

АКЦИОНЕРСКО ДРУШТВО ЗА
ПРОИЗВОДСТВО И ПРЕРАБОТКА НА ВИНО

ВИНАРСКА ВИЗБА ТИКВЕШ АД-СКОПЈЕ



ГОДИШЕН ИЗВЕШТАЈ

Мај 2015 година

СОДРЖИНА

ОРГАНИ НА УПРАВУВАЊЕ	3
ПАЗАРНО ОКРУЖУВАЊЕ	6
КОМЕРЦИЈАЛНИ РЕЗУЛТАТИ	8
СЕКТОР 1 - МАКЕДОНИЈА	13
СЕКТОР 2 - СРБИЈА	15
СЕКТОР 3 – БОСНА, ХРВАТСКА, КОСОВО, ЦРНА ГОРА	16
СЕКТОР 4 - ИНТЕРНАЦИОНАЛНИ ПАЗАРИ	19
МАРКЕТИНШКИ АКТИВНОСТИ	21
НОВИТЕТИ ВО ПОРТФОЛИО	21
ПРОДАЖНИ ПРОМОЦИИ	22
ВИНСКА ЕДУКАЦИЈА И CRM	22
КОРПОРАТИВНА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ	23
НАСТАНИ И СЛУЧУВАЊА - МАКЕДОНИЈА	24
НАСТАНИ И СЛУЧУВАЊА - СРБИЈА И РЕГИОНОТ	28
СОЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ И КОМУНИКАЦИЈА	30
ПР АКТИВНОСТИ	30
ВИНСКИ НАГРАДИ И ПРИЗНАНИЈА	31
ПРОИЗВОДСТВЕНИ АКТИВНОСТИ	34
БЕРБА 2014	36
РАЗВОЈНИ ПЕРСПЕКТИВИ	37
ФИНАНСИСКИ РЕЗУЛТАТИ ЗА 2014 ГОДИНА	38
БИЛАНС НА УСПЕХ	38
БИЛАНС НА СОСТОЈБА	40
ИЗВЕШТАЈ ЗА ПАРИЧНИ ТЕКОВИ	42
ИЗВЕШТАЈ ЗА ПРОМЕНИ ВО ГЛАВНИНАТА	43
ФИНАНСИСКИ ПОКАЗАТЕЛИ	44
ИЗВЕШТАЈ ЗА ТРАНСАКЦИИ СО ПОВРЗАНИ СУБЈЕКТИ	45

Органи на управување

ВВ „Тиквеш“ има двостепен систем на управување - Управен одбор (УО) и Надзорен одбор (НО). Органи на управување и раководење на Друштвото се: Собранието на Друштвото, НО и УО. УО, согласно Законот за трговски друштва на Република Македонија (ЗТД) и Статутот на ВВ „Тиквеш“, го има во надлежност менаџирањето на компанијата како и носењето на одлуки кои што се од суштинско значење за нејзиното работење. НО е орган кој врши надзор врз управувањето со Друштвото што го врши УО.

Во текот на 2014 година УО одржа 16 седници на кои беа водени низа дискусии и донесени бројни одлуки и заклучоци за работењето на компанијата. Беа дискутирани финансиските резултати од работењето во 2013 година и во континуитет се следеше ликвидноста на компанијата. Исто така, УО го одобри концептот и основите на бизнис планот за 2015 година.

Од страна на УО беа прифатени односно одобрени:

- Годишната сметка и резултатите од работењето на ВВ „Тиквеш“ за 2013 година
- Извештајот од контролата на годишната сметка од Друштвото за ревизија „МУР СТИВЕНС“ ДОО Скопје за 2013 година
- Извештајот за остварените резултати од работењето на ВВ „Тиквеш“ за 2013 година
- Одлуката за распределба на остварената добивка од работењето на ВВ „Тиквеш“ за 2013 година
- Извештајот за работата на членовите на УО на ВВ „Тиквеш“ за 2013 година

Сите овие одлуки и извештаи беа доставени на одобрување до НО и до Собранието на акционери.

Во текот на 2014 година, НО одржа 8 седници. Дополнително, членовите на НО беа присутни и на седниците на УО и истите активно учествуваа во дискусиите, давајќи свои мислења, препораки и сл. На седниците, членовите на НО го разгледуваа генералното работење на компанијата, финансиските резултати како и низа поважни прашања кои според Статутот на ВВ „Тиквеш“ и ЗТД се во надлежност на НО. Во текот на 2014 година, покрај низата теми кои беа разгледувани, беше дадена согласност за основите на деловниот план за 2015 година со што беа предочени целите и насоките за дејствување на менаџерскиот тим.

Од страна на НО беа разгледани и усвоени:

- Годишната сметка и резултатите од работењето на ВВ „Тиквеш“ за 2013 година
- Извештајот од контролата на годишната сметка од Друштвото за ревизија „МУР СТИВЕНС“ ДОО Скопје за 2013 година
- Извештајот за остварените резултати од работењето на ВВ „Тиквеш“ за 2013 година
- Одлуката за распределба на остварената добивка од работењето на ВВ „Тиквеш“ за 2013 година
- Извештаи за работата на членовите на УО и НО на ВВ „Тиквеш“ за 2013 година

ВИНАРСКА ВИЗБА ТИКВЕШ – ГОДИШЕН ИЗВЕШТАЈ 2014

Членовите на УО и НО се со долгогодишно искуство на извршни функции што допринесува до избалансиран, сигурни и квалитетни бизнис одлуки во однос на управувањето на компанијата. Донесените одлуки и насоки за работењето на компанијата се базираат на професионални и етички норми во духот на одговорното корпоративно управување.

Управниот одбор на ВВ „Тиквеш“ брои вкупно седум членови. Сите членови се со богато професионално искуство, доминатно на извршни позиции во „Пивара“ АД Скопје како и во интернационални компании. Своео долгогодишно искуство и знаење го пренесуваат и практикуваат при носењето на клучни деловни политики во раководењето со ВВ „Тиквеш“.

Име	Презиме	Пол	Возраст (години)	Место на раѓање	Датум на раѓање	Државјанство	Занимање	Моментална функција	Член на УО на ВВ Тиквеш од	Хонорар/плата	Позиции во други одбори
Светозар	Јаневски	машки	67	Велес	19.07.1947	Македонско	Технолог	Претседател на УО на ВВ Тиквеш АД Скопје	01.11.2003	нема	
Мате	Настески	машки	67	Крушево	10.02.1948	Македонско	Агроном	Член на УО на ВВ Тиквеш АД Скопје	01.11.2003	нема	Член на Одбор на директори на АД „Охрид Турист“
Снежана	Славкова	женски	63	Скопје	24.12.1951	Македонско	Технолог	Член на УО на ВВ Тиквеш АД Скопје	01.11.2003	нема	
Игор	Илиевски	машки	38	Скопје	03.09.1976	Македонско	Економист	Член на УО и Генерален директор на ВВ Тиквеш АД Скопје	25.10.2011	нема	Член на НО на „Пакомак“ ДОО Скопје
Џон	Јоновски	машки	47	Волонгонт	09.02.1968	Македонско	Економист	Член на УО на ВВ Тиквеш АД Скопје	26.12.2014	нема	Член на НО на „МГИ“ ДОО Експорт- Импорт, Скопје
Ангеле	Чолески	машки	60	Охрид	14.11.1954	Македонско	Архитект	Член на УО на ВВ Тиквеш АД Скопје	15.04.2009	нема	
Љупчо	Крстевски	машки	58	Скопје	01.01.1957	Македонско	Машински инженер	Член на УО на ВВ Тиквеш АД Скопје и проект-менаџер во Агрометал Производство ДОО	01.11.2003	нема	

***Табела бр.1 - Членови на Управен одбор на ВВ „Тиквеш“ АД Скопје**

Надзорниот одбор на ВВ „Тиквеш“ брои вкупно 5 членови.

Име	Презиме	Пол	Возраст (години)	Место на раѓање	Датум на раѓање	Државјанство	Занимање	Моментална функција	Член на НО на ВВ Тиквеш од:	Хонорар/плата	Позиции во други одбори
Ратко	Чадиковски	машки	68	Скопје	15.01.1947	Македонско	Економист	Претседател на НО на ВВ Тиквеш АД Скопје	01.11.2003	нема	Член на НО на Охридска банка АД Охрид и член на Одбор на директори на АД Охрид Турист
Светлана	Пендаровска	женски	65	Скопје	08.01.1950	Македонско	Економист	Член на НО на ВВ Тиквеш АД Скопје	01.11.2003	нема	Член на Одбор на директори на Инвест брокер АД Скопје
Братољуб	Рајичковиќ	машки	82	Берово	20.11.1932	Македонско	Правник	Член на НО на ВВ Тиквеш АД Скопје	06.05.2005	нема	
Тихомир	Атанасовски	машки	62	Скопје	01.04.1953	Македонско	Електро-инженер	Член на НО на ВВ Тиквеш АД Скопје и советник во Пивара Скопје АД	01.11.2003	нема	
Ѓорѓи	Петрушев	машки	45	Скопје	04.12.1969	Македонско	Економист	Член на НО на ВВ Тиквеш АД Скопје и управител на М-6 Инвестиции	31.07.2012	нема	Член на УО на Стопанска комора на РМ и член на Одбор на директори на АД Охрид Турист

***Табела бр.2 - Членови на Надзорен одбор на ВВ „Тиквеш“ АД Скопје**

Траењето на мандатот на членовите на Управниот и Надзорниот одбор на ВВ „Тиквеш“ изнесува 4 години.

Структурата на основната главнина на ВВ „Тиквеш“ е следна:
Обични акции со право на глас: 270,450 во вредност од 13,828,108.5 ЕУР.

Номиналната вредност на една акција изнесува 51.13 ЕУР.

Обичните акции им даваат на акционерите право на: глас во Собранието на Друштвото, исплата на дел од добивката (дивиденда) и исплата на дел од остатокот од ликвидационата маса, односно стечајната маса на Друштвото.

Акционери со учество над 5% во основната главнина на ВВ „Тиквеш“ се:
„М-6 Светлана и останати“ со 216,589 акции и 80.08% учество во основната главнина.

Во табелата подолу се прикажани останатите акционери, кои се членови на УО и НО на ВВ „Тиквеш“.

Акционер	Број на акции	Учество во основната главнина
Тихомир Атанасовски	4,643	1.71%
Ангеле Чолески	2,967	1.09%
Љупчо Крстевски	2,545	0.94%

**Табела бр.3*

Договори за наградувања на членовите на одборите и лицата со посебни одговорности и овластувања не постојат, односно наградувања не беа извршени во 2014 година.

ВВ „Тиквеш“ има трансакции со „М-6 Светлана и останати“ и истите се дел од тековното управување со Друштвото.

ВВ „Тиквеш“ нема распределено дивиденда во 2014 година.

Пазарно окружување

Просечната стапка на инфлација во Македонија за 2014 година изнесуваше -0,3%. Извозот во 2014 година забележа раст од 15,9%, додека увозот забележа раст од 10,4%, што резултираше со проширување на трговскиот дефицит за 0,3% во однос на 2013 година. ⁽¹⁾

Реалната стапка на раст на БДП во Македонија во 2014-та година изнесуваше 3,8%. Номиналниот пораст на нето платата изнесуваше 1,2%. Просечната стапка на невработеност изнесуваше 28% што преставува намалување од 1 pp споредено со 2013 година. ⁽¹⁾

Основни макроекономски индикатори	2011	2012	2013	2014	2015
Реален сектор					
Бруто-домашен производ					
реална стапка на раст (во %)	2,3	-0,5	2,7	3,8	4,0
во милиони денари	464.186	466.703	499.559	525.843	552.345
во милиони долари	10.495	9.744	10.768	11.324	11.894
во милиони евра	7.544	7.585	8.112	8.533	8.981
Бруто-домашен производ по жител					
во денари*	225.493	226.440	242.075	254.314	
во евра*	3.665	3.680	3.931	4.127	
според Паритет на куповна моќ	8.815	9.064	9.454		
Бруто инвестиции (во % од БДП)	26,0	28,9	28,5	30,6	
Индустрија, реална стапка на раст (во %)	-0,5	2,8	5,8	4,3	4,4
Инфлација (просек, во %)	3,9	3,3	2,8	-0,3	0,7
БДП дефлатор (во %)	3,7	1,0	4,3	1,4	1,0

Социјален сектор					
Нето плата					
номинален пораст (просек, во %)	1,4	0,3	1,2	1,2	3,1
реален пораст (просек, во %)	-2,4	-2,9	-1,6	1,5	2,4
Бруто плата					
номинален пораст (просек, во %)	1,2	0,2	1,2	1,0	3,0
реален пораст (просек, во %)	-2,6	-3,0	-1,6	1,3	2,3
Стапка на невработеност (просек, во %)	31,4	31,0	29,0	28,0	27,0
Стапка на вработеност (просек, во %)	38,9	39,0	40,6	41,2	42,1

*Табела бр.4 - Основни макроекономски индикатори за Македонија

БДП во Србија во 2014 година забележа пад од 1,8%. Невработеноста забележа пад од 3,2 pp. Во споредба со 2013 година забележано е благо намалување на просечната плата и истата изнесувала 379 ЕУР во 2014 година. ⁽²⁾

