



U OČEKIVANJU ŽETVE 4



PRESA ZA AMBALAŽU 9



DRAGSTOR DRAGANA 11



VOĆE MORA DA BLISTA 13

GRADILIŠTE U KRAGUJEVCU



Rogradnja DIS marketa u Kragujevcu počela je 15. maja ove godine, označili su je radovi na rasčišćavanju terena u ulici Josifa Šnersona bb. Ovo je deveti objekat u DIS maloprodajnoj mreži, pozicioniran u centru Kragujevačkog naselja Centralna radionica i ujedno najveći prodaj-

ni objekat ove vrste u ovom kraju. Radovi na izgradnji ovog objekta, uprkos ni malo naklonjenim vremenskim prilikama, odvijaju se planiranom dinamikom zahvaljujući građevinskoj firmi „Tehnogradnja“ iz Kruševca koja gradi deveti ovakav objekat za potrebe DIS-a.



PUTNA SLUŽBA DIS-A 19



HYUNDAI U PANČEVU 29

carnex

Kompanija Carnex predstavlja nove premium proizvode!

Pikant, Mediteran i Light viršla proizvedene su od odabranih komada svinjskog i goveđeg mesa, upotpunjenih mešavinom prirodnih začina.



KVALITET KOJI TRAJE

Carnex viršle
od sada u novom,
egalizovanom pakovanju!



NAZIV PROIZVODA	BAR KOD	JEDINICA MERE	BROJ KOMADA/ TRANSP. PAK.	NETO TEŽINA TRANSP. PAK.
<i>Delikates viršla</i>	8600012500608	260g	15	3,9kg
<i>Pikant viršla</i>	8600012502251	260g	15	3,9kg
<i>Mediteran viršla</i>	8600012502244	260g	15	3,9kg
<i>Light viršla</i>	8600012502268	260g	15	3,9kg
<i>Pilino Pileća viršla</i>	8600012502282	260g	15	3,9kg

Glasnik

IZDAVAČ:

PTP „DIS”

Bulevar oslobođenja 1b
11319 Krnjevo

REDAKCIJA:

Danijela Milovanović
Ivan Šuleić
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
www.dismarket.rs

Glasnik

SADRŽAJ:

- 4 U očekivanju žetve
- 7 Gradilište u Kragujevcu
- 9 Reciklaža ambalažnog otpada
- 11 Dragstor Dragana
- 13 Voće i povrće mora da blista
- 17 Rotografika
- 19 Putna služba DIS-a
- 26 Škola koja nikad ne zatvara vrata
- 29 Prva nagrada u Pančevu
- 30 Sajam zapošljavanja - Smederevo

VISOKI STANDARDI KROZ INVESTICIJE

Ne odustajemo od investicija, za manje od dva meseca, - DIS otvara svoj deveti market u Kragujevcu. Na odličnoj lokaciji u ulici Spasenijske Cane Babović u naselju Bagremar kupci će uskoro imati prilike da se upoznaju sa kvalitetom koji naša kompanija pruža. Očekivanja kupaca i lokalne zajednice će sigurno biti ispunjena, a na tržištu Kragujevca DIS donosi novi pristup koji će kupci sasvim sigurno prepoznati. Stotinak novih radnika predstavlja značajan korak u rešavanju problema nezaposlenosti u samom gradu. Analiza lokacije i analiza lokalnog tržišta govore u prilog očekivanjima kupaca i naše kompanije.

Ne odustajemo ni od širenja game usluga cenjenim kupcima u postojećim objektima, uskoro će u našim objektima biti otvoreni moderni i reprezentativni objekti kompanije Pharmacy. Uz postojeće sadržaje ovaj će sasvim sigurno podići nivo atraktivnosti naših lokacija i postati mesto gde kupci mogu rešiti više poslova bez trošenja vremena.

Imam zadovoljstvo da vas informišem i da smo uspešno završili proces sertifikacije HACCP prema ISO 9001 standardu, čime samo dokazujemo opredeljenje da uspostavimo i održimo radnu metodologiju prema principima dobre proizvođačke i dobre higijenske prakse. Uvođenjem standarda konstantno ćemo unapređivati sve poslovne procese i poboljšati čitav sistem.

Kao što je u prethodnom uvodniku izvršni direktor Aleksandar Tirnanić najavio, marketinške aktivnosti su pojačane. Lifleti izlaze dva puta mesečno, sa više artikala, a sve vikend akcije su značajno pojačane. Ovoga puta praćene snažnom kampanjom u štampanim medijima, tako da ćete moći svakog petka u Kuriru i Blicu



da se upoznate sa našim planom za relaksaciju vašeg budžeta kroz niske cene atraktivnih proizvoda. Nismo zaboravili ni sezonu godišnjih odmora, kao ni početak školske godine. Trenutno su aktuelni specijalni tematski lifleti za leto i početak školske godine. Naše trajno opredeljenje da kupci dobijaju kvalitetne proizvode po niskim cenama je i dalje naša poslovna vodilja.

Akcijaska sniženja, briga o potrošačima, najbolji odnos cena kvalitet, čine od DIS marketa mesta porodičnog okupljanja i porodične kupovine. Visoki standardi koje smo postavili u radu samo su stepenice ka našem dugoročnom uspehu.

Generalni direktor
Darko Aćimović



U OČEKIVANJU ŽETVE

Obnova Hrastova i pokretanje proizvodnje počeli su onog dana kada je DIS kupio većinski paket akcije nekadašnjeg AD Sloga, ubrzo preimenovanog u Hrastovo d.o.o. Inteviziranje proizvodnje u ratarstvu počelo je u prvim prolećnim danima, a u isto vreme počela je i adaptacija i automatizacija objekta za stočarsku proizvodnju, odnosno farme za tov svinja.

- Prilagođavanje objekta savremenoj stočarskoj proizvodnji, odnosno svinjogojstvu, počelo je 22. marta i završeno 01. avgusta. Objekat je poprimio novi izgled i namenu, urađene su nove električne i vodovodne instalacije, ugrađen je savremeni ventilacioni sistem i linije ishrane. Sistem protivpožarne zaštite u potpunosti je automatizovan i kao takav svrstava nas među najmodernije farme u Srbiji. Postavili smo visoke ciljeve što je uslovalo montiranje najsavremenijih sistema i apsolutno praćenje Evropskih standarda. U skladu sa do sada prezentovanim informacijama apsolutno smo spremni za promene u oblasti zakonodavstva u poljoprivrednoj proizvodnji.

Uzgajanjem domaćih životinja dobijaju se raznovrsni proizvodi nezamenljivi u ishrani, ali i stajnjak kao nusproizvod stočarstva koji je u ratarskoj, povrtarskoj i voćarskoj proizvodnji neophodan za održavanje plodnosti i povoljne strukture zemljišta. Polazeći od principa da je najbolja politika zaštite životne sredine ona koja se zasniva na preventivi, obavezno je zbrinjavanje stajnjaka u odgovarajuća skladišta za čuvanje ovih kapaciteta.

- Planirajući obnovu stočarske proizvodnje i u isto vreme prateći kretanja Evropskih stadarda, vodili smo računa o poštovanju principa u oblasti ekologije. Jedna četvrtina investicionih sredstava za modernizaciju stočarske proizvodnje utrošena je na adaptaciju lagune i nabaku folije za njeno oblaganje. Na ovaj način obezbeđeno je sprečavanje oticanja otpadnih voda i mogućnosti zagađenja zemljišta. Obezbedili smo i postrojenja za tretiranje tečnog i čvrstog stajnjaka, čime smo osigurali siguran pozitivni uticaj na životnu sredinu, odnosno smanjenje emisije štetnih gasova. Razlozi za skladištenje stajnjaka su višestuki: Kako bi se stajnjak mogao upotrebiti na zemljištu u uslovima koji su kompatibilni sa klimatskim i



karakteristikama useva na kojima će se stajnjak primenjivati, sprečavanja prezasićenosti zemljišta i pravovremena upotreba stajnjaka radi maksimalnog iskorišćavanja njegovih svojstava neposredno pre ili tokom sezone porasta



Rod kukuruza premašio očekivanja



Završena rekonstrukcija tovilišta

useva. Proces revitilizacije, pratili su italijanski proizvođač i vodeći stručnjaci u oblasti projektovanja i montaže ovakvih postrojenja.

Ne može se reći da su vremenske prilike tokom ove proizvodne godine išle u prilog razvoju većine ratarskih kultura. Uprkos ovoj činjenici, usevi na poljoprivrednom dobru Hrastovo za sada su u stanju boljem od očekivanog.

- Još uvek ne možemo da tvrdimo da će rod prevazići očekivanja, ali možemo da konstatujemo da su kulture u odličnoj kondiciji, što nam daje realnu nadu da će prinosi biti vrlo dobri. Na početku ovog proizvodnog ciklusa, u oblasti ratarske proizvodnje imali smo dosta poteškoća. Borili smo se sa vremenskim neprilikama koje su prouzrokovale kašnjenje setve. Samo zahvaljujući velikom zalaganju u vidu pravovremenog tretiranja useva u smislu hemijske zaštite i mineralne prihrane, sve kulture su u odličnom stanju, zaključuje direktor, Goran Stevanović.

Kukuruz na 40 ha i suncokret na 80 ha u fazi su naliivanja zrna, pa su poslednje padavine bile dobrodošle. Soja koja je zasejana na 75 ha je u fazi formiranja zrna u mahuni, pa su i njoj padavine prijale. Uz dovoljan broj sunčanih dana u narednom periodu realno je očekivati dobre

prinosi koji bi, uz dobru otkupnu cenu, doneli značajna sredstva koja su nam preko potrebna za nabavku nove mehanizacije i nastavak proizvodnog ciklusa u ratarskoj proizvodnji.



Laguna za odlaganje stajnjaka

U procesu rekonstrukcije Hrastova obezbeđeni su izvesni kapaciteti za skladištenje letine, pa će deo prinosa biti skladišten na poljoprivrednom dobru.

- Sve ratarske proizvode plasiraćemo na

tržište, naravno u onom trenutku kada se za to steknu najpovoljniji uslovi. S obzirom na činjenicu da raspolažemo određenim skladišnim prostorom, nećemo po svaku cenu ukupan rod plasirati odmah. Sačekaćemo određene paritete i cene kako bi svoj proizvod pod najpovoljnijim uslovima plasirali na tržište. Ukoliko se ukaže potreba, krenućemo i sa otkupom proizvoda od individualnog sektora kako bi obezbedili sirovinu našim pamerima u oblasti proizvodnje stočne hrane i tako obezbediti dovoljno hrane za nastavak procesa proizvodnje u stočarstvu.

PD Hrastovo će ovih dana obaviti i prvu žetvu od trenutka privatizacije. Intenzivne pripreme za ovu aktivnost uveliko traju.

- PD Hrastovo ovih, a i narednih dana, uz intenzivnu stočarsku proizvodnju, akcenat stavlja na predstojeću žetvu, najpre suncokreta, a potom soje i kukuruza. Uveliko se pripremaju mašine koje će biti uključene u taj proces. Konkretno, trenutno se vrši tehnički pregled i osposobljavanje kombajna koji će podneti najveći teret kao i popravka prikolica za prevoz useva sa njiva do skladišta. U isto vreme edukujemo

operatere, odnosno vozače kombajna. Radi se i na tome da se smeštajni kapaciteti očiste, a postojeća kolska vaga dovede u ispravno stanje. Sve u svemu, ovih dana na PD Hrastovo očekuje nas dosta posla.



Polje suncokreta



Iz mlinova obasjanih suncem...



Novo! - Porodično pakovanje Sun Mill 160g



- ✓ Jedinstveni vafli sa ukusom meda.....
- ✓ Hrkavi crunch od žitarica.....
- ✓ Ukusi koji osvajaju: čokolada+lešnik, čokolada+narandža i jogurt+višnja ...
- ✓ Atraktivan dizajn i praktično pakovanje....
- ✓ Pristupačna cena!



Težina (g)	EAN kod	Komercijalno pakovanje (kg)	Komada u display kutiji	Transportno pakovanje (kg)
30	870699	0.9	30	2.7
30	870736	0.9	30	2.7
30	870774	0.9	30	2.7
30	870811	0.9	30	2.7

Sun Mill sa čokoladom i lešnikom

Sun Mill sa čokoladom i narandžom

Sun Mill sa jogurtom i višnjom

www.a-pionir.com

GRADILIŠTE U KRAGUJEVCU

Izgradnja DIS marketa u Kragujevcu počela je 15. maja ove godine. Označili su je radovi na rasčišćavanju terena u ulici Josifa Šnersona bb. Ovo je deveti objekat u DIS maloprodajnoj mreži, pozicioniran u centru Kragujevačkog naselja Centralna radionica i ujedno najveći prodajni objekat ove vrste u ovom kraju. Radovi na izgradnji ovog objekta, uprkos ni malo naklonjenim vremenskim prilikama, odvijaju se planiranom dinamikom zahvaljujući građevinskoj firmi Tehnogradnja iz Kruševca koja gradi deveti ovakav objekat za potrebe DIS-a.

PRVA FAZA RADOVA
JUL 2010. GODINE

- Na objektu DIS market Kragujevac, izvršena je montaža 32 stuba samca, u toku je izrada parapetnih i potpornih zidova, izvršen je široki iskop i tamponiranje, a u pripremi je postavljanje cisterni za protivpožarnu zaštitu i tankova za gorivo za ogrev. Montaža krovne konstrukcije trajala je 12 dana, a potom nastavljeni radovi na izradi greda i zidanju objekta. Prema dinamici, građevinski radovi bi trebalo da budu privedeni kraju najkasnije polovinom septembra, a objekat otvoren 30. septembra. Vremenske prilike su



Goran Lazić dipl. građ. ing., šef gradilišta
Radoljub Đurić, tehnički direktor DIS-a

najveći neprijatelj ove izgradnje. Svakoga dana gledamo u nebo nadajući se da neće biti kiše, a kada je bude, suočavamo se sa posledicama i borimo protiv njih. Pumpe neprestano izvlače vodu, a mi smo uspjeli da celu lokaciju naspemo



tucanikom što nam znatno olakšava posao. Objekat DIS marketa u Kragujevcu sa površinom od 3.800 metara kvadratnih predstavlja objekat velikog formata. Ovoj površini dodajemo prednju i zadnju nadstrešnicu kao i parkinge a ostalo je po standardnoj šemi DIS-a, kaže Goran Lazić dipl. građ. Ing., šef gradilišta.

DRUGA FAZA RADOVA
AVGUST 2010. GODINE

- Radovi se odvijaju prema planiranoj dinamici. Završeno je pokrivanje krova krovnim panelima i



elastičnom membranom. Radi se zatvaranje zidova, tamponiranje, nabijanje i izrada podložnog betona. Sva zidanja su završena i malterisanje

je u toku kao i izrada prve faze instalacija. U međuvremenu smo izvršili i montažu čelične konstrukcije prednje nadstrešnice i postavili protivpožarnu i cisternu za mazut. Dakle, držimo se planirane dinamike i Tehnogradnja će izgradnju ovog objekta završiti u predviđenom roku.

Ovo je deveti objekat DIS-a na kojem građevinske radove izvodi „Tehnogradnja“ iz Kruševca. Trudimo se da u trenutnim uslovima tržišnog privređivanja kraćim rokovima, kvalitetnom, efikasnom i jeftinom gradnjom zadržimo to partnerstvo i nastavimo saradnju sa DIS-om, kaže Goran Lazić dipl. građ. Ing., šef gradilišta.



ARIEL

EKSPERT ZA ČISTOČU

PREDSTAVLJA

ARIEL GEL KAPSULE

2X
KONCENTROVANIJIA
MOĆ UKLANJANJA
FLEKA*



Naziv proizvoda

Bar kod

Br. komada
u transportnom pak.

Tezina
transportnog pak.

ARIEL MS liquid tabs 16x35ml

5413149973794

3

2,7 kg

ARIEL MS liquid tabs 32x35ml

5413149973855

3

4,4 kg

ARIEL Color liquid tabs 16x35ml

5413149973923

3

2,7 kg

ARIEL Color liquid tabs 32x35ml

5413149973954

3

4,4 kg

* U odnosu na Ariel tečni deterđent po mililitru

RECIKLAŽA AMBALAŽNOG OTPADA

Zbog sve većih količina i svoje štetnosti, otpad se smatra jednim od najvećih problema i zagađivača naše životne sredine, koji ima kratkoročne i dugoročne posledice na kvalitet i dužinu našeg života, kao i na kvalitet vazduha, hrane i vode koje unosimo.

Svi smo se do sada sreli sa ambalažnim otpadom, odnosno ambalažom, koja kada prestane da ima svoju upotrebnu vrednost, postaje višak sa kojim uglavnom ne znamo šta da radimo, sem da ga bacimo u smeće. Količine ovog ambalažnog otpada, od svakodnevnih potrošnih stvari koja se koristi u domaćinstvima su velike, jer mi svakog dana sve više kupujemo, a samim tim stvaramo i ozbiljan problem odlaganja, odnosno deponovanja te ambalaže.



Korisno i efikasno rešenje u smanjivanju već ogromnih količina otpada, naročito ambalažnog, jeste samo u tehnološkom napretku i razvoju građanske ekološke svesti, menjanju naših navika, kao i usvajanju novih.

Kompanije poput DIS-a svakodnevno su suočene sa stvaranjem ogromnih količina ambalažnog otpada. Međutim, ukoliko se sa njim postupa na pravi način, zaštita životne sredine je neosporna, a ova vrsta otpada ponovo dobija upotrebnu vrednost. Osim toga, ono što je nekada za kompaniju predstavljalo samo trošak, sada postaje neosporan izvor prihoda.

- Ulaganjem u presu za baliranje otpadnog kartona, DIS je rešio problem ove vrste ambalažnog otpada. Karton se presovanjem pretvara u takozvane bale, čija težina u proseku iznosi 400 kilograma. Presa za baliranje kartona

radi u dve smene i na njoj su ukupno uposlena četvorica radnika. Četiri hiljade kilograma kartonske ambalaže presuje se na ovaj način dnevno i kasnije distribuira preradačima ove vrste sirovine. Tako se na krajnje jednostavan način otpad pretvara u sirovinu prelazeći put ka finalnom proizvodu, kaže Branko Milovanović, šef službe održavanja DIS-a.



OPŠTI POJMOVI RECIKLAŽE PAPIRA

Ranije se papir proizvodio od starih tkanina, a danas se proizvodi od celuloze. Za celulozu, koja se dobija iz drveta, potrebno je poseći veliki broj stabala. Kako je reč o prirodnom resursu, potrebno je brinuti o njegovim količinama. Primer nebrige o ovom prirodnom bogatstvu jeste Kina, 90% njene površine bilo je pokriveno šumom, dok je danas taj iznos oko 5%.



ZNAČAJ ŠUMA ZA OKOLINU JE VIŠESTRUK:

- Oslobađaju kiseonik u procesu fotosinteze (hektar šume dnevno potroši oko 4000 kg CO₂, a oslobodi oko 3000 kg O₂)
- Apsorbuju plinove, sedimentiraju prašinu, filtriraju čvrste i radioaktivne čestice (stablo divljeg

kestena staro oko 30 god. može zadržati 120 kg prašine i 80 kg aerosola godišnje)

- Imaju baktericidno dejstvo (šumski vazduh je bogat eteričnim uljima koja uništavaju mikrobe)
- Filtriraju vodu, sprečavaju eroziju i klizišta, smanjuju buku, ublažavaju klimatske promene, smiruju tišinom i odvojenošću ambijenta

ZNAČAJ RECIKLIRANJA

Ako pošaljemo u fabriku naš stari papir, imaćemo sledeće uštede u procesu proizvodnje po toni sakupljenog papira:

- 65% manje energije
- 50% manje vode
- 74% manje zagađenje vazduha
- Zamenjuje 17 stabala

PROIZVODNJA RECIKLIRANOG PAPIRA

U fabrikama se proizvodi originalan ekološki papir, reciklirani papir i karton. Originalni ekološki papir se bez izbeljivanja i farbanja uz minimalan utrošak energije i vode proizvodi iz 100% starog papira.

Reciklirani papir se proizvodi od 80-100% starog papira i nove celuloze uz dodatak hemijskih pomoćnih sirovina. Karton se u proseku pravi 90% od starog papira.



Reciklirani papir se koristi se za sve kopir aparate, neprovidan je, 4-5 puta manje opterećuje okolinu i vek trajanja mu je preko 100 godina. Upotrebljava se u industriji papira, građevinarstvu (kao izolacioni materijal) i industriji nameštaja (kao zamena za ivericu).



Wellness[®] žitarice

Novi osvežavajući ukusi!



brusnica



malina



dobar
metabolizam



energija



antioksidanti
i vlakna



vitamini i
minerali

Za dobar osećaj koji se vidi!

DRAGSTOR DRAGANA

Dragstor Dragana počeo je da radi 2002. godine. U oblast trgovine ušao sam još 1986. godine. Najpre sam se bavio pekarstvom, a trgovina je nešto što je kao podrazumevano proisteklo iz prvog posla." Zoran Savić je trgovački veteran, u nekoliko različitih grana ove oblasti. Jedan je od prvih i najuspešnijih franšizanata DIS-a. U franšizu sa DIS-om ušao je pod firmom Dragstor Dragana.

- Pod firmom Dragstor Dragana prvo smo otvorili objekat u Stepovjcu, a zatim i u Barajevu. Sa ovim kapacitetima poslujemo i danas. Dugo se bavim trgovinom i mogu da kažem da to nije ni malo lak posao. Zahteva mnogo truda, žrtvovanja i ulaganja, ali ja zaista volim ovaj posao, što je suštinski najbitnije. Ljubav prema poslu kojim se baviš, siguran sam, jeste preduslov uspeha. Ako ste vi zaista zaljubljeni u ono što radite, uložićete daleko više truda od čoveka koji svojim poslom baš i nije preterano oduševljen. Vaše zadovoljstvo znači i zadovoljne mušterije čiji se broj u našim objektima iz dana u dan povećava. Ono što je već na prvi pogled za Dragstor Dragana karakteristično, jesu velike gomile voća i povrća kroz koje će te proći na putu ka glavnom ulazu u objekat. Te velike količine voća i povrća sastavni su deo našeg imidža. One privlače ljude koji u tom potezu prepoznaju kvalitet prodajnog objekta i dobijaju potrebu da istraže dalje. Imamo dve prodavnice, jedna u Barajevu površine 420 m² i jednu u Stepovjcu u čijem sastavu se nalazi i

pekara od koje je sve i počelo.

Uz pomoć svoje životne saputnice i poslovne saradnice Nene, Zoran nastoji da konstantno unapređuje posao kako proširujući asortiman tako i unoseći poboljšanja u sam sistem prodaje.

- Malo je ljudi u oblasti trgovine koji profesionalno prilaze svom poslu i odrađuju ga na način na kakav smo mi to zamislili. Nekako važi opšte mišljenje da trgovinom svako može da se bavi, ali i nije baš tako. Danas trgovina traži ozbiljne profesionalce. Što se tiče Zorana i njegove upornosti mislim da bi mogao sam da snabdeva još ovoliko objekata. Pitanje je samo kako stečeno sačuvati? Kupci su danas mnogo zahtevniji i po pitanju usluge i po pitanju asortimana. To mi se dopada, jer ukoliko kupci insistiraju na određenom asortimanu ili kvalitetu, prisiljavaju nas da se ponašamo u skladu sa tim. To je način na koji mi unapređujemo poslovanje i forsiramo svoje saradnike da budu kompletniji. Kupci imaju svoja prava i potpuno je normalno da ih traže. Isto radimo i mi kada se nademo u ulozi kupca. Dragstori Dragana su veliki prodajni objekte za sredine u kojima poslujemo. Upravo zato, kupci dolaze kod nas opravdano ubeđeni u činjenicu da raspolažemo velikim asortimanom i da će sigurno biti ispoštovani na očekivan način. Mi od kupaca tražimo da iznesu svoje zamerke i tako nam omoguće da utičemo u pravcu njihovog ispravljanja. U ovim kriznim vremenima veoma je bitno da kupcu ponudiš što povoljniju robu, a oko nabavke takve treba se pomučiti. Čovek mora da uloži napor kako bi uspeo i nema drugog recepta za poslovni uspeh. Kada je o krizi

reč ona se oseća kroz manje potrošačke korpe, ali naše poslovanje još uvek se kreće uzlaznom putanjom, kaže Nevenka Savić.

Prvi susret sa DIS-om, kada je o Neni i Zoranu reč, ostavio je iznenađujući utisak. Ono što su videli je definitivno nagoveštavalo dobru saradnju.

- Prilikom naše prve posete DIS-u bili smo iznenađeni mestom na kojem se jedna veletrgovina nalazi. Međutim, već u prvom kontaktu sa zaposlenima osetili smo se vrlo prijatno. Oduševio nas je i sistem po kojem ova firma funkcioniše,



Zoran i Nevenka Savić

ali i sam objekat koji zaista deluje veličanstveno. Svi kroz kontakte stečeni utisci, imali su uticaja na našu odluku da uđemo u franšizu sa DIS-om. Kada je o franšizi reč, apsolutno smo zadovoljni. Robu uglavnom trebujemo putem Interneta i to je više nego dobra mogućnost. Žao mi je što nemamo više vremena, zbog čega smo sprečeni da češće dolazimo u DIS. Savremena tehnologija, poput Interneta, pruža niz mogućnosti, ali dobro je i povremeno izvršiti uvid na licu mesta. Ako je ikada i dolazilo do problema u poslovanju sa DIS-om, rešenje je uvek pronalazeno pa ozbiljnih zamerki u našem poslovnom odnosu nikada nije bilo. Moram da pohvalim vozače DIS-a sa kojima smo najčešće u kontaktu, oni su zaista izuzetno vredni ljudi. Kada nam dopreme robu DIS-ovi vozači rade isto koliko i naši radnici, ono što želim da kažem jeste - svaka im čast. Ukoliko poslovna veza između DIS-a i nas nastavi da se odvija kako do sad, mi ćemo još dugo ostati saradnici, kvalitetnom saradnjom ispunjavajući obostrani interes, tvrde Zoran i Nevenka Savić.



VIZUELIZACIJA INFORMACIJE

Poslovne ideje koje uspevaju su one čiji vlasnik ima viziju i spreman je da je implementira. Marketing ima za cilj da prepozna fokus Vašeg delovanja i viziju pretvori u proizvod. Za vizuelizaciju bilo kakve marketinške ideje, potreban je tim kreativnih ljudi koji, primenjujući svoje poslovne veštine, uz upotrebu savremene tehnologije, ideju pretaču u delo, koje postaje produkt marketinga u vidu informacije dostupne širokoj javnosti, ali sadržajno predodređene ciljanoj populaciji. Strateško opredeljenje Marketing službe DIS-a uslovljava da ogroman deo posla zahteva grafičkog dizajnera, profesionalca u odabiru i aranžiranju vizuelnih elemenata.

Vladimir Josifović, grafički dizajner marketing službe DIS-a prvi je član marketinga koji je najozbiljnije zaslužio zvanje najboljeg radnika kompanije. Tokom četvorogodišnjeg staža u DIS-u zahvaljujući njemu nastao je čitav niz najrazličitijih oglasnih rešenja svih formata, a izrada fotografija proizvoda, lifleta, novina i novinskih oglasa njegova je svakodnevna poslovna obaveza.

Grafički dizajn je oblast kreativaca, spremnih na vizuelnu komunikaciju u cilju davanja forme i oblika željenim informacijama. Na prvi pogled zvuči komplikovano, pa se samo po sebi nameće pitanje šta je motiv za bavljenje ovim poslom?

- Mnogima od nas, sasvim prirodno, roditelji, odnosno starija braća ili sestre posluže kao uzor na osnovu kojeg se najčešće profesionalno usmeravamo u daljem životu. Moje profesionalno opredeljenje je definitivno potvrda jedne takve priče. Odrastao sam uz oca koji se bavi arhitekturom i koji je do sada isprojektovao ni sam ne zna koliko objekata, odatle verovatno i potiče moje interesovanje za vizuelnim predstavljanjem ideja sa tačno određenim ciljem. Pravi uzor u profesionalnom svetu grafičkog dizajna pre-

poznao sam u svom starijem bratu. Posmatranje onoga što on radi me je navelo da poželim da se bavim istom profesijom.

Tvoje profesionalno iskustvo ne počiva isključivo na radu i iskustvima stečenim u marketing službi DIS-a. Pre ovog radio si i neke potpuno drugačije poslove, mada uvek u oblasti u kojoj si se obrazovao.

- Posao dizajnera u marketing službi DIS-a je moj treći posao od završetka Više politehničke škole, odsek za grafički dizajn u Beogradu. Prvo radno mesto, kao nastavnik praktične nastave sitoštampe, pronašao sam u HTPŠ „Žikica Damjanović“ u Smederevskoj Palanci, gde inače i živim. Bio je to odličan posao i bio sam zaista srećan dok sam radio sa mladim ljudima koji su uvek nasmejani, pozitivni, bezbrižni i srećni. Poslovna sredina u kojoj ste okruženi tolikom količinom pozitivne energije vas stimuliše da se trudite i napredujete, što je preduslov za razvoj vaše kreativnosti. Poželeo sam da se preselim za Beograd

i ispitam neke nove mogućnosti i pronašao posao u jednoj marketinškoj agenciji u kojoj sam se zadržao neko vreme. Sticajem životnih okolnosti morao sam da se vratim za Palanku i tada pronašao posao u DIS-u. Od tog trenutka do sada prošlo je četiri godine. Posao grafičkog dizajnera u DIS-u zahteva potpuno drugačiji pristup u odnosu na sve ono čime sam se do dolaska u DIS bavio. Posao dizajnera u ovoj vrsti kompanije zahteva, brzinu, preciznost, pedantnost, i pre svega, ogromnu ljubav prema poslu koja će vas motivisati da idete dalje.

Koliko je bilo komplikovano uklopiti se u oblast trgovine. Da bi grafički predstavio određenu ideju potrebno je da raspoložiš velikim brojem informacija.

- Kada sam došao u DIS, trgovinu sam poznao isključivo iz perspektive kupca. To je donekle bila otežavajuća okolnost u mom poslu, ali i motivacija da saznam sve što ne znam o svetu koji vizuelno trebam da predstavim. Kroz izradu i obradu fotografija za liflet ili neki drugi marketinški sadržaj upoznao sam robu koju DIS prodaje a u kontaktu sa ostalim službama učio o funkcionisanju DIS-a. Sada posle četiri



Vladimir Josifović

godine iza mene je gomila marketinških rešenja u vidu lifleta, bilborda, novinskih oglasa i reklama, i mogu da kažem da sam naučio mnogo toga. Svakodnevne novine u oblasti tehnoloških dostignuća u smislu unapređenja računara i razvoja novih grafičkih softvera iz Adobovog paketa poput InDesign-a, Photoshop-a, Illustrator-a i drugih, značajno su uticale na unapređenje grafičkog dizajna. DIS je kompanija u kojoj vam je svaka novina u IT svetu apsolutno dostupna, što vam svakako olakšava posao koji je uglavnom ograničen određenim vremenskim rokovima, što je po nekada zaista otežavajuća okolnost u kreativnom svetu. Zahvaljujem se na proglašenju najboljim radnikom i nagradi koju ću u tom smislu dobiti. Ova vrsta nagrađivanja svakako je potvrda da neko prati vaš rad.

VOĆE I POVRĆE MORA DA BLISTA

DIS market u Pančevu, kao poslednji u nizu DIS marketa, po prirodi stvari zapošljava najmlađi kolektiv u maloprodaji DIS-a. Kratko iskustvo u radu DIS maloprodajnog sistema očigledno nije bio razlog da jedan od zaposlenih u ovom objektu ne bude proglašen najboljim radnikom maloprodaje DIS-a.

- Zovem se Emanuel Kotarica. Završio sam srednju trgovačku školu, ali se nisam odmah po završetku školovanja zaposlio u struci. Na svom prvom poslu radio sam kao vozač, kamion sam vozio oko šest godina, jednu godinu pre ulaska u DIS, radio sam u Beogradu u konkurentskoj firmi DIS-u, kao zamenik šefa na odeljenju sanitarija. Kada se firma zatvorila ostao sam bez posla, ali nedugo zatim otvoren je konkurs za zapošljavanje u DIS-u. Pozvan sam na testiranje i primili su me, na čemu sam više nego zahvalan.

Radio si u sličnom sistemu, ali svaka od DIS-u sličnih firmi funkcioniše na svoj način. Koliko je

bilo teško uklopiti se u način rada DIS-a?

- Kada sam počeo sa obukom u DIS-u moje prvo radno mesto bilo je u magacinu. Na sam dan otvaranja, zahvaljujući svom prethodnom iskustvu, snašao sam se na odeljenju voća i povrća i sada rukovodim tim odeljenjem. Drago mi je što se u DIS-u obraća pažnja na radnika. Došao sam sa predubedenjem stečenim na drugim radnim mestima da niko baš pomno ne prati šta radi svako od nas, ali me je rukovodstvo marketa veoma brzo razuverilo. Dopada mi se to što neko prati i ceni moj i rad svih mojih kolega. Kada ste svesni da će neko procenjivati vaše zalaganje, to vam je svojevrsan podsticaj da se potrudite još više. Za DIS sam čuo mnogo pre trenutka kada sam počeo da radim u njemu. Dok sam vozio kamion viđao sam veliki broj DIS-ovih vozila koja predstavljaju svojevrsnu reklamu DIS-u. DIS snabdeva i radnje u Dolovu u kome ja živim, a moja supruga radi u jednoj takvoj, pa sam i pre prvog ličnog kontakta o DIS-u čuo sve najbolje i drago mi je što sam deo ovog sistema.

Rad na odeljenju voća i povrća sa sobom nosi određene specifičnosti. Na šta je potrebno obratiti pažnju kako bi ovaj segment marketa dobro funkcionisao?



- Kolektiv je, kako se to kaže, kao da su nas birali. Mi na odeljenju voća i povrća stvarno radimo kao porodica i dogovor je na prvom mestu. Ovakvu komunikaciju prepoznali smo kao način da posao obavljamo što efikasnije. Rad na odeljenju voća i povrća specifičan je u odnosu na sve drugo. Reč je o robi kratkog roka, pa se mora mnogo voditi računa o njoj. Za mene lično, voće i povrće jeste ogledalo čitavog marketa. Ako to odeljenje nije sređeno kako treba, imam utisak da će mušterije i svu drugu robu posmatrati na drugačiji način. Dakle, odeljenje voća i povrća, mora da blista. Što se asortimana tiče ispratili smo ono što se zahteva od nas. Pančevci vole voće i zahtevaju kvalitet. Mislim da su naši kupci veoma zadovoljni kada je reč o asortimanu, kvalitetu i ceni voća i povrća u ovom marketu.

U životu ste se bavili različitim poslovima, na koji način posmatrate posao koji sada obavljate?

- Volim trgovinu, ali i kamion. Posmatrajući kako ovde stoje stvari ja sam za sada prezadovoljan i ne razmišljam o poslu koji sam nekada radio. Prija mi odluka da budem proglašen najboljim radnikom. Da budem iskren, u startu sam se malo iznenadio, jer ipak smo mi najmlađi kolektiv u sistemu i nisam očekivao da ćemo odmah biti uključeni u tu trku. Ja nisam proglašen najboljim radnikom zahvaljujući isključivo sebi samom, pomoć mojih koleginica Snežane, Goce, Dragane i Marije, ima ogromnog udela u ovoj priči, pa zato to sa namerom i ističem.



Emanuel Kotarica



ACETIK



Hemijska industrija DESTILACIJA Teslić, osnovana je daleke 1896. godine. U to vreme bila je prva fabrika za hemijsku preradu drveta postupkom suve destilacije, na Balkanu. Fabrika je smeštena u pitomjoj kotlini reke Usore. Sa njenim osnivanjem počinje i formiranje grada Teslića.

Tokom svoje duge istorije fabrika je više puta menjala vlasnike, rasla i proširivala svoj proizvodni program.

U Destilaciji se godišnje preradi oko 150 000 kvadratnih metara destilacionog drveta. Produkti suve destilacije preraduju se do najfijinih hemijskih proizvoda koji imaju raznovrsnu primenu u industriji i širokoj potrošnji.

Proizvodi Destilacije plasiraju se na evropsko i svetsko tržište.

Acetik je generalni zastupnik i distributer proizvoda hemijske industrije DESTILACIJA a.d. Teslić, na tržištu Srbije.

Na teritoriji bivše Jugoslavije, Acetik je poslovao kao poslovno udruženje proizvođača sirćetne kiseline. Raspadom bivše Jugoslavije 1991. godine, prestaje sa radom i Acetik kao poslovno udruženje.

Od 2001. godine HI Destilacija osniva preduzeće Acetik d.o.o. u Beogradu sa zadatkom da plasira proizvode HI Destilacija na tržište Srbije.

DESTILACIJA ima tradiciju od 80 godina u proizvodnji sirćetne kiseline postupkom suve destilacije drveta. Sirćetna kiselina se iz sirovog drvnog sirćeta ekstrahuje etilacijom, zatim se koncentruje i prečišćava do odgovarajućeg kvaliteta.

Sirćetna kiselina je organska kiselina koja se najviše proizvodi i ima masovnu i raznovrsnu primenu. Koristi se u prehrambene svrhe kao začinski dodatak i konzervans, u farmaceutskoj industriji za sintezu raznih lekova, u hemijskoj industriji za sintezu raznih proizvoda (soli, estri, halogen sirćetne kiseline, acetanilid, acetanhidrid, fenoksi sirćetna kiselina i dr.). Sirćetna kiselina se koristi za koagulaciju lateksa, kao močilo u tekstilnoj industriji, kao prekidač u fotografiji i dr.

Isporučuje se u konzumnim pakovanjima (plastične boce) 1/4, 1/2, i 1 litar, i u balonima od 50 litara.

Tri godine za redom HI DESTILACIJA Teslić osvaja pehare Novosadskog poljoprivrednog sajma za izuzetno visok kvalitet sirća, kao i mnoštvo zlatnih medalja za sirćetnu kiselinu 80%, prehrambeno i aromatizovano sirće.

Čuvena Teslička esencija dobro je poznata domaćicama koje pripremaju zimnicu.

Hemijska industrija DESTILACIJA Teslić u svom proizvodnom programu pored jestive sirćetne kiseline prodaje i briket za roštilj, pakovan u vreće od 3 kg za grill, koji se u najvećoj meri izvozi na tržište zapadne Evrope. Briket drvenog uglja kupuju renomirane trgovačke kuće u Evropi. U Srbiji postoji veliko interesovanje za ovim proizvodom. Stoga verujemo da je ponuđeni artikl veoma zanimljiv za naše kupce.

Briket se dobija presovanjem sitnih frakcija uglja, primenjuje se za domaćinstva (grill) i u industriji mesa (sušenje). Odlikuje se izvanrednim kvalitetom. Posebno je značajno to da se kao vezivo koristi koristi skrob, a ne hemijska vezivna

sredstva (katran i smola), što ga čini ekološki potpuno čistim i bezopasnim za upotrebu. Ispunjava visoke zahteve kvaliteta. Sagorevanjem razvija vrlo visoke temperature, gori bez plamena, sporo sagoreva, dugo drži vatru.

Danas je HI DESTILACIJA AD Teslić potpuno tehnološki i infrastrukturno zaokružena, kadrovski i organizaciono obezbeđena, sa svim potrebnim službama za rad preduzeća. Pored toga, HI DESTILACIJA veliki značaj pridaje unapređenju tehnološkog procesa sa aspekta poboljšanja uslova rada i zaštite radne i životne okoline, što se najbolje vidi investiranjem u gradnju novih, savremenih horizontalnih peći za suhu destilaciju drveta, koje predstavljaju zamenski kapacitet za zastarele i dotrajale.

Strateški cilj HI DESTILACIJA AD Teslić je proširenje postojeće proizvodnje, razvoj novih proizvoda i tehnologija vodeći računa o ekologiji i poštovanju međunarodnih standarda i propisa, a sve s ciljem što većeg zadovoljenja tržišta, da je u tome uspeva potvrđeno je raznim priznanjima za rad i kvalitet koja su od velikog značaja za dalji razvoj.

TESLIČKA ESENCIJA

ZIMNICA SE NE PRAVI SAMA

ZIMNICA SE PRAVI SA NAMA

HI DESTILACIJA AD

NOVOSTI IZ NEOPLANTE



Novosadska industrija mesa AD Neoplanta jedna je od vodećih mesnih industrija u Srbiji. Tradicija prerade mesa iz koje se razvila Neoplanta datira iz 1885. godine. Visok kvalitet i stroga zdravstvena ispravnost i bezbednost proizvoda doprineli su da NEOPLANTA postane brend prepoznatljiv čak i van granica zemlje.

Neoplanta je, prateći svetske trendove, doprinela promenama celokopnog tržišta mesa i mesnih prerađevina, gradeći odlične odnose sa partnerima i kupcima. Proizvodi kompanije Neoplanta su prisutni u većini velikih prodajnih lanaca, ali i u velikom broju tradicionalnih trgovina, jer je prevashodni cilj kompanije da u lancu snabdevanja svi budu zadovoljni.

Oktoobra 2007. Neoplanta ulazi u sastav kompanije Nelt. Ovom promenom Neoplanta je zakoračila u novu fazu razvoja, poslovanja i modernizacije. Neoplanta sa svojom tradicijom i kvalitetom proiz-

voda, u sinergiji sa znanjem i energijom Nelta od tada korača sigurnim putem ka uspehu. Radi se na uvođenju novih tehnologija, modernizaciji proizvodnje i usaglašavanju sa standardima EU.

Nakon privatizacije Neoplanta je dobila i potpuno novi vizuelni identitet koji je predstavila na 75. međunarodnom poljoprivrednom sajmu 2008. godine. Osim promene logoa, tada je promenjena i ambalaža i započelo je uvođenje novih proizvoda / brendova.

Prateći potrebe potrošača Neoplanta konstantno razvija nove proizvode koji se uklapaju u savremene životne tendencije. Tako su nastala Prego gotova jela koja kupcima omogućavaju da za samo nekoliko minuta imaju ukusan zalogaj „na kašiku“, ukus prave mamine kuhinje, bez dugih recepata i sati provedenih u kuhinji.

Godine 2009. su lansirani i Pipi i Gudi proizvodi karakteristični po tome što su napravljeni od odabranih, najkvalitetnijih komada pilećeg i svinjskog mesa, lagani su i ukusni i uz malo mašte

čine idealnu kombinaciju za divne obroke.

Početkom juna 2010. godine Neoplanta je na tržište lansirala potpuno novu paštetu pod nazivom Patelina, nudeći potrošačima vrhunski ukus u prepoznatljivoj i jedinstvenoj ambalaži. Nastala od brižljivo odabranih sastojaka i prema originalnoj recepturi, svojim ukusom može da zadovolji i najizbirljivije potrošače. Patelina se predstavila kupcima u četiri fantastična ukusa – jetrena pašeta, pašeta sa šunkom, pileća pašeta i pileća pašeta sa začinskim biljem.

Pojavljivanje Pateline na tržištu prati interzivna kampanja, od TV spota, preko štampanih oglasa, bilborda i citylightova, do promotivnih materijala za prodajna mesta.

I u narednom periodu Neoplanta će pratiti potrebe i zahteve potrošača, unapređivati svoje proizvode i raditi na svom dugoročnom cilju – osvajanju leaderske pozicije na domaćem tržištu kao i strateškom širenju i osvajanju stabilne pozicije u regionu.



Brait®



ROTOGRAFIKA MNOGO VIŠE OD ŠTAMPARIJE

Davne 1920. godine Železnička direkcija za 960.000 austro-ugarskih kruna otkupljuje Sabadoševu štampariju u Subotici i osniva Železničku štampariju za štampu vozničkih karata, obrazaca, blokova i knjiga. Prateći razvoj tehnologije u grafičkoj industriji, s jedne strane, i potrebe tržišta, s druge strane, štamparija je permanentno menjala i prilagođavala svoj proizvodni program. Tako 70-ih godina prva u Srbiji pokreće štampu beskonačnih birotehničkih obrazaca i zajedno sa karakterom proizvodnje menja ime u Birografika Izdavačko-štamarsko preduzeće Jugoslovenskih železnica. Pod tim imenom štamparija nastavlja svoje poslovanje i na tržište pored obrazaca za kompjutersku obradu podataka, plasira i knjige, kataloge, prospekte, dok se učešće rada za potrebe železnice u ukupnoj produkciji vremenom smanjivalo.

Uviđajući značaj i prednosti revijalne rotoštampe, prazninu na tom tržišnom segmentu i povećanu potražnju za periodičnim revijalnim izdanjima i trgovačkim prospektima, štamparija se 2003. godine opredeljuje za strategiju, - biti prvi i najbolji, te pokreće prvu kolonu revijalnu rotaciju u Srbiji kroz zajedničko ulaganje sa u tome već iskusnom štamparijom Radin. Za to ulaganje u revijalnu rotoštampano osnovano je zajedničko preduzeće pod imenom Rotografika. - Osnovno opredeljenje jeste kvalitetna štampa vrhunskih domaćih časopisa, ranije štampanih



u inostranstvu, kao i inostrana licencna izdanja i prospekata trgovačkih lanaca koji u sve većem broju pristižu na naše tržište.

U 2005. godini Radin postaje i većinski vlasnik Birografike, te objedinjava oba preduzeća koja od 01.01.2006. godine posluju pod nazivom Rotografika d.o.o. Subotica. Preduzeće se tržišno, tehnički i organizaciono koncentriše na proizvodnju časopisa, trgovačkih prospekata i knjiga, sa ciljem da po kvalitetu, uslužnosti i obimu u tome

bude štamparski lider u Srbiji.

Kako bi udovoljili rastućim zahtevima tržišta i obezbedili pouzdanu i sigurnu proizvodnju u što kraćim rokovima, permanentno se investiralo u novu opremu. Sa investicijama se krenulo 2006. godine kada je puštena u rad druga kolona rotacija i nova tabačna mašina. U 2007. godini realizovana je nova investicija u iznosu od 12 miliona evra i tom prilikom obnovljen je mašinski park u svim fazama proizvodnje. Time je proiz-



vodni kapacitet Rotografike udvostručen i podignut na mesečni nivo od 25 miliona otisaka u rotoštampi, 10 miliona otisaka u tabačnoj štampi, 1,5 miliona komada lepljenih časopisa i 5 miliona komada klamerisanih časopisa, te 1 milion knjiga u tvrdom povezu. Sa postojećim proizvodnim linijama možemo udovoljiti svim zahtevima kupaca tabačne i rotoštampe malih i velikih tiraža i visokog kvaliteta.



U poslednjih nekoliko godina imali smo rast svih pokazatelja poslovanja u proseku od 20 do 25 %. Veliki broj licencnih časopisa i magazina štampa se upravo u našoj štampariji. Razlog opredeljenja izdavača pored navedenih kapaciteta jeste i to što posedujemo sertifikate kvaliteta. Prva smo štamparija nemenačkog govora-

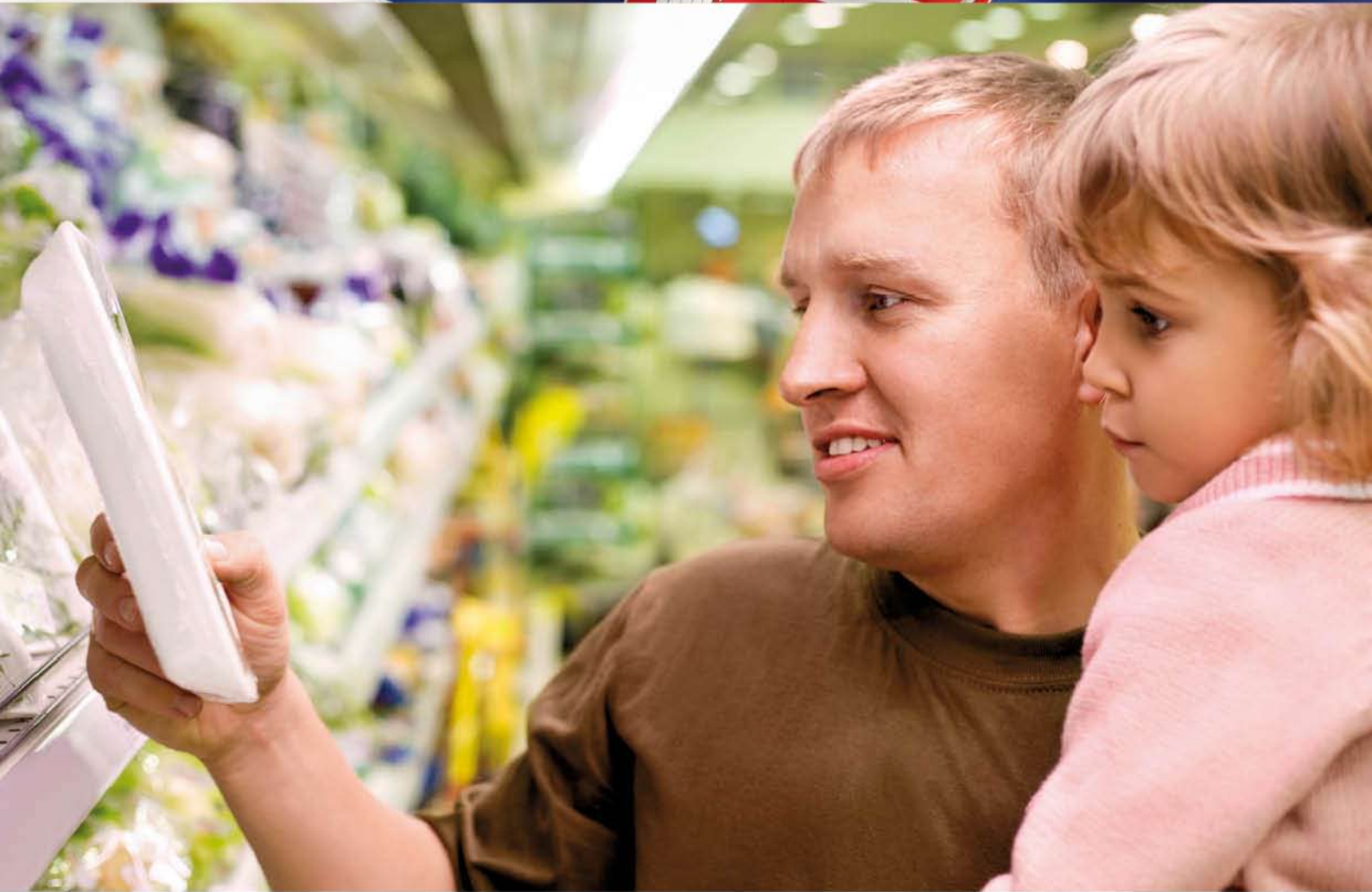
nog područja koja je postala članica nemačkog udruženja za tehnološka istraživanja u grafičkoj industriji FOGRA (Fogra Graphic Technology Research Association) i dobila sertifikate za kvalitet probnih otisaka i proces pripreme, izrade štamparske forme i štampe, koji se baziraju na standardu ISO 12647. Kod nas se štampaju licencna izdanja magazina za naše tržište kao što su: Playboy, Cosmopolitan, Elle, Story, Men's Health, Lisa, Grazia itd. Po izuzetno visokom

kvalitetu posebno se ističe časopis National Geographic za čiju je proizvodnju neophodno posedovati posebnu licencu koju odobrava Centarala iz Vašingtona. Pored toga, štampamo veliki broj domaćih časopisa i magazina, radimo sa gotovo svim većim izdavačima knjiga sa tržišta bivše Jugoslavije, a radimo i trgovačke prospekte za DIS, Metro, Idea, Merkator i druge renomirane firme iz oblasti trgovine, industrije nameštaja, tehnike i sl.

Nažalost, krajem 2008. finansijska kriza je pogodila i naše tržište, što se odrazilo i na naše poslovanje. Radi zadržavanja liderske pozicije na tržištu preduzeli smo mere racionalizacije poslovanja i pad proizvodnje na domicilnom tržištu pokušali nadoknaditi izvozom. Radi ostvarenja tog cilja okrenuli smo se novim tržištima u regionu, pre svega tržištu Mađarske i Rumunije na kojima pokušavamo plasirati naše proizvode i time postići bolju iskorišćenost postojećih kapaciteta i učvrstiti naše prisustvo u regiji.

Sa željom da našim kupcima pružamo vrhunsku uslugu i dalje ćemo pratiti razvoj grafičke tehnologije i implementirati nova rešenja u naše proizvodne procese.

КАДА КУПУЈЕШ МИСЛИ НА СРБИЈУ



Сваки динар потрошен у куповини, не мора бити заувек изгубљен. Када купиш домаћи производ у домаћој трговини, тај динар остаје у Србији, не одлази бесповратно у иностранство. На тај начин, јачаш домаћу привреду, чуваш радна места Србије, градиш будућност наше земље. То је паметна куповина. Можда не данас, можда не сутра, тај динар ће ти се некако вратити. Ако ћемо право, када купујеш домаће производе у домаћој трговини, улажеш у себе и будућност своје деце.

Купуј
Домаће
у домаћој трговини



PUTNA SLUŽBA DIS-A

Kontinuiranim rastom prometa, kompanija DIS je krajem 90-ih godina postala jedna od najvećih veleprodaja u Srbiji. Sa razvojem kompanije ukazala se i potreba za formiranjem mreže putne službe, kako bi centrala DIS-a posredstvom direktnih predstavnika bila u neposrednom kontaktu sa kupcima. Putna mreža formirana 1997.godine, imala je cilj da animira postojeće i potencijalne kupce i pruži im potrebnu logističku podršku. Razvojem sopstvenog lanca franšiznih kupaca, uloga putne službe apsolutno je došla do izražaja.

Kako funkcioniše putna služba?

- Putna služba kao organizaciona jedinica funkcioniše preko terenskih komercijalista. Ona je u stalnom kontaktu ne samo sa sektorom prodaje kojem je organizaciono najbliža, već i sa ostalim sektorima u sistemu DIS-a. Kontinuiranost kontakta je od izuzetne važnosti, pre svega zbog efikasnosti koja komercijalistima nalaže da u najkraćem roku obezbede potrebne podatke u vezi sa (novim) potencijalnim kupcem. Nakon otpočinjanja saradnje, kupcima je obezbeđena stalna pomoć u svim segmentima poslovanja, u šta se uključuju i ostali sektori kompanije. Jednostavno, putna služba se ni u kom slučaju ne može sagledati kao samostalna, već kao značajna karika u lancu DIS-a, kaže Bojan Šuleić, šef putne službe.

Na koji način se obavlja koordinacija ove službe?

- Putna služba se može okarakterisati kao sektor koji ima višeslojnu koordinaciju. Šef putne službe zauzima centralnu poziciju u koordinaciji, a terenski komercijalisti su, kroz kontakt sa njim, u vezi sa svim sektorima kompanije. Stalnost kontakta je definitivno neophodna, naročito danas kada je tržište prilično turbulentno i kada se u pojedinim situacijama mora reagovati istog trenutka. Putnoj službi su uvek dostupni sektori

prodaje, finansija, transporta, i naplate, a sve u cilju profesionalno obavljenog posla.

Šta su konkretna zaduženja svakog terenskog komercijaliste, odnosno u čemu se ogleda njihova odgovornost?

- Kao lider u oblasti veleprodaje, kompanija DIS pokriva celu teritoriju Republike Srbije, pa i putna služba funkcioniše na isti način. Obaveze svakog predstavnika putne službe, odnosno terenskog komercijaliste, sastoje se iz direktnog kontakta sa kupcima, procene mogućnosti potencijalnog kupca za saradnju, konstatnog praćenja prometa i dinamike izmirivanja obaveza sa jedne, i pružanje logističke podrške kupcima sa druge strane. Komercijalista je osoba koja procenjuje kada sa nekim kupcem pojačati saradnju, a ponekad i kada je treba prekinuti. Dakle, od procene terenskog komercijaliste zavisi dobar deo ukupnog poslovanja, što samo po sebi govori da je i njegova odgovornost veoma velika.

Da li je i u kojoj meri na ovaj posao uticala savremena tehnologija?

- Kompanija DIS se pozicionira kao jedan od lidera u oblasti veleprodaje, pa je logično da isti status zadrži i u uvođenju savremene tehnologije u svoj sistem poslovanja. Kada je o putnoj službi reč, svi terenski komercijalisti raspolažu laptopovima. To im omogućava da svojim kupcima uvek izađu u susret, najpre po pitanju trebovanja robe koja se naručuje isključivo putem Interneta. Komercijalisti takođe imaju mogućnost da u svakom momentu izvrše proveru likvidnosti potencijalnih kupaca preko nadležnih državnih institucija (NBS, APR) i niz drugih pogodnosti koje je u smislu unapređenja poslovanja donela savremena tehnologija.

ISKUSTVA SA TERENA

Putna služba, je dala značajan doprinos razvoju sistema DIS-a, pogotovo u periodu naglog rasta kompanije. Od ogromnog značaja za kompaniju je činjenica, da je dovođenje najboljih, najvećih, najsolventnijih kupaca pre svega zasluga predstavnika putne službe. Putna služba



se konstantno prilagođava prilikama na tržištu, pa svojim aktivnostima nastoji da poveća broj kupaca i pruži svu potrebnu podršku postojećim kupcima. Dakle, putnu službu DIS-a čine šef i 12 terenskih komercijalista. Svaki terenski komercijalista DIS-a pokriva svoj teren, a svaki teren je druga priča.

- U DIS sam došao u junu 2001. godine kako bi zamenio svog oca Miroslava Nešića. Rad u kompaniji kakva je DIS za mene predstavlja veliki izazov. Zahvaljujući profesionalnosti i viziji čelnih ljudi u kompaniji, DIS iz godine u godinu beleži stalni rast, a razvoj firme prati i napredak putne službe. Putna služba DIS-a prisutna je u čitavoj Srbiji. Teren je podeljen i svaki putnik ima svoj reon. Moj teren su opštine Despotovac, Žagubica, Bor i Negotin. Posao terenskog komercijaliste u DIS-u je interesantan, ali i vrlo odgovoran i apsolutno različit od drugih, kaže **Toplica Nešić**, terenski komercijalista DIS-a.

- Mislim da je putna služba odigrala veliku ulogu u razvoju Kompanije DIS i da će se tako nastaviti i u budućnosti. Preko 30 godina radim u komercijali. U DIS sam došao pre 12 godina. I ako sam taj posao prethodno radio za Navip, imao iskustva i poznao veliki broj firmi, moram da priznam da mi je u početku bilo prilično teško.

Iako svestan velike odgovornosti, postavio sam sebi ciljeve: povećanje prometa i dobra naplata. Jedno vreme držao sam Kruševac, Trstenik, Boljevac, Zaječar i Krnjaževac i teren koji i danas radim Jagodinu, Čupriju, Paraćin i okolna sela u ove 3 opštine. Radim posao koji volim jer se on jedino tako može raditi, zadovoljan sam svojim uspehom u ovom poslu koji je sastavni deo uspeha ukupnog poslovanja kompanije DIS, zaključuje **Dragoslav Radovanović - Mida**, terenski komercijalista DIS-a.

- Centralni deo Šumadije od Svilajнца, Petrova, Topole do Čačka, Kraljeva i Gornjeg Milanovca je teren na kojem svakodnevno radim. Na ovom području u proteklih pet godina otvoreno je više velikih marketa domaćih i stranih konkurenata. Bez obzira na pojačano prisustvo konkurencije naši kupci su uspeali da pariraju novootvorenim trgovinama. Ovakva slika je meni lično potvrda o uspešno obavljenom poslu i uverenje da kompanija DIS ima pravu tržišnu orijentaciju, kaže **Zoran Obrenović**, terenski komercijalista DIS-a.

- Teren koji pokrивam je područje južne Srbije od Aleksinca do Preševa, s jedne i od Svrlija do Dimitrovgrada, s druge strane. Okruzi u kojima se nalaze predočena mesta i gradovi (Niški, Jablanički, Pčinjski i Pirotski) na osnovu poda-

taka Republičkog zavoda za statistiku spadaju u najsiromašnije. Osim toga, na mom terenu je prisutna i strahovita konkurencija u vidu maloprodajnih objekata velikih lanaca. U tom šarolikom okruženju, naši kupci posluju prilično dobro, pogotovo kada se uzme u obzir životni standard potrošača u ovim krajevima. Njihovo dobro poslovanje u znatnom delu je i zasluga DIS-a koji svojom poslovnom politikom (širokim asortimanom robe, povoljnim cenama i uslovima prodaje i pogotovo svojim sistemom franšize) nastoji da stvori preduslove da se mogu boriti sa velikim sistemima. Komercijalista je karika u lancu između veleprodaje i maloprodaje. Uloga komercijaliste je stalna i njegov posao se ne završava pronalaženjem kupca već konstantno traje, zaključuje **Slobodan Tasić**, terenski komercijalista DIS-a.

- Na poslovima putnika u DIS-u radim od 2005 god. i pokrивam teren Rasinskog okruga. Poslovima komercijale bavim se punih trideset godina. O specifičnostima područja koje pokrивam teško je govoriti, jer su priče na svim terenima veoma slične, ali su navike i kultura kupaca ono što se razlikuje. Najteži deo posla terenskog komercijaliste ogleda se u odabiru pravih ili solventnih kupaca, veoma teškim razgovorima da se sa istim otpočne saradnja, ostvarivanju plan-



Maksim Bulut, Svetlana Timanić (category manager), Milko Bulut, Zoran Obrenović, Jasmina Stojićević, Dejan Timanić, Slobodan Tasić, Vesna Golubović (šef prodaje), Vladan Pucarević, Dragan Lukić, Bojan Šuleić, Dragan Vuković, Toplica Nešić, Rade Timanić i Dragoslav Radovanović



skih zadataka, praćenju rada konkurencije i direktnih dobavljača i, što je najbitnije, naplati svih obaveza od kupaca. Održati visok nivo saradnje sa kupcima u ovo vreme je veoma teško, jer smo vrlo često pritisnuti činjenicom da i dobar kupac dolazi u situaciju da ne može blagovremeno da izmiri obaveze, a ima potrebu za robom. To nas stavlja u veoma delikatnu poziciju - moramo da zadovoljimo zahteve firme, a gledamo da i kupac ostane zadovoljan, što verujte nije ni malo lako, zaključuje **Dragan Lukić**, terenski komercijalista DIS-a.

- Za kompaniju DIS radim već punih sedam godina. Pokrivam Braničevski i deo Borskog okruga. Moj posao je dinamičan i privlačan. Njegova privlačnost leži u radu na terenu i činjenici da ni jedan dan nije isti, što mene dodatno motiviš. Trgovački putnik mora da bude efikasan, kreativan, dobar pregovarač, mora da bude okrenut poslu i kupcima, takođe ne može biti ni lakoverna, stidljiva, ali ni bahata osoba. Najbitnija je komunikacija na relaciji trgovački putnik – kupac. Pregovaranje i prodaja su sastavni deo života trgovačkih putnika i te veštine su naš imperativ. U ovom poslu si dobar onoliko koliko ti je dobar rezultat, kaže **Jasmina Stojićević**, terenski komercijalista DIS-a.

- Pokrivam teren Beograda sa okolinom. Zaht-

evi kupaca i potrošača su raznoliki, jer obrađujem teren koji ima i izuzetno bogate i siromašne potrošače. Konkurencija na terenu je velika. Svi veliki marketi su prisutni sa svojim dnevnim, nedeljnim i mesečnim akcijama, ali i u takvom okruženju naše prisustvo na Beogradskom tržištu je značajno. Posao terenskog komercijaliste je specifičan i iziskuje dobro poznavanje mentaliteta kupaca i potrošača. Putnu službu sam zavoleo jer volim kontakte sa velikim brojem ljudi i razmenu mišljenja o načinu trgovine. Više od 35 godina se bavim komercijalnim poslom, od toga 25 godina kao trgovački putnik. Radio sam na svim područjima bivše Jugoslavije. Nekada je bilo pravo zadovoljstvo baviti se ovim poslom, ali u današnje vreme to je postalo vrlo teško. Struktura ljudi koji se bave trgovinom sve je više problematična, pa je pravo umeće znati koga izabrati za saradnika. Nema nikakve zakonske zaštite od prevaranata. Ima slučajeva da prodavnice rade i po nekoliko godina, i da ih jednog dana zatvore, a vlasnici nestanu preko noći. Dešava se da registruju novu firmu na neko drugo ime, prenesu robu i nastave da rade, a obaveze stare firme nikada ne plate, to je deo rizika ovog ni malo lakog posla, zaključuje **Milko Bulut**, terenski komercijalista DIS-a.

- Zadužen sam za područja opština Aran-

đelovac, Mladenovac, Sopot, Barajevo i podavalsko područje. Čitav teren posmatrano sa aspekta snabdevanja uglavnom je orijentisan ka DIS-u, Mladenovac i Sopot sa 70% učešća, a Aranđelovac i Barajevo 60%. Kada govorimo o poslu terenskog komercijaliste govorimo o nizu specifičnosti, pa se ovaj posao iz nebrojeno mnogo razloga ubraja u visoko rizične poslove. Koliko će on biti isplativ zavisi od ekonomske situacije i standarda kupaca na terenu koji pokrivaju. Nekada je moguće zaraditi mnogo, ali nisu retke situacije u kojima možete da izgubite sve, kaže **Dragan Vuković**, terenski komercijalista DIS-a.

- Moje aktivnosti se odvijaju na terenu Lazarevca, Ljiga, Uba, Obrenovca, Valjeva, Koceljeve i Osečine. Dobro saradujem sa kupcima na ovom terenu i zajedničkim naporima pronalazimo rešenje za svaki problem koji se postavi pred nas. Posao terenskog komercijaliste je dinamičan i zanimljiv, sa čestom promenom okolnosti u kojima se nalazite. U ovom poslu svaki dan je novi izazov koji prate i lepe i ružne situacije iz kojih izlazimo vodeći računa o tome da ostanemo dostojni imena firme koju predstavljamo, kaže **Vladan Pucarević**, terenski komercijalista DIS-a.



NOVE CARNEX VIRŠLE

Kompanija Carnex sa ponosom predstavlja nove premium viršle!

Pikant, Mediteran i Light viršla proizvode se od odabranih komada visokokvalitetnog svinjskog i govedeđeg mesa. Jedinstveni ukus ovih proizvoda postignut je dodatkom mešavine prirodnih začina, te tako ukusu Pikant viršle posebnu notu daje kečap i ljuti začini, lagnu Light viršlu upotpunjuje dodatak jogurta, dok Mediteran viršla predstavlja pravi užitek zahvaljujući selekciji mediteranskih začina.

Pilino Pileća viršla proizvodi se od pilećeg mesa kontrolisanog porekla i kvaliteta, a njen blag ukus čini je idealnim proizvodom za celu porodicu.

Sve Carnex viršle izvor su proteina, a proizvode se bez GMO i bez dodatnih boja.

Od sada, Carnex viršle dostupne su u novim, egalizovanim pakovanjima od 260g!



SOJAPROTEIN
ČLANICA VICTORIA GROUP

SOJA VITA LJUSPICE poboljšavaju hranljivu vrednost hrane i utiču na količinu unetih kalorija. Osnovna priprema: 100 g ljuspica potopiti u 2 dl slane vode sa začинима i sačekati 15-20 minuta. Hidrirane ljuspice, same ili u kombinaciji sa mlevenim mesom ili nekim povrćem, koriste se za pripremu punjenih paprika, sarmi, čufti, kroketa, ruske salate, pljeskavica, čevapčića, musake, punjenih palačinki, sosova itd.

SOJA VITA KOMADIĆI se koriste za pripremu jela samostalno ili u kombinaciji sa komadićima mesa. Osnovna priprema: 100 g komadića prokuvati 10 minuta u vodi sa dodatim začинима. Nakon što se ocede, sami ili u kombinaciji sa mesom, mogu se koristiti u pripremi pilava, paprikaša, gulaša, ragua itd. Kada se koriste u pripremanju čorbi, komadići se stavljaju suvi.

SOJA VITA ODRESCI takođe sa prirodno visokim sadržajem proteina obogaćuju hranu i utiču na snižavanje holesterola. Koriste se kao izvanredna zamena za meso zbog visoke hranjive i biološke vrednosti. Osnovna priprema: 100 g odrezaka prokuvati 10 minuta u vodi sa dodatim začинима nakon čega ih treba ocediti a zatim se odresci pripremaju isto kao i meso: pohovanjem, dinstanjem itd.



SOJAPROTEIN
ČLANICA VICTORIA GROUP

Soja Vita **VEGETARIJANSKE PAŠTETE** su proizvodi dobijeni kombinovanjem belančevinastih proizvoda od soje i suncokretovog ulja kao osnovnih sastojaka i proizvode se u pet ukusa:

NEUTRAL, PEČURKE, PAPRIKA, PAPRIKA PIKANT I PARADAJZ.

VEGETARIJANSKE PAŠTETE su prvenstveno namenjene populaciji koja sprovodi vegetarijanski način ishrane, a pošto u svom sastavu ne sadrže sastojke životinjskog porekla, pogodne su za osobe koje se iz religioznih razloga pridržavaju posta, kao i za sve one kojima je, iz bilo kog razloga, preporučen dijetalni način ishrane.

Proizvodi imaju nisku kaloričnu vrednost, bez konzervansa su i ne sadrže supstance koje mogu izazvati alergiju.





PATELINA - STVORENA ZA UŽIVANJE

Početkom juna Neoplanta je na tržište lansirala potpuno novu pašetu pod nazivom Patelina, nudeći potrošačima vrhunski ukus u prepoznatljivoj ambalaži. Nastala od brižljivo odabranih sastojaka i prema originalnoj recepturi, svojim ukusom može da zadovolji i najizbirljivije potrošače. Patelina se predstavila kupcima u četiri fantastična ukusa – jetrena pašeta, pašeta sa šunkom, pileća pašeta i pileća pašeta sa začinskim biljem.

Pojavljivanje Pateline na tržištu prati intenzivna kampanja, od TV spota, preko štampanih oglasa, bilborda i citylightova, do promotivnih materijala za prodajna mesta.



SIMIMPEX - MINI PROGRAM

Sa željom da odgovori potrebama svojih cenjenih potrošača, kao i uvek do sada, Simimpeks je upotpunio ponudu delom svog programa i u mini pakovanju.

Vođeni svojom prepoznatljivom idejom „Naše je domaće!“, kako svi ostali, tako su i proizvodi u mini pakovanju sastavljeni od sirovine domaćeg porekla i vrhunskog kvaliteta.

Mini šunka - od najfinijih delova svinjskog mesa, jedinstvena je na tržištu.

Mini alpska kobasica - sa komadima svinjskog mesa, svojim presekom jasno dokazuje svoj kvalitet.

Mini specijal kobasica fino usitnjena barena kobasica, svojim ukusom konkuriše za najbolji proizvod te vrste.

20 godina iskustva i tradicije utkano je u sve Simimpeks proizvode... Ovoga puta nudimo Vam VRHUNSKI KVALITET U MINI PAKOVANJU! PRIJATNO...



VERSIL LEGNO

Novi stilizovani dizajn, dodatna udobnost i mekoća u svakoj rolni papira – Perla i ovaj put donosi nešto novo za svoje verne kupce. Perla mirisni Toalet Papiri i Ubrusi su ukrašeni sofisticiranom dekoracijom u obliku cvetova i slika tamnijih i svetlijih nijansi.

Novi Perla T. Papir Kamilica 4/1 je nežan i osetljiv papir sa ispučenim šarama cvetova i opuštajućim mirisom kamilice. Perla vam donosi poboljšan kvalitet papira i novo kvalitetnije pakovanje sa bojama cveta kamilice.

Ono što Perla T. Papir Breskva 4/1 čini posebnim u kolekciji boja su nove cvetne dekoracije i blagi mirisi voća breskve. Sa kvalitetnijim papirom donosi i novo čvršće pakovanje.

Nova Perla T. Papiri Kamilica i Breskva se sastoje od 100% čiste celuloze. Pakovanja sadrže 4 rolne, sastoje se od 3 sloja papira i 150L. Rolne su dugačke 18.75 m.

Svemoćni upijajući Perla Ubrus 3 sloja 2/1 ne prolazi neprimetno u kuhinji. Ono što ga čini drugačijim su neobični ukrasi jakih boja, a posebno troduple platno garantuje izuzetno upijanje i izdržljivost i čine da on bude značajna pomoć za sve upotrebe u kući.

Novi Perla Ubrus odlikuje povećan broj listića sa 46 na 76, poboljšan kvalitet papira, novi motivi i jače boje kao i kvalitetnije pakovanje.



Nova formula sa četiri funkcije: za čistu WC šolju bez kompromisa!

Održavanje čiste i sveže WC šolje nije ničiji omiljen posao. Ali, sve je mnogo lakše uz pomoć Henkela. To je zato što su Henkelovi stručnjaci izumeli Bref Power Aktiv – novi WC osveživač u čvrstom stanju sa jedinstvenom formulom sa četiri funkcije koja obezbeđuje čistoću WC šolje sa svakim ispiranjem.

Poslednja inovacija iz Henkelovog najprodavanijeg asortimana Bref WC blokova, Bref Power Aktiv, ima fantastičnu novu formulu sa četiri objedinjene moćne funkcije koji uključuje higijenu, penu, dejstvo protiv kamena i svežinu, pružajući čistoću WC šolje i fantastičan miris svežine, nedeljama i nedeljama.

Novi Bref Power Aktiv predstavlja novu generaciju tehnologije za čišćenje WC šolje, izvanredne vrednosti i sa jedinstvenim dizajnom, koji je dostupan u prodavnicama od 1. Jula 2010. u tri sjajne mirisne note:

- Lemon – osvežava čula sa revitalizirajućim mirisom sveže iscedenih limuna;
- Ocean Breeze – donosi Vam svežinu morskog povetaraca u Vaše kupatilo;
- Pine Freshness – ispunjava Vaše kupatilo mirisom sveže borove šume.

Lansiranje Bref Power Aktiv-a biće snažno podržano TV reklamom, štampanim materijalom i promocijama na prodajnim mestima.

dobra cena dobar kvalitet



svet sve je dobro



Škola koja nikada ne zatvara vrata

DIS je donirao gimnaziju u Pančevu u vidu vaučera od po 2000 dinara koje je dobilo 26 vukovaca ove škole.

Gimnazija „Uroš Predić“ u Pančevu osnovana je 1863. godine. Ove godine iz škole je izašla 139 generaciju gimnazijalaca. Sa 147 godina postojanja gimnazija „Uroš Predić“ jedna od najstarijih institucija u Pančevu, a pauze u radu imala je samo u nekim periodima tokom I i II svetskog rata. Gimnazija „Uroš Predić“, zbog uspeha u radu na svim poljima, svrstava se u kategoriju prestižnih škola. Kroz zavidnu istoriju pohađale su je ili u njoj predavale veoma poznate ličnosti poput: Mihajla Pupina, Isidore Sekulić, Miloša Crnjanskog, Mike Antića, i mnogih drugih istaknutih ličnosti. U noviju istoriju ove škole, svojim uspehom upisala se i Nada Higl. Čitava istorija Pančeva i okoline u neodvojivoj je vezi sa istorijom ove gimnazije.

- U školi danas radi 60 profesora, odnosno ukupno 75 zaposlenih i pohađa je 960 učenika. Naši đaci su dobri, vredni i pre svega uspešni



Elizabeta Grajenštajn Milošević, direktorka gimnazije „Uroš Predić“

u daljem procesu obrazovanja. Učestvujemo na svim takmičenjima koje je propisalo ministarstvo, a ove godine smo bili i domaćini čak

12 takmičenja. Naša škola imala je predstavnike na svim takmičenjima na republičkom nivou, sva deca su bila dobro plasirana i osvojili smo ukupno 10 republičkih nagrada što je bez sumnje potvrda našeg uspeha, kaže Elizabeta Grajenštajn Milošević, direktorka Gimnazije „Uroš Predić“

Kraj školske godine, učenici gimnazije „Uroš Predić“ iz Pančeva dočekali su slaveći činjenicu da je još jedna godina uspešno privedena kraju. Svoja pozitivna osećanja pretočili su u završne manifestacije ulažući u njih svu kreativnost i znanja stečena u vannastavnim aktivnostima po kojima su takođe poznati.

- Vannastavne aktivnosti zaista jesu ono po čemu smo prepoznatljivi. Likovna sekcija je vrlo profesionalna, a učeničke slike na pravi način ulepšavaju zidove škole. Izuzetno je popularan naš Muzički klub, pa svake godine mi imamo bar nekoliko školskih bendova. Specifičnost u toj priči je činjenica da muzički klub vodi profesor fizike, inače naši najbolji muzičari jesu profesori fizike, što je na neki način priznačete



„Vukovci“ gimnazije „Uroš Predić“



neočekivana situacija. Gimnazija „Uroš Predić“ retko kada zatvara svoja vrata. nedeljom škola postaje muzička, jer stariji i bivši gimnazijalci uče mlade da sviraju željene instrumente i svi se veoma lepo zabavljaju. Imamo i jaku informatičku sekciju, a ove godine je ovde održano nekoliko značajnih takmičenja informatičara. Sve cveće u i oko škole zasadila je naša Ekološka sekcija tokom akcije ozelenjavanja. Klub 26 okuplja kreativne učenike zadužene za pisanje promotivnih poruka i vizuelizaciju plakata neophodnih za promociju određenih školskih aktivnosti. Ču-



ven je i Dramski klub ove škole, svake godine premijerno izvedemo po jednu predstavu sa kojom obavezno učestvujemo na pozorišnim festivalima u Kragujevcu i Novom Sadu. Poslednjih nekoliko godina, izvodimo autorske tekstove koje su pisali naši đaci. Ove godine, naš učenik Strahinja Skoko, dobio je nagradu za najbolji autorski tekst, scenario predstave „Jednu kartu molim“ koja za temu ima razmišljanja njegovih vršnjaka u pravcu ostati ili otići iz ove zemlje.

Nemački ministar inostranih poslova, dr Frank-Valter Štajnmajer (Frank-Walter Steinmeier), pokrenuo je inicijativu „Škole: partneri budućnosti“. Njen cilj jeste stvaranje mreže od najmanje 1000 partnerskih škola u celom svetu

i buđenje interesovanja i entuzijazma mladih ljudi za modernu Nemačku i njeno društvo. Inicijativu koordinira Ministarstvo inostranih poslova, a realizuje se zajedno sa Nemačkom upravom za školstvo u inostranstvu, Goethe-Institutom,



Pedagoškom službom za razmenu Konferencije ministara obrazovanja i kulture i Nemačkom akademskom službom za razmenu. Gimnazija

„Uroš Predić“ je učesnica ovog projekta.

- Ponosni smo na činjenicu da se nalazimo u ovom projektu. Na ime tog projekta dobili smo veliku donaciju u vrednosti od 15.000 evra i opremili čitav kabinet namenjen učenju nemačkog jezika. Takođe smo dobili i jednu Nemicu koja radi u školi kao volonterka. Njen rad se sastoji u tome što zajedno sa našim profesorima prisustvuje časovima nemačkog jezika i učenici sa njom obavljaju konverzaciju na nemačkom jeziku. Učenici imaju mogućnost da zakažu i dodatne sate za individualne razgovora sa njom obavlja. Dva profesora i tri učenika naše škole dobili su stipendiju i idu na usavršavanje u Nemačku, što samo po sebi govori da nam ovaj projekat odlično ide. Mi se uvek trudimo da makar i simboličnim poklonima nagradimo naše učenike. To nikada nije naročito velika nagrada, ali je odlična motivacija. Na taj način pokušavamo da promovišemo jedan sistem vrednosti i naučimo decu šta jeste, a šta nije dobro. Kraj svake školske godine obeleži završna svečanost na kojoj nagradujemo najuspešnije učenike, a profesorima se zahvalimo obrađujući ih knjigom, jer nemamo mehanizama za neke značajnije i ozbiljnije nagrade, završila je priču o svojoj školi, Elizabeta Grajfenštajn-Milošević, direktorka gimnazije „Uroš Predić“



DEČIJI DAN U PANČEVU



GLAVNA NAGRADA OTIŠLA U PANČEVO

Za tri kupljena P&G proizvoda Hyundai i10

Glavna nagrada u nagradnoj igri DIS i P&G, automobil Hyundai i 10 otišla je u porodicu Cvetkovski u Pančevu. Zahvaljujući kupovini tri P&G proizvoda čime su stekli pravo učešća u nagradnoj igri, Cvetkovski su svoje već prilično dotrajalo vozilo zamenili novim automobilom. Osim ove, kompanija P&G je svoje verne kupce u osam DIS-ovih objekta nagradila sa još 160 robnih nagrada.

- Kupila sam Ariel, Lenor i Pampers vlažne maramice koje koriste svi članovi moje porodice. Kada smo stigli do kase, kasirka nam je ponudila da popunimo kupon i zahvaljujući činjenici da smo kupili tri P&G proizvoda, učestvujemo u nagradnoj igri DIS i P&G. Ja sam veliki skeptik i zaista ne verujem da na nagradnim igrama stvarno dobijaju srećnici. To je bio razlog što sam se suprotstavljala suprugovoj nameri da popuni ku-



Mirjana i Zoran Cvetkovski u svom novom Hyundaiu

pon za učešće u ovoj nagradnoj igri. Međutim, sreća nas je poslužila, pa smo se i uverili da nagradne igre zaista i funkcionišu na način na koji se i reklamiraju. Zamislite kada su od svih ljudi koji su učestvovali izvukli baš nas, kaže Mirjana Cvetkovski, supruga dobitnika glavne nagrade u nagradnoj igri DIS i P&G.

Sam neko se šali sa nama. Uverili smo se tek u trenutku kada smo videli zvanično obaveštenje na vratima DIS marketa. Odavno nisam vozio novi auto, tim pre sam oduševljen ovom prvom probnom vožnjom našeg Hyundai-a i10. Imam stari auto i kada ga palim to lupa na sve strane, kada sam upalio Hyundai mislio sam da mi se ugasio motor. Mislim da je auto koji smo dobili stvarno fantastičan. Ja sam i više nego zadovoljan, kaže Zoran Cvetkovski, dobitnik automobila Hyundai i 10.

- Planiramo da i dalje kupujemo u DIS-u. Razlozi za to ne nalaze se samo u nagradi već i u činjenici da

P&G

Procter & Gamble

- Ja sam uvek razmišljao u pravcu da iz one ogromne kutije iz koje izvlače nagrade, nema šanse da izvuku baš nas. Nekako sam smatrao da je ta ogromna sreća meni nedostižna. Kada smo obavešteni da smo baš mi dobitnici glavne nagrade ja iskreno uopšte nisam verovao. Mislio

je osoblje jako veoma, izuzetno mi se dopada što je higijena na najvišem nivou, mogu da pogledam šta me interesuje, a da mi niko ne gleda preko ramena i radno vreme DIS marketa je ono što mi posebno odgovara, tvrdi srećni kupac Mirjana Cvetkovski.



SAJAM ZAPOŠLJAVANJA U SMEDEREVU

U organizaciji Nacionalne službe za zapošljavanje, u holu smederevskog Centra za kulturu, 15. juna je organizovan prvi ovogodišnji Sajam zapošljavanja.

Svoje učešće na Sajmu potvrdilo je 25 poslodavaca, koji su nezaposlenima ponuditi više od 170 slobodnih radnih mesta, u mašinskoj, građevinskoj, saobraćajnoj, tekstilnoj, zdravstvenoj, trgovinsko-ugostiteljskoj i drugim strukama. Na ovom sajmu učestvovala je i kompanija DIS koja je tom prilikom prikupila biografije preko 400 kandidata.

Sajmovi zapošljavanja predstavljaju jednu od mera aktivne politike zapošljavanja. Nezaposlenost je na žalost jedan od najvećih problema, posebno danas u vremenu krize koja ulazi u drugu godinu. Vlada RS kao i ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja ulažu znatna budžetska sredstva kako bi problem nezaposlenosti bio bar malo ublažen. Ove godine je izdvojeno više sredstava u odnosu na prošlogodišnja ulaganja sa akcentom na program zapošljavanja pripravnika pod nazivom „Prva šansa“. Mi radimo na zapošljavanju i u lokalnoj samoupravi, gde očekujemo da se sredstva koja su preko lokalnog saveta za zapošljavanje u budžetu grada već izdvojena budu usmere na dva konkursa samozapošljavanje i novo zapošljavanje naših sugrađana. Sajmovi zapošljavanja su najbolji način da se na jednom mestu sretnu poslodavci i nezaposlena lica. Danas ovom sajmu prisustvuje 25 poslodavaca koji planiraju da u narednih šest



Štand DIS-a na sajmu zapošljavanja

meseći zaposle preko 200 lica. Ja se iskreno nadam da će u decembru, kada mi sagledavamo efekte sajma, zaista sva ta radna mesta biti i popunjena, naglasila je u svom obraćanju posetiocima sajma Dragana Dobrić, direktorka Filijale nacionalne službe za zapošljavanje Smederevo.

Milena Jeremić je posao pronašla na prošlogodišnjem sajmu zapošljavanja u Smederevu i ovu činjenicu želela da подели sa posetiocima ovogodišnjeg sajma, nastojeći da na taj način nezaposlenim licima sugeriše da posećujući ove manifestacije sebi zaista daju šansu da pronađu posao.

– Ja sam maturant gimnazije, a po zanimanju knjigovođa. Na evidenciji NSZ sam bila nekih sedam meseci i kao nezaposleno lice učestvovala na prošlogodišnjem sajmu zapošljavanja i tom prilikom svim prisutnim poslodavcimaodelila svoj CV. Tako sam stigla do radnog mesta na kojem sada radim. Inače, moj poslodavac i danas učestvuje na sajmu zapošljavanja. Želim da se zahvalim NSZ što sam uz pomoć njih dobila posao i ohrabrim nezaposlene da i dalje pokušavaju da na ovaj način dođu do posla. Ja sam uspela zašto ne bi i vi.

Nastojanje NSZ da podstakne zapošljavanje

u Smederevu, nailazi na iskrenu podršku organa lokalne samouprave. O tome koliki se značaj pridaje zajedničkim aktivnostima usmerenim na rešavanje problema nezaposlenosti govorio je, pomoćnik gradonačelnika za lokalnu samoupravu i nauku, Bojan Teofilović.



Bojan Teofilović, pomoćnik gradonačelnika

– Traženje posla ne podrazumeva statičnost već aktivnost. Morate ići ka svom mestu pod suncem, a ne čekati da nešto dođe do vas. Grad Smederevo podržava mnoge projekte NSZ sa kojom ima odličnu saradnju. Buduće poslodavce molimo da izaberu, a vas da se i dalje profesionalno usavršavate koristeći svaku priliku za to.



Dragana Dobrić, direktorka filijale NSZ Smederevo

TREĆI ROĐENDAN

U čast treće godišnjice DIS marketa u Velikoj Plani obeležene na Petrovdan 12. Jula DIS market je svojim kupcima priredio brojna iznenađenja. Svaki stoti kupac u rođendanskom danu nagrađen je besplatnom kupovinom svega što je namerio da plati, a svako ko je toga dana posetio market mogao je da uživa u rođendanskoj torti i kafi u restoranu MEZE DIS marketa.

- U DIS marketu u Velikoj Plani trenutno je zaposleno 48 radnika. U odnosu na proteklu godinu zabeležili smo neznatan pad prometa, ali imajući u vidu kakva je situacija kod naše

šopa takođe je uticalo na smanjenja bespotreb- nih gužvi u marketu. Što se asortimana tice on je u ovom jednogodišnjem periodu značajno proširen naročito u segmentu robne marke Do- bro. Približavanje kupcima robne marke Dobro je posao koji konstantno traje. Trenutno smo mi kao i svi marketi u maloprodaji DIS-a u fazi pripreme za uvođenje nekih novih standarda. Nije nikakav problem da se oni uspostave, ali potreban je određeni trud da se ti standardi održe. Do sledećeg rođendana očekujemo da će ovaj market postizati još bolje rezultate na radost svih nas u sistemu DIS-a, zaključuje Aleksandar Milić, direktor ogranka DIS-a u Velikoj Plani.



Jovan Stojanović

- Mi smo uvek zadovoljni kupovinom u mar- ketu i naš račun je uvek bar 10.000 dinara. DIS posećujemo dva puta mesečno, dolazili bi i češće, ali živimo u selu Brzohode u opštini Žabari. Ovo je najveći market sa najpovoljnijim



STOTI KUPCI

Tokom jednogodišnjeg perioda DIS market u Velikoj Plani posetilo je 700.000 kupaca, a tokom rođendanskog dana 2.500. Besplatnom kupovi- nom svega što im se u trenutku proglašenja stotim našlo u korpi nagrađeno je 25 kupaca.

- U DIS-u kupujem svakodnevno. Zadovoljan sam uslugom, kvalitetom i izborom robe. Cene u DIS marketu su daleko niže u odnosu na druge prodajne objekte u Velikoj Plani. Sve ovo su raz- lozi što sam postao verni kupac DIS marketa, kaže Jovan Stojanović.

- Ja sam jedan od stalnih kupaca DIS mar- keta. Ovde mogu da kupim sve što poželim i u svakom trenutku. Ono što mi posebno odgovara je činjenica da vrlo brzo završim kupovinu, jer os- oblje ovog marketa radi vrlo efikasno. U ostalom da imam primedbi sada sigurno ne bi bio ovde, kaže Goran Spasić.



Goran Spasić

cenama u okolini zato i prelazimo 20 kilometara. Ovde se snabdevamo kućnom hemijom, os- novnim životnim namirnicama i drugim stvarima neophodnim za funkcionisanje domaćinstva, kažu Rada i Radomir Milanović iz sela Brzohode.



Rada i Radomir Milanović

Rupp sir? Yes SIR!



100
GODINA TRADICIJE



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.

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

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

	JAGODINSKI VOJVODA, PETROVIĆ	OSTRVSKA GRUPA U TIHOM OKEANU	INICIJALI REDITELJA POLANSKOG	ŽITELJI MESTA KOD DESPO-TOVCA	VEZNIK	KOMPOZI-TOR-VARTKES	PRVO SLOVO		STRANO MUŠKO IME	GRAD U KONGU		BARIJUM
ESTONSKO MUŠKO IME								L. G.			BELGIJA	
								SOLI AZOTNE KISELINE			LETOVALIŠTE U TAJLANDU	
PLANINSKI VENAC U EVROPI					AMPER		GRAD U MOZAMBIKU					
					RASTAVITI NEŠTO OPLETENO		GRADIĆ U SRBIJI					
RENIJUM			PARTIKLA, SIPERAK									BOCA OD POLA LITRA
			TELUR									
SLIKA SAMOG UMETNIKA (mn.)												
NAŠ PISAC												
TITAN				NADRAŽAVANJE, IRITIRANJE								
ENERGIJA			GRADIĆ U SRBIJI									LUKA U CRNOJ GORI
			LOVAČKI PAS									
VOLUMEN		GRAD NA SICILJI									BOR	
		PEĆ									GRČKO SLOVO	
PLANINSKI VENAC U ITALJI								ANGSTREM		RADIJUM		
								OBIM		DINAR		
RANIJI ŠKOTSKI FUDBALER, DEJVID					PTICA GRABLJIVICA							

Ehrmann

Made in Germany

DIS



Više od voća

BELA UKRŠTENICA

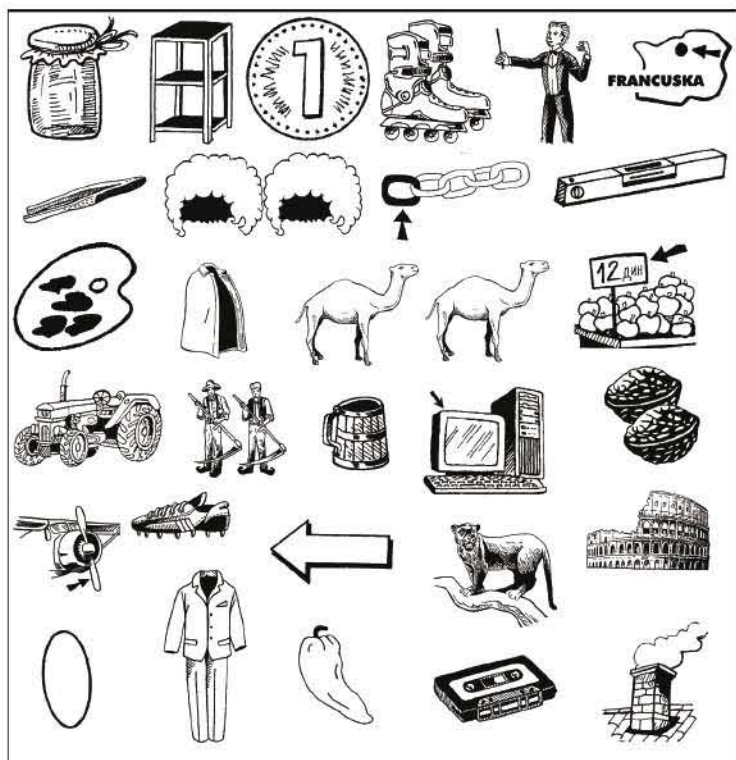
VODORAVNO: 1. Francuski filozof i pisac Žan Pol – Dodatak jelu – Simbol bora (2), 2. Cerova šumica – Geometrijsko telo (2), 3. Crna ptica pevačica – Svedok na venčanju – Zemljišna mera (2), 4. Prvo slovo – Simbol zlata – Egipatski bog – Inicijali pisaca Sremca (4), 5. Simbol tantala – Prekriti zemljom (1), 6. Grčki fudbaler, Antonis (0), 7. Grad u Bugarskoj (0), 8. Trčanje – Vodeni prokopi (2), 9. Simbol radijuma – Sveštencički čin u katoličkoj crkvi (mn.) (1), 10. Omladinski centar (skr.) – Prirodniak Milorad Milošević (1), 11. Evropski narod – Reka u Austriji – Oznaka za alt (3), 12. Ime trkača Boldona – Žitelji Čičarije – Grčko slovo (2).

USPRAVNO: 1. Oznaka za sever – Slom, propast (1), 2. Ime književnika Šopova – Vrsta kvalitetnog uglja (1), 3. Kožnati izraštaj pod grlom kože – Bilijarski štap – Simbol nobelijuma (3), 4. Oznaka za Tursku – Ono na šta se treba ugledati – Klinički bolnički centar (skr.) (3), 5. Znak u horoskopu – Zagrebačka glumica (1), 6. Vladareva ljubavnica (mn.) – Veznik (2), 7. Simbol sumpora – Naš pevač, Đorđe (1), 8. Opštinski komitet – Mnogobošci, pagani (2), 9. Automobilska oznaka za Suboticu – Lak za drvo (3), 10. Čobanica – Oznaka za radijus (2), 11. Luka u Crnoj Gori – Staro ime ostrva Visa – Međunarodna organizacija civilne avijacije (2).

DIS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											

ILUSTROVANA OSMOSMERKA

Svi pojmovi koji se kriju u ovoj osmosmerci predstavljeni su crtežima. Neprecrtana slova, čitana redom, daju konačno rešenje – pojam predstavljen preostalim crtežom



O	DŽ	A	K	I	R	P	A	P
L	C	M	S	O	A	I	E	R
E	I	A	O	N	S	N	A	O
D	R	B	T	N	P	C	C	P
O	T	E	E	E	I	E	I	E
N	R	N	R	L	L	T	L	L
A	A	I	E	O	E	A	O	E
T	K	R	I	G	L	A	P	R
E	T	I	L	R	I	E	A	A
S	O	A	R	T	M	R	R	N
A	R	E	N	A	A	A	I	I
K	O	P	A	Č	K	A	Z	D

Novo!

Patelina

Stvorena za uživanje!



Iz Neoplante na tržište stiže potpuno nova pašteta - **PATELINA**, nastala od brