



ADRIA MOBIL – Zgodba v gibanju

Slovensko podjetje ADRIA MOBIL, d.o.o. iz Novega mesta je razvojno usmerjeno podjetje, ki že 40 let uspešno piše zgodbo razvoja izdelkov za aktivno preživljanje prostega časa. Svoje proizvode tržimo pod blagovno znamko ADRIA in kar 99 odstotkov svoje realizacije prodamo na zahtevne trge zahodne Evrope. S svojimi izdelki smo tako prisotni na vseh trgih od Skandinavije do Grčije.

Na evropskem trgu imamo 6,5% tržni delež, kar nas uvršča na šesto mesto med najuspešnejšimi evropskimi proizvajalci počitniških prikolic in avtodomov. Osnovna proizvodna programa podjetja sta program počitniških prikolic in program avtodomov, katerima smo priključili še program mobilnih stanovanjskih enot. V programu počitniških prikolic se na trgu predstavljamo s štirimi serijami (Altea, Adora, Classica, Adiva), ki ponujajo preko 50 različnih tlorisov, program avtodomov pa obsega 5 serij (Stargo, Izola, Coral, Serija 70, Adria Van) z več kot 30 različnimi tlorisi.

Svojo prisotnost na trgih razvitih evropskih držav želimo razširiti tudi na neevropske trge, za kar smo se opredelili tudi v strategiji dolgoročnega razvoja. Izmed neevropskih trgov smo že osvojili Japonsko, v letu 2005 pa se nam je odprla pot tudi v Avstralijo. Število držav, povezanih v Adrijino prodajno mrežo tako nenehno raste, vsako leto pa načrtujemo svojo prisotnost razširiti za vsaj en trg. Dolgoročni cilj razvoja je postati tretji največji proizvajalec vozil za prosti čas v Evropi.

V preteklih letih delovanja smo se uspešno prilagajali dinamičnim spremembam na trgu, pri čemer je obseg prodaje naših produktov rasel hitreje kot trg sam, ki je na programu prikolic v nekaterih letih celo stagniral. Zadnjih deset let podjetje dosega 20-odstotno stopnjo rasti, posebej pa velja poudariti lanskoletne rezultate, ko smo obseg proizvodnje povečali za 25-odstotkov, promet pa smo povečali za več kot 35-odstotkov.

Za letošnje leto smo si kot cilj zadali zmerno rast poslovanja s stopnjo 5-odstotkov, v sklopu 40-letnega jubileja podjetja pa smo že izvedli prenovo celostne podobe podjetja, v okviru katere je bila pred kratkim predstavljena tudi nova spletna stran, vrhunec praznovanja 40-letnice pa bo gotovo otvoritev nove tovarne, ki nam bo omogočala izvajanje dolgoročne strategije zmerne rasti in razvoja.

Z vse boljšimi poslovnimi rezultati smo okrepili notranjo stabilnost podjetja, ki je sčasoma omogočila širjenje podjetja navzven in nastala je urejena in stabilna skupina ADRIA MOBIL, v okviru katere deluje danes devet hčerinskih podjetij.

Skupina ADRIA MOBIL ima tako že več kot 1.200 zaposlenih in iz osnovnega programa proizvodnje počitniških prikolic in avtodomov prerašča v skupino proizvajalcev opreme za prosti čas in potovanja. Svoje poslanstvo postati »partner za prosti čas« udejanja preko izvajanja prodajno-servisnih storitev, turističnih storitev, proizvodne dejavnosti in s širjenjem prodajne mreže v tujini.

Skupina ADRIA MOBIL je od leta 2004 del poslovnega sistema Autocommerce d.d., holdinga, ki se ukvarja z gospodarjenjem z naložbami. Teh se je nabralo že 38 in so razpršene na pet poslovnih področij, izmed katerih je proizvodnja, katere nosilec je ravno Adria Mobil, dobila izjemno pomembno vlogo. S tem strateškim lastniškim vstopom v družbo je Autocommerce d.d. pridobil na lastni vrednosti in hkrati dal novo vrednost tako lastnemu gospodarskemu profilu kot tudi profilu Adrie Mobil, predstavlja pa tudi smiselno nadaljevanje sicer že večletnega poslovnega sodelovanja obeh družb na novih temeljih.

Zgodovina ADRIE MOBIL

1965 do 1980

Adriini začetki proizvodnje in prodaje počitniških prikolic segajo v leto 1965, ko je nekaj vizionarjev sestavilo prvo prikolico, ki je odpeljala iz Novega mesta. To so bila leta rasti trga počitniških prikolic in podjetja, obdobje tržne ekspanzije, ko je kvantiteta določala kvaliteto. Adria je v tem obdobju s svojimi proizvodi in pestro paleto modelov prodrla na celoten evropski trg. Blagovna znamka Adria je v svojih najboljših letih predstavljala 10-odstotkov evropskega trga počitniških prikolic.

1980 do 1995

V letu 1980 je s prodajo 26.765 prikolic podjetje doseglo svoj vrhunec. Osemdeseta leta pa hkrati predstavljajo obdobje umirjanja tržnega povpraševanja, ko so razvojne usmeritve temeljile na izkušnjah iz preteklosti. V devetdesetih letih je nastopilo obdobje velike recesije na trgih Zahodne Evrope, Adria pa je občutila tudi posledice vojne na Balkanu ter velike politične in gospodarske spremembe v Sloveniji.

1995 do 2004

Po tridesetih letih delovanja in poslovanja je v letu 1995 podjetje doživelo najmanjšo prodajo, 3.305 enot. Tedaj se je začela postopna revitalizacija podjetja in dopolnjevanje programov. Konstantni pozitivni trendi gibanja tržnega deleža danes potrjujejo razvojno in tržno naravnost podjetja.

ADRIA MOBIL danes in jutri

ADRIA MOBIL je danes eno vodilnih podjetij v svoji panogi. Statistični podatki za obdobje od leta 1996 do danes kažejo, da je Adria na področju počitniških prikolic in avtodomov najhitreje rastoča blagovna znamka v Evropi. Na evropskih trgih pripada ADRIA MOBIL več kot 6,5-odstotni tržni delež, kar nas uvršča na šesto mesto na lestvici najuspešnejših evropskih proizvajalcev počitniških prikolic in avtodomov.

Svoje izdelke tržimo v več kot 26 državah po vsem svetu. 99 odstotkov svojih izdelkov izvozimo v tujino, prodajna mreža pa z odpiranjem novih trgov še vedno raste.

Za panogo, v kateri deluje ADRIA MOBIL, je razvoj strateškega pomena. Uspešen in hiter razvoj podjetja sta v veliki meri zasluga strokovno usposobljenih in motiviranih ljudi, ki pa morajo biti povezani v homogeno enoto, ki se dopolnjuje tako na ravni vsakodnevnih aktivnosti kot tudi na kreativnih projektih.

Razvojna strategija ADRIE MOBIL temelji na lastnih raziskavah ter razvoju proizvodov in metod proizvodnje. S svojimi prepoznavnimi rešitvami kreiramo tržne trende, svoj uspeh pa gradimo predvsem na temeljih proaktivne dvosmerne komunikacije s trgi, kjer se posamezna paleta produktov prodaja. Tako prilagajamo produkte konkretnim potrebam, pričakovanjem ter življenjskemu slogu določenega segmenta kupcev.

V ADRIJI MOBIL bomo tudi v prihodnje ustvarjali priložnosti za izboljšanje vseh procesov in rezultatov. Samo takšna strateška naravnost nam omogoča doseganje večje učinkovitosti in ekonomičnosti pri poslovanju, hitro odzivnost na razmere na trgu ter sožitje z okoljem s končnim namenom uresničiti vizijo podjetja ter postati eden vodilnih proizvajalcev proizvodov in storitev za kakovostno preživljanje prostega časa.

Razvoj

Znotraj programa prikolic uvajamo funkcionalne in konstrukcijsko-tehnološke izboljšave: nove tlorisne razporeditve v prikolicah serij Altea, Adora in Adiva, serija Classica je bila v celoti prenovljena. V programu avtodomov smo razvili nov model 3 WAY na osnovnem vozilu Renault Trafic in novo serijo Izola na podvozju Renault Master. Izdelani so novi tlorisi v serijah Coral in Adria Van.

V jubilejnem letu 2005, ko Adria Mobil praznuje svoj 40. rojstni dan, so v podjetju zastavili razvoj dveh novih modelov. Prikolica Action je namenjena kupcem, ki so mladi po letih in po duši. Vrh ponudbe Adrie Mobil bo leta 2006 predstavljal novi integrirani avtodom.

Družbena zaveza ADRIE MOBIL

Ljudje so srce podjetja

Zaposleni so ključni dejavnik dolgoročnega uspeha, zato smo v Adriji Mobil zavezani interesom svojih zaposlenih; omogočamo jim stalni osebni in poklicni v medosebnih odnosih pa delujemo v smeri ustvarjanja zaupanja ter pozitivne delovne klime. V podjetju je zaposlenih skoraj 800 ljudi in vsem je omogočeno pridobivanje novih znanj, potrebnih za delo in njegovo uporabo v vsakdanjem poslovnem življenju.

V lanskem letu je imel vsak zaposlen posameznik več kot 50 ur izobraževanja in usposabljanja na različnih področjih, vlagamo pa tudi v rodove, ki prihajajo, saj imamo razvit sistem štipendiranja tako dijakov kot študentov iz različnih strokovnih področij.

V podjetje želimo vpeljati ustvarjalni duh in oblikovati vsestransko zadovoljnega, ustvarjalnega, razmišljajočega, znanja željnega in v napredek usmerjenega člana podjetja. S komunikacijo in dejanji skušamo v podjetju ustvarjati:

- ustrezno motivirane zaposlene,
- možnost prepoznavanja prispevka posameznika k skupnim rezultatom,
- timsko delo in projektni pristop pri reševanju zahtevnejših nalog,
- pozitivno komunikacijo na vseh ravneh poslovnega procesa,
- ustvarjati ozračje zaupanja,
- strpnost do neuspehov,
- znanje in inovativnost.

Na področju razvoja človeških virov v Adriji Mobil sledimo motu: »Odličnost podjetja bo rezultat delovanja zadovoljnih zaposlenih.«

Inovativnost

Za obstanek na zahtevnem tujem trgu potrebujemo vedno nove in boljše proizvode in storitve. Vir vseh novosti predstavlja aktiven intelektualni kapital zaposlenih, ki se odraža preko intenzivne in profesionalno vodene dejavnosti inovacij.

Ta dejavnost je v zadnjih osmih letih polno zaživela. V letu 1997, ko so bile inovacije in inovativno razmišljanje še v povojih, je pris-

pelo le 10 predlogov. Danes, ko je inovativno razmišljanje sestavni del poslovanja, zaposleni podajo že preko 200 predlogov za inovacije letno.

Vsako leto izberemo tudi inovatorja leta, cilj programa inovacij pa je:

- spodbujati zaposlene k razmišljanju,
- razvijati ustvarjalne sposobnosti zaposlenih,
- izboljšanje delovnih postopkov in poslovnih procesov,
- vplivati na čistejše in bolj urejeno okolje,
- znižati stroške poslovanja,
- odkrivati nove tržne pristope in distribucijske poti,
- povečati zadovoljstvo zaposlenih.

Kakovost

Dolgoročni uspeh podjetja gradimo na kakovostnih odnosih s poslovnimi partnerji, kupci, dobavitelji, na dobrih odnosih z zaposlenimi in vsemi deležniki, ki soustvarjajo okolje v katerem delujemo. Vsa ta razmerja so tesno vpeta v poslovne procese podjetja in se odražajo v kakovosti gotovih proizvodov, v zadovoljstvu kupcev in zaposlenih.

Kakovost proizvodov je strateška usmeritev podjetja, za doseganje katere so potrebne nenehne izboljšave poslovnih procesov, ki jim sledijo vsi zaposleni v podjetju.

Da bi zagotovili zahtevane in pričakovane ravni kakovosti ter da bi bili uspešni v obdobju hitrih tehnoloških inovacij in hude konkurence, smo za uskladitev sistema kakovosti s svetovnimi trendi izbrali standard za vodenje kakovosti ISO 9001:2000 in standard za ravnanje z okoljem ISO 14001:1996. Za zadovoljstvo kupcev in vseh zaposlenih.

Družbena odgovornost

V Adrii Mobil se zavedamo, da je skrb za varno in zdravo okolje temelj tudi pri razvoju njihove dejavnosti. Svojo povezanost z okoljem utrjujemo s sponzorstvi in pokroviteljstvi na različnih področjih družbenega in kulturnega življenja, k celostni skrbi za okolje pa sodi tudi ekološka usmeritev podjetja, ki je prisotna v vseh fazah poslovnega procesa.

Naši proizvodi so namenjeni aktivnemu preživljanju prostega časa, zato smo se v svoji sponzorski politiki opredelili za podporo aktivnemu življenjskemu slogu. Tako že tradicionalno podpiramo športnike na nacionalni in evropski ravni ter najbolj aktivne klube in združenja.

V letu 2004 smo z donacijami prispevali k boljši kakovosti življenja prebivalcev Novega mesta (Splošni bolnišnici Novo mesto) in širše (sklad Unicefa za žrtve cunamija).

Načrti za prihodnost

Tudi v prihodnosti nameravamo svojo uspešnost graditi na vrednotah gospodarnosti, prilagodljivosti trgu, timskemu delu, znanju in inovativnosti, pozitivnih komunikacijah ter zadovoljstvu strank in zaposlenih.

V letu 2005 smo si zadali naslednje temeljne cilje:

- 5-odstotna rast prodaje in z njo povezana zmerna rast prihodkov,
- povečanje tržnega deleža na primarnih in sekundarnih trgih,
- okrepitev položaja med vodilnimi podjetji v panogi,
- povečevanje poslovnega ugleda podjetja in ugleda blagovne znamke Adria in Adriatik,
- izgradnja nove tovarne.