	2011	2012	2013	2014	Q1 2015
Real GDP growth (in %)	1.4	-1.0	2.6	-1.8	1,5
Unemployment according to the Survey (in %)	23.0	23.9	22.1	18.9	
Wages (average for the period, in EUR)	372.5	364.5	388.6	379.3	

**Табела бр.5 - Основни макроекономски индикатори за Србија*

- (1) Министерство за Финансии на РМ
- (2) Народна Банка на Република Србија

ВИНАРСКА ВИЗБА ТИКВЕШ – ГОДИШЕН ИЗВЕШТАЈ 2014

Комерцијални резултати

Продажба (НЛ)	2014	2013	Нето варијации	%
			2014/2013	2014/2013
ВИНО	81,492	78,579	2,913	4%
РАКИЈА	6,817	6,934	-117	-2%
ВКУПНО ФЛАШИРАНО	88,309	85,514	2,796	3%
НАЛИВНО ВИНО	1,231	8,042	-6,811	-85%
ДЕСТИЛАТ (100%)	320	2,800	-2,480	-89%
ОСТАНАТО	72	68	4	5%
ВКУПНО НАЛИВНО	1,623	10,911	-9,288	-85%
ВКУПНО ТИКВЕШ	89,932	96,424	-6,492	-7%

БРУТО-ПРИХОДИ (мкд)	2014	2013	Нето варијации	%
			2014/2013	2014/2013
ВИНО	902,389,175	861,998,202	40,390,973	5%
РАКИЈА	163,852,765	157,134,461	6,718,304	4%
ВКУПНО ФЛАШИРАНО	1,066,241,940	1,019,132,663	47,109,278	5%
НАЛИВНО ВИНО	5,220,886	18,739,886	-13,519,000	-72%
ДЕСТИЛАТ (100%)	6,343,543	41,708,254	-35,364,711	-85%
ОСТАНАТО	1,554,923	1,297,838	257,085	20%
ВКУПНО НАЛИВНО	13,119,352	61,745,977	-48,626,626	-79%
ВКУПНО ТИКВЕШ	1,079,361,292	1,080,878,640	-1,517,348	0%

РАБАТИ (мкд)	2014	2013	Нето варијации	%
			2014/2013	2014/2013
ВИНО	69,034,489	49,672,099	19,362,390	39%
РАКИЈА	18,353,818	30,519,535	-12,165,717	-40%
ВКУПНО ФЛАШИРАНО	87,388,307	80,191,634	7,196,673	9%
НАЛИВНО ВИНО			0	
ДЕСТИЛАТ (100%)			0	
ОСТАНАТО			0	
ВКУПНО НАЛИВНО	0	0	0	
ВКУПНО ТИКВЕШ	87,388,307	80,191,634	7,196,673	9%

НЕТО-ПРИХОДИ (мкд)	2014	2013	Нето варијации	%
			2014/2013	2014/2013
ВИНО	833,354,686	812,326,102	21,028,584	3%
РАКИЈА	145,498,947	126,614,926	18,884,021	15%
ВКУПНО ФЛАШИРАНО	978,853,633	938,941,028	39,912,605	4%
НАЛИВНО ВИНО	5,220,886	18,739,886	-13,519,000	-72%
ДЕСТИЛАТ (100%)	6,343,543	41,708,254	-35,364,711	-85%
ОСТАНАТО	1,554,923	1,297,838	257,085	20%
ВКУПНО НАЛИВНО	13,119,352	61,745,977	-48,626,626	-79%
ВКУПНО ТИКВЕШ	991,972,985	1,000,687,006	-8,714,021	-1%

*Табела бр.6 - Вкупна волуменска и вредносна реализација - сумирано

ВИНАРСКА ВИЗБА ТИКВЕШ – ГОДИШЕН ИЗВЕШТАЈ 2014

Вкупната волуменска продажба на ВВ „Тиквеш“ во 2014 година достигна 89,932 HL. Во оваа вредност флашираното вино учествуваше со 90.6%, наливното вино со 1.3%, ракијата со 7,5% и винскиот дестилат со 0,3%. Вкупниот вредносен ефект од реализацијата изнесуваше 1,079 мил. денари.

	Македонија				Извоз			
Продажба (HL)	2014	2013	Нето варијации 2014/2013	% 2014/2013	2014	2013	2014/2013	2014/2013
ВИНО	37,959	36,846	1,113	3%	43,534	41,733	1,800	4%
РАКИЈА	6,345	6,507	-162	-2%	472	427	45	11%
ВКУПНО ФЛАШИРАНО	44,304	43,354	950	2%	44,005	42,160	1,845	4%
НАЛИВНО ВИНО	252		252		979	8,042	-7,063	-88%
ДЕСТИЛАТ (100%)	320		320		0	2,800	-2,800	-100%
ОСТАНАТО	72	68	4	5%	0	0	0	
ВКУПНО НАЛИВНО	643	68	575	843%	979	10,842	-9,863	-91%
ВКУПНО ТИКВЕШ	44,947	43,422	1,526	4%	44,984	53,002	-8,018	-15%
Бруто приходи (мкд)	2014	2013	Нето варијации 2014/2013	% 2014/2013	2014	2013	2014/2013	2014/2013
ВИНО	483,350,344	453,845,909	29,504,436	7%	419,038,831	408,152,293	10,886,538	3%
РАКИЈА	154,739,364	149,464,000	5,275,364	4%	9,113,401	7,670,461	1,442,940	19%
ВКУПНО ФЛАШИРАНО	638,089,709	603,309,909	34,779,800	6%	428,152,232	415,822,754	12,329,478	3%
НАЛИВНО ВИНО	1,073,299	0	1,073,299		4,147,586	18,739,886	-14,592,299	-78%
ДЕСТИЛАТ (100%)	6,343,543	0	6,343,543		0	41,708,254	-41,708,254	-100%
ОСТАНАТО	1,554,923	1,297,838	257,085	20%	0	0	0	-100%
ВКУПНО НАЛИВНО	8,971,765	1,297,838	7,673,927	591%	4,147,586	60,448,139	-56,300,553	-93%
ВКУПНО ТИКВЕШ	647,061,474	604,607,747	42,453,727	7%	432,299,818	476,270,893	-43,971,075	-9%
Рабати (мкд)	2014	2013	Нето варијации 2014/2013	% 2014/2013	2014	2013	2014/2013	2014/2013
ВИНО	68,538,397	49,177,778	19,360,620	39%	496,092	494,322	1,770	0%
РАКИЈА	18,221,925	30,215,814	-11,993,889	-40%	131,893	303,721	-171,828	-57%
ВКУПНО ФЛАШИРАНО	86,760,322	79,393,591	7,366,731	9%	627,985	798,043	-170,058	-21%
НАЛИВНО ВИНО			0				0	
ДЕСТИЛАТ (100%)			0				0	
ОСТАНАТО			0				0	
ВКУПНО НАЛИВНО	0	0	0		0	0	0	
ВКУПНО ТИКВЕШ	86,760,322	79,393,591	7,366,731	9%	627,985	798,043	-170,058	-21%
Нето приходи (мкд)	2014	2013	Нето варијации 2014/2013	% 2014/2013	2014	2013	2014/2013	2014/2013
ВИНО	414,811,947	404,668,131	10,143,816	3%	418,542,739	407,657,971	10,884,768	3%
РАКИЈА	136,517,439	119,248,187	17,269,253	14%	8,981,508	7,366,740	1,614,768	22%
ВКУПНО ФЛАШИРАНО	551,329,386	523,916,317	27,413,069	5%	427,524,247	415,024,711	12,499,536	3%
НАЛИВНО ВИНО	1,073,299	0	1,073,299		4,147,586	18,739,886	-14,592,299	-78%
ДЕСТИЛАТ (100%)	6,343,543	0	6,343,543		0	41,708,254	-41,708,254	-100%
ОСТАНАТО	1,554,923	1,297,838	257,085	20%	0	0	0	-100%
ВКУПНО НАЛИВНО	8,971,765	1,297,838	7,673,927	591%	4,147,586	60,448,139	-56,300,553	-93%
ВКУПНО ТИКВЕШ	560,301,152	525,214,156	35,086,996	7%	431,671,833	475,472,850	-43,801,017	-9%

*Табела бр.7 - Вкупна волуменска и вредносна реализација - Македонија и вкупно извоз

ВИНАРСКА ВИЗБА ТИКВЕШ – ГОДИШЕН ИЗВЕШТАЈ 2014

Од вкупно 89,932 HL реализирана продажба во 2014 година, 50% отпаѓа на продажба реализирана на домашниот пазар а 50% на извозните пазари.

Од вкупно 1,079 мил. денари генерирани бруто приходи во 2014 година, 60% отпаѓа на продажба реализирана на домашниот пазар а 40% на извозните пазари. Во 2013 година, процентуалното учество на вкупните бруто приходи од домашниот и извозните пазари биле на релативно исто ниво, односно 56% учество од домашен пазар и 44% учество од странски пазари. Учесството на бруто приходите генерирани од домашниот пазар во 2014 година забележало пораст од 4 pp.

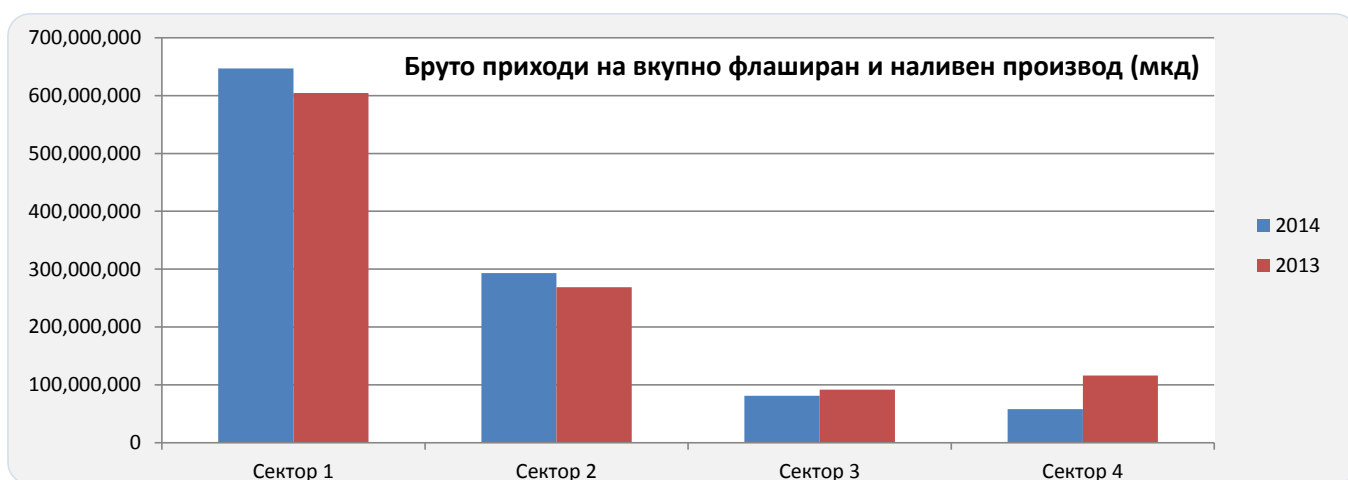
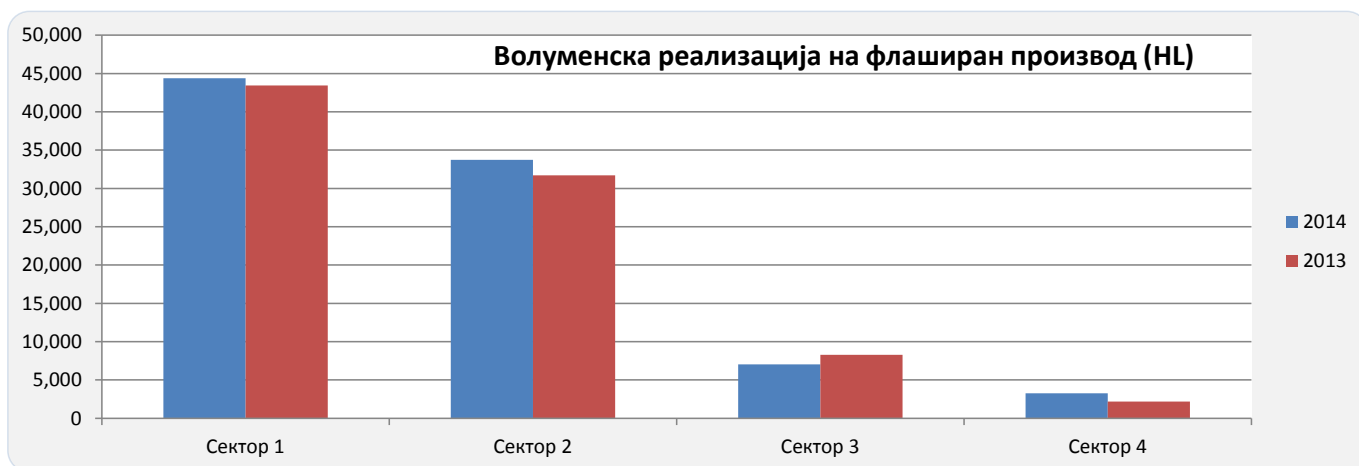
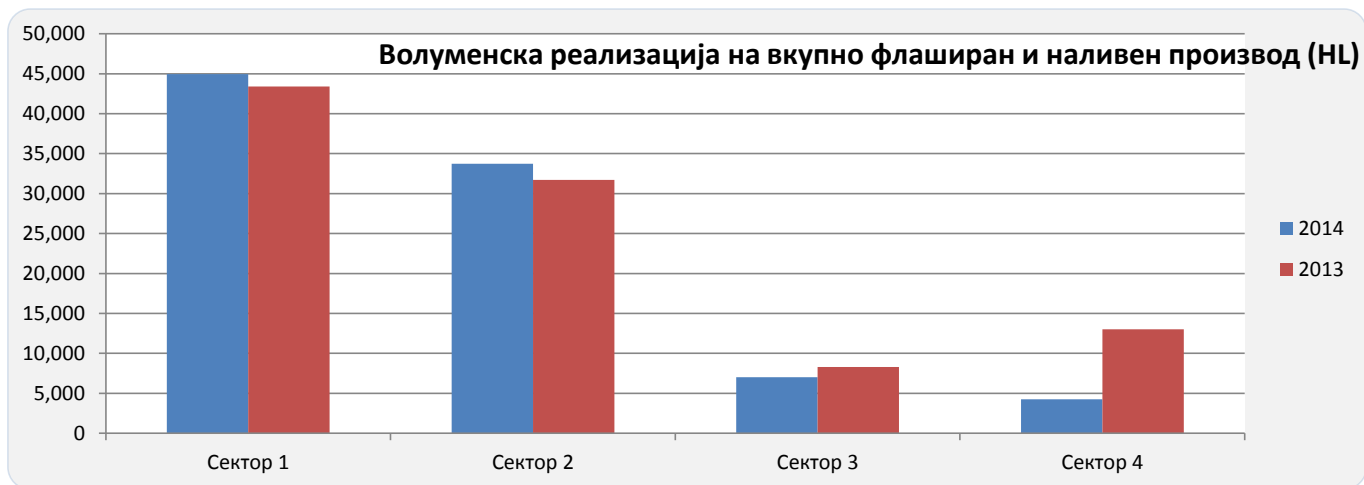
Остварената продажба се категоризира под 4 сектори. Сектор 1 ја вклучува вкупната продажба од домашен пазар. Сектор 2 ја вклучува вкупната продажба на пазарот во Србија. Сектор 3 ги вклучува регионалните пазари: Босна, Хрватска, Црна Гора, Косово, Албанија и Бугарија. Сектор 4 ги вклучува интернационалните пазари како Германија, Данска, Америка, Кина, Велика Британија, Полска, Русија, Франција, Белгија, Австралија и останати.

