



# Glasnik

www.disyu.com

List PTP DIS d.o.o.

Jun - Jul 2010

Broj 10.

Godina 2.



POČINJE TOV PRASADI 8



KONTROLISANI TROŠKOVI 11



STALOŽENO I MARLJIVO 13



MARKETING SEKTOR 20

## DIS MARKET U PANČEVU



**U** Pančevu je 27. aprila otvoren osmi u lancu DIS marketa. Sa površinom od 4.300 kvadratnih metara ovo je najveći maloprodajni objekat DIS-a. U ovom marketu Pančevcima je ponudeno više od 15.000 artikala, kao i dodatni sadržaji poput: Zum zum igraonice, restorana Meze, apoteke, Tabak šopa, šaltera Komercijalne banke i parking prostora sa 120 parking mesta.

- Nije bilo teško doneti odluku da jedan od DIS marketa otvorimo u Pančevu. Taj proces je sigurno ubrzala ponuda koju nam

je uputila izraelska kompanija Aviv Arlon, a koju je bilo teško odbiti. Koncept niskih cena, koji negujemo uprkos činjenici da je to najteži koncept u trgovini, nije teško ostvariti u ovakvom okruženju. Činjenica da politiku niskih cena zaista poštujemo, biće naša najbolja preporuka kod građana Pančeva. Očekujemo da će to biti povod što će nam se građani Pančeva uvek vraćati poput naših stalnih kupaca u drugim sredinama, rekao je na svečanom otvaranju DIS marketa u Pančevu Zoran Timanić, vlasnik kompanije DIS.



TABAK SHOP 25



BUDUĆI KOMERCIJALISTI 29



# carnex

# Pilino

## Pileći program

*Lagano i fino*



**Kompanija Carnex pripremila je za Vas potpuno nove proizvode.  
Reč je o pilećem programu, pod nazivom PILINO.**

NAZIV PROIZVODA	BAR KOD	JEDINICA MERE	BROJ KOMADA/ TRANSP. PAK.	NETO TEŽINA TRANSP. PAK.
<b>Pileća prsa u omotu</b>	8600012502046	kg	4	7kg
<b>Mini pileća prsa u omotu</b>	8600012502305	400g	8	3,2kg
<b>Pileća kobasica sa povrćem</b>	8600012500158	kg	3	3kg
<b>Mini pileća kobasica sa povrćem</b>	8600012502312	400g	8	3,2kg
<b>Pileća kobasica</b>	8600012502039	kg	4	3kg
<b>Mini pileća kobasica</b>	8600012502299	400g	8	3,2kg
<b>Pileća viršla</b>	8600012502282	260g	12	3kg

www.carnex.rs



# Glasnik

## IZDAVAČ:

PTP „DIS”

Bulevar oslobođenja 1b  
11319 Krmjevo

## REDAKCIJA:

Danijela Milovanović  
Ivan Šuleić  
Aleksandar Majstorović  
Vladimir Josifović

## KONTAKT:

MARKETING SLUŽBA  
026 / 330 - 143  
dmilovanovic@disyu.com

## ŠTAMPA:

Rotografika d.o.o.

DIS Glasnik je besplatan i izlazi dvomesečno. Elektronsko izdanje lista nalazi se na sajtu:

[www.disyu.com](http://www.disyu.com)  
[www.dismarket.rs](http://www.dismarket.rs)

# Glasnik

## SADRŽAJ:

- 4 DIS market u Pančevu
- 8 Počinje tov prasadi
- 12 Radim i potpuno sam posvećen
- 13 Staloženo i marljivo
- 15 Frigo prom Cooling sistem
- 17 ABR projektni biro
- 20 DIS Marketing
- 23 Henkel
- 24 Točak sreće
- 25 Tabak shop

# DOBRA STRATEGIJA

Kada smo 2005. godine određivali razvojni put kompanije DIS, nismo slutili svetsku ekonomsku krizu, ali smo ipak konzervativnije ušli u proces investiranja, a danas je to, možda i ključni razlog ovakvog uspeha naše maloprodajne mreže.

Neopterećeni kreditnim obavezama uspevamo da ostvarimo naše ciljeve, a to su niske cene, odlična ponuda i stimulacija zaposlenih.

Uz ove primarne postulate naše kompanije, uspevamo da investiramo u nove objekte, i tako ostvarujemo dugoročnu strategiju. Do sada smo 90% investicija obezbedili iz sopstvenih sredstava, što smatramo najvećim uspehom, a to nam obezbeđuje dugoročnu stabilnost kompanije.

Iako konzervativnijeg pristupa, ovakva strategija nam je ipak obezbedila konstantan rast prihoda u maloprodaji i u veleprodaji, gde smo zadržali leadersku poziciju, a u maloprodaji postali jedan od najznačajnijih partnera na srpskom tržištu. Rast u maloprodajnom sistemu DIS-a je godišnje u proseku iznosio 40%, a sličan rast očekujemo i u 2010. godini, uz pomoć novootvorenih marketa u Smederevskoj Palanci i Pančevu, kao i ulaskom u još neke gradove u Srbiji.

Naravno, kako bi ove investicije bile što interesantnije za naše potrošače, kompanija DIS je obezbedila još više artikala na lifletu, koji sada izlazi dva puta mesečno i važi po 15 dana. Takođe, broj artikala koji se nalazi na vikend akcijama nikada nije bio veći i to baš onih artikala koji su kupcima



najinteresantniji. Možda se i najviše napora ulaže u razvoj robne marke, gde smo sada došli do portfolija od 400 proizvoda, što je DIS-ovim potrošačima obezbedilo kvalitetne proizvode po najatraktivnijim cenama.

Poštujući osnovne postulate koje smo zacrtali od osnivanja kompanije, da na tržištu budemo trgovina koja ima optimalnu ponudu i najkonkurentnije cene, kao i da investira bez velikog zaduživanja, potvrdili smo dobru strategiju i zadržali status stabilne kompanije i u vreme najveće krize.

Analizirajući sve navedeno, zaključujem da kompanija DIS ima ogromne potencijale i da će u naredne tri godine sprovesti plan, postavljen na početku razvoja maloprodaje - izgradnja 20 objekata do 2012. godine.

S poštovanjem  
Izvršni direktor  
Aleksandar Tiranić





# DIS MARKET

## U PANČEVU



U Pančevu je 27. aprila otvoren osmi u lancu DIS marketa. Sa površinom od 4.300 kvadratnih metara, ovo je najveći maloprodajni objekat DIS-a. U ovom marketu Pančevcima je ponudeno više od 15.000 artikala, kao i dodatni sadržaji poput: Zum zum igraonice, restorana Meze, apoteke, Tabak šopa, šaltera Komercijalne banke i parking prostora sa 120 parking mesta.

- Nije bilo teško doneti odluku da jedan od DIS marketa otvorimo u Pančevu. Taj proces je sigurno ubrzala ponuda koju nam je uputila izraelska kompanija Aviv Arlon, koju je bilo teško odbiti. Koncept niskih cena, koji negujemo uprkos činjenici da je to najteži koncept u trgovini, nije teško ostvariti u ovakvom okruženju. Činjenica da politiku niskih cena zaista poštujemo, biće naša najbolja preporuka kod građana Pančeva. Očekujemo da će to biti povod što će nam se građani Pančeva uvek vraćati poput naših stalnih kupaca u drugim sredinama, rekao je na svečanom otvaranju DIS marketa u Pančevu Zoran Timanić, vlasnik kompanije DIS.

- Otvaranje DIS marketa veoma je značajno

za Pančevce koji sada na jednom mestu mogu da kupe sve što požele zahvaljujući bogatom asortimanu DIS-a. Očekivanja su da će otvaranje jednog ovakvog objekta privući i druge investitore, uz ovakva očekivanja, presecanjem vrpce, DIS market u Pančevu zvanično je otvorila gradonačelnica Pančeva, Vesna Martinović, koja je tom prilikom dodala:

- Ono što je još važnije jeste povećanje nivoa kvaliteta života naših građana, odnosno da možete da dođete u jedan odlično snabdeven market i kupujete po pristupačnim cenama i tako napravite dobru uštedu u kućnom budžetu, a da pritom ne lutate previše, jer sve možete kupiti na jednom mestu.

Osim zapošljavanja 92 žitelja Pančeva, kompanija je društvenu zajednicu pomogla donacijama u iznosu od 200.000 dinara. Od ove brojke stotinu hiljada dinara dobila je Škola „Mara Mandić“:

- Škola „Mara Mandić“ u Pančevu bavi se obrazovanjem dece sa posebnim potrebama. Škola je organizovana tako da u njoj funkcioniše

osnovno i srednje obrazovanje, kao i dnevni boravak koji finansira lokalna samouprava. Osim odeljenja za osnovno obrazovanje u samom Pančevu, postoje i četiri odeljenja u seoskim sredinama. U dnevnom boravku imamo oko 160 polaznika koje čine deca lako i umereno ometena u razvoju, kao i deca obolela od cerebralne paralize. Donacija DIS-a nam je dobro došla za unapređenje određenih obrazovnih segmenata, kaže Branko Kurir, direktor škole „Mara Mandić“.

Sa po 20.000 dinara DIS je pomogao pet socijalno najugroženijih porodica Petrović, Deljanin, Todorović, Novakov i Petrović.

- Grad Pančevo se ubraja u veće gradove u Srbiji, pa na žalost Centar za socijalni rad ima mnogo posla. Veoma smo zadovoljni zbog pomoći koju je socijalno ugroženim porodicama kroz donacije obezbedio DIS. Sa druge strane bili smo u velikom problemu kako da među brojnim porodicama odaberemo samo pet. Odlučili smo da to budu porodice koje su korisnici materijalnog obezbeđenja i samohrani roditelji sa dvoje i više dece školskog uzrasta. 20.000 di-





Zoran Tirmanić, vlasnik kompanije DIS i Vesna Martinović, gradonačelnica Pančeva

nara ovakvim porodicama puno znači. Ovu tvrdnju potkrepiću činjenicom da je nivo mesečnog materijalnog obezbeđenja maksimalnih 10.000 dinara. Iz navedenih razloga ove porodice su ganute i počastvovane gestom kompanije DIS, kaže Suzana Jovanović, socijalni radnik centra u Pančevu.

Na dan otvaranja DIS marketa, svaki stoti od 3.500 kupaca, nagrađen je besplatnom kupovinom svega što mu se u trenutku proglašenja stotim našlo u korpi. Hiljaditog kupca u marketu u Pančevu kompanija DIS nagradila je besplatnom kupovinom, a kompanija Zlatiborac vikend boravkom na Zlatiboru za dve osobe. Dvehiljaditog kupcu DIS je poklonio digitalnu kameru.

