



PROFIL

Jelena Manojlović, Senior Product Manager, Bolton Grupa

„Rio Mare je simbol Italije, simbol kvalitete i dobre hrane umotane u talijanski način života. Sa svojom prepoznatljivom 'Rio Mare Pink' bojom osvaja kućanstva diljem Europe i svijeta, a tako je i mene osvojio te sam i ja stavila ružičaste naočale“, ispričala nam je Jelena Manojlović iz Bolton Grupe.

Po upisu na Ekonomski fakultet u Zagrebu, Jelena Manojlović započinje prikupljati prva poslovna iskustva. Bilo je tu, prisjećajući se, plaćenih i neplaćenih sati rada, zanimljivih i onih manje zanimljivih... sve što čini prave studentske dane. „No bio je tu i jedan poseban posao koji je počeo spontano, a imao je veliki utjecaj na mene i moj poslovni svijet. Bio je to nekadašnji Filip Trade d.o.o. (u to doba distributer GlaxoSmithKline proizvoda i dječje opreme). Počelo je sa studentskim promocijama, pa vođenjem promotora, stipendijom i kratkom poslovnom pauzom za vrijeme odlaska na studentsku razmjenu na magisterij marketinga u Litvi. Po povratku sa studentske razmjene, na preporuku prijateljice, odlazim u P&G kao administrativni support i 'sa strane' promatram razvoj velikih brendova. Nakon godinu dana, Filip Trade ekipa se diže i donose nove brendove na hrvatsko tržište, a ja im se ponovno priključujem kao najmlađi član tima i gradimo stvari ispočetka, ali uz veliko iskustvo (i ponekad teret naslijeđa). Za vrijeme tih mojih poslovno formativnih godina učila sam i upijala iz svih odjela, ali s najvećim usmjerenjem na odjele Prodaje, Trade Marketinga te potom Nabave. Širina znanja i prijatelji koje sam tamo stekla traju i danas.“ Nakon tri godine, Jelena prelazi u nabavu Samsunga gdje stječe ogromno znanje, ali priznaje kako joj je nedostajalo FMCG okruženje i ono što je studirala i u čemu se htjela razvijati – marketing.

Posao mi daje mogućnost stvaranja, a time i beskonačno platno za kreativnost





Razgovarala: Marija Sedlar

DOLAZAK U BOLTON

Nakon punog kruga javlja se prijateljica s početka priče, današnja šefica, i Jelena se vraća 'doma'. „Dolazim u Bolton Grupu 2018. godine na poziciju Product Managera za Home&Personal Care i radim s brendovima koje volim i poznajem od malena (Neutro Roberts, Borotalco, WC Net, Smac...). Uživam u razvijanju brenda Borotalco na našem tržištu i s ponosom pričam našu mirisnu priču koja danas može stajati uz bok velikim igračima u svijetu dezodoransa. Borotalco ima najveći postotni rast (CAGR) u cijeloj kategoriji i taj naš put izgradnje awarenessa rezultirao je više nego utrostručenim market shareom u pet godina! Kruna našeg rada bio je brončani Effie 2023. u kategoriji dugoročne učinkovitosti, koju smatram priznanjem za rezultat koji je proizašao iz sinergije koju smo kreirali unutar timova Marketinga i Prodaje. Ove godine s pozicije Senior Product Manager Personal Care kategorije prešla sam u Food kategoriju na istoj poziciji i preuzela jedan od najpoznatijih brendova konzervirane tunjevine na svijetu – Rio Mare. Rio Mare je simbol Italije, simbol kvalitete i dobre hrane umotane u talijanski način života. Sa svojom prepoznatljivom 'Rio Mare Pink' bojom osvaja kućanstva diljem Europe i svijeta, a tako je i mene osvojio te sam i ja stavila ružičaste naočale“, veselo priča Jelena.

FOKUS NA ODRŽIVOST

Jedna od posebnosti brenda, ali i cijele Bolton Food divizije, je fokus na održivost, na dobrobit ljudi i očuvanje oceana. Tu predanost osnažuju Boltonovi partneri WWF (World Wide Fund for Nature) i OXFAM (globalna organizacija koja se bori protiv nejednakosti kako bi okončala siromaštvo i nepravdu). Jelena s ponosom ističe kako su u prošloj godini ostvarili da 99,7% njihove tunjevine potječe iz ribolova certificiranih od strane MSC-a (Marine Stewardship Council Certification) ili iz vjerodostojnih i sveobuhvatnih projekata unapređenja ribarstva (FIP-Fishery Improvement Projects), što je ogroman uspjeh koji ih gura dalje i osnažuje da postanu najodrživija