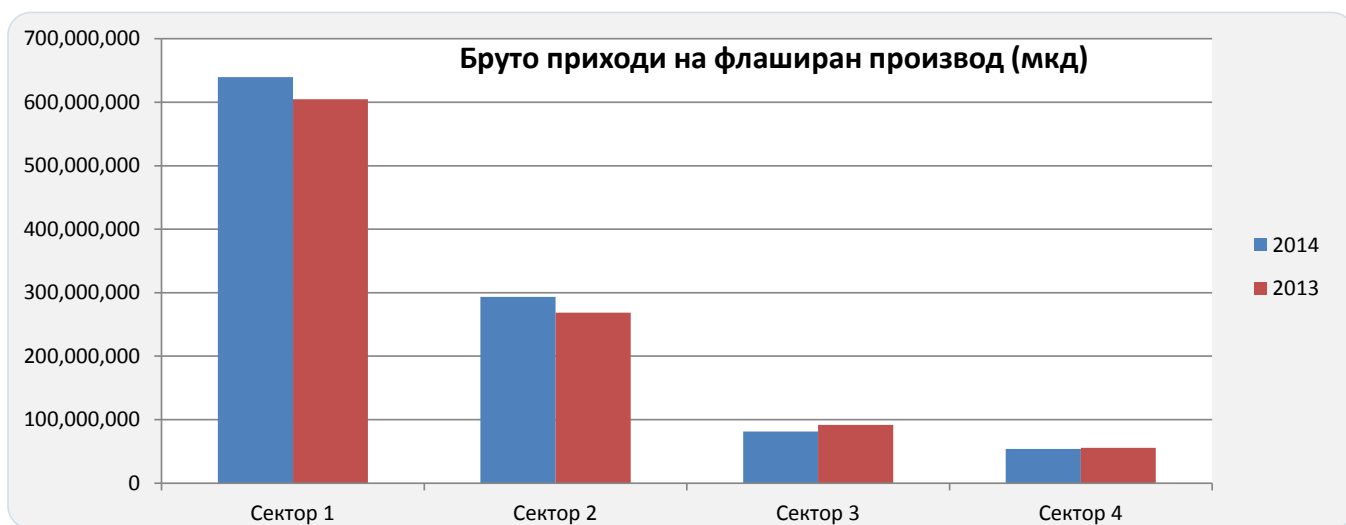
Распределбата на вкупната волуменска и вредносна продажна реализација по сектори е прикажана во следната табела.

	2014		2013		2014/2013	
	HL	Бруто приходи	HL	Бруто приходи	HL	мкд
Сектор 1	44,376	639,644,632	43,422	604,607,700	2%	6%
Сектор 2	33,723	293,382,481	31,702	268,659,429	6%	9%
Сектор 3	7,017	81,120,654	8,295	91,572,379	-15%	-11%
Сектор 4	3,265	53,649,097	2,163	55,591,993	51%	-3%
Вкупно флаширано	88,381	1,067,796,864	85,582	1,020,431,501	3%	5%
Наливно вино и дестилат	1,551	11,564,428	10,842	60,448,139	-86%	-81%
ВКУПНО	89,932	1,079,361,292	96,425	1,080,879,640	-7%	0%

*Табела бр. 8 – Вкупна продажба на флаширан и наливен производ

Во 2014 година е остварен пад во продажбата во сектор 4 од 8,762 HL што е резултат на помалата продажба на наливно вино.





Интернационалните пазари се од особено значење за волуменскиот и вредносниот раст во продажбата, а со се поинтензивниот продажен фокус на флашираниот сегмент во иднина, сигурно ќе допринесат за поуспешни резултати.

Сектор 1 - Македонија

	(HL)				(MKD '000)			
	2014	2013	14/13	%	2014	2013	14/13	%
ТРАДИЦИОНАЛНИ	26,174	21,864	4,310	20%	183,354	153,280	30,074	20%
КЛАСИК	9,700	13,078	-3,378	-26%	216,076	225,024	-8,949	-4%
ПРЕМИУМ	1,940	1,782	158	9%	69,660	63,927	5,733	9%
ЕРГИОН	1	2	-2	-69%	52	145	-93	-64%
ТЕРОАР	145	120	25	21%	14,209	11,468	2,741	24%
ФЛАШИРАНО ВИНО	37,959	36,846	1,113	3%	483,350	453,846	29,504	7%
ФЛ. РАКИЈА	6,345	6,507	-162	-2%	154,739	149,464	5,275	4%
ФЛ. ВИНО И РАКИЈА	44,304	43,354	950	2%	638,090	603,310	34,780	6%
ОСТАНАТО	72	68	4	5%	1,555	1,298	257	20%
ВИНО РАКИЈА ОСТ.	44,376	43,422	954	2%	639,645	604,607	35,037	6%
НАЛИВНО ВИНО	252		252		1,073		1,073	
ДЕСТИПАТ	320		320		6,344		6,344	
ВКУПНО НАЛИВНО	572	0	572		7,417	0	7,417	
ВКУПНО	44,947	43,422	1,526	4%	647,061	604,607	42,454	7%

*Табела бр.9 - Преглед на волуменска и вредносна реализација во Македонија

Пазарот во Македонија за ВВ „Тиквеш“ е од клучно значење имајќи го во предвид волуменскиот и вредносниот ефект како и профитабилноста што ја носи за компанијата. Тој учествува со 50% во вкупната волуменска продажба на флаширано вино и 60% во вкупните приходи генерирани од продадено флаширано вино.

Волуменската реализација на флаширан производ во 2014 година е зголемена за 2% во споредба со 2013 година, додека вредносното зголемување изнесува 6%. Ова се должи на подобрената структура во продажното портфолио, како и извршената ценовна корекција во текот на 2014-та година.

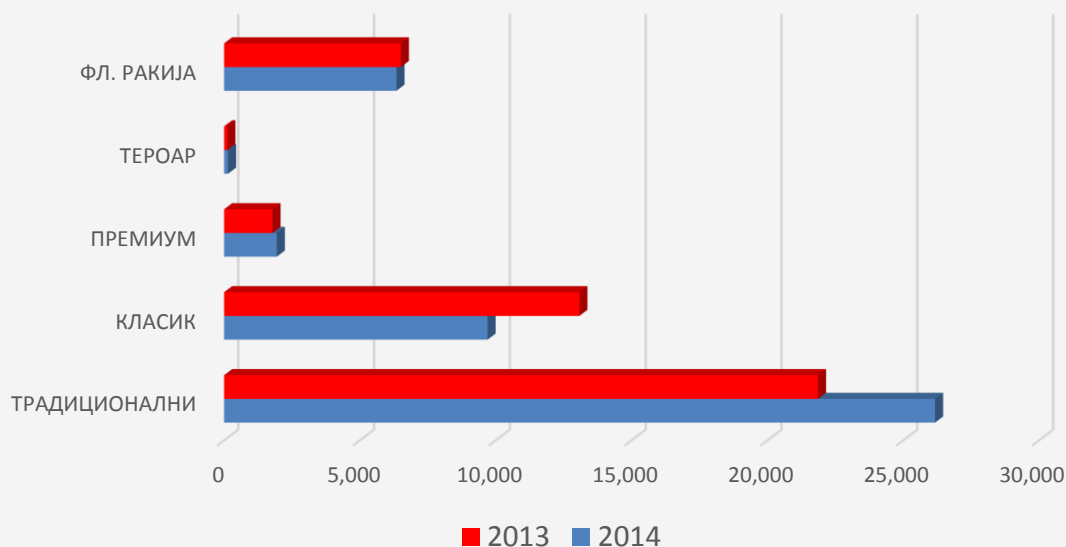
Во волуменската структура од продажбата на домашен пазар најголем дел завзема традиционалниот сегмент со 58%, класик сегментот со 22%, премиум сегментот со 4% и сегментот на ракија со 14%.

Процентуално, најголемиот волуменски раст (21%) доаѓа од сегментот на тероар вината.

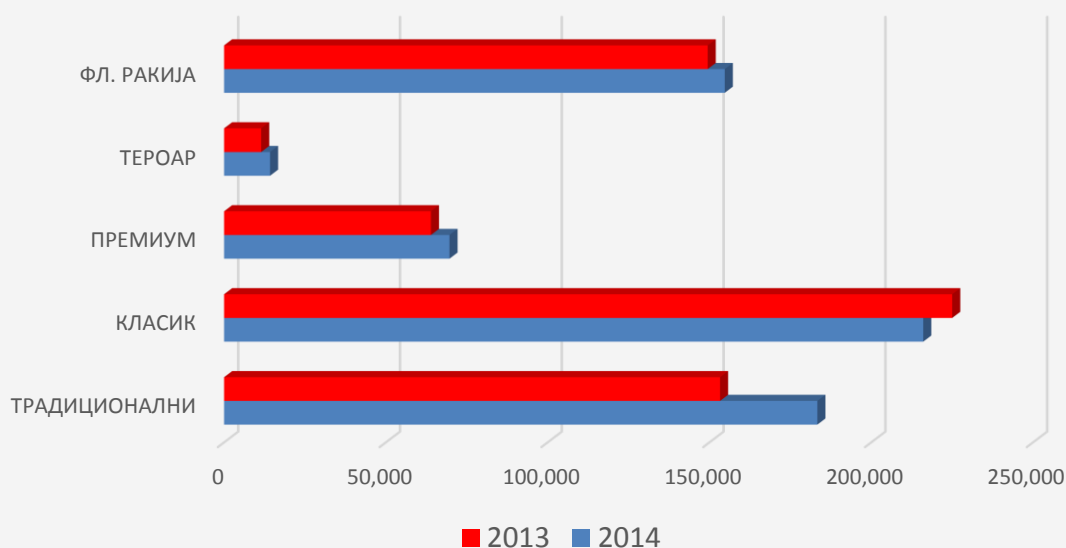
Во вредносната структура со најголем дел учествува класик сегментот (33%), традиционалниот сегмент со 28%, ракијата со 24% и премиум сегмент со 11%.

Процентуално, најголемиот вредносен раст (24%) доаѓа од сегментот на тероар вината.

Волуменска реализација - Македонија (HL)



Вредносна реализација - Македонија (мкд '000)



Пазарот на вино и натаму останува фрагментиран со голем број на винарии од кои само десетина се присутни во повеќето продажни објекти. И покрај бројната конкуренција ВВ „Тиквеш“ и натаму ја одржува цврстата лидерска позиција на домашниот пазар на вино, особено во каналот на угостителство. Од аспект на волумен, каналот трговија учествува со 68% во вкупната продажба, додека пак каналот угостителство учествува со 32%. Од аспект на вредност, каналот трговија учествува со 59% во вкупната продажба, додека пак каналот угостителство учествува со 41%. На каналот К/А (клучни купувачи), како подканал на каналот трговија, му отпаѓаат 25% од волуменот.

Во овој канал на продажба, ВВ „Тиквеш“ во текот на целата година зема активно учество преку организирање на промоции и дегустации на местата на продажба. За време на празниците и викендите промо тимот е особено активен, со што се реализираат голем број на промоции со висок степен на ефективност. Сето ова допринесе за зголемена продажба и зголемено пазарното учество во овој канал (7 pp).

Во однос на конкуренцијата, интерните истражувања на винарницата укажуваат на учество на ВВ „Тиквеш“ во каналот трговија од 51% и каналот угостителство од 87%, што е уште една потврда за лидерската позиција што ВВ „Тиквеш“ во континуитет ја одржува на домашниот пазар.

Дистрибутивната мрежа во 2014-та година остана со релативно истата структура. Направена беше корекција на реоните помеѓу дистрибутерите во дистрибутивните центри Куманово и Кочани во однос на реонот околу Кратово и Пробиштип. Овие градови се поставија под реонот за дистрибуција на ДЦ Кочани. Исто така, се изврши промена на дистрибутерот за реонот на Тетово, кој ги опфаќа териториите околу Тетово и Гостивар.

Системот за следење на продажбата којшто се воведо како пробен проект во 2013-та година, кон крајот на 2014-та година е комплетно ставен во употреба. Со овој систем се овозможи брзо генерирање на поспецифични информации за сите трансакции, купувачи и дополнителни параметри кои што системот ги опфаќа. Системот располага со податоци за вкупно 4,048 директни купувачи, од кои 2,373 се во канал трговија и 1,675 се во канал угостителство.

Сектор 2 - Србија

	(NL)				(MKD '000)			
	2014	2013	14/13	%	2014	2013	14/13	%
ТРАДИЦИОНАЛНИ	27,493	25,951	1,542	6%	200,376	183,899	16,477	9%
КЛАСИК	5,814	5,342	472	9%	79,152	72,956	6,196	8%
ПРЕМИУМ	276	362	-86	-24%	7,050	9,732	-2,682	-28%
ТЕРОАР	81	25	56	227%	5,713	1,727	3,986	231%
ФЛАШИРАНО ВИНО	33,664	31,680	1,984	6%	292,291	268,314	23,977	9%
ФЛ. РАКИЈА	60	20	40	198%	1,092	345	746	216%
ФЛ. ВИНО И РАКИЈА	33,723	31,700	2,023	6%	293,382	268,659	24,723	9%

*Табела бр. 10 - Преглед на волуменска и вредносна реализација во Србија

Во 2014 година продажбата во Србија се зголеми за 6% во волумен и 9% во вредност. На овој пазар се случија големи промени: организациски, корпоративно и пазарно. На почетокот на годината се прекина соработката со дотогашниот дистрибутер „Књаз Милош“, а за нов дистрибутер на вината на „Тиквеш“ беше одбрана компанијата „Болеро“ од Чачак, Р. Србија. Транзициониот процес помина релативно добро со оглед на тоа што во тек се креираше потполно нова продажна организација кај дистрибутерот од вкупно 20 вработени.

Во 2014-та година исто така ВВ „Тиквеш“ се стекна со учество во „М6 Тиквеш“ ДОО – компанијата увозник на производите за регионот на Србија, и се отпочна процес на нејзина целосна интеграција во постоечките процеси на ВВ „Тиквеш“.

Сектор 3 – Босна, Хрватска, Косово, Црна Гора

Покрај двата примарни пазари, Македонија и Србија, ВВ „Тиквеш“ перманентно се развива и на пазарите во Босна, Хрватска, Косово и Црна Гора.

	(HL)				(MKD '000)			
	2014	2013	14/13	%	2014	2013	14/13	%
ТРАДИЦИОНАЛНИ	3,770	3,206	564	18%	26,706	23,779	2,927	12%
КЛАСИК	767	1,918	-1,151	-60%	14,319	22,741	-8,422	-37%
ПРЕМИУМ	85	76	9	12%	2,517	2,223	294	13%
ТЕРОАР	5	5	0	5%	388	370	18	5%
ФЛАШИРАНО ВИНО	4,627	5,204	-578	-11%	43,931	49,113	-5,182	-11%
ФЛ. РАКИЈА	0	0	0		0	0	0	
ФЛ. ВИНО И РАКИЈА	4,627	5,204	-578	-11%	43,931	49,113	-5,182	-11%

*Табела бр.11 - Преглед на волуменска и вредносна реализација во Босна

Пазарот во Босна и Херцеговина со близу пола милион литри годишна продажба и со значаен потенцијал за пораст е најзначајниот пазар во сектор 3. Учесството на овој пазар во вкупната продажба на сектор 3 изнесува 70%.

Промената на увозникот и дистрибутерот за Босна придонесе за одреден застој во испораките, што влијаеше негативно врз вкупните годишни резултати. Кон крајот на месец февруари се прекина соработката со постоечкиот дистрибутер „Краишке Капи“ и се премина на соработка со следниве дистрибутери:

- „ДГР“ кој го покрива реонот на Бања Лука, Прједор, Градишка, Дубица и неколку останати помали градови
- „Болеро“ кој го покрива реонот на Добој, Теслич, Дервента и Модрича
- „Тримикс“ кој го покрива реонот на Бјелјина, Брчко и Зворник

Заради промена на дистрибутивната мрежа во периодот од март до мај, не се реализираа испораки во Босна.

Аквизацијата на „Меркатор“ од страна на „Конзум“ ја зголеми пазарната пенетрација на ВВ „Тиквеш“ во Босна. Продажбата што се генерира преку оваа мрежа изнесува 8% во вкупната реализација од овој пазар.

Значајна дополнителна аквизиција од регионот во 2014 година е купувањето на „Делезе“ од страна на сопственикот на постоечкиот ланец „Мој Маркет“. Преку оваа аквизиција ВВ „Тиквеш“ оствари дополнително пазарно присуство поради спојувањето на „Делезе“ со 17-те марки на „Мој Маркет“. Овој канал учествуваше во вкупната продажба на ВВ „Тиквеш“ на пазарот во Босна со 6%.

Хрватска е уште еден високо потенцијален пазар за ВВ „Тиквеш“ чии што перформанси значително се влошија во 2014 година.

	(НЛ)				(МКД '000)			
	2014	2013	14/13	%	2014	2013	14/13	%
ТРАДИЦИОНАЛНИ	192	163	29	18%	1,632	1,236	395	32%
КЛАСИК	612	1,498	-886	-59%	11,005	17,952	-6,947	-39%
ПРЕМИУМ	9	0	9		314	0	314	
ТЕРОАР		9	-9	-100%		738	-738	-100%
ФЛАШИРАНО ВИНО	813	1,671	-858	-51%	12,951	19,927	-6,976	-35%
ФЛ. РАКИЈА	3	0	3		63	0	63	
ФЛ. ВИНО И РАКИЈА	816	1,671	-854	-51%	13,014	19,927	-6,912	-35%

*Табела бр.12 - Преглед на волуменска и вредносна реализација во Хрватска

Во 2013 година се реализира значајно покачување на цените на пазарот во Хрватска што резултираше со сериозен пад на продажбата во 2014 година, но и воопшто на соработката помеѓу дистрибутерот „Орбико“ и неговите купувачи.

Хорека каналот во Хрватска и во 2014 година остана слабо таргетиран. Продажбата се реализираше доминантно преку каналот трговија.

На крај на 2014-та година се забележа пад од 51% во однос на претходната година, кој што дојде главно од падот на продажбата на виното „Т'га за Југ“. Портфолиото за продажба во Хрватска остана исто како и во 2013-та година.

Овие прашања беа покренати кон крајот на годината кога и завршуваше договорот за соработка со „Орбико“ и се креираше акционен план за надминување на ситуацијата во 2015-та година.

ВИНАРСКА ВИЗБА ТИКВЕШ – ГОДИШЕН ИЗВЕШТАЈ 2014

Растот на винскиот пазар во Косово, кој иако од мала основа, од година во година е константен, а со тоа и се поатрактивен за ВВ „Тиквеш“.

	(НЛ)				(МКД '000)			
	2014	2013	14/13	%	2014	2013	14/13	%
ТРАДИЦИОНАЛНИ	586	233	353	152%	3,562	1,558	2,003	129%
КЛАСИК	248	388	-140	-36%	5,359	5,453	-95	-2%
ПРЕМИУМ	98	94	5	5%	3,188	2,911	278	10%
ТЕРОАР		10	-10	-100%		814	-814	-100%
ФЛАШИРАНО ВИНО	932	724	208	29%	12,109	10,736	1,373	13%
ФЛ. РАКИЈА	107	100	7	7%	1,964	1,816	148	8%
ФЛ. ВИНО И РАКИЈА	1,039	824	215	26%	14,072	12,551	1,521	12%

*Табела бр. 13 - Преглед на волуменска и вредносна реализација во Косово

Дистрибутерот активно ги развиваше сите канали на продажбата, со особено силен акцент на хорека каналот, што е пак видливо од структурата на реализираната продажба. Заедно класик и премиум сегментот учествуваа волуменски со 33% во вкупната реализација, односно 61% вредносно.

Растот на сегментот на традиционални вина се должи на зголемената продажба на БИБ пакувањето во Косово.

Продажбата бележи позитивни параметри, раст од 26% во однос на претходната година и потенцијал за стабилен раст во наредните години.

Кон крајот на 2014-та година, во Црна Гора се започна соработка со новиот дистрибутер „Бар Код“, кога и се случи првата испорака.

	(НЛ)				(МКД '000)			
	2014	2013	14/13	%	2014	2013	14/13	%
ТРАДИЦИОНАЛНИ	67	173	-106	-61%	503	1,054	-551	-52%
КЛАСИК	48	100	-51	-52%	642	1,682	-1,040	-62%
ПРЕМИУМ	23	24	-1	-5%	627	713	-86	-12%
ТЕРОАР	15	5	9	175%	978	329	649	197%
ФЛАШИРАНО ВИНО	153	301	-149	-49%	2,751	3,779	-1,028	-27%
ФЛ. РАКИЈА	0	0	0		0	0	0	
ФЛ. ВИНО И РАКИЈА	153	301	-149	-49%	2,751	3,779	-1,028	-27%

*Табела бр. 14 - Преглед на волуменска и вредносна реализација во Црна Гора

Сектор 4 - Интернационални пазари

Покрај регионалните пазари ВВ „Тиквеш“ со своите производи е присутен и на пазарите пошироко во ЕУ, Соединетите Американски Држави, Русија, Кина и Австралија. Од европските пазари, производите на ВВ „Тиквеш“ се достапни во Велика Британија, Германија, Финска, Данска, Швајцарија, Полска и Белгија.

Портфолиото креирано од страна на врвниот енолог Филип Камби и претставувањето на „Terroir“ црвените и белите вина од серијата на вина од еден лозов насад, како и бодувањето на овие вина и Vranec Special Selection од страна на винскиот критичар Роберт Паркер, внесоа пресврт во продажбата на интернационалните пазари.

Во САД увозник на вината на ВВ „Тиквеш“ е „European Cellars“ - Eric Solomon Selections, компанија водена од првиот Master of Wine во Америка, Ерик Соломон. Вината кои се пласираат преку овој увозник на американскиот пазар, со дистрибуција во сите 50 сојузни држави, се од „Terroir“ и „Special Selection“ сегментот.

Во Данска увозник на вината на ВВ „Тиквеш“ е „H.J. Hansen-vin“, дел од групацијата „H.J. Hansen“, која покрај многубројни бизниси, работи и со увоз и дистрибуција на вина веќе 140 години. Нивниот фокус е на хорека каналот. Продажбата се реализира во 48 специјализирани продавници за вино и алкохолни пијалоци, кои се во нивна сопственост. „Special Selection“ вината на ВВ „Тиквеш“ на пазарот во Данска се пласираат во сите продавници кои се дел од групацијата.

	(НЛ)				(МКД '000)			
	2014	2013	14/13	%	2014	2013	14/13	%
ТРАДИЦИОНАЛНИ	730	500	230	46%	6,345	4,477	1,868	42%
КЛАСИК	1,745	409	1,336	327%	19,131	7,485	11,646	156%
ПРЕМИУМ	479	1,016	-538	-53%	13,017	30,227	-17,210	-57%
ТЕРОАР	207	129	77	60%	13,014	11,278	1,736	15%
ФЛАШИРАНО ВИНО	3,160	2,055	1,105	54%	51,508	53,468	-1,959	-4%
ФЛ. РАКИЈА	105	109	-4	-4%	2,141	2,124	16	1%
ФЛ. ВИНО И РАКИЈА	3,265	2,163	1,101	51%	53,649	55,592	-1,943	-3%
НАЛИВНО ВИНО	979	8,042	-7,063		4,148	18,740	-14,592	
ДЕСТИЛАТ		2,800	-2,800	-100%		41,708	-41,708	-100%
ВКУПНО НАЛИВНО	979	10,842	-9,863		4,148	60,448	-56,301	-93%
ВКУПНО	4,244	13,006	-8,762	-67%	57,797	116,040	-58,243	-50%

*Табела бр.15 - Преглед на волуменска и вредносна реализација на интернационални пазари (сектор 4)

Кај интернационалните пазари забележлив е порастот во литри и вредност во категориите на традиционалните, класик и тероар вината, како и кај ракијата.

Забележлив е пад во волуменската реализација на премиум сегментот, а екстреман раст во класик сегментот. Ова се должи на пазарот во Кина каде во 2013-та година се пласираа вина само од премиум сегментот, додека во 2014-та година портфолиото се прошири и со вината од класик сегментот.

Задржувањето на вкупната вредност на продаден флаширан производ во 2014 година на приближно исто ниво како и во 2013 година, без притоа да се случат еднократни големи испораки, а сепак да се отворат нови пазари и купувачи, дава високо ниво на сигурност за позитивен иден раст на продажбата на интернационалните пазари.

Главните достигнувања во 2014 година во сектор 4 се забележаа на три главни пазари и тоа: Соединетите Американски Држави, Велика Британија и Полска.

На пазарот во САД, за трите најзастапени брендови *Rkaciteli Special Selection*, *Vranec Special Selection* и *Bela Voda* црвено се оствари пораст во продажните цени, односно 36%, 2% и 14% зголемување соодветно за наведените брендови.

Во Британија, преку увозникот *„Marks & Spencer“* вината на ВВ „Тиквеш“ беа улистани во *„Deal Meal“* активацијата што допринесе за двојно зголемување на извезените количини во 2014 година споредено со 2013 година.

Во 2014 година се отпочна соработка со увозникот *„Biedronka - Jeronimo Martins“* - најголемиот ланец на малопродажни објекти во Полска (2,600 продавници). Преку овој увозник во 2014 година се извезоа 100,000 шишиња вино од класик сегментот (*Smederevka* и *Vranec*). Како резултат на исклучително добрата продажба, голема е веројатноста во наредниот период да се прејде од „тест фаза“ улистување кон перманентно улистување во маркетите.

Маркетиншки активности

Новитети во портфолио

Лансирање на нов вински бренд

Во 2014 година на пазарот беше лансирано првото вино произведено во новата винарница - „Domaine Lepovo“. „Domaine Lepovo“ е нова винарница која произведува вина исклучиво од сопствени лозови насади, користејќи го врвниот „know how“ на ВВ „Тиквеш“. Станува збор за вина со извонреден квалитет кои се повисоко ценовно позиционирани и се достапни само во мал дел продажни објекти со големи вински секции и во ограничен број угостителски објекти на пазарите во Македонија и Србија. Со успешната комуникација и позиционирање, целата количина на виното Chardonnay од берба 2013 беше продадена.



Vranec Special Selection и Temjanika Special Selection – уникатна серија вина за подарување со љубов

Vranec Special Selection и Temjanika Special Selection добија уникатна етикета преку која им овозможија на потрошувачите самите да креираат лична посвета, впишувајќи го датумот, личноста и пригодата за која е наменето виното што го подаруваат. За комуникација на новите етикети кои ја носат единствената порака - *Подарете со љубов*, беа изработени промотивни материјали и активности на социјалните медиуми. Оваа серија вина се достапни во поголемите трговски синџири и специјализирани продавници ширум земјата.



Chardonnay Classic со нова етикета

Виното Chardonnay Classic кое доби нов изглед стана достапно за потрошувачите. Новата етикета е решение одбрано во конкуренција од над 450 предлози, и прогласено како најдобро на меѓународниот конкурс организиран во соработка со *Skopje Design Week* во 2013 година. Лансирањето на новата етикета во 2014 година беше проследено со интензивна промоција во Македонија и регионот. Промената на етикетата, интензивната комуникација и бројните дегустации придонесоа за зголемување на продажбата на ова вино во 2014 година.



Продажни промоции

Македонија

Во текот на 2014 година беа направени над 150 промоции во трговските синџири Веро, Тинекс, Рамстор, Керфур, СП. Беа применети различни механизми за зголемување на продажбата како гратис чаша за секое купено вино, гратис украсна кеса за купено вино, гратис зачин за готвење со секое купено bag-in-box 3л вино итн, со постојана дегустација на продажните места. Ваквиот пристап на пазарот резултираше со константно зголемување на пазарниот удел во објектите каде што имаше промоции. Се реализираа бројни настани и промоции во угостителски објекти, afterwork забави во Скопје и внатрешноста со акцент на промоција на линијата Special Selection во текот на целата година.

Србија

Беа организирани над 200 тред промоции во најголемите КА во Белград, Ниш и Нови Сад во периодот карактеристичен за зголемена продажба, т.е., април/мај и ноември/декември. Посебно внимание се посвети на вината од сериите класик и премиум. Во хорека каналот беа промовирани вината од берба 2013 со различни механизми – вино на неделата, вино на месецот, специјални дегустации и социјални медиуми.

За едукација на потрошувачите за начините на комбинирање врвно вино и храна, во континуитет се организираат вистински хедонистички искуства за различни целни публики, познати како „wine&dine“. За промотерите беа дизајнирани и нови униформи и нови промо пултови.

Винска едукација и CRM

Обуки за сомелиери

2014-та година е седма година по ред како ВВ „Тиквеш“ организира сомелиерски работилници за винска едукација на угостителите. Секоја работилница е посетена од претставници на хотели, ресторани и кафетерии кои се запознаваат со техниките на дегустација, начините на послужување и карактеристиките на вината. Досега на вакви обуки присуствувале околу 800 лица од повеќе од 350 угостителски објекти ширум Македонија и регионот.

Програма за лојалност на угостители

Во февруари 2014-та година беше финализирана и програмата за лојалност на угостителите со цел потенцирање на значењето кое тие го имаат за унапредување на винската култура во Македонија и истакнување на партнерскиот однос со брендот Тиквеш. Оваа програма е дел од долгорочната стратегија на ВВ „Тиквеш“ за градење на релации со угостителите. Поголема група на угостители од Македонија во текот на 2014-та година, во организација на винарницата, беше во посета на интернационалниот вински саем во Италија „Vinitaly“ како и во посета на винарии во Италија.

Посети во винарница

Неколку групи на угостители од Србија и Босна беа во посета на винарницата, учествуваа на гроздоберот и беа запознаети со процесот на производство на врвно вино.

Корпоративна општествена одговорност

Награда за општествена одговорност

Долгогодишните проекти кои ги спроведува ВВ „Тиквеш“ беа составени во еден проект „Едукација, креативност, иновативност“, со кој се аплицираше во Министерството за економија и за кој винарницата ја доби наградата за најдобри општествено одговорни практики за 2013-та година во категоријата односи на пазарот. Проектот имаше за цел подигнување на квалитетот во производството на вино и унапредување на винската култура во земјата, преку едукација на соработниците, купувачите и потрошувачите за карактеристиките на квалитетното вино, неговото производство и одговорната консумација. Наградениот проект на ВВ „Тиквеш“ содржи голем број активности кои доминираат на полето на едукација на три таргетирани групи и тоа: соработници, угостители и љубители на вино и потрошувачи.



Хуманитарна иницијатива

На фестивалот на младо вино, на иницијатива на винарницата, беше организирана акција во соработка со Црвениот крст на град Скопје под наслов „Заедно до дома“, при што се обезбедија 200,000 денари. За посетителите на фестивалот беа подготвени уникатни подароци – младо вино од бербата 2014. Од донациите на посетителите на фестивалот беа собрани околу 100,000 денари, а ВВ „Тиквеш“ донираше дополнителни 100,000 денари, со што уште еднаш ја потврди својата определба за општествено одговорно работење.

Дополнително, беше даден придонес во хуманитарната акција со организирање на потребни средства за помош на поплавените подрачја во Србија во текот на 2014. Овој хуман гест беше препознаен од Амбасадата на Р. Србија во Македонија со доделување благодарница за помошта во справувањето со исклучително тешката состојба. Дополнително, во аукцијата организирана од Српското здружение на сомелиери, ВВ „Тиквеш“ донираше архивско вино, а средствата од аукцијата беа наменети за лицата кои претрпеа штета како резултат на поплавите што ја зафатија Р. Србија.

Кон крајот на септември се спонзорираше и хуманитарниот тениски турнир во Белград во организација на компанијата „ЈЛЛ“ на кој се собраа 1,670,000 динари кои беа донирани на ранливи групи преку Фондацијата „Новак Ѓоковиќ“.

Настани и случувања - Македонија

Одбележување на Свети Трифун / Закројување на лозови насади (14.02.2014)

Со традиционалното кројување на лозите на нашите лозови насади на локалитетот Лепово, симболично се означи почетокот на новиот циклус за производство на врвно вино. Во чест на овој ден се отворија вратите на нашиот вински подрум во Кавадарци и на винските љубители им се овозможи да уживаат во автентичната комбинација на вино, храна и традиционална музика. Во чест на виното и љубовта, беа поддржани концертите на „Фолтин“ и „Нокаут“ на 14 февруари во Скопје.

Јубилеен концерт на Влатко Стефановски (28.03.2014)

Винарницата беше дел од концертот на нашата музичка легенда Влатко Стефановски, со кој тој заокружи 40 години плодна работа. Концертот се одржа во Универзалната сала во Скопје.



Соработка со Гарабет Тавитијан (10.04.2014)

Беше поддржана промоцијата на новите два спота од последниот албум на Гаро и браќата Тавитијан - „Македонското срце чука во 7/8“. Беше промовиран видео записот за „Сношти сакав да ти дојдам“ кој беше снимен во нашата винарница. Исто така беа поддржани и концертите на Гаро и браќата Тавитијан во Скопје и САД.

Веро-винофест (7-11.05.2014)

Повторно се дружевме на третиот по ред пролетен вински фестивал кој се одржа од 7-11 мај на паркингот пред Веро-центарот.

Концерт на Езерки и 7/8 (21.06.2014)

Беше подржан и концертот на етно-групата Езерки & 7/8 кој се одржа во Музејот на македонската борба по повод одбележувањето на дваесет години од формирањето на Хрватско-македонското друштво од Загреб.

„Skopje Design Week“(23-27.09.2014)

Втора година по ред ВВ „Тиквеш“ и „Skopje Design Week“ соработуваа во доменот на селекција на решение за брендирање на конкретен производ. Оваа година креативците во земјата и регионот имаа задача да понудат интегрално решение за нов автентичен производ – гроздовиот мед.

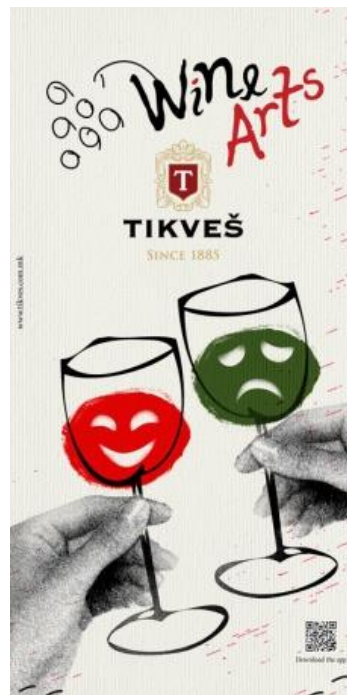
На интернационалниот повик пристигнаа вкупно 202 дизајнерски решенија од 101 креативец од различни земји. Победничкото решение на дизајнерот Гаспер Стерн од Словенија доби парична награда од 2,000 евра, а неговиот дизајн ќе биде искористен за брендирање на гроздовиот мед „Grapelixir“ во 2015 година.

Поддршка од Тиквеш за театарот, филмот, танцот...

Долгорочната соработка на ВВ „Тиквеш“ и Драмскиот театар од Скопје продолжи и во 2014 година. Се обезбеди поддршка и за филмскиот фестивал со беспрекорно реноме и долгогодишна традиција „Браќа Манакџи“ и се овозможи дополнителна промоција на овој најпознат македонски филмски фестивал благодарейќи на активацијата на фановите на фејсбук страницата на винарницата.

Тиквеш вината го надополнија уживањето на посетителите на Балканскиот фестивал на народни песни и игри кој се одржа од 6 до 11 јули 2014 година на сцената на Долни Сарај во Охрид.

Се помогна и одржувањето на традиционалните средби на академиите и факултетите за драмски уметности „Скомрахи“ 2014 и на меѓународниот танцов натпревар „Skopje Open“ 2014, што се одржа на 8 и 9 ноември во Скопје.



Тиквешки гроздобер – Кавадарци (5-7.09.2014)

Јубилејниот, 50-ти по ред „Тиквешки гроздобер“, кој се одржа во Кавадарци од 5 до 7 септември, беше подржан од винарницата.

Гроздобер за претставниците на дипломатскиот кор (30.09.2014)

Парарелно со традиционалниот гроздобер, се организираше специјален гроздобер за претставниците на дипломатскиот кор во Македонија. Присутните амбасадори и останати дипломати имаа можност да учествуваат во бербата на сортата Шардоне на лозовите насади во Лепово и да го осознаат задоволството од собирањето на зрелото и здраво грозје, за чие одгледување и нега бил вложен огромен труд во текот на целата година.

Вино-Скоп (24-28.09.2014)

На традиционалниот фестивал на виното „Вино-Скоп“ во Скопје, во текот на петте дена посетителите можеа да се дружат со вината на „Тиквеш“ и да се забавуваат благодарение на музичката програма и настапите на бројни домашни и странски музички ѕвезди.



Врвна мода зачинета со врвно вино (01.10.2014)

Новата колекција на „Елена Лука“ за сезоната есен/зима 2014–2015 година - „ELigion“, беше претставена во јавноста со ексклузивната ревија во Македонскиот народен театар со поддршка од ВВ „Тиквеш“.



Спонзорство на концерт на Раде Шербеџија (08.10.2014)

Бевме поддржувачи на концертот на светската ѕвезда Раде Шербеџија, кој се одржа во Универзалната сала во Скопје.



Спонзорство на Скопски џез фестивал и Оф-фест 2014 (16-19.10.2014)

По традиција ги поддржавме фестивалите „Оффест“ 2014 и Скопскиот џез фестивал. Нашите вина беа присутни на фестивалските вечери, надополнувајќи ја богатата музичка програма.

За време на Скопскиот џез фестивал во Универзалната сала поставивме и „Тиквеш Џез“ инсталација со која се обезбеди интерактивност со потрошувачите и се зголеми online комуникацијата.



Поддршка на Скопски фестивал 2014 (12.11.2014)

ВВ „Тиквеш“ го поддржа и изданието на Скопскиот фестивал за избор на песна за Евровизија кој беше со голема медиумска покриеност.



Петти по ред Фестивал на младо вино (12.11.2014)

Традиционалниот „Фестивал на младо вино“ одбележа петгодишен јубилеј. ВВ „Тиквеш“ од новата берба успеа да креира вина со одличен квалитет и потенцијал да освојат многу нови медали, признанија и високи оценки на реномирани светски вински натпревари.

Настанот беше одлично медиумски покриен од бројни медиуми во Македонија и регионот.





Вински фестивал – Скопски саем (27-29.11.2014)

ВВ „Тиквеш“ беше дел и од Винскиот фестивал кој се одржа од 27-29 ноември во „Метрополис арената“ на Скопскиот саем.

Настани и случувања - Србија и регионот

Во 2014 година во Србија се спонзорираше конференцијата „*Wine Identity*“ која се одржа во Белград во месец јуни. ВВ „Тиквеш“ беше дел од повеќе саеми и фестивали меѓу кои саемот на вино во Ниш, кој се одржа од 15 до 16 август, и на Фестивалот на вино „Интерфест“ што се одржа од 19 до 20 јуни во Нови Сад. Исто така се подржа и фестивалот на вино „*Wine Jam*“ кој се одржа на 30 август во винотеката „Супермаркет“ во Белград. Винарницата беше презентирана и во хотелот Хајат на престижниот саем „Салон Вина“ што се одржа на 12 и 13 декември во Белград.

Една од најголемите меѓународни изложби на современа уметност во Србија, меѓународната манифестација „Октобарски Салон“, која се одржа на 19 септември во Белград беше подржана од ВВ „Тиквеш“.

Во организација на Амбасадата на Р. Македонија во Белград беше подржана прославата на Денот на државноста на Р. Македонија, а паралелно се даде поддршка и на *„Деновите на македонската традиција“* што се одржаа во ресторанот *„Ковач“* во Белград од 15 до 29 септември.

Поддршка беше дадена и на прославата на *„Мокрогорска школа за менаџмент“* преку комуникација на материјали и организирање на дегустации.

Во 2014 година во Србија се спонзорираа многу настани од културата и забавниот живот. Се спонзорираше концертот и промоцијата на *„Сеир“* - последниот албум на Влатко Стефановски, што се одржа во *„Сава центар“* во Белград на 10 октомври. Се подржа премиерата на српскиот филм *„Споменик Мајклу Џексону“* која се одржа на крајот на октомври во Белград. Исто така се подржа изведбата на претставата *„Љубовник во голем стил“* на театарот од Тетово која беше дел од манифестацијата *„Денови на македонската култура“* во Белград. Под покровителство на винарницата се одржа промоцијата на книгата *„Фотографија“* на авторите Владимир Татаревиќ и Дубравка Лазиќ во Културниот центар на Белград на 7 октомври. Со спонзорство на коктел се подржа промоцијата на книгата *„Како сам скувао историју“*, што се одржа на 25 септември. Се подржа и премиерата на филмот *„Кирил и Методиј“* што се одржа на 18 септември во *„Сава центар“* во Белград. Вината на винарницата беа служени на коктелот за време на претставување на финалистките за избор на Мис Србија во септември.

Претставници на винарницата зедоа учество на фестивалот *„Weekend Media Festival“* во Ровињ, Хрватска преку панел дискусија за развој на успешни брендови во Македонија. Вината на Тиквеш беа достапни и на хрватскиот *„Фестивал на храна и вино“* во Загреб, во април 2014 година. Во текот на трите дена беа одржани бројни презентации и работилници за вино, со посебен акцент на македонската храна и комбинирањето на вино и храна.

За подобра презентација на нашата земја во Австрија, ВВ *„Тиквеш“* беше присутен со дел од својот асортиман и ги поддржа настаните што се одржаа во Виена на манифестацијата *„Денови на македонска култура во Австрија“*, организирана по повод 20-годишниот јубилеј на дипломатските односи меѓу Република Австрија и Република Македонија.

Над 350 гости од светот на модата, уметноста, музиката и медиумите за време на Лондонската модна недела имаа уникатна прилика да уживаат во вината на ВВ *„Тиквеш“*. Забавата се одржа во лондонскиот хотел *„Сандерсон“* по повод ревијата на *„KTZ“* - омилениот моден бренд на Ријана, Леди Гага, Бијонсе, Џеј Зи и други светски музички ѕвезди, а зад кој стои потписот на македонскиот дизајнер Марјан Пејовски.

Социјални медиуми и комуникација

Во 2014-та година ВВ „Тиквеш“ имаше секојдневно присуство на социјалните медиуми: facebook, instagram, twitter и linkedin, со акцент на facebook како најатрактивен канал. Базата на фанови порасна од 74,443 на 82,091, односно беше остварен пораст од 10% како резултат на интерактивната природа на секојдневната корпоративна комуникација. Беа реализирани неколку спонзорирани активности на нашите фанови преку интерактивни објави и наградни игри. Исто така беа комуницирани микрокампањи за вински митови, винска едукација, вински совети и вински комбинации. Посебно активни беа fun страните на македонски и српски јазик.

Дополнителни спонзорирани објави беа реализирани со цел да се промовираат активностите на новоотворениот пазар во Полска и достапноста на тиквешките вина во трговскиот ланец „Бедронка“.

Беа реализирани видео записи и материјали наменети примарно за корпоративно претставување.

Во континуитет во таргетиран и специјализиран списанија во регионот беа објавувани корпоративни известувања како и признанијата и наградите од „Wine Advocate“.

ПР активности

Носечки комуникациски пораки во текот на 2014 година беа наградите и признанијата на винските натпревари и оценките од Роберт Паркер и „Wine Advocate“. Дополнително, комуникациските активности беа имплементирани во сферата на општествената одговорност, промените во производното портфолио како и промоциите за новите производи.

Во Македонија беа реализирани 4 прес конференции, медија брифинг, 16 соопштенија за печат и бројни интервјуа. До потрошувачите беа испратени и две изданија од е-билтенот „Веритас“.

Бројни новинари беа поканети и учествуваа во дел од корпоративните настани кои беа организирани за партнерите и соработниците на ВВ „Тиквеш“.

Во Србија се одржа промоција за високите вински оценки од Роберт Паркер во Хотел Хајат во Белград. Се реализира и промоција на новиот вински бренд „Domaine Lerovo“ во деловниот центар V.I.G. Plaza во Белград, како и работилница за стручна јавност и медиуми со винскиот консултант Филип Камби. Беа организирани и бројни посети на винарницата во Кавадарци од страна на бренд амбасадори, угостители, соработници и новинари.

Не застана ни инвестирањето во комуникацијата со интернационалните медиуми. Посетата на група новинари и дегустатори од „Decanter“ резултираше со бројни објави. Новинари од бројни светски агенции како „CNN“ и „Aljezeira“ беа гости во винарницата во организација на Агенцијата за промоција на туризмот.

Вински награди и признанија

Во 2014 година големо признание беше престижната награда „За нов квалитет во туризмот 2014“. Наградата за првпат е востановена во 1997-та година од страна на влијателното списание за туризам во регионот „Туристичка призма“ од Нови Сад. Истата им се доделува на компании кои забележале исклучителни постигнувања во подигнување на квалитетот на услугите и стимулација на иновативни проекти во областа на туризмот во секоја од земјите од регионот. Наградата ги вреднува и одбележува напорите и вложувањата што ВВ „Тиквеш“ ги реализира во развојот на винскиот туризам и култура, придонесувајќи за промоција на Македонија како винска земја и атрактивна туристичка дестинација.

Во 2014 година беше инвестирано во елегантни и иновативни пакувања. На меѓународниот натпревар „Регпак“ 2014 се постигнаа две признанија: за амбалажата на „Т'га за Југ“ и за амбалажата наменета за вина за специјални пригоди.

Пакувањето на виното Шардоне од „Domaine Lerovo“ освои златно признание на натпреварот организиран од „Здружението на економски пропагандисти на Србија“ (UEPS) во категоријата графички дизајн применет на пакување на производ.



„Terroir“ вината беа високо оценети од страна на „Wine advocate“ и Роберт Паркер. За Бела Вода и Барово од различни берби тимот на најпознатиот вински критичар во светот даде осум оценки. Најголем дел од нив се движат во рангот од 90 до 95 поени, што на скалата на овој престижен вински критичар значи дека тие се извонредни односно карактеризирани како „outstanding“.

Црвеното вино Бела Вода од бербата 2012 доби високи 95 поени, со што се вброи во престижната светска винска елита, потврдувајќи ја високата оценка од пред две години. Освен црвеното вино Бела Вода 2012, оценка од 94 поени од тимот на Паркер доби и истото вино од бербата 2011 година. Впечатливо е дека заедно со првата оценка за бербата 2010 година (94 поени), црвеното вино Бела Вода има високи оценки за три последователни берби. Високо оценети се и црвеното Барово 2011 и 2012 со по 89 поени, белото Барово од 2012 и од 2013 со по 89 поени и белото вино Бела Вода од бербата 2012 со 90, а од бербата 2013 со 92 поени.



Chardonnay du Monde 2014

Chardonnay Limited Edition 2012 - сребро

Chardonnay Limited Edition 2013 - сребро

Le Mondial du Rose 2014

Alexandria Cuvee Rose - злато

Rose Classic 2013 - злато

VinoBalkanika 2014

Temjanka Special Selection 2013 - сребро

Barovo - Vranec, Kratosija 2011 - сребро

Decanter 2014

Marks & Spencer Vranac-Merlot 2012 - бронза

Temjanika Special Selection 2013 - бронза

Alexandria Cuvee 2013 - бронза

Barovo 2013 - пофалено

Alexandria Cuvee 2013 - бронза

Barovo 2011 - бронза

Barovo 2012 - пофалено

Bela Voda 2012 - бронза

Vranec Special Selection 2012 - бронза

Alexandria Cuvee 2012 - пофалено

Grenache Blanc 2013 - пофалено

International Wine Challenge 2014

Barovo white 2012 - бронза

Alexandria Cuvee Rose 2013 - бронза

Barovo white 2013 - бронза

Barovo red 2013 - бронза

Bela Voda White 2013 - бронза

Bela Voda Red 2012 - бронза

Marks & Spencer Smederevka Rkaciteli 2012 - пофалено

Marks & Spencer Vranac-Merlot 2012 - пофалено

Concours Mondial de Bruxelles 2014

Vranec Special Selection 2012 - сребро

The Balkans International Wine Competition 2014

Vranec Special Selection 2012 - злато

Alexandria Cuvee Red 2013 - злато

Temjanika Special Selection 2013 - сребро

Alexandria Cuvee White 2013 - бронза

Les Citadelles du Vin 2014

Barovo Red 2012 - злато

Mundus Vini 2014

Alexandria Cuvee Red 2013 - злато
Temjanka Special Selection 2013 - злато
Vranec Special Selection 2012 - сребро

Slovenian Wine Festival 2013

Barovo white 2011 - злато

VinoLjubljana 2014

Bela Voda red 2011 - злато

Hong Kong International Wine & Spirit Competition 2014

Vranec Special Selection 2012 - сребро
Barovo white 2013 - сребро
Barovo red 2012 - сребро
Lozova Zolta Rakija VS - сребро
Temjanika Special Selection 2013 - бронза
T'ga za Jug 2013 - бронза

Decanter - Asia 2014

Barovo red 2012 - сребро
T'ga za Jug 2013 - бронза
Vranec Special Selection 2012 - бронза
Chardonnay Lepovo 2013 - пофалено
Temjanika Special Selection 2013 - пофалено

Vinaria 2014

Lozova Zolta Rakija VS - злато

Производствени активности

Со имплементацијата на последните достигнувања во техниката за преработка на грозје и вино, денес ВВ „Тиквеш“ со гордост може да се компарира со технолошко-технички најразвиените винарници во регионот. Инвестициите не завршуваат само во опрема туку перманентно се вложува и во вработените. Нашите енолози и инженери, преку континуирана доедукација и доусовршување преку учество во берби во Јужна Африка и Нов Зеланд, како и посети на сите поголеми светски саеми за технологија и опрема, се клучниот фактор за врвниот финален производ од комбинација на квалитетно грозје и најсовремена технологија.

Иновациите кои се имплементирани во технолошките линии, независно од енолошка или техничка природа, резултираат со драстично зголемување на квалитетот на виното. Размената на искуства, знаење и најдобри практики се во насока на стандардизација и подобрување на квалитетот на производите.

Инвестициите, како во претходните години беа забележителни и за 2014-та година. Имено, се започна со реализација на изградба на нов капацитет за ферментација на црвено грозје. Инвестицијата се однесува на изградба на 56 бетонски танкови, секој со капацитет од 8 м³, односно вкупен капацитет на преработка од 448 м³. Вкупната вредност на инвестицијата изнесува 37 мил. денари, од кои 24,3 мил. денари се реализирани во 2014-та година.

Исто така, во 2014 година е одобрен и проектот за инвестиција во нова опрема и градежни работи од страна на Агенцијата за финансиска поддршка на земјоделството и руралниот развој, со вкупна вредност од 81,1 мил. денари. Реализацијата на овој проект треба да се заврши во 2015 година, а опфаќа повеќе аспекти како:

- Реконструкција на простор за сместување на опрема за микровинификација
- Набавка на модуларна етикетирка
- Набавка на палетизер
- Набавка на автоматска линија за Bag in box
- Дабови бочви (8 тонски)
- Лабораториска опрема

Во работната единица финализација во 2014-та година беше обработено вино во количина од вкупно 8,045,534 литри. Од оваа количина кон работната единица полнилница беше предадено вино за флаширање во количина од 7,922,432 литри. Останатите 123,102 литри се реализираа како продажба на наливно вино.

Во 2014 година беше произведен бел гроздов концентрат во количина од 51,000 литри и црвен гроздов концентрат во количина од 12,500 литри.

Во 2014 година се продолжи со испитување и подобрување во делот на ТРО (Total package oxygen) во флашираното вино, при што континуирано се подобруваше менаџирањето на дозирањето на SO₂ во виното и можноста за одлежување на истото во шише, без ризик од намалување на квалитетот.

	TPO 2014 (ppm)	TPO 2013 (ppm)	TPO 2014/2013
1 L screw cap	1.19	1.52	-22%
0,75 stelvin	1.49	2.19	-32%
0,75 pluta	1.14	1.36	-16%
0,187 screw cap	2.13	3.12	-32%

*Табела бр.16 - Споредба на вредности на ТРО во шишиња

TPO - Total package oxygen

DO - Dissolved oxygen во вино после полнење: растворен кислород во вино после полнење

HSO - Headspace oxygen: кислород кој се наоѓа во празниот простор помеѓу виното и затвораот

TPO = DO + HSO

Со технологијата, знаењето и искуството кое го поседуваат вработените на винарницата, во секој од процесите на преработка на грозјето и виното се внимава нивото на кислород кој се раствора во производот да биде што е можно помал. Ова пак значи дека дозирањето на SO₂ е во минимални односно соодветно избалансирани количини доволни за да го минимизираат процесот на оксидација а да не дејствуваат негативно при конзумацијата и уживањето во виното.

Флашираните вина на ВВ „Тиквеш“, со посебното внимание што се посветува во оваа област, реално имаат до трипати помало количество на SO₂ од максимално дозволените количини пропишани со ЕУ стандардите. Вака добиените вина ја задржуваат својата свежина и арома многу подолго и се значително попријатни за конзумирање, без последици по здравјето (главоболки и сл.).

Во 2014 година беа наполнети вкупно 9,429,650 шишиња вино.

Флаширано вино	шишиња
Традиционално вино 1Л	4,803,510
Класик вино 0,187л	1,818,647
Класик вино 0.75л	1,852,559
Special Selection 0,75л	232,268
Тероар вино 0,75л	70,220
Александија куве 0.187л	159,919
Александија куве 0.75 л	106,070
Пенливо вино	200
Вино од југ 2л PET	215,602
Bag in box вино 3л	163,065
Bag in box вино 5л	7,590

*Табела бр.17

Во 2014 година се продолжи со проектот за мониторинг на грозје што беше започнат во 2013 година, со консултација и мониторинг на странски консултанти и енолози. Проектот опфаќа испитување на антоцијани, полифеноли, ниско и високо молекуларни проаноцијидини во црвените сорти на грозје од различни реони.

Целта беше да се даде карактеризација на оделните сорти грозје и на испитување на локациите каде сортата Вранец се издвојува со своите единствени карактеристики. Досега добиените резултати се многу охрабрувачки и можат да најдат примена во повеќе области вклучително и во медицината, како превенција од разни болести.

Во 2014-та година се продолжи исто така и со интерната контрола со *BIPEA* (Bureau Interprofessionnel des Etudes Analytiques), што вклучува евалуација на точноста на мерењата кои се вршат во лабораторијата на винарницата. *BIPEA* е организација за лабораториски испитувања во која членуваат повеќе од 1,200 лаборатории од цел свет. Резултатите на ВВ „Тиквеш“ кои се споредуваат со параметрите на *BIPEA* се во границите на дозволените отстапки на *BIPEA* што е уште една потврда за точноста и стручноста на вработените како и на опременоста на лабораторијата со уреди за квалитетна контрола на производите во сите фази.

Берба 2014

Контролата врз обработката на лозовите насади од почетокот на кроењето до крајот на бербата, одличната организација во делот на откупените дневни количини како и зголемената контрола и примената на најсовремените технологии во спој со традицијата од нашите стручни тимови и енолози, придонесе за повисок квалитет на откупеното грозје.

Бербата започна на 18 август со сортите Црн Бургундец (од лозовите насади на „Корал“), и Кардинал и Црвена Шасла (од лозовите насади на „М6 Аграр“).

Од вкупните откупени количини, 67% отпаѓа на бели сорти грозје додека останатите 33% се црвени. Генерално, 2014-та година беше карактеристична година по многубројните врнежи, што резултираше со понизок принос на грозје со релативно низок квалитет, односно присуство на значително повеќе болести (од кои најчести пламеница и *Botrytis Cinerea*) и намалена шеќерност. И покрај лошите временски услови, сепак се успеа да се задржи стандардниот квалитет на вината, со помош на постојаните активности на *grape management* тимот и расположливата специјализирана опрема во винарницата.

	Планиран откуп 2014 кг	% Учество	Реализиран откуп 2014 кг	% Учество	Реализиран откуп 2014 мкд	% Учество	Реализирано/ планирано кг	Реализирано/ планирано кг	Просечна цена мкд/кг
Бели сорти	11,120,000	67%	12,029,244	67%	89,136,466	36%	909,244	8%	7
Црвени сорти	5,400,000	33%	5,948,150	33%	161,838,401	64%	548,150	10%	27
Вкупно грозје	16,520,000	100%	17,977,394	100%	250,974,867	100%	1,457,394	9%	14

*Табела бр.18 - Реализиран и планиран откуп на вински сорти за берба 2014

За време на бербата во 2014-та година беше откупено 1,457,394 кг грозје повеќе од она што беше зацртано со планот за откуп, односно планот беше надминат за 9%. Од овие количини, кај белите сорти откупот беше поголем за 8%, додека пак кај црвените сорти на грозје откупот беше поголем за 10%.

И покрај лошите временски услови, сортите како Темјаника, Траминец, Шардоне, Смедеревка и Мерло сепак обезбедија задоволитено ниво на квалитет. Генерално, вината од бербата 2014 се изразено свежи, но со помала содржина на алкохол од вообичаениот стил и профил на вината на ВВ „Тиквеш“.

Развојни перспективи

Развојните перспективи за 2015 година се:

- Зацврстување на лидерската позиција во Македонија
- Раст во регионот и отварање на нови интернационални пазари
- Иновации во продажните пакувања
- Инвестиции во модернизација на производството
- Зацврстување на организацијата и развој на потенцијалот на вработените

ВИНАРСКА ВИЗБА ТИКВЕШ – ГОДИШЕН ИЗВЕШТАЈ 2014

Финансиски резултати за 2014 година

Биланс на успех

	Белешка	2014 (000) МКД	2013 (000) МКД
Приходи од продажба	8	1,079,361	1,080,878
Дадени попусти и дисконти	8	(87,389)	(80,191)
Нето приходи од продажба		991,972	1,000,687
Трошоци на продадени производи	9	(573,401)	(647,615)
БРУТО ДОБИВКА		418,571	353,072
Останати оперативни приходи	10	45,023	61,675
Дистрибутивни (продажни) расходи	11	(67,956)	(75,378)
Административни расходи	12	(86,623)	(75,293)
Останати оперативни расходи	13	(187,000)	(183,827)
ОПЕРАТИВНА ДОБИВКА		122,015	80,249
Приходи (расходи) од финансирање	14	(74,014)	(75,302)
Капитални добивки (загуби)		-	-
ДОБИВКА ПРЕД ОДАНОЧУВАЊЕ		48,001	4,947
Расход за данок од добивка	16	(9,213)	(3,376)
НЕТО ДОБИВКА ЗА ПЕРИОДОТ		38,788	1,571
Основна заработувачка по акција (во МКД)	32	143	6

Анализа на Билансот на успех и трошоците според природата и видот на трошоците за 2014 и 2013 година, е како што следува:

Приходи од продажба	991,972	1,000,687
Останати оперативни приходи	45,023	61,675
Промени во залихи на готови производи	36,803	101,872
Суровини и материјали	(474,385)	(591,671)
Амортизација	(86,029)	(86,410)
Трошоци за вработени	(121,438)	(115,533)
Останати оперативни расходи	(269,931)	(290,371)
Оперативна добивка	122,015	80,249

	Белешка	2014 (000) МКД	2013 (000) МКД
Нето добивка за периодот		38,788	1,571
Останата сеопфатна добивка:			
Промени во објективна вредност на вложувања расположливи за продажба	19	423	(1,420)
Ревалоризационен вишок од проценка на основни средства		-	-
Вкупно останата сеопфатна добивка		423	(1,420)
ВКУПНА СЕОПФАТНА ДОБИВКА (ЗАГУБА) ЗА ПЕРИОДОТ		39,211	151

Вкупните приходи од продажба во 2014 година во износ од 1,079 мил. денари се на исто ниво со приходите од продажба во 2013 година.

Приходите од продажба на домашниот пазар се повисоки за 7%, односно за 43 мил. денари, додека пак приходите од продажба на странските пазари се пониски за 8,4%, во најголем дел како резултат на намалената продажба на наливен производ.

Останатите приходи бележат намалување од 27% односно 16,6 мил. денари како резултат на приходите по основ на субвенции за извоз на флаширано вино во 2013 година во износ од 12,5 милиони денари. Финансиските приходи забележаа зголемување од 0,9 милиони денари.

Приходите по сите основи во 2014 година беа во износ од 1,125 милиони денари.

Вкупните расходи во 2014 година во износ од 1,077 мил. денари се пониски за 5% односно 60 мил. денари. Ова се должи во најголем дел како резултат на пониските трошоци за сировини и други материјали за 19% и ефектот на трошоци содржани во залихи.

Како резултат на горенаведеното, добивката пред оданочување за 2014 година е во износ од 48 мил. денари. Данокот на добивка во износ од 9,2 милиони денари резултира со нето добивка за 2014 година во износ од 38,8 мил. денари.

Консолидираните финансиски извештаи ги вклучуваат финансиските извештаи на ВВ „Тиквеш“, „Винојуг“ ДООЕЛ Гевгелија, „Машински сервис“ ДООЕЛ Кавадарци, „Тиквеш Вински туризам“ ДООЕЛ Кавадарци и „М6 Тиквеш“ ДОО Белград. Истите не се разликуваат значајно од посебните финансиски извештаи.

Консолидираните вкупни приходи беа на износ од 1,126 мил. денари, а консолидираните вкупни расходи на износ од 1,083 мил. денари, со што се оствари консолидирана добивка пред оданочување од 43 милиони денари. Данокот на добивка изнесуваше 9,2 мил. денари а консолидираната нето добивка 33,8 мил. денари.