- Iz svoje prve kupovine u DIS-u nosim samo pozitivne utiske. Ponuda je raznovrsna, prostor je ogroman i živim u blizini, pa mi je, na sreću,

market u tom smislu lako dostupan. U Pančevu ima i drugih velikih trgovina, ali mi se DIS bar na prvi pogled veoma dopada. Veoma mi je drago što sam baš ja bila prvi stoti kupac DIS marketa i što sam nagrađena besplatnom kupovinom, kaže Mirijana Kalapiš.

- Moji utisci su odlični. Ja sam stalni kupac velikih marketa i mogu da kažem da ono što sam danas videla u DIS-u izgleda odlično. Cene su povoljne i videla sam dosta proizvoda jeftinijih u odnosu na druge markete. Sve je pitanje toga

Izgradnja DIS marketa predstavlja prvu fazu radova na formiranju Ritejl parka "Pančevo" u koji investira Izraelska kompanija "Aviv Arlon grup".

- Za razliku od šoping molova koji su veoma velika investicija i u kojima se roba prodaje po znatno višim cenama, u ovom Ritejl parku potrošačima ćemo ponuditi robu po veoma prihvatljivijim cenama i obezbediti im niz povoljnosti prilikom kupovine, rekao je Iftach Alony, direktor kompanije Klupko d.o.o.



Iftach Alony, direktor kompanije Klupko d.o.o.



kome je šta potrebno, što se mojih očekivanja tiče, ja sam zadovoljna. Posebno me je iznenadila činjenica da sam kao hiljaditi kupac nagrađena besplatnom kupovinom i vikendom na Zlatiboru, kaže Slađana Pavlov.

- Mi smo i pre otvaranja marketa u Pančevu bili redovni kupci DIS marketa u Smederevu. Kupujemo vrlo često i posebno nam se dopadaju akcijska sniženja robe. U Pančevo smo došli da bi videli kako će izgledati ovaj novi market. Potpuno neočekivano smo kroz kasu prošli kao dvehiljaditi kupci i, osim besplatnom kupovinom, nagrađeni smo i digitalnom kamerom, kaže Slađana Grbović iz Kovina.

O značaju i ozbiljnosti „Aviv Arlon“-a svedoči niz najrazličitijih objekata izgrađenih u našoj zemlji i inostranstvu. Svečanom otvaranju DIS marketa u Pančevu koje je označilo i početak izgradnje Ritejl parka prisustvovala je i Izraelski ambasador u Srbiji, Artur Kol, koji je tom prilikom rekao:

- Početna ideja o realizaciji ovog projekta prezentovana mi je pre samo godinu dana, drago mi je da se ovaj projekat polako, ali efikasno realizuje i da će u razvoju Pančeva participirati kao bitan i uspešan. Ovo je samo prva faza veoma velikog projekta koji će uprkos kriznim vremenima u čitavom svetu nadam se ipak biti priveden kraju.





Branko Kurir, direktor škole „Mara Mandić“ prima donaciju DIS-a



Nagrada dvehiljaditom kupcu



Nagrada hiljaditom kupcu





# PRVIH MESEC DANA POSTOJANJA

- Prve nedelje rada marketa u Pančevu potvrdile su očekivane rezultate. Oko 1. maja zabeležili smo planirani skok prometa. Možemo da kažemo da se promet ustalio i nalazi se na nivou drugih DIS marketa velikog formata u tokom faze razrađivanja posla. Dosadašnji period, bio je period animiranja kupaca, pa ćemo već krajem meseca moći da počnemo da računamo na kategoriju stalnih kupaca ovog DIS marketa.

Ukoliko uporedimo ovaj sa marketom u Smederevu na čijem čelu sam se doskora nalazio, razlika u kupovini ogleda se u tome što Pančevo ima veći broj fiskalnih isečaka sa nižom vrednošću. Ljudi iz gradskih sredina kupuju češće, ali manje količine robe, a DIS market u Pančevu je pozicioniran tako da je većina kupaca iz samog grada. Tek smo počeli da razvijamo saradnju sa profesionalnim kupcima na ovom području, to će, kada postane ustaljena praksa, značajno uticati na povećanje prometa ovog marketa.

Tim koji čini osoblje DIS marketa se polako uhadava. I ako je svako od njih imao iskustva u radu u nekom od većih konkurentskih objekata

naš način poslovanja je ipak specifičan i potrebno je vreme da se osoblje navikne na njega.

Prema dosadašnjem iskustvu u radu marketa u Pančevu, zaključujemo da smo ponudili zadovoljavajući asortiman robe i nastojimo da nabavimo sve ono što kupcima eventualno nedostaje. To je zaista mali broj artikala i odnosi se na kategoriju ekskluzivne, niskofrekventne robe.

Dobro funkcioniše i Tabak shop u okviru kojeg smo izdvojili cigarete, novine, ekskluzivna alkoholna pića i mnoge druge stvari koje ljudi kupuju na brzinu, ne želeći da čekaju u redu zbog nekoliko artikala. Naravno kao što je i očekivano u Tabak shop-u najprodavanije su cigarete za kojima su zahtevi veoma veliki.

Dodatni sadržaji pokazali su se kao dobra varijanta. Igraonica je definitivno bila potrebna i konstantno je posećena. Meze restoran već beleži prve stalne goste, u prvom trenutku privučene vikend akcijom. Kao i obično, gužve u marketu prate i veliki broj mušterija u restoranu Meze.

Kupci se polako navikavaju na nas, a mi na potrebe naših kupaca. Za sada smo zadovoljni



Petar Marković, direktor ogranaka DIS-a u Pančevu

postignutim rezultatima, ali očekujemo da će ovaj market tek napredovati, kaže Petar Marković, direktor ogranaka DIS-a u Pančevu.





# POČINJE TOV PRASADI

*Poljoprivredno dobro "Hrastovo" je posle svega dva meseca poprimilo potpuno drugačije lice od onoga kakvo je imalo u trenutku kada je postalo čerka firma DIS-a. Od 250 hektara obradivih površina 92 hektara je zasejano kukuruzom, 72 hektara suncokretom i 76 hektara šećernom repom. Radovi na rekonstrukciji farme uveliko teku pa će u "Hrastovo" za dvadeset dana stići i prva generacija prasadi Landras-Pietren.*

- Ulazimo u završnu fazu rekonstrukcije farme poljoprivrednog dobra „Hrastovo“. Okosnicu stočarske proizvodnje u „Hrastovu“ činiće svinjogojstvo. Početni kapaciteti tovilista biće od 3.500 do 3.800 grla po turnusu u zavisnosti od odluke da li ćemo za uzgoj upotrebiti kompletne kapacitete ili ćemo deo prostora upotrebiti

u druge svrhe. Iskreno se trudimo da ne prepuštamo ništa slučaju. Kompletna ekipa koja realizuje ovaj projekat uključujući projektante, izvođače radova i nadzorni organ, maksimalno je angažovana da probleme koji su pratili izvođenja radova rešava u hodu, kako bi u što kraćem roku radove priveli kraju koji je u ovom trenutku vrlo blizu. Pokrivački radovi su kompletno završeni kao i armiračko-betonski u smislu betoniranja i pravljenja novih staza, čišćenja objekta, kanalizacije i niza drugih koje podrazumeva rekonstrukcija jednog ovakvog objekta. Radovi na objektu ulaze u završnu fazu i preostalo je da se objekat okreči i uradi fasada, kao i da se privede kraju postavljanje nove kompjuterizovane opreme koja podrazumeva kompletan sistem koji prati liniju hrane, liniju napajanja vodom, ventilaciju, grejanje. Sam proces hranjenja doveden je do savršenstva u smislu da pruža što manji



rastur hrane sa što većim dnevnim prirastom uzgajanih grla, kaže Goran Stevanović, direktor poljoprivrednog dobra „Hrastovo“.

Danas se u inostranoj i domaćoj praksi sve veća pažnja posvećuje različitim modelima ukrš-







tanja u cilju postizanja efekta povećanja procenta mesa u trupu, a samim tim i povećanju obima proizvodnje u mesnoj industriji.

- Posle ozbiljnog razmišljanja i usklađivanja naših potreba i karakteristika određene rase, odlučili smo se da grla koja ćemo u „Hrastovu“ odgajati budu kombinacija švedskog Landrasa i Pietrena. Imamo nekoliko ponuda aktuelnih dobavljača sa istim genetskim materijalom i ovih dana ćemo doneti konačnu odluku od kog dobavljača ćemo pribaviti prva grla. Sa ovom rasom postićićemo najkraći period tova, a ipak dobiti najbolji kvalitet finalnog proizvoda. Zbog niza neočekivanih prepreka sa kakvim smo u procesu rekonstrukcije morali da se suočavamo na svakom koraku, radovi će potrajati dvadesetak dana duže od prvobitno planirali, ali se sa druge strane

nadamo da smo rešili sve goruće probleme i da se sa takvim bar u skorijoj budućnosti nećemo suočavati. Do kraja juna ovaj objekat će biti stavljen u funkciju i otpočeće tov prasadi. Pregovori sa nekoliko dobavljača hrane su u toku. Tov prvih grla počećemo hranom koju ćemo dobijati iz neke od mešaonica za koju se odlučimo. Dok ne obezbedimo uslove za funkcionisanje sopstvene mešaonice hrane, odnosno obezbedimo silose za otkup sirovina, radićemo sa nekim od renomiranih proizvođača. Po samoj tehnologiji proizvodnje turnus bi trebao da traje od 100 do 105 dana sa dnevnim prirastom od 670 do 700 grama. To je neki optimalni rok ukoliko tov počnemo sa grlima od 25 do 30 kilograma, a iz tova izlaze sa 100 do 105 kilograma. Mi težimo ka tome i nadam se da će sa kvalitetnom hranom

i uz najsavremeniju liniju za uzgoj kojom će ova farma raspolagati, uzgoj toliko i trajati i da ćemo prvi turnus za prodaju sa ove farme imati krajem septembra ili početkom oktobra.

Uprkos lošim vremenskim prilikama koje su najpre odložile početak setve, a kasnije ozbiljno ugrožavale razvoj, sve zasejane kulture odlično napreduju.

- U ratarsku proizvodnju, uložili smo maksimalne napore kako bi uprkos vremenskim neprilikama blagovremeno posejali useve, izvršili njihovu zaštitu i prihranu. Zasejane kulture su u odličnom stanju što bi trebalo da rezultira izvanrednim prinosima. Čak i da se ovakve vremenske neprilike nastave, siguran sam da neće biti problema, osim ako ne dođe do elementarnih nepogoda koje bi pogubno uticale na prinose.





