR and corporate communications activities were characterised by premiumisation and reinforcement."



SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ: VRÁTIŤ KOMUNITE

Program spoločenskej zodpovednosti skupiny BioTechUSA bol spustený v roku 2021, keď bola vypracovaná stratégia poskytovania darov, spočiatku len pre značku BioTechUSA. V rokoch 2022 – 23 vytvorili špecializovanú webovú stránku, značku, slogany a charity merch; objasnili právne pozadie zmlúv o podpore, zaviedli potrebné výrobné a logistické procesy, umožnili svojim zákazníkom získavať príspevky prostredníctvom internetového obchodu; uzatvorili zmluvy s početnými charitatívnymi ambasádormi a nadviazali dlhodobé partnerstvá s významnými maďarskými mimovládnymi organizáciami a nemocnicami. Popri tom spoločnosť v roku 2023 už položila aj základy stratégie zodpovednosti pre značku Scitec Nutrition.

Skupina BioTechUSA darovala do konca roka 2023 približne 83 000 škatúľ výrobkov, peňažné prostriedky, rehabilitačné, diagnostické a terapeutické pomôcky v celkovej hodnote viac ako 910 000 EUR. Svoje charitatívne iniciatívy realizovali prostredníctvom 51 kampaní CSR, pričom doteraz podporili činnosť 144 organizácií. Tieto aktivity vyústili do stoviek mediálnych účinkovaní a komunitných aktivít, keďže poskytli platformu nielen tým, ktorí sú menej viditeľní, ale spustili aj vzdelávacie a osvetové kampane so zapojením externých odborníkov. Veľký dôraz sa kládol na poskytovanie informácií o zachovaní zdravia, podaných zábavnou, zrozumiteľnou a ľahko použiteľnou formou a na neustále zvyšovanie zdravotnej gramotnosti ľudí.

Medzi tohtoročné kľúčové mediálne kampane patrilo, že:

- pri príležitosti Medzinárodného dňa sestier spoločnosť podporila Združenie maďarských nemocníc, 91 nemocničných zariadení a 5 000 pracovníkov záchrannej služby najväčším darom vo svojej histórii. Spolupráca zdôraznila nenahraditeľnosť práce zdravotnej sestry;
- patrili k hlavným podporovateľom mesiaca povedomia o endometrióze;
- úspešne uzavreli aj svoju iniciatívu „Maj gule!“, ktorá zahŕňala vyšetrenie 1 000 mužov na PSA, a prispeli aj na mobilný skríningový autobus a vytvorenie online vzdelávacej publikácie o zdraví mužov;
- na charitatívnom podujatí BioTechUSA NN Ultrabalaton Charity skupina vyzbierala a odovzdala ako dar rekordnú čiastku, ktorá bola použitá na modernizáciu nemocničných zariadení;

CSR: plne si uvedomujeme svoju zodpovednosť

51 VZDELÁVACÍCH A OSVETOVÝCH KAMPANÍ

144 PODPOROVANÝCH ORGANIZÁCIÍ

VIAC AKO 910 000 EUR POSKYTNUTEJ PODPORY

83 000 ŠKATÚĽ DAROVANÝCH VÝROBKOV

NÁKUP TERAPEUTICKÉHO A REHABILITAČNÉHO VYBAVENIA PRE NEMOCNICE

- spustili program CSR s názvom Scitec Nutrition Dobrosrdeční kulturisti v akcii, v rámci ktorého v spolupráci s Maďarskou maltézskou charitatívnou službou realizovali sériu celoštátnych programov s viacerými etapami, ktoré sa preklenú až do roku 2024. Týmto spôsobom zdôraznili kľúčovú úlohu kolektívneho pohybu pri integrácii mladých a starších ľudí so zdravotným postihnutím, poruchami mobility a znevýhodnením a pri vytváraní inkluzívnejšej spoločnosti.
- spolu so Semmelweisovou univerzitou online sprístupnili celoštátne jedinečnú príručku svojpomoci pre ľudí s poruchami príjmu potravy a ich rodiny, na podporu terapeutickej liečby.
- v spolupráci so združením Scale Impact sa po prvýkrát pustili do akceleračného programu, v rámci ktorého budú po dobu dvoch rokov podporovať inováciu Nadácie Nevetnikék, ktorej cieľom je uľahčiť deťom pobyt v nemocnici prostredníctvom hravých aktivít.

Významnú úlohu v uvedených iniciatívach zohrali charitatívni ambasádori spoločnosti BioTechUSA Jenő Kiss, Virág Kiss a Diána Kovács-Nyári, ako aj dobrosrdeční kulturisti spoločnosti Scitec Nutrition Kornél Bohos, Béla Kathi, Barbara Lukács, László Szmereka a Péter Rakonczás, ktorí podporili občianske iniciatívy nielen svojou neustálou prítomnosťou, ale aj darovaním vitamínov počas vianočnej influencerskej kampane.

Naši charitatívni ambasádori

Virág Ferentzy-Kiss
majsterka sveta vo fitness

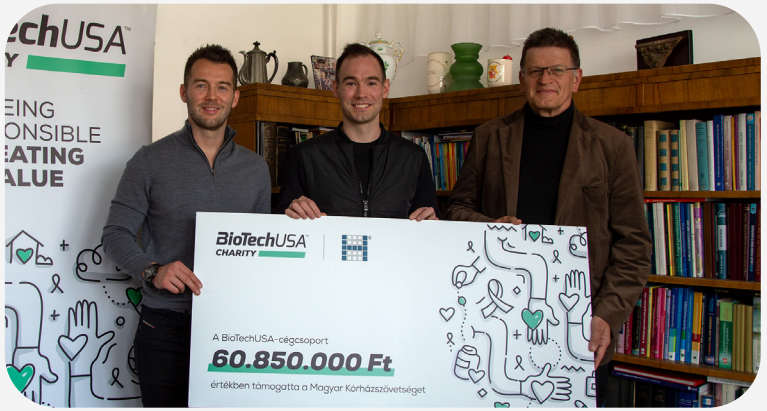
Diána Kovács-Nyári
herečka

Jenő Kiss
2x Mr. Univerzum body builder

Skupina Dobrosrdeční kulturisti v akcii:
Béla Kathi, Kornél Bohos, László Szmereka, Péter Rakonczás a Barbara Lukács

V roku 2023 skupina BioTechUSA spolupracovala s partnermi ako napr:

- Baptistická humanitárna služba
- Budapest Bike Maffia
- Civil Impact Akadémia
- Detská nemocnica Bethesda
- Fakultná nemocnica Szent György v župe Fejér
- Hnutie MentsManust
- Maďarská maltézska charitatívna služba
- Máš svoje miesto Nadácia pre spoločnú budúcnosť
- Mládežnícka samospráva Óbuda-Békásmegyer (ÓBIÖK)
- Nadácia Nevetnikék
- Nadácia Petra Cerného
- Nadácia SUHANJ!
- Samospráva obce Szada
- Scale Impact
- Semmelweisova univerzita
- Spolu je to ľahšie (Együtt könnyebb) Nadácia pre zdravie žien
- Úrazový inštitút Dr. Jenő Manningera (OBSI)
- Združenie maďarských nemocníc
- Združenie maďarských potravinových bánk



Čo sa týka budúcnosti, v roku 2024 sa od jednorazových darov presunie dôraz na vytváranie dlhodobých hodnôt a na zapájanie kolegov, ako aj na zlepšenie investovateľnosti partnerov prostredníctvom mobilizácie zdrojov, spustenie akceleračných programov, na zlepšovanie služieb nadácií prostredníctvom rozvoja vlastných odborných znalostí a bezplatné vzdelávani pre maďarskú civilnú sféru.

Spoločne za zdravšiu a zdatnejšiu komunitu! Záväzok skupiny BioTechUSA k zodpovednosti za rok 2023

Medzinárodná skupina s rodinným prístupom

1800 ZAMESTNANCOV

PRIEMERNÝ VEK 34 ROKOV

PRIEMERNÁ DĺŽKA ZAMESTNANIA 4,64 ROKA

56 % FYZICKY PRACUJÚCICH VS. 44 % DUŠEVNE PRACUJÚCICH

53 % ZAMESTNANKÝŇ VS. 47 % ZAMESTNANCOV

ĽUDSKÉ ZDROJE: NADNÁRODNÁ SPOLOČNOSŤ S HODNOTAMI RODINNÉHO PODNIKU

Spoločnosť je ohľadom svojich rozmerov už dlho nadnárodná, ale atmosféra zostala rodinná, čo sa v spoločnosti BioTechUSA stále považuje za výnimočnú hodnotu. Napríklad zamestnanci vykonávajúci duševnú prácu môžu tráviť dva dni v týždni v home office podľa vlastného výberu, čím si zachovajú rovnováhu medzi pracovným a súkromným životom. Od samého začiatku je ich krédom byť nezávislí od trhových podmienok, stoja si za svojimi hodnotami a konajú podľa nich. Poskytujú tiež pre každého nepretržité odborné vzdelávanie, rozvoj a kariérne príležitosti a podporujú integráciu zamestnancov prostredníctvom mentorského programu.