Биланс на состојба

	Белешка	2014 (000) МКД	2013 (000) МКД
СРЕДСТВА			
Нетековни средства			
Недвижности, постројки и опрема	17	1,311,812	1,348,128
Нематеријални средства	18	10,426	10,597
Вложувања во подружници	19	113,329	38,198
Вложувања расположливи за продажба	19	5,297	4,874
Вкупно нетековни средства		1,440,863	1,401,796
Тековни средства			
Залихи	20	1,043,631	1,019,029
Побарувања од продажба	21	340,837	422,384
Побарувања за дадени аванси	22	14,291	13,210
Дадени позајмици	23	19,188	17,326
Останати краткорочни средства и АВР	24	11,627	24,012
Парични средства	25	1,007	2,914
Вкупно тековни средства		1,430,581	1,498,875
ВКУПНО СРЕДСТВА		2,871,444	2,900,671
ОБВРСКИ И ГЛАВНИНА			
Главнина			
Акционерски капитал	26	842,962	842,962
Премии на емитирани акции		169,135	169,135
Резерви		94,552	94,317
Ревалоризациони резерви и друго		6,287	5,864
Акумулирана добивка		377,886	339,333
Вкупно главнина		1,490,822	1,451,611
Нетековни обврски			
Долгорочни кредити и наеми	28	557,607	587,077
Резервирања за трошоци		-	-
Вкупно нетековни обврски		557,607	587,077
Тековни обврски			
Обврски спрема добавувачи	29	405,376	493,431
Краткорочни кредити	30	165,579	160,916
Тековен дел на долгорочни кредити	30	212,940	178,958
Останати краткорочни обврски и ПВР	27	39,120	28,678
Вкупно тековни обврски		823,015	861,983
Вкупно обврски		1,380,622	1,449,060
ВКУПНО ОБВРСКИ И ГЛАВНИНА		2,871,444	2,900,671

Директните зголемувања на материјалните средства во 2014 година беа на износ од 49 мил. денари. Со најголемо учество во овие зголемувања влегуваат инвестициите во постројки и опрема во износ од 44 мил. денари.

Нетековните средства беа на релативно исто ниво како и во 2013 година.

Оптимализацијата на залихите што беше остварена во 2014 година резултираше со зголемување на залихите за само 2,4%, односно за 24,6 мил. денари.

Во 2014 година посебно се посвети внимание на постојниот систем на кредитна контрола што резултираше со намалување на побарувањата од продажба за 81 мил. денари или 19% во споредба со претходната година.

Вкупните обврски во однос на 2014 година се намалија за 67,8 мил. денари, односно за 5%.

Консолидираните обврски на износ од 1,413 мил. денари се за 33 мил. денари повисоки од обврските во посебните извештаи, додека консолидираните средства на износ од 2,847 мил. денари се пониски за 24 мил. денари.

.

Извештај за парични текови

		2014	2013
	Белеш.	(000) МКД	(000) МКД
Парични текови од оперативни активности			
Добивка пред оданочување		48,001	4,947
Усогласување за:			
Амортизација	17 и 18	86,029	86,410
Расходи (приходи) од камати и дивиденди, нето	14	74,052	74,024
Исправка и отпис на побарувања	13	2,937	4,580
Исправка на вредност на вложувањата	13	-	936
Капитална загуба од расход на основни средства	13	490	3,836
Добивка (загуба) пред промени во обртни средства		211,509	174,733
Побарувања од продажба		78,610	32,520
Побарувања за дадени аванси		(1,081)	(6,233)
Останати тековни средства и АВР		12,385	2,472
Залихи		(24,602)	(101,898)
Обврски од добавувачи		(88,055)	137,052
Останати тековни обврски и ПВР		(4,409)	4,081
Нето пари употребени во работењето		184,357	242,727
Платена камата		(64,991)	(73,149)
Платен данок од добивка		(4,128)	(1,125)
Нето парични текови од оперативни активности		115,238	168,453
Парични текови од вложувачки активности			
Приливи (одливи) од купопродажба на вложувања		(75,131)	-
Наплатени (дадени) позајмици, нето	23	(1,862)	(367)
Примени камати	14	703	344
Примени дивиденди	14	2	235
Купување на недвижности, постројки и опрема	17	(48,993)	(52,468)
Купување на лиценци	18	(1,039)	(832)
Продажби на недвижности, постројки и опрема	17	-	2,321
Нето парични текови од вложувачки активности		(126,320)	(50,767)
Парични текови од финансиски активности			
Исплатени дивиденди		-	-
Искористени (вратени) долгорочни кредити, нето	28	4,512	(154,731)
Искористени (вратени) краткорочни кредити, нето	30	4,663	37,161
Нето парични текови од финансиски активности		9,175	(117,570)
Нето зголемување (намалување) на парични средства		(1,907)	116
Парични средства на почетокот на годината	25	2,914	2,798
Парични средства на крајот од годината	25	1,007	2,914

Нето паричните текови од оперативните активности во 2014 година се намалија за 53 мил. денари во споредба со 2013 година. Паричните текови од вложувачки активности на износ од 126,3 мил. денари и паричните текови од финансиски активности на износ од 9,1 мил. денари резултираа со парични средства од 1 мил. денари на крајот од 2014-та година.

Извештај за промени во главнината

	Обични акции		Приоритетни акции		Резерви	Премии на емитир. Акции	Ревалоризационе вишок и објективна вредност	Акумулиран а добивка (загуба)	Вкупно главнина
	Број на Акции	Износ	Број на Акции	Износ					
Во (000) МКД									
Состојба на 1 јануари 2013	270,450	842,962	-	-	94,082	169,135	7,284	337,997	1,451,460
Сеопфатна добивка:									
Добивка (загуба) за периодот	-	-	-	-	-	-	-	1,571	1,571
Усогласување на вложувања расположливи за продажба до нивна објективна вредност	-	-	-	-	-	-	(1,420)	-	(1,420)
Останато	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Вкупна сеопфатна добивка	-	-	-	-	-	-	(1,420)	1,571	151
Трансакции со сопствениците:									
Издвојување за резерви	-	-	-	-	235	-	-	(235)	-
Издвојување за дивиденди	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Друго	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Состојба на 31 декември 2013	270,450	842,962	-	-	94,317	169,135	5,864	339,333	1,451,611

	Обични акции		Приоритетни акции		Резерви	Премии на емитир. акции	Ревалоризационе вишок и објективна	Акумулиран а добивка (загуба)	Вкупно главнина
	Број на Акции	Износ	Број на Акции	Износ					
Во (000) МКД									
Состојба на 1 јануари 2014	270,450	842,962	-	-	94,317	169,135	5,864	339,333	1,451,611
Сеопфатна добивка:									
Добивка (загуба) за периодот	-	-	-	-	-	-	-	38,788	38,788
Усогласување на вложувања расположливи за продажба до нивна објективна вредност	-	-	-	-	-	-	423	-	423
Вкупна сеопфатна добивка	-	-	-	-	-	-	423	38,788	39,211
Трансакции со сопствениците:									
Издвојување за резерви	-	-	-	-	235	-	-	(235)	-
Издвојување за дивиденди	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Друго	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Состојба на 31 декември 2014	270,450	842,962	-	-	94,552	169,135	6,287	377,886	1,490,822

Финансиски показатели

Показатели за финансиска ликвидност

	2014	2013
<i>Тековна ликвидност</i>	62.7%	67.9%
<i>Општа ликвидност</i>	233.8%	217.2%
<i>Работен капитал</i>	816,018	800,176

Во 2014 и 2013 година тековната ликвидност и работниот капитал имаа тенденција на движење кон оптимално ниво.

Показатели за финансиска стабилност

	2014	2013
<i>Финансиска сигурност</i>	51.9%	50.0%
<i>Степен на кредитна способност</i>	156.9%	158.2%
<i>Степен на самофинансирање</i>	60.0%	60.0%

Во 2014 година се задржа оптималната финансиска сигурност, т.е главнината и резервите учествуваа со 50% во вкупната пасива. Степенот на кредитна способност и показателот за самофинансирање беа на релативно исто ниво како и во претходната година.

Показатели за деловна успешност

	2014	2013
<i>Коефициент на обрт на вкупните средства</i>	0.39	0.39
<i>Коефициент на обрт на нетековните средства</i>	0.78	0.82
<i>Вкупни приходи (во 000 мкд)</i>	1,125,781	1,143,087
<i>Вкупни расходи (во 000 мкд)</i>	1,077,779	1,138,141
ДОБИВКА	48,001	4,946
НЕТО ДОБИВКА	38,788	1,570
<i>Нето добивка по работник (во 000 мкд)</i>	169	6
<i>Просечен број на вработени врз основа на часови на работа</i>	229	245

Во 2014 година со ангажираност на единица деловни средства се остварија приходи во износ од 0,39 денари. Остварената нето добивка во 2014 година е за 37,2 мил. денари повисока од претходната година и учествуваше со 3,4% во вкупниот приход.

Извештај за трансакции со поврзани субјекти

	31 декември 2014 година	
	Побарувања	Обврски
Побарувања и обврски од:		
М-6 ДОО Скопје	-	22,753
М-6 Аграр ДООЕЛ Скопје	4	27,547
М-6 Инвестиции ДООЕЛ Скопје	-	590
М-6 Едукативен центар ДООЕЛ Скопје	-	-
Винојуг ДОО Гевгелија	4,019	-
М-6 Монтенегро Дистрибутивен Црна Гора	9,438	465
М-6 Тиквеш - Србија	87,489	-
Гепластик ДОО Гевгелија	-	3,379
М-6 Дистрибутивен центар Хрватска	8,885	-
Барово ДООЕЛ Скопје	3,105	-
Машински сервис ДООЕЛ	1,464	-
Лепово ДООЕЛ	7,017	-
Тиквеш-Вински туризам ДООЕЛ	2,155	-
Тиквеш Продажба и дистрибуција ДООЕЛ	-	247
Вкупно побарувања и обврски со поврзани субјекти	123,576	54,981

	31 декември 2013 година	
	Побарувања	Обврски
Побарувања и обврски од:		
М-6 ДОО Скопје	3,626	133,566
М-6 Аграр ДООЕЛ Скопје	152	35,133
М-6 Инвестиции ДООЕЛ Скопје	-	885
Винојуг ДОО Гевгелија	2,856	-
М-6 Монтенегро Дистрибутивен Црна Гора	9,566	466
М-6 Тиквеш- Србија	132,925	-
Гепластик ДОО Гевгелија	-	1,745
М-6 Дистрибутивен центар Хрватска	8,890	-
Барово ДООЕЛ Скопје	4,969	3,924
Лепово ДООЕЛ	1,412	-
Вкупно побарувања и обврски со поврзани субјекти	164,396	175,719

	31 декември 2014 година	
	Приходи	Расходи
Приходи и расходи со:		
М-6 ДОО Скопје	-	13,978
М-6 Аграр ДООЕЛ Скопје	613	12,254
Винојуг ДОО Гевгелија	399	-
М-6 Инвестиции ДООЕЛ Скопје	-	3,250
М-6 Едукативен центар ДООЕЛ Скопје	-	1,006
М-6 Монтенегро Дистрибутивен Црна Гора	-	-
М-6 Тиквеш- Србија	258,598	19,042
Барово ДООЕЛ Скопје	1,160	25,188
Гепластик ДОО Гевгелија	49	-
М-6 Дистрибутивен центар Хрватска	-	-
Машински сервис ДООЕЛ	162	-
Лепово ДООЕЛ	7,757	-
Тиквеш-Вински туризам ДООЕЛ	1,221	743
Тиквеш Продажба и дистрибуција ДООЕЛ	208	3,898
Вкупно приходи и расходи	269,959	75,461

Приходи и расходи со:	31 декември 2013 година	
	Приходи	Расходи
М-6 ДОО Скопје	4,026	10,347
М-6 Аграр ДООЕЛ Скопје	513	58,363
Винојуг ДОО Гевгелија	5,254	-
М-6 Инвестиции ДООЕЛ Скопје	-	3,481
М-6 Едукативен центар ДООЕЛ Скопје	-	-
М-6 Монтенегро Дистрибутивен Црна Гора	2	1,357
М-6 Тиквеш - Србија	263,554	12,772
Барово ДООЕЛ Скопје	374	27,769
Гепластик ДОО Гевгелија	22	-
М-6 Дистрибутивен центар Хрватска	2	-
Машински сервис ДООЕЛ	-	815
Лепово ДООЕЛ	1,063	-
Вкупно приходи и расходи	274,810	114,904

Друштвото е поврзано со своето матично друштво М-6 ДОО Скопје, со своите подружници, со останатите акционери кои имаат значајно учество од над 5% од акциите со право на глас, како и со останатите друштва кои се поврзани и контролирани од страна на матичното друштво.

Друштвата М-6 Аграр ДООЕЛ, Барово ДООЕЛ, Лепово ДООЕЛ, М-6 Инвестиции ДООЕЛ, М-6 Едукативен центар ДООЕЛ, М-6 Дистрибутивен центар Црна Гора, М-6 Дистрибутивен центар Хрватска и Гепластик ДОО се друштва кои се капитално поврзани и контролирани од страна на матичното друштво М-6 ДОО Скопје и по тој основ се поврзани со ВВ Тиквеш АД Скопје.

Обврските спрема матичното друштво М-6 ДОО Скопје во износ од 22,753 илјади МКД потекнуваат од искористени услуги во текот на 2014 година.

Обврските спрема друштво М-6 Аграр ДООЕЛ Скопје, кое е во целосна сопственост на матичното друштво М-6 ДОО Скопје во износ од 27,547 илјади МКД потекнуваат од неплатени обврски за купено грозје.

Обврските спрема друштвата М-6 Инвестиции ДООЕЛ и Тиквеш Продажба и дистрибуција ДООЕЛ потекнуваат од искористени услуги во текот на 2014 година.

Побарувањата од друштвото М-6 Тиквеш Србија во износ од 87,489 илјади МКД произлегуваат од извршени продажби на производи во текот на 2014 година.