# Energija koja me pokreće!

Nata Higl



Savršena kombinacija žitarica, sočne kajsije i osvežavajućih grožđica ✓

Proizvod namenjen sportistima i ljubiteljima žitnih štanglica ✓

Atraktivno pakovanje i privlačan dizajn ✓

Odličan kvalitet po super ceni! ✓



[www.a-pionir.com](http://www.a-pionir.com)

**vitanova**  
žitarice+kajsija  
**vitanova**  
žitarice+grožđice

Težina (g)	EAN 8602300	Komer. pak. (kg)	Trans. pak. (kg)	Trans. pak. (kom)
20	212385	0.36	3.24	9
25	212422	0.45	4.05	9



# KONTROLISANI TROŠKOV USPEŠNO POSLOVANJE

*Opština Koceljeva zahvata površinu od 257 km<sup>2</sup> na kojoj u 17 naselja živi 15.635 stanovnika. Centar opštine je varošica Koceljeva locirana u dolini Tamnave i Rasnice, udaljena 31 km od Valjeva i 37 km od Šapca. U ovoj varošici živi i posluje porodica Đukić koja je godinama unazad jedan od najuspešnijih franšizanata DIS-a. Sa četiri maloprodajna objekta koji nose naziv po njihovom prezimenu „Đukić“, ovi uspešni trgovci, Verica i Anđelko Đukić, pozicionirali su se među lidere u oblasti maloprodaje u ovoj sredini.*

- Firma "Đukić" je osnovana 20. decembra 1999. godine. Svaki od naša četiri objekta čudnim sticajem okolnosti otvaran je tokom meseca decembra. Vreme u kojem smo počinjali da razrađujemo posao nije bilo obećavajuće, pa ni prognoze o uspehu optimistične. Ja sam imala nešto iskustva jer sam radila u veleprodaji, a moj suprug je radio kao trgovac, pa smo se na taj način dopunjavali. Vodili smo računa o troškovima i u prvoj godini rada sami vodili knjige. Proširenje posla zahtevalo je prijem novih radnika, pa danas u četiri objekta imamo 23 zaposlena. Uprkos neizvesnim očekivanjima



Đukići i Vlada Pucarević, komercijalista DIS-a



Jedan od četiri objekta „Đukić“ u Koceljevi

mi smo uspeali u poslu. Ono što nas je održalo i što bih istakla u ovoj priči, jeste usmerenje da trošimo onoliko koliko imamo. Najpre su morale da se zadovolje potrebe dobavljača i izmire svi računi, isplate plate, pa na kraju šta ostane. Najveći deo sredstava ulagali smo u robu i opremanje objekata. Posebna pažnja posvećivana je svakom kupcu koji je kod nas uvek dobrodošao bez obzira na iznos koji troši u kupovini. Vreme na kraju pokaže da se isplati biti strpljiv, jer ukoliko se ponašate onako kako bi trebalo, kupac će bez sumnje doći, kaže Verica Đukić, vlasnica preduzeća "Đukić" iz Koceljeve.

Sa povećanjem obima posla rasla je i potreba za proširivanjem asortimana. Dotadašnji dobavljači "Đukić"-a nisu bili u situaciji da isprate njihove zahteve, pa je iz ove potrebe proistekla i prva saradnja sa DIS-om.

- Sa radošću smo dočekali putnika DIS-a da dođe i ponudi nam saradnju. Veletrgovine čije smo usluge pre toga koristili pružale su nam daleko lošije uslove i malo toga što bi pratilo našu nameru da se proširimo. Saradnja sa DIS-om počela je 2002. godine i uspešno se odvija do danas. Konkurencija u Koceljevi postoji, ali je još uvek ne možemo smatrati ozbiljnom. Naši prodajni objekti se nalaze u četiri udarne zone u kojima opslužuju različitu klijentelu. Koceljeva je malo mesto, pa nema potrebe za otvaranjem većeg broja prodavnica. U obzir bi mogao da dođe jedino neki veći poslovni prostor, odnosno market ili robna kuća, kakvu Koceljeva još uvek

nema. To bi za nas bio izazov.

Ističući da su uprkos krizi ipak zadovoljni poslom, Đukići navode da oscilacije u prometu postoje, ali da se situaciji mora prilagoditi, jer je vremenom sve teža i teža.

- Mi nikada nismo gomilali preterane zalihe, i uvek smo se trudili da ponudimo kvalitetnu i traženu robu. U nabavci se prvenstveno oslanjamo na DIS. Zadovoljni smo prodajom robne marke DOBRO prema kojoj su kupci u početku bili nepoverljivi, ali se zahvaljujući ujednačenom kvalitetu DOBRO proizvoda sada oni odlično prodaju. U DIS franšizu smo ušli na samom početku. Nismo se mnogo dvoumili jer su uslovi bili povoljni. Čim smo shvatili šta franšizni oblik saradnje nosi odlučili smo da postanemo sastavni deo DIS franšizne mreže. Velika prednost su akcijska sniženja, proizvodi sa takvom cenom se tri puta više prodaju na sniženju nego van njega. Liflet sa proizvodima na akcijskom popustu mnogo znači. U prilog ovoj tvrdnji ide činjenica da će se proizvod koji se nađe u lifletu, pa makar imao i uobičajenu cenu značajno više prodavati nego kada ga sa istom tom cenom nema u lifletu.

Iako im se sistem DIS franšize dopada, Đukići smatraju da se ova saradnja još može unaprediti.

- Ukoliko bi uspeali da dobijemo još koji procenat većeg rabata potpuno bi izbacili direktne dobavljače. Kada bi kao DIS franšizanti imali još neke vidove stimulacije na tačnost plaćanja i dugoročnu saradnju mi bi bili apsolutno posvećeni DIS-u.



# RADIM I POTPUNO SAM POSVEĆEN

*- Zovem se Jovo Brakus. Rođen sam 27. maja 1965. godine u Hrvatskoj opštini Otočac. Silom prilika sam izbegao iz Hrvatske i nastanio se na Kosovu. Sa Kosova sam ponovo uslovljen ratnim prilikama došao u Pomoravlje i nastanio se u selu Miloševac, gde sam kupio kuću i još uvek živim. Miloševac je trinaesto mesto u kojem živim tokom izbeglišta i iskreno se nadam da sam u njemu konačno pronašao mir.*

Ovako počinje jedna ne sasvim jednostavna priča o životu čoveka koji je uslovljen različitim okolnostima bio prinuđen da se snalazi kroz ži-

vot i, na kraju puta, svoju sigurnost, po njegovim rečima, pronašao je u DIS-u.

- Ja sam po obrazovanju šumarski tehničar. Školovao sam se u Hrvatskoj, u Karlovcu, a do ratnih sukoba radio sam u Šumskom gazdinstvu „Vrhovi“. Pošto sam izbegao, došao sam kod brata u Beograd. Sve moje kolege, pa i ja smo dobili posao, ali na Kosovu, pa sam se tamo odselio da živim. U Uroševcu sam živeo dve godine i dvadeset dana kada su se i tamo rasplamsali sukobi i opet sam bio prinuđen da se selim. Konačno sam se nastanio u Miloševcu 21. maja 1998. godine, a deset dana potom počeo da radim u DIS-u Krnjevu. U DIS-u mi je prvo ponuđen posao na građevini. Kada sam se tu dokazao kao dobar radnik moj tadašnji šef Bora me je preporučio za rad u magacinu, gde sam, radeći kao odvajач, ostao do danas. Počeo sam da radim u hali 3 i u njoj radio šest godina. Na predlog generalnog direktora Darka Aćimovića premešten sam u halu 4 u kojoj se i sada nalazim.

Vaš život potpuno se promenio, ali ne zato što ste vi tako želeli. Da li je ova činjenica uticala na to da vam promene na koje ste prisiljeni možda padnu još teže.

- Ogromna je razlika između onoga čime sam se bavio i ovoga čime se danas bavim. Meni nije teško da se prilagodim bilo kom poslu. Prilike su se promenile, a čovek mora da ima priloge. Samim tim hteo - ne hteo mora i da se prilagodi. Period uklapanja u mnogome su mi olakšale i kolege koje su bile spremne da mi pomognu. Dobro me je prihvatio i menadžment firme na čelu sa komercijalnim direktorom Nenadom Jelićem. Za sada sam zadovoljan ovim što radim, a nagrada mi govori da svoj posao obavljam kako treba. Nagradu ću potrošiti kupujući potrebštine za kuću, jer čoveku danas mnogo toga treba.

Da li Vam činjenica da ste nagrađeni predstavlja obavezu, odnosno kako deluje na vas?



U DIS-u radim već dvanaest godina. Ovo proglašavanje najboljim radnikom je najveća nagrada kojom je nagrađen moj ukupni rad. Bilo kakva nagrada je velika stimulacija. Kada te nagrade postaješ svestan da tvoj rad neko prati i procenjuje, pa se trudiš da još efektivnije radiš. Ja lično imam potrebu da dobrim radom uzvratim DIS-u, jer pre nego što sam počeo da radim ovde bio sam samo izbeglo lice bez značajnih prihoda i jasne perspektive. Da bi bio dobar radnik čovek mora sam sebi da kaže: došao sam ovde da radim i u radno vreme posvećujem se tome, sve druge aktivnosti ostaviću za vreme pauze tokom koje ću se družiti sa kolegama. Biti najbolji izgleda mnogo komplikovanije od onoga što jeste. Moraš da pratiš informacije koje ti se pojavljuju na bar-kod čitacu i razmišljaš o onome što vidiš i teško da ćeš pogrešiti. Koncentracija je ključna u svakom, pa i u ovom poslu, jer je jedino tako moguće posao obaviti valjano i bez greške. Ja svoj posao volim i ne pada mi teško, zaključuje Jovo Brakus, najbolji radnik distributivnog centra DIS-a u proteklom periodu.



Jovo Brakus na radnom mestu



# STALOŽENO I MARLJIVO

*Mirna, tiha, predusretljiva, odlučna u nameri da svoj posao odradi kako treba i još mnogo drugih pozitivnih osobina, prema rečima njenih kolega, karakteriše Anu Ivanović, pakera DIS marketa u Kruševcu. Zahvaljujući činjenici da svoj posao obavlja više nego dobro, Ana je proglašena najboljim radnikom u maloprodajnom sistemu DIS-a, za šta je i adekvatno nagrađena.*

- U DIS marketu u Kruševcu radim od samog otvaranja, što znači već dve i po godine. Najpre sam prošla obuku za pakera, a kada je potreba posla to uslovlila, neko vreme sam obavljala i posao kasira. U trenutku kada je došlo do stroge podele na pakere i kasire, i kada smo morali da se opredelimo za jedno ili drugo, sa zadovoljstvom sam se vratila poslu pakera čime se i trenutno bavim.