Podniková kultúra a stratégia udržania zamestnancov

V minulom roku skupina pokračovala v procese transformácie ľudských zdrojov a prostredníctvom interných a externých školení zvyšovala znalosti a skúsenosti svojich zamestnancov. Súbežnou výzvou bolo udržanie pracovnej sily a uspokojenie potreby rýchleho a efektívneho zvyšovania počtu zamestnancov: zatiaľ čo mnohé výrobné priemyselné podniky sa zastavili alebo zatvorili, spoločnosť BioTechUSA sa rozšírila. Mzdová konkurencia sa stala silnejšou ako kedykoľvek doteraz a spoločnosť dbala na to, aby nezaostala, čo sa jej podarilo dosiahnuť opakovaným zvyšovaním miezd v oblasti výroby a logistiky. Ako dobrá príležitosť sa ukázala aj účasť na burzách práce iných zamestnávateľov, ktorí rušili svoje prevádzky.

Prevádzkové procesy ďalej automatizovali, ba čoraz viac zvažujú použitie možností, ponúkaných umelou inteligenciou. Taktika byť o krok vpred, založená na trendoch a dynamike, je teraz prioritou už aj v oblasti ľudských zdrojov, zatiaľ čo na školenia vedúcich pracovníkov sa kladie väčší dôraz spustením programu Leadership Excellence. V roku 2024 bude skupina BioTechUSA podporovať procesy employer brandingu a budovanie komunity pomocou špecializovaných zdrojov.

Kľúčové úspechy v oblasti personálnej politiky

- bola spustená nová kariérna stránka a informačný portál ľudských zdrojov, ktorý pomáha automatizovať prijímanie nových kolegov;
- bol rozšírený e-learningový portál, vďaka čomu mali všetci pracovníci maďarského maloobchodu plný prístup k podnikovému rozhraniu a ich školenia boli digitalizované a automatizované;
- boli vytvorené digitálne komunitné fóra, ktoré sa teraz vyznačujú interaktívnejším zdieľaním správ, rýchlejšou a dynamickejšou komunikáciou, vďaka čomu komunitný priestor nie je jednosmerný, stal sa flexibilným priestorom, schopným prijímať reakcie;
- organizácia ľudských zdrojov bola reštrukturalizovaná s cieľom vytvoriť trojpilierovú vrstvu stredného manažmentu, oddelený bol nábor nových zamestnancov a riadenie talentov, ako aj prevádzka a špecializovaný pilier dostala kultúra a organizačný rozvoj.

Zabezpečenie pracovnej sily pozíciách fyzickej práce

Zatvorením prenajatého skladu na ulici Ezred bolo jedným z hlavných cieľov udržať väčšinu zamestnancov, ktorí tam pracovali, vo výrobnom podniku v Szada. Kľúčovým hľadiskom pre skupinu bolo udržať si oddaných kolegov, ktorí pre Scitec Nutrition pracujú už mnoho rokov, ponúknuť im predvídateľnú a bezpečnú budúcnosť a zároveň zabezpečiť potrebnú pracovnú silu v prevádzke v Szada, v záujme nerušeného prechodu. O úspechu projektu presťahovania svedčí skutočnosť, že takmer 100 % kolegov súhlasilo s prestupom a aj neskorší počet odchodov zostal nízky. Podporili to školenia spoločnosti na uľahčenie prechodu na nové pracovné miesto, zorganizovanie orientácie pre prestupujúcich kolegov, motivačné nástroje na podporu tohto rozhodnutia a na uľahčenie dochádzania bola zavedená autobusová doprava. Zvýšený počet zamestnancov si vyžiadal vybudovanie a odovzdanie nového sociálneho bloku v prevádzke v Szade, v záujme zabezpečenia primeraných pracovných podmienok. Po zlúčení sa spolupráca medzi kolegami ukázala ako mimoriadne dobrá.

VÍZIA SKUPINY SPOLOČNOSTÍ BIOTECHUSA

Budúcnosť sa začala

Podľa slov manažérskeho guru Petra F. Duckera, najlepší spôsob, ako predvídať budúcnosť, je vytvoriť ju. So zreteľom na túto myšlienku skupina spoločností BioTechUSA ide ďalej po ceste, na ktorú vykročila, aj v budúcnosti plánuje investovať najmenej 10 – 12 miliónov EUR, a to najmä do oblasti výroby a logistiky, ale aj do maloobchodného sektora, ktorý by mal rásť s otváraním ďalších kamenných predajní a internetových obchodov. Rovnako sa však nezabúda ani na energetickú efektívnosť a skupina hľadá ďalšie možnosti úspor.

Expanzné ambície

Vlaňajší obrat stúpol o 15 %. Podľa očakávania majiteľov bude tento rozmach pokračovať. Motorom rastu pravdepodobne zostane rozširovanie medzinárodnej siete predajní, ale aj rast veľkoobchodu na trhoch EÚ a v regióne strednej a východnej Európy vrátane nástupníckych štátov Sovietskeho zväzu. V minulom roku skupina dosiahla rozvoj aj napriek dočasným ťažkostiam spôsobeným vysokými cenami surovín a prísnejšími finančnými podmienkami na trhoch ako sú Čile, Vietnam alebo Taliansko. Keďže globálny pokles kúpnej sily nezmizol, rok 2024 sa zdá byť náročnejší. Napriek tomu je do expanzných plánov zaradené ďalšie rozšírenie siete predajní o viac ako 50 nových predajní, z ktorých mnohé budú slúžiť zákazníkom v zahraničí. V roku 2023 už k nárastu obratu významne prispeli aj také destinácie ako Saudská Arábia, Egypt a Alžírsko. Na týchto trhoch bolo hlavnou stratégiou spoločnosti dosiahnuť vyššie objemy predaja zavedením obalov aj s jazykom danej krajiny.

Spomedzi ročných investičných plánov sú dva najdôležitejšie projekty výstavba závodu na výrobu proteínových tyčiniek v obci Szada a energetický projekt. Skúšobné uvedenie investície do prevádzky sa očakáva na jeseň 2024. Práce pokračujú na plné obrátky, ale medzitým je potrebné okrem stavebných úprav vyriešiť aj dokončenie technologickej časti budovy, strojovňu, inštaláciu automatických dávkovacích systémov, inštaláciu vhodného systému vetrania. Plánovanie a realizácia rozvoja energetickej efektívnosti bude trvať dva roky, pričom najvýznamnejším bodom bude inštalácia solárneho systému v obciach Szada a Dunakeszi. Aj tento projekt by mohol byť ukončený v roku 2024.

Na základe skúseností z roku 2023 aj v roku 2024 zostane v centre pozornosti optimalizácia zásob, vrátane hodnoty surovín a obalových materiálov a hotových výrobkov skladovaných v regionálnych pobočkách. Zároveň, na základe skúseností z predchádzajúcich rokov možno očakávať, že pomerne hektické prostredie na trhu práce bude pretrvávať aj v rokoch 2024 - 2025. Prioritou zostane udržanie existujúcich zamestnancov a získanie nových, angažovaných kolegov, na ktorých sa možno dlhodobo spoľahnúť.

„Sme na jednej lodi!“

„Nevyhnutnou súčasťou rodinného podniku je, že medzi rodičom a dieťaťom alebo dvoma súrodencami je aj pracovný vzťah. Náš prípad je pre okolitý svet zaujímavý nanajvýš preto, že skupina spoločností sa medzičasom rozrástla. Určite je pre nás veľkou výhodou, že sme vždy dokázali a aj dnes dokážeme spolupracovať a predpokladáme, že to tak ešte dlho zostane. Maximálne si navzájom dôverujeme a dôverujeme našim kolegom, čoho základom je aj napriek putu navyše profesionalita spojená s pokorou k práci. Počas dlhých rokov sa každý člen rodiny stal vynikajúcim odborníkom vo vlastnej oblasti. Náš základný rebríček hodnôt je rovnaký, preto sa ani naše obchodné ciele od seba veľmi nelíšia. Jediným telefonátom dokážeme vyniesť také dôležité rozhodnutia, aké inde vedenie spoločnosti dlhodobo zvažuje. Ohľadom všetkých strategických rozhodnutí môžem povedať, že sme všetci na jednej lodi a pádlujú lojálni, talentovaní a vysokokvalifikovaní kolegovia.“

BÁLINT LÉVAI
generálny riaditeľ

Vytvorilo: oddelenie korporátnej komunikácie, PR a CSR skupiny BioTechUSA
Odborný lektor: Balázs Gyöngyösi
Kontakt: communications@biotechusa.com
Webová stránka: https://biotechusagroup.com/
Preklad: Edimart Language Solutions

BioTechUSA SCITEC NUTRITION BUILDER SHAKERSTORE vitaminSHOP.hu