kompanija u proizvodnji tunjevine na svijetu (WWF&BOLTON/Partnership Report 2024). „Kao lider na globalnom tržištu tunjevine imamo veliku odgovornost, ali i mogućnost da pomičemo napredak cijele industrije i pokažemo primjerom kako je održivost jedini put za naš sektor. Naše globalno djelovanje pretače se u naše proizvode, poslovanje na lokalnim razinama te, naravno, i na naše vjerne potrošače ružičaste tunjevine Rio Mare. Kampanjama koje lokaliziramo pokušavamo ispričati našu priču pravog okusa Italije. Ove godine smo se posvetili jačanju našeg core asortimana - tunjevini u maslinovom ulju te kroz kampanju 'Za odličan okus,



**KOMBINACIJA
LOKALNOG
PODUZETNIČKOG
DUHA S GLOBALNIM
USMJERENJEM JE NEŠTO
JEDINSTVENO ŠTO SAM
ISKUSILA U BOLTON
GRUPI I Taj pristup me i
dalje očarava**

potrebno je malo' pokušavamo podsjetiti na važnost jednostavnosti i spontanosti uživanja u hrani, ali i životu općenito. I to sve uz dozu duhovitosti koju predstavlja naš kritičar hrane kojeg ste mogli vidjeti na velikim i malim ekranima. Uz podsjetnik o važnosti čiste i kvalitetne namirnice, predstavili smo i novitet – tunjevinu Filo d'Olio, koja uklanja jednu malu frustraciju dijelu potrošača koji prije konzumacije odlijeva ulje iz konzerve. Time smo ponudili rješenje za osobe koje paze na energetske vrijednosti namirnice te unos masti, ali i na one koji jednostavno žele istu vrhunsku kvalitetu i nepogrešiv okus Rio Mare tunjevine, samo s manje maslinovog ulja. Prve reakcije potrošača su sjajne, što nam govori da smo prepoznali potrebu i, nadamo se, olakšali konzumaciju potrošačima koji su do sada sami morali odlijevati ulje. Još noviteta nudimo i u proširenju

asortimana Insalatissime Rio Mare - brzih i uravnoteženih obroka te dodajemo i deseti, jedinstveni okus – Insalatissime Proljeće. Insalatissime su savršeni cjeloviti obrok za sve nas koji smo u žurbi, a želimo pojesti kvalitetan i ukusan obrok. S uživanjem pratimo kako kupci prihvaćaju nove okuse i kako Insalatissime postaju nezaobilazna praktična posudica koja se može pronaći i u ruksaku, putnom koferu, sportskoj torbi ili onoj za laptop, ili pak torbici za izlazak. Na jesen predstavljamo i najnoviji okus ribljih namaza Rio Mare Paté – Tunjevina i Majoneza te vjerujemo da će taj okus napokon zadovoljiti sve ljubitelje ove savršene kombinacije“, najavljuje Jelena.

INSPIRATIVNO RADNO OKRUŽENJE

Tim(ove) ljudi s kojima radi Jelena sa smješkom opisuje kao savršeni spoj nesavršenih FMCG entuzijasta. „Inspirirajuće je koliko smo svi različiti, a tako se lijepo nadopunjujemo i guramo naprijed. Najveći izazov s kojim se susrećemo u svakodnevnom poslovanju je utrka s vremenom. Kada su u pitanju planovi za budućnost, oni su 'jednostavni' - u moru riba pokazati koja je ona prava! Ljepota ovog što i kako radim je mogućnost stvaranja, a time i beskonačno platno za kreativnost. Kombinacija lokalnog poduzetničkog duha s globalnim usmjerenjem je nešto jedinstveno što sam iskusila u Bolton Grupi i taj pristup me i dalje očarava. Sadašnja pozicija ispunjava moja očekivanja, ali još će vrijeme pokazati kako mi stoje ružičaste naočale. 😊“ Kada je u pitanju slobodno vrijeme, Jelena ga provodi na najljepši mogući način: „U 2024. sam postala mama jedne čudesne djevojčice s kojom provodim većinu svog slobodnog vremena. Uživam kako me njezino prisustvo vraća na tvorničke postavke i podsjeća na istinske vrijednosti i divljenje malim stvarima. Uz predivnu potporu muža i dvije super bake (bake su blago!) pronađe se vremena i za prijatelje, putovanja, a i pokoji sat pilatesa ili yoge. Idealan odmor za mene se krije u jednostavnosti: hammock u šumici uz more, prijatelje i dobar restorančić“, otkriva za kraj Jelena.