Iz načina na koji govoriš o tome, zaključujem da ti posao pakera više leži i da prosto uživaš u tome. Kakva je razlika između ova dva posla koja si obavljala i šta su razlozi da budeš privrženija poslu pakera?

- Zadovoljnija sam poslom pakera jer smatram da mi je tehnika pakovanja robe dobra i da odlično poznajem robu. Za posao kasira potrebna je veća koncentracija i sposobnost komunikacije sa ljudima. Ne kažem da ja ne vladam ovim veštinama, ali posao pakera meni ipak više odgovara. Završila sam hemisku školu, prehrambeni smer, ali se igrom slučaja bavim ovim poslom, koji gotovo da i nema dodirnih tačaka sa onim za šta sam se obrazovala. Uprkos ovoj činjenici verujem da sam se u poslu koji radim apsolutno pronašla.

Kako je potrebno ponašati se da bi posao obavljala na najbolji mogući način, odnosno, šta to tebe u načinu rada izdvaja od drugih?

- Ja se zaista trudim da svoj posao odradim kako treba. To podrazumeva dobru izloženost robe i da roba bude spakovana tako da bude pristupačna kupcima. U poslu pakera nemam preterani direktni kontakt sa kupcima, ali kada mi se oni ipak obrate, trudim se da im izađem u susret na najljubazniji mogući način i pružim im pomoć koja im je potrebna.

Kolege su zadovoljne po pitanju saradnje sa tobom kako se ti osećaš u ovom kolektivu?

- Pre DIS-a sam takođe radila u trgovini samo u manjim marketima, ali smatram da deleko bolje uslove imam ovde. Kada je o kolektivu reč, on funkcioniše odlično bez ikakvih značajnih konflikata i ja kao pojedinac do sada nisam imala baš nikakvih problema. Na pomoć ko-



lega u svakom trenutku mogu da računam, jer mi smo ipak kolektiv i jedni bez drugih ne bi mogli da funkcionišemo. Kolege su mi zaista pružile iskrenu podršku po pitanju proglašavanja najboljim radnikom i drago mi je zbog toga. Dopada mi se i posao i kolektiv i bar u skorijoj budućnosti nemam nameru da u poslovnom smislu činim neke značajnije promene.

Ana je vredan i odgovoran radnik, svoje obaveze izvršava na vreme, tačno i pedantno i svakim danom napreduje. Odlično poznaje robu i estetika u njenom izlaganju je više nego očigledna, zbog čega i radi na poziciji pakera gde u ovom marketu po mom mišljenju najbolje pronalazi sebe.

Inače, Ana se u kolektivu snalazi odlično, vrlo je druželjubiva, komunikativna i omiljena među kolegama. Ona je sitna po konstituciji i među najsitnijim je ženama u marketu, a obavlja ogroman posao, jer ko zna koliko tona robe mesečno prođe kroz njene ruke, kaže Nenad Zdravković, direktor ogranaka DIS-a u Kruševcu.



Ana Ivanović među rafovima



# INDUSTRIJA MESA



NIKŠIĆ



GENERALNI ZASTUPNIK ZA SRBIJU

**LARA**  
**monte**  
export-import

LARA MONTE D.O.O.  
11000 Beograd, Karađorđeva 65  
Tel/Fax: +381(0)11 2625-859  
PIB: 106307817  
Mat.br: 20574917



# FRIGOPROM COOLING SYSTEM

*Frigoprom cooling sistem d.o.o. je firma osnovana 1992. godine koja je od malog servisa prerasla u jednu od najjačih firmi u jugoistočnom delu Srbije koje se bave rashladnom tehnikom.*

- Naše sedište je u Nišu. Mi kombinujemo tehnički superiorne proizvode, iz industrije vodećih brendova kao što su Emerson, Copeland, Alco, Eco, Polistamp, Pastorfrigor, sa našim inženjeringom, logistikom i snažnom servisnom službom. Nudimo širok spektar proizvoda i usluga u sferi rashladne tehnike, klimatizacije i opremanja marketa. Bavimo se industrijskim hlađenjem i naši klijenti su oni kojima je u poslovne svrhe industrijsko hlađenje neophodno, dok se mali deo firme bavi i komfornom klimatizacijom. Značajan deo naših klijenata čine upravo firme koje grade svoje hipermarkete. Kada je o mesarskoj industriji reč, funkcionišemo po sistemu ključ u ruke na velikom broju objekata koje radimo. Učestvujemo i u izgradnji fabrika za prerađivanje i zamrznuto voća, potencijala za pekarsku industriju i svih drugih segmenata zastupljenih u procesu proizvodnje i prodaje hrane, kaže Saša Andrejević, production supervisor.

Prioritet Frigoprom cooling sistem d.o.o. je poslovanje u kome je potrošač u prvom planu i gde su talenat i lojalnost firmi prepoznati i nagrađeni. Svakom zaposlenom ova firma nudi mogućnost profesionalnog usavršavanja.

- Nedavno smo postali ovlašćeni serviseri američke kompanije Kenjer što je potvrđeno sertifikatom i konstantnom obukom naših serviseri. Osim segmenata koji smo već pomenuli, a koji se



Saša Andrejević, production supervisor

bavi investicijama, sastavni deo naše firme čini klasična servis služba koja se bavi servisiranjem u garantnom roku i po isteku ovog roka. Ključ uspeha naše firme leži u idealnom spoju iskustva i mladosti. Sa velikom voljom, ogromnim entuzijazmom i još većim profesionalnim odnosom, nastupamo prema svakom investitoru, više nego ozbiljno sagledavamo i rešavamo probleme i zahteve koji se pred nas postavljaju. Naše kupce ne gledamo kao trenutne saradnike, nego kao partnere za sva vremena.

Odnos, koji kao proizvod ima dugoročnu saradnju, Frigoprom cooling sistem d.o.o. uspostavio je sa DIS-om. Ovaj kvalitetan poslovni odnos učvršćuje se na svakom novom projektu.

- Sa kompanijom DIS, kao nosioci posla kada je frigomehanici reč, do sada smo učestvovali u izgradnji sedam objekata. U DIS-ove objekte ugrađujemo opremu koja prati najsavremeniju tehnologiju u svetu i podrazumeva maksimalnu uštedu za korisnika. Kroz svoj rad poštujemo sve evropske standarde što je u ovom trenutku veoma značajno. Funkcionisanje kompletne opreme ugrađene u DIS markete nadgledamo putem interneta i, istog trenutka kada konstatujemo

problem, mi smo spremni da reagujemo, što je od značaja za nesmetano odvijanje prodaje.

Sa konkurencijom na tržištu Frigoprom cooling sistem d.o.o. bori se isključivo kvalitetom obavljenog posla.

- Kada je o kvalitetu naše firme reč, tome bez sumnje u prilog ide podatak da je recimo DIS, pre potpisivanja ugovora sa nama, sigurno imao na umu da od naše sposobnosti zavisi kvalitet kupovine hiljada i hiljada kupaca koji svakodnevno posećuju objekte DIS-a. Do pre godinu i po dana, konkurencija na srpskom tržištu bila je nezdrava zbog monopola nad uvozom opreme. Ulaskom multinacionalnih kompanija na naše tržište situacija je potpuno promenjena, pa su firme poput nas dobile mogućnost da postanu direktni uvoznici. To je u mnogome doprinelo našoj konkurentnosti na tržištu, odnosno povećanju obima posla. Kao i u svim branšama borba je i u ovom poslu teška i ljuta, ali smo mi rešeni da opstanemo u njoj što nam za sada po svoj prilici polazi za rukom. Ovo može da potvrdi veliki broj investitora sa kojima smo započeli i nastavili veoma uspešno i korektnu saradnju na obostrano zadovoljstvo.



**LIJANOVIĆI**<sup>®</sup>



Da bi zdravi i jaki bili jedite

**Super  
PiLi**<sup>®</sup>







www.abr.co.rs

# PROJEKTNI BIRO

*Preduzeće ABR se od 1989. godine bavi dizajniranjem i projektovanjem objekata u oblasti visokogradnje i projektantskim nadzorom.*

Poslednjih dvadeset godina ABR je projektovao najrazličitije objekte u oblasti visokogradnje: tržne centre, mega markete, markete, samoposluge, distributivne centre, skladišta, fabrike, benzinske pumpe, poslovne zgrade, stambene objekte, hotele, bolnice, sportske objekte, enterijere itd.

Pored stambenih, poslovnih i proizvodnih objekata, ovo preduzeće se vremenom specijalizovalo za projektovanje super marketa, mega marketa i CASH&CARRY veletrgovina i već izvesno vreme prati nekoliko prodajnih lanaca koji su u fazi formiranja na tržištu Srbije.



Prednost ABR se ogleda u odličnom timu sačinjenom od visoko stručnih licenciranih kadrova svih profila neophodnih za brzo i kvalitetno obavljanje posla. Poslovne veštine ABR-a karakterišu

preciznost, timski rad, neprekidno usavršavanje i pronalaženje novih rešenja. Preduzeće je organizovano tako da se u svakom trenutku prilagodi zahtevima savremenih uslova poslovanja i potrebama tržišta.

Stalna koordinacija između celina, projektantskih grupa, preispitivanje i kontrola u svim fazama obavljanja posla omogućava postizanje kvalitetnih i efikasnih odgovora na postavljene zahteve investitora i rešavanje projektantskih i izvođačkih zahteva. Tokom godina postojanja razvili smo prepoznatljiv poslovni stil. Ova činjenica dovela je do toga da se u naše klijente



ubrajaju i svetski poznate firme. ABR projektni biro je učestvovao na nekoliko arhitektonsko-urbanističkih konkursa na kojima je osvojio više nagrada i priznanja.

Poslednjih godinu dana ABR se priprema za uvođenje sertifikata upravljanja kvalitetom ISO 9000:2000, u planu je da projektni biro izvrši sertifikaciju i polovinom godine počne sa potpunom



primenom standarda. Uvođenjem standarda upravljanja kvalitetom, projektni biro ABR stiče preduslove za očuvanje postojećeg nivoa organizacije, stručnosti, kvaliteta i dalje napredovanje.

Uspešna saradnja ABR-a i DIS-a traje niz godina. Najočigledniji primer uspešne saradnje ABR-a i DIS-a je upravna zgrada u okviru kompleksa veleprodaje u Krnjevu. Ovo je samo jedan od niza realizovanih projekata koji je podrazumevao redizajniranja fasade u modernom stilu. Za potrebe DIS-ovog maloprodajnog lanca ABR je projektovao objekte u Smederevu, Jagodini, Kruševcu, Lazarevcu, Velikoj Plani, Mladenovcu, Smederevskoj Palanci, Požarevcu. Svaki površine od 1.700 do 3.700 m<sup>2</sup>. Poslednji objekat u Pančevu je kvadrature 4.500m<sup>2</sup> i ujedno najveći do sada u DIS-ovom lancu.





# dobra cena dobar kvalitet





# tet sve je dobro





# MARKETING SEKTOR

*Marketing je disciplina koja se bavi pitanjima tržišta, potreba na tržištu i načina njihovog zadovoljavanja. Ova oblast se razvija i širi prateći razvoj tržišta. Marketing ima za cilj da postavi teorijsku osnovu za strategije poslovanja na tržištu. U teoriji marketinga uspeh na tržištu najčešće se dovodi u vezu sa razumevanjem i zadovoljenjem tržišnih odnosno potreba potrošača.*

- Marketing služba kompanije DIS osnovana je 2001. godine. Osnivanje ove službe uslovio je nagli razvoj i daleko intenzivnije učešće kompanije na tržištu srpske trgovine. U trenutku osnivanja marketing sektora, DIS je bio veleprodaja bez zalaska u oblast maloprodaje i uvoza. Ja sam ovde od 2005. godine, i sa razvojem firme proširivala se i oblast delovanja marketinga. Od službe koja se najpre bavila samo vizuelnim identitetom firme, počev od logotipa, uniformi, korporativnog kataloga, kalendara i mnogih drugih propratnih sadržaja, marketing danas ima daleko ozbiljniju ulogu u podršci razvoju DIS-a i

njegovom prisustvu na tržištu, kaže Ivan Šuleić, direktor marketing službe DIS-a.

Razvoj Interneta pružio je više nego očekivanu podršku razvoju savremenog marketinškog koncepta. Najvažnije Internet usluge Internet marketinga odvijaju se preko web sajtova određenog preduzeća. Nekima web sajtovi služe za promociju svoje delatnosti ili pružanje dodatnih usluga, dok druga preduzeća koriste Internet stranice kao osnovu poslovnog procesa.

- 70% ukupnog prometa u veleprodaji DIS ostvaruje putem interneta, dok svega 30% prometa dolazi od kupaca koji robu trebaju posećujući centralu DIS-a. Obuka kupaca za trebovanje robe putem interneta bila je još jedan od zadataka marketinga, ona je dugotrajan proces i zahteva rad na terenu. 37% profesionalnih kupaca trebalo je robu putem interneta već 2005. godine, dok je intenzivnom akcijom u periodu od godinu dana taj broj kupaca podignut na 67%. Prvobitnu aplikaciju namenjenu moderskom trebovanju robe nedavno smo zamenili savremenijom varijantom u vidu DIS portala za kupce koji je u saradnji sa marketing sektorom razvio

IT sektor DIS-a. Posredstvom DIS portala za dobavljače, koji je novina, našim dobavljačima omogućili smo uvid u poslovanje sa DIS-om. Za druge vidove Internet marketinga koristimo dva Internet sajta. Na jednom od sajtova mogu se dobiti informacije o kompletnom poslovanju, firme dok drugi korisnike informiše o radu DIS maloprodajne mreže. Marketing služba DIS-a aktivno je uključena u održavanje i osavremenjavanje postojećih portala i sajtova kao i razvijanju novih vidova korišćenja Internet marketinga.

Sledeći veliki projekat u kojem je učestvovala marketing služba DIS-a je razvijanje maloprodajne mreže kompanije DIS. To je napre podrazumevalo razvoj DIS franšiznog lanca.

- U ovaj projekat smo ušli početkom 2006. godine. Već tokom prve godine imali smo oko 150 franšizanata. Marketing je učestvovao u čitavom procesu od samog odabira kupaca i brendiranja objekata do svih ostalih aktivnosti koje podrazumeva razvoj franšizne mreže. Taj posao smo očigleno dobro obavili, jer danas našu mrežu čini 320 franšiznih objekata čiji vlasnici su naši najsigurniji i najstabilniji kupci. 2006. godine DIS



Aleksandar Majstorović - video producent, Danijela Milovanović - novinarka, Vladimir Josifović - grafički dizajner, Ivan Šuleić - direktor marketinga



otpočinje formiranje sopstvene maloprodajne mreže i otvara svoj prvi maloprodajni objekat DIS market u Smederevu. Marketing služba DIS-a u ovoj priči preuzima ulogu organizatora svečanog otvaranja i priprema tržište za ponudu koju će DIS izneti. DIS je do danas otvorio ukupno osam marketa dok je otvaranje još dva u pripremi.

# Kupićeš, više!

Marketing je koncept poslovanja orijentisan prema kupcima. U ovom konceptu projektovanje proizvoda i usluga počinje od potreba potrošača, a kao cilj delovanja postavlja se zadovoljstvo potrošača. Posvećenost potrošačima posebno se odnosi na zaposlene koji su u direktnom kontaktu sa njima.



- Sa razvojem franšizne mreže uveli smo i liflet odnosno katalog sa akcijskim artiklima. Putem Lifleta kupcima smo na samom početku nudili 64 akcijska artikla kroz akciju koja je trajala trideset dana. Akcija danas traje 15 dana sa ponudom od 150 artikala po posebnim akcijskim cenama. Kompletna priprema lifleta nalazi se u nadležnosti marketing sektora koji se u tom smislu bavi izradom fotografija, aranžiranjem i slikanjem proizvoda, obradom fotografija, dizajnom lifleta koji se za ovih pet godina promenio 12 puta. Sve promene nastale su u cilju da potrošačima omogućimo da im sam vizuelni doživljaj lifleta bude iznova zanimljiv. Marketing služba u saradnji sa category managementom organizuje i takozvane vikend akcije tokom kojih svakog vikenda kupcima ponudi 15 proizvoda po cenama nižim i za 50%. Takođe u saradnji sa category managementom marketing DIS-a zadužen je za brendiranje objekata, prodaju reklamnog prostora u vidu bilborda i prostora za pozicioniranje proizvoda što je takođe delimično

naš posao. Marketing sektor je takođe učestvovao u rebrendiranju nekoliko brendova poput brenda MEZE. DIS restorani su rebrendirani u restorane MEZE. Kreirali smo ZUM ZUM igraonica u našim marketima čime smo znatno povećali nivo usluge kupcima koji imaju decu do osam godina starosti koja su korisnici ove vrste pogodnosti. Učestvovali smo i u rebrendiranju firme Sloga u Hrastovo i sugerisali vizuelni identitet ovog poljoprivrednog dobra.



Osnivanjem kompanijskog lista 2008. godine, pod nazivom DIS Glasnik, marketing služba DIS-a još dublje zalazi u oblast izdavačke delatnosti.

- Kompanijska novina DIS Glasnik, takođe se nalazi u domenu rada marketing sektora odakle je i potekla inicijativa za njeno osnivanje. Novina na 36 strana izlazi dvomesečno i predstavlja svojevrsan način za obezbeđivanje medijskog prostora namenjenog našim najuspešnijim radnicima, poslovnim partnerima i dešavanjima vezanim za sve poslovne segmente DIS-a, ali odskora i Hrastova – ćerke firme DIS-a. DIS Glasnik čiji sada deseti broj čitate u potpunosti realizuje marketing sektor. Vizuelno i sadržajno DIS Glasnik je produkt ove marketing službe.

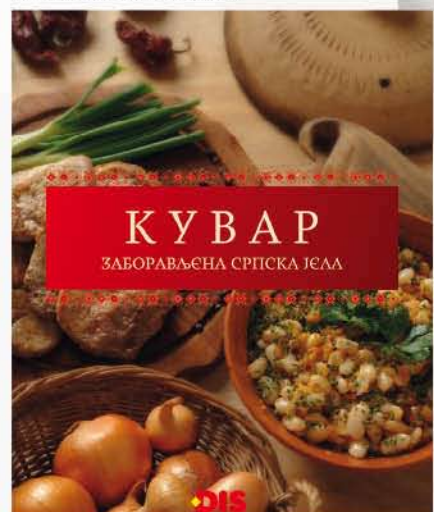
Kompanije mogu da kreiraju konkurentsku prednost iz mnogobrojnih izvora, kao što su superiornost u pogledu kvaliteta, brzine, sigurnosti, usluge, dizajna i pouzdanosti, zajedno s nižim troškom, nižom cenom i niza drugih. Konkurentsku prednost u kojoj je sadržan veliki broj od navedenih izvora DIS je između ostalog prepoznao i u kreiranju robne marke DOBRO koja je u prvom pojavljivanju na tržištu dala daleko bolje od prvobitno očekivanih rezultata.

- Aktivno smo učestvovali i u razvoju DIS robne marke DOBRO. Kreiranje vizuelnog identiteta koji uz kvalitet proizvoda predstavlja preduslov za uspešno plasiranje robne marke, nije ni malo lak posao. Rezultati prodaje, najvećeg dela od ukupno 400 artikala objedinjenih u DIS robnoj marki DOBRO, govore da smo valjano obavili zadatak. Reklamne kampanje za uvozni asortiman DIS-a u našem i drugim maloprodajnim

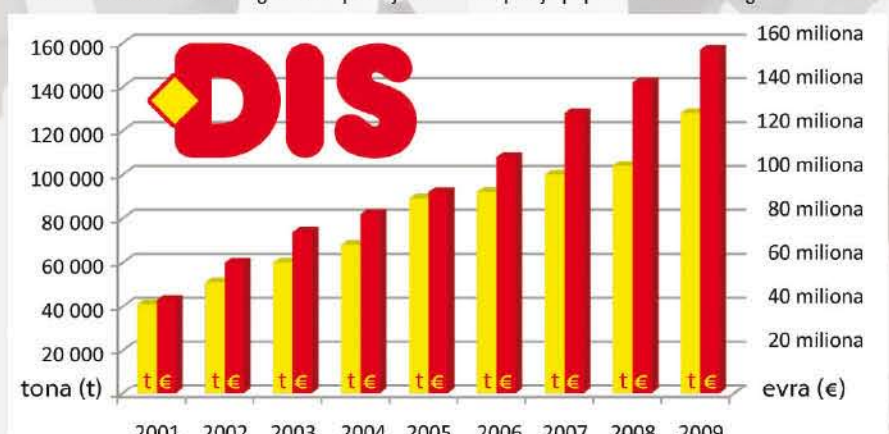
lancima širom Srbije takođe su bile sastavni deo našeg posla. Organizovanje najrazličitijih nagradnih igara kao vid zahvalnosti kupcu za odanost i obavljenju kupovinu predstavlja još jedan segment marketinških aktivnosti.

dobra  
cena  
dobar kvalitet  
sve je dobro

Za ukupnu kupovinu ili kupovinu određenih artikala, kupce DIS marketa i DIS franšiznih radnji nagrađivali smo, recimo, Kuvarom zaboravljenih srpskih jela. Tokom nedeljnih akcija, kao što je točak sreće, kupci su osvajali simbolične nagrade kakvim smo ih nagrađivali i putem DIS srećki. Predstave za decu u restoranu Meze jesu potpuno uobičajeno dešavanje u određenom periodu godine u DIS marketima. Tokom predhodnih godina mi smo u maloprodaji i za naš uvozni asortiman organizovali veliki broj nagradnih igara kroz koje smo našim kupcima podelili dvadeset četiri automobila.



Uspešno bavljenje marketingom zapravo zahteva pobedu u trci sa budućnošću a ona je za kompaniju poput DIS-a i više nego stabilna.





**DIS PORTAL**

NAJBRŽI NAČIN ZA PRAĆENJE LAGERA  
I TREBOVANJE ROBE



**BRZINA + EFIKASNOST  
= PROFIT**

Dobrodošli u DIS portal za **dobavljače**. Molimo ulogujte se!

  
<< [www.disyu.com](http://www.disyu.com)

Korisničko ime:

Šifra:

© Copyright 2010 DIS d.o.o. Sva prava zadržana. Design by: DIS PR & Marketing

**ULOGUJ SE ODMAH**

<http://b2b.disyu.com>







# Henkel

*A Brand Like a friend*

*Već više od 130 godina, kompanija Henkel je lider u proizvodnji brendova i tehnologija koji živate ljudi čine lakšim, boljim i lepšim. Henkelova oblast poslovanja obuhvata tri segmenta - proizvodnju kućne hemije, proizvodnju sredstava za ličnu negu, kao i proizvodnju građevinskih lepkova, lepkova široke potrošnje i industrijskih lepkova - i nalazi se na listi od 500 svetskih kompanija magazina Fortune. Više od 60% prodaje Henkelovih proizvoda čini roba široke potrošnje, dok poslovanje sa sektorom industrije čini 40% ukupnog anagažovanja kompanije. U fiskalnoj 2009. godini, Henkel je ostvario prodaju od 13,573 milijardi evra i operativni profit od 1,364 milijardi evra. Više od 50,000 zaposlenih u Henkelu, širom sveta, mogu da potvrde našu korporativnu tvrdnju „Brend kao prijatelj“ i da uvere ljude iz više od 125 zemalja da imaju poverenja u Henkelove brendove i tehnologije.*

Saradnja Henkela sa DIS-om datira od nastanka te kompanije. Još pre akvizicije Merima Kruševac je imala razvijenu saradnju sa DIS-om, budući da je bila jedan od najvažnijih dobavljača. Nakon što je Merima postala deo Henkela, saradnja je nastavljena i u velikoj meri unapređena.

Još je Merima imala vrlo razvijenu saradnju sa DIS-om, pa je samim tim uvek postojala motivacija za građenje trajnih odnosa. U Henkelu se nastavlja takva praksa i očekujemo još uspešniju saradnju. Okupljanje predstavnika Henkela i DIS-a na jezeru Kudreč prirodan je nastavak saradnje između ove dve kompanije. Cilj pomenutog okupljanja je nastavak dobrih prijateljskih i poslovnih odnosa i upoznavanje predstavnika DIS-a sa širokim asortimanom Henkelovih proizvoda. Takođe, u cilju unapređenja saradnje, predstavnici Henkelove prodajne službe imali su priliku da se detaljno prezentuju. U opisu posla kolega iz Marketinga je i praksa prezentovanja Henkelovog asortimana. Zbog velikog broja proizvoda koje naše tri divizije imaju u ponudi, akcenat je na najvažnijim programima, novim proizvodima i planiranim aktivnostima. Kolege imaju veliko iskustvo i znaju kako da prezentaciju učine preciznom, jasnom i kratkom. Što se tiče našeg sektora Deterdženti i kućna hemija, jedan od najprodavanijih proizvoda je domaći brend Merix. Tu je Persil koji se prodaje i na drugim tržištima kao i Mer sredstva za sudove. Osim njih potrošačima su omiljeni i Perwoll, Silan i Bref, a posebno smo ponosni na brend Dečiji sapun, koji se nama decenijama i koji se još uvek proizvodi.

Trgovina u Srbiji se razvija na veoma interesantan i specifičan način. Postoje mnoge karakteristike tržišta svojstvenih našem podneblju i sa time se sreće svako ko je u svakodnevnom kontaktu sa kupcima. Tržište je razučeno, postoji veliki broj malih gradova, a ruralna sredina je dominantnija od urbane. U poslednje vreme stvari se menjaju ulaskom velikih stranih trgovinskih sistema, što je dovelo do prestanka rada značajnog broja malih trgovina, bilo privatnih, ili društvenih. Nasuprot tome, mali broj domaćih trgovina uspešno se razvija. Jedan primer uspešnog razvoja je i DIS.

U Henkelu se mnogo radi na održanju visokog nivoa kvaliteta proizvoda. To uključuje primenu najnovijih tehnologija i sirovina, visok nivo menadžment procesa, implementacija internacionalnih sertifikata i standarda. U skladu sa tom politikom,

jih tehnologija i sirovina, visok nivo menadžment procesa, implementacija internacionalnih sertifikata i standarda. U skladu sa tom politikom,



Henkel prati promene u potrebama potrošača i među prvima im izlazi u susret novim proizvodima. U to su imali priliku da se uvere naši prijatelji iz DIS-a.





# TOČAK SREĆE



**TOČAK SREĆE**

**DIS MARKET**  
nagrađuje svoje kupce, u saradnji sa:




Od 28. maja do 27. juna kupci svih osam maloprodajnih objekata DIS-a imaju mogućnost da uz račun čiji iznos prelazi 1.500 dinara učestvu u igri TOČAK SREĆE. Okretanjem točka, odnosno njegovim zaustavljanjem na određenom polju, kupci postaju dobitnici neke od vrednih nagrada. Verim mušterijama DIS marketa na ovaj način biće poklonjeno preko 30.000 gratis proizvoda.





# TABAK ŠOPOVI U DIS MARKETIMA

Tabak šopovi su otvoreni sa idejom da se omogući lakši pristup kupcima koji žele da kupe tačno ciljane proizvode, a da pritom ne čekaju u redovima u kojima se nalaze ljudi sa punim kolicima. Na ovaj način obezbedili smo i bolju izloženost asortimana koji smo ranije izlagali u ček autima sa šezdeset pozicija. Tokom jednog perioda radili smo sa 130 brendova da bi taj broj

vremenom sveli na 108. Ovako izdvojene celine, poput Tabak šopa u DIS-u, pokazale su se kao pozitivne i u drugim, našem sličnim sistemima. Asortiman ponuđen u Tabak šopu značajno je proširen, na primer, u segmentu štampe, koja se sada izložena na ovaj način značajno bolje prodaje. U Tabak šopove smestili smo i niz drugih sitnica kao što su alkoholna pića, čokoladice

i slatkiši uopšte. Tabak šop je i osmišljen tako da bude što funkcionalniji. Što se asortimana tiče dopunjavamo ga redovno. Uskoro ćemo u Tabak šopove plasirati i malo ekskluzivniju robu poput upaljača, olovaka i niza drugih sitnica koje je moguće kupiti u vidu poklona, kaže Aleksandar Nikolić, category manager DIS-a.







### CARNEX PILINO PILEĆI PROGRAM

Kompanija Carnex pripremila je potpuno nove proizvode. Reč je o pilećem programu pod nazivom PILINO, koji obuhvata Pileću viršlu, Pileću kobasicu, Mini pileću kobasicu, Pileću kobasicu sa povrćem, Mini pileću kobasicu sa povrćem, Pileća prsa u omotu i Mini pileća prsa u omotu.

Prisustvo Carnex proizvoda na trpezama više od pola veka najbolji je dokaz znanja i iskustva u proizvodnji kvalitetnih preradevina od mesa. Sa istom pažnjom i sistemom kvaliteta proizvodi se svaki proizvod PILINO programa.

Važno je podsetiti da je pileće meso lagano, sa malo masti i holesterola, a bogato visokokvalitetnim belančevinama. Dobar je izvor fosfora, cinka i niacina, te tako pogodno za svakodnevno konzumiranje.

PILINO pileći program, napravljen od sirovina kontrolisanog porekla i kvaliteta, obogaćen povrćem ili prirodnim začinima, odlikuje se izuzetnim ukusom, mirisom i mekoćom koji osvajaju pri prvom zalagaju.



### BLAGO BISERNOG OSTRVA

Štrudle – trajni kolač sa voćnim punjenjem u pakovanju od 126 g i 252 g.

Fini kolač koji svojim bogatim ukusom vraća sećanje na čari prave domaće kuhinje koju na najbolji način ispuni miris tek pečene štrudle. Štrudle sa bogatim voćnim punjenjem od četiri različite vrste voća (višnja, smokva, šljiva i mešano voće) zadovoljiće ukus svakog sladokusca.

Proizvođač: „ŽITOPRERADA DM“ D.O.O., Bašaidski put bb, 23272 Novi Bečej, Republika Srbija



### BISER ULJE

BISER ULJE uljare Biser u Markovcu je proizvod iz programa zdrave hrane čiji je kvalitet potvrđen na sajmovima u Novom Sadu. Sedam zlatnih medalja i bezbroj šampionskih titula potvrda su da se BISER ULJE proizvodi po najsavremenijim tehnologijama koje omogućavaju najbolje uslove rada i najkvalitetniju proizvodnju. Hladno ceđeno ulje od semena suncokreta je zdravo, nutritivno zadovoljava sve zahteve programa zdrave hrane, a među kupcima je dobro poznato da nema zdravlja bez BISER ulja.



### UKUS DOMAĆIH TORTI I KOLAČA PO „ESKOM“ TEHNOLOGIJI

Opređenjem da budemo lideri u centralnoj Evropi u proizvodnji domaćih zamrznutih torti i kolača zacrtali smo svoj razvojni put koji uspešno krčimo isključivo kvalitetom naših proizvoda. Zdravstvenu bezbednost naših proizvoda potvrdili smo certifikatom HACCP 2008. godine. Iz bogatom proizvodnog programa proisteklog iz dugogodišnjeg iskustva ovoga puta izdvajamo:

Torta STRAČATELA

U ukusu tamnih biskvitnih korica i posebno izrađene kreme sa dodatkom seckanog lešnika i komadića čokolade, osetićete ukus leta, Mediterana i ljubavi!

Torta KREM BANANA

Kao što sam naziv kaže, ova torta, u laganoj kremi sadrži seckane krem bananice. Kremom takvog sadržaja nadevaju se tri biskvitne korice sa mlevenim orahom. Ovakva kombinacija ovu tortu čini jedinstvenom.

DOMAĆI KOLAČI

U dve varijante – mrsni i posni, svaki od ponuđenih ukusa je posebna priča. Uživate u mešavini ponuđenih ukusa.





**VERSIL LEGNO**

U širokom asortimanu nudi kolekciju Perla – toalet papiri, kuhinjski ubrusi, maramice i salvete. Perla predstavlja spoj tradicije i vrhunske tehnologije. Proizvode odlikuju najmodernija tehnološka rešenja koja garantuju vrhunski kvalitet, izdržljivost, mekoću, moć upijanja i eleganciju. Svi proizvodi su vizuelno atraktivni i prijatni na dodir.

Novo u ponudi:

T. Papir Profumo di Bosco 8/1, 3 sloja, 140 listova.

Papir je mekši i udobniji i prijatnog je mirisa. Blago je parfimisan. Sastoji se od 100% čiste celuloze. Pakovanje je od 8 rolni, svaka rolna ima 140 listića sa 3 sloja.

Novo pakovanje i poboljšan kvalitet:

T. Papir Kamilica 8/1, 3 sloja, 150 listova.

Novi Perla Decor Soft Kamilica je proizvod visokog kvaliteta poslednje inovacije. Sastoji se od troslojnog papira 100% čiste celuloze. Sa prepoznatljivim dezenom i izuzetnim mirisom kamilice.

Ubrus 2/1, 2 sloja, 50 listova

Kuhinjski ubrusi se sastoje od mešavine dugačkih i kratkih vlakana celuloze koji garantuju veliku izdržljivost i moć upijanja. Između prvog i drugog sloja se nalaze patentirane „šupljine“ koje brzo i efikasno upijaju tečnost sa raznih površina.



**ETRUSCHI - BREND VREDAN POVERENJA**

Etruschi brend prodavan u preko 50 zemalja Evrope i sveta.

Za samo nekoliko meseci Etruschi proizvodi su stekli veliko poverenje kupaca. Zahvaljujući prvenstveno svom kvalitetu, ali isto tako i više nego konkurentnoj ceni velikom brzinom ovi proizvodi su zauzeli poziciju u prodajnim objektima najvećih trgovinskih sistema, ali isto tako i u ogromnom broju parfimerija, apoteka širom Srbije.

Trenutno u asortimanu postoje 6 ženskih i dve muške mirisne note dezodoranasa, parfema i setova. U najskorije vreme očekuje se proširenje koje će obuhvatiti i losione posle brijanja, roll-one i jos novih Etruschi proizvoda.

Kako i krajem prole godine tako i u 2010. godini najavljena je i izuzetna marketinška podrška na razne načine, a kao najjača biće svakako reklamiranje u nekoliko najgledanijih emisija na najgledanijim televizijama.

ETRUSCHI-KOZMETIKA KOJA VAS NECE IZNEVERITI

Uvoznik za Srbiju Tahiti komerc d.o.o.



**VANISH**

Vanish, brend poznate svetske kompanije Reckit Benckiser, je globalni lider u uklanjanju fleka sa tkanina i sa tepiha. Kod uklanjanja fleka sa tkanina Vanish ima proizvode namenjene i procesu pranja i tretiranju tkanine pre pranja. Bez obzira da li imate problem sa flekama na garderobi ili svom tepihu, manjim ili većim površinama Vanish daje neverovatne, sjajne rezultate, efikasno i bezbedno uklanjanje.

Novo - Vanish Oxi Action EXTRA HYGIENE - GINO

● DVOSTRUKA PREDNOST= > Ubija 99.9% bakterija i efikasno uklanja sve vrste fleka

● Dostupan u dva formata kao prašak i kao tečni Vanish

● Veličina: 470g prašak i 940ml tečni Vanish

Zašto Vanish EXTRA HYGIENE?

Postoje 3 ključna potrošačka trenda koje dovode do nove dodatne potrebe u održavanju veš.

1. Raste zabrinutost zbog prisustva bakterija
2. Štednja pri pranju - kraći programi pranja
3. Prelazak na tečne deterdžente



**SOMBORSKA FETA**

Veliki gurmani i šefovi kuhinja širom jugoistočne Evrope vodili su debate o tome šta to šopsku salatu čini savršenom i oko jednog su se svi složili: šopska salata nije prava bez Somborske Fete!

Somborska Feta je meki, beli sir izvanrednog ukusa sa originalnom recepturom i dugom tradicijom, jedan je od najpoznatijih proizvoda Sombolada. Vodeći je brend u kategoriji feta sireva na tržištu Srbije. Pravi se od prvoklasnog kravljeg mleka sa vojvođanskih pašnjaka. Svežinu proizvoda čuva kvalitetno pakovanje – PP posude od 250g, 500g, kao i limenka od 7kg.

Somborska Feta se može servirati uz tanke kolutove paradajza, prelići maslinovim uljem i svežim aromatičnim biljem, servirati uz suvo meso i maslinke. Ali, jedan od najrasprostranjenijih načina konzumacije ovog sira jeste u šopskoj salati.

Obrađujte vaša čula blagim ukusom koji oplemenjuje svako jelo!

Uživajte u Somborskoj Feti!

Meki, punomasni beli sir

Mlečna mast: min. 45%

Pakovanje: plastična posuda 250g i 500g

Rok trajanja: 95 dana

Način čuvanja: 4-8°C



**WOW Limun/Mint  
dozna**

neto: 150x1g  
šifra: 02147  
tr. pak.: 150kom  
bar kod: 8600076002124

**WOW Limun/Mint  
duo dozna**

neto: 80x2.7g  
šifra: 02082  
tr. pak.: 80kom  
bar kod: 86018012

**WOW Strawberry  
dozna**

neto: 150x1g  
šifra: 02074  
tr. pak.: 150kom  
bar kod: 8600076002049

**WOW Strawberry  
duo dozna**

neto: 80x2.7g  
šifra: 02081  
tr. pak.: 80kom  
bar kod: 86018005

**WOW Ice Fresh  
dozna**

neto: 150x1g  
šifra: 02073  
tr. pak.: 150kom  
bar kod: 8600076002063

**WOW Ice Fresh  
duo dozna**

neto: 80x2.7g  
šifra: 02140  
tr. pak.: 80kom  
bar kod: 86017992

**WOW Eukaliptus  
dozna**

neto: 150x1g  
šifra: 02072  
tr. pak.: 150kom  
bar kod: 8600076002056

**WOW Eukaliptus  
duo dozna**

neto: 80x2.7g  
šifra: 02080  
tr. pak.: 80kom  
bar kod: 86017985



**Zvazbuka Peppermint  
guma za žvakanje**

neto: 100x4.5g  
šifra: 02059  
tr. pak.: 100kom  
bar kod: 8600076001585

**Zvazbuka Jagoda,  
guma za žvakanje**

neto: 100x4.5g  
šifra: 02058  
tr. pak.: 100kom  
bar kod: 8600076001578

**Start  
guma za žvakanje**

neto: 100x3.5g  
šifra: 02057  
tr. pak.: 100kom  
bar kod: 8600076001745

**Balonka  
guma za žvakanje**

neto: 100x4g  
šifra: 02052  
tr. pak.: 100kom  
bar kod: 8600076001530

**Balonka (kesa)  
guma za žvakanje**

neto: 100x4g  
šifra: 02053  
tr. pak.: 100kom  
bar kod: 8600076001523

**Nindža Kornjače,  
guma za žvakanje**

neto: 100x4g  
šifra: 02055  
tr. pak.: 100kom  
bar kod: 8600076001592

**Happy  
guma za žvakanje**

neto: 100x4g  
šifra: 02056  
tr. pak.: 100kom  
bar kod: 8600076001462





# BUDUĆI KOMERCIJALISTI U POSETI DIS-u

*Srednja ekonomska škola iz Požarevca ima preko 900 učenika svrstanih u 33 odeljenja. Škola će ove godine obeležiti 160 godina postojanja. Ova obrazovna ustanova školuje različite obrazovne profile učenika i to četvorogodišnje: ekonomski tehničar, finansijski tehničar, trgovinski tehničar i komercijalista u ogledno odeljenje koje čine samo 24 učenika. Osim pomenutih školuje i trogodišnje obrazovne profile: trgovac, kuvar, konobar i stolar. Za potrebe ovih zanimanja u okviru škole obezbeđena je stolarska radionica i školski restoran u kojem praksu imaju ugostitelji. Dakle, svake godine ovu školu završe učenici devet odeljenja četvorogodišnjih i trogodišnjih obrazovnih profila.*



Profesori i učenici Srednje ekonomske škole iz Požarevca prvi put su posetili DIS tokom prolećne školske godine. Zbog pozitivnih utisaka kakvi su prilikom te posete poneli iz sedišta kompanije DIS u Krnjevu nastavni kadar ove škole doneo je odluku da se ovaj vid saradnje nastavi, pa je usledila još jedna poseta DIS-u.

- Mi smo tokom prolećne godine prvi put posetili DIS. Tada su u obilasku bile moje kolege, ali što se ovogodišnje posete tiče mogu da vam kažem da sam oduševljena. Da ne znam da sam ovde, pomislila bi da sam negde na zapadu. Organizacija i vizuelni identitet firme su neverovatni. Saznali smo mnogo toga i apsolutno smo zadovoljni posetom. I ove godine u posetu

smo doveli ogledno odeljenje komercijalista. Oni se školuju po principu da se od prve godine školovanja uključuju u praktični rad i za njih su posete ovakvim uspešnim kompanijama koje su danas prava retkost više nego značajne. Inače praktičnu nastavu u samoj školi obavljamo u specijalno opremljenim kabinetima u kojima oni posluju u svojim zamišljenim odnosno virtuelnim preduzećima. Puni smo iščekivanja po pitanju obrazovanja ovog oglednog smera koji još uvek nije završila ni jedna generacija. Zahvaljujući specifičnom načinu obrazovanja naši učenici sa smera komercijalista vrlo dobro znaju šta ih očekuje u budućem radu u pravim firmama. Poseta DIS-u je osim mogućnosti da vide kako funkcioniše jedno pravo preduzeće, bila i prilika da porazgovaraju sa komercijalistima odnosno kategori menadžerima koji su kroz dugogodišnji rad u vašoj firmi stekli puno praktičnog iskustva. Mogla sam da vidim da su učenici bili zaista zainteresovani za razgovor i postavljali niz najrazličitijih pitanja. Dakle mogu da zaključim da je ova poseta višestruko korisna i iskreno se nadam da će te nam izaći u susret i po pitanju poseta DIS-u i nekih naših budućih generacija, kaže Sibinka Živanović, nastavnik ekonomske grupe predmeta i razgredni starešina.





# PRIMENA NOVOG ZAKONA O PLANIRANJU I IZGRADNJI

Institut za poslovna istraživanja – MBA organizovao je 16. aprila specijalistički seminar koji je za temu imao primenu novog Zakona o planiranju i izgradnji. Ova edukativna aktivnost okupila je stručnjake iz preduzeća i ustanova čija oblast delovanja zalazi u ovaj Zakon. Primena novog Zakona o planiranju i izgradnji u praksi je otvorila mnoga pitanja i dileme. Polaznike seminara su sa novim zakonskim rešenjima i načinom njihove primene u praksi upoznali stručnjaci za ovu oblast koji su i učestvovali i u pripremi ovog zakona i podzakonskih akata. Seminar je obuhvatio prostorno i urbanističko planiranje, građevinsko zemljište (gradsko i van tih okvira) i proceduru koju iziskuje izgradnja objekta (građevinska dozvola, građenje, upotrebna dozvola), inspeksijski nadzor, legalizacija i pitanja koja se nemeću kroz praksu takođe su bile teme ovog seminara. U ime DIS-a učešće na seminaru uzeo je Radoljub Đurić, tehnički direktor DIS-a.



## TREĆI FORUM MENADŽERA

U četvrtak 29. aprila održan je treći po redu Veliki forum menadžera srpske asocijacije menadžera.

Specijalni gost Foruma bio je ministar životne sredine i prostornog planiranja dr Oliver Dulić. Moderator događaja bio je novinar NIN-a, gospodin Mijat Lakićević. Forumu su prisustvovali brojni članovi Asocijacije i njihovi gosti, koji su imali priliku da se upoznaju sa aktivnostima SAM u prethodnom periodu. Ministar je upoznao



prisutne sa trenutnim aktivnostima Ministarstva zaštite životne sredine i prostornog planiranja, kao i sa planovima Ministarstva za naredni period.

Prisutni na događaju su imali priliku da postavljaju pitanja ministru Duliću tokom diskusije koja se vodila na temu aktuelnog Zakona o planiranju i izgradnji, konverziji zemljišta, dozvolama kao i o pitanjima upravljanja otpadom, ekološkim taknama i reciklaži.

Sponzor događaja bila je kompanija Ball Packaging Europe, koja je zajedno sa prisutnima proslavila 75. godina od proizvodnje prve limenke. Prilikom prezentacije ove kompanije imao je regionalni direktor prodaje za Jugoistočnu Evropu i član Upravnog odbora SAM, gospodin Nenad Đurđević.

Reciklažna industrija u Srbiji bi mogla da uposli 10.000 ljudi. U Sloveniji se reciklira čak 52% sekundarnih sirovina dok u Srbiji to ne prelazi 1%.





# RADIONICA O ZAŠTITI KONKURENCIJE

Komisija za zaštitu konkurencije je, između ostalog, nadležna da u skladu sa članom 21. Tačka 11, Zakona o zaštiti konkurencije ("Službeni glasnik RS" br.51/2009), preuzima aktivnosti na razvijanju svesti o potrebi zaštite konkurencije. U okviru ove nadležnosti, u Centru za zaštitu potrošača, 28.4.2010. godine, uz pomoć Ministarstva trgovine i usluga, održana radionica o pravilima konkurencije u trgovini.

Ova aktivnost bila je samo jedna od planiranih u okviru „Dana konkurencije“, koja se realizuje u saradnji sa Privrednom komorom Srbije i Ministarstvom trgovine i usluga.

Radionicu je otvorio ministar trgovine, dr Slobodan Milosavljević, a uvodnu reč dala predsednica Komisije za zaštitu konkurencije, prof.dr Dijana Marković Bajalović.

Na pitanja predstavnika društava koja se bave trgovinom i proizvođača odgovarali su službenici Stručne službe Komisije i to: Boris Lemberger, šef Odeljenja za koncentracije, Vesna Džagić, šef Odeljenja za praćenje zabranjenih sporazuma i Marina Joksimović, šef Odeljenja za praćenje zloupotrebe dominantnog položaja. U ime DIS-a u ovoj radionici učestvovala je Danijela Todorović, šef pravne službe.



## UPRAVLJENJE AMBALŽNIM OTPADOM

Seminar na temu Upravljanje ambalažom i ambalažnim otpadom, odnosno EU Direktiva 94/62/EC o ambalaži i ambalažnom otpadu, održan je 20.5.2010. u hotelu Dunav u Požarevcu. Ispred DIS-a na seminaru je učestvovao Branko Milovanović šef održavanja DIS-a i Dejan Rakić, rukovodilac DC DIS-a.

Cilj primene EU Direktiva 94/62/EC o ambalaži i ambalažnom otpadu:

Harmonizacija nacionalnog zakonodavstva u oblasti upravljanja ambalažom i ambalažnim otpadom u zemljama EU, smanjenje uticaja ambalažnog otpada na životnu sredinu, obezbeđenje funkcionisanja internog tržišta, ukidanje

trgovinskih barijera, sprečavanje uspostavljanja nelegitimne konkurencije.

Mere:

Sprečavanje stvaranja ambalažnog otpada, ponovnu upotrebu ambalaže, reciklažu i druge oblike ponovnog iskorišćenja ambalažnog otpada, smanjivanje konačnog odlaganja otpada.

## PRIMENA ZAKONA O BEZBEDNOSTI HRANE

Srbija je bila među retkim zemljama koja nije imala Zakon o bezbednosti hrane. Posle njegovog donošenja on garantuje sledljivost u kontroli hrane od njive do trpeze. Po donošenju ovog Zakona za ispravnost hrane odgovorni su proizvođači. Kada je reč o radu inspekcija one treba da pružaju pomoć za proizvodnju bezbedne hrane, a kažnjavanje će predstavljati poslednju instancu u njegovoj primeni.

28. aprila 2010. godine, PK Požarevac organizovala je sastanak na temu: Primena Zakona o bezbednosti hrane. U radu skupa učestvovali su predstavnici: Ministarstva poljoprivrede i zdravlja, Privredne komore Srbije, inspeksijskih organa, Zavoda za javno zdravlje Požarevac, zadruga i Zadrugnog saveza, Poljoprivrednih stručnih službi, udruženja poljoprivrednih proizvođača i sredstava informisanja. DIS su na ovom skupu predstavljali Nebojša Šuleić i Slavko Živković, referenti za nabavku i uvoz u DIS-u.





**Ehrmann**

Made in Germany

**DIS**



**Više od voća**



# SUDOKU GALERIJA

U svako prazno polje upišite po jednu cifru od 1 do 9. U svakom vodoravnom redu, uspravnoj koloni i u svakom od devet kvadrata 3x3 treba da budu sve različite cifre.

	7			4		2		
		4		3		5	9	
	3		1					8
	2		5	9				4
3								7
4				7	8		1	
6					7		5	
	9	5		2		1		
		2		8			6	

3				7			1	
		7			9	5		
1	2		6					7
4				3	2		5	
	7						8	
	6		9	5				3
6					1		4	5
		4	5			3		
	5			6				2

	SLUČAJNE GREŠKE	POŠTAR	TIP OPELOVOG AUTOMOBILA	DELO HERMANA HESEA	PISAC NOBELOVAC, ELIJAS	PLANINA U TURSKOJ	AMERIČKA GLUMICA GRETA	SNОВI	PREMA, K	PRVO SLOVO	STUB U OBLIKU ŽENSKE FIGURE	NAŠA TV-VODITELJKA
PRIMEDBA, NAPOMENA							INSTITUT ZA ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA (skr.)					
TAKSA ZA PRELAZ PREKO MOSTA										AVENIJA		
JEVREJI IZ SREDNJE EVROPE									UZVIK USHIĆENJA			
ODBRAMBENI IGRAČI U FUDBALU								SKANDINAVSKI BOG				
ZAKLJUČAK, TVRDNJA (fr.)								GLUMICA GARDNER				
PRIPADNIK DIVOVSKOG BIBLIJSKOG PLEMENA							PVC MATERIJAL					
							FUDBALER HUAN					
	OBIM		ISTOK		ČUVENA ŠVEDSKA MUZIČKA GRUPA	SLIKARSKA DAŠČICA						
	KONOPAC		FRANCUSKI PISAC VIKTOR			FENIČKI GRAD						
ZASIVATI U NEŠTO								ARAPSKO MUSKO IME				
								ANKONA				
OPŠTINA U BRANIČEVSKOM OKRUGU									GLUMAC MARFI			
									AUSTRIJA			
ENERGIJA		GLINENI DUVAČKI INSTRUMENT									INICIJALI PEVAČA ČELENTANA	



# Rupp sir? Yes SIR!



100  
GODINA TRADICIJE











XVI INTERNATIONAL AWARD  
FOR FOOD AND BEVERAGES  
MADRID-SPAIN 1993



**14 МЕДАЉА** за квалитет  
производа **74. МЕЂУНАРОДНИ**  
**ПОЉОПРИВРЕДНИ САЈАМ**  
НОВИ САД, 2007.



**ПЕХАР** за квалитет  
и асортиман **75. МЕЂУНАРОДНИ**  
**38 МЕДАЉА** за квалитет  
производа **ПОЉОПРИВРЕДНИ САЈАМ**  
НОВИ САД, 2008.



**ВЕЛИКИ ШАМПИОНСКИ ПЕХАР**  
**55 МЕДАЉА** за квалитет производа  
76. МЕЂУНАРОДНИ ПОЉОПРИВРЕДНИ САЈАМ НОВИ САД 2009.



**INTERNATIONAL DLG**  
(Немачко пољопривредно друштво)  
**Quality Competition**  
**Ham and Sausage 2009**  
Немачка 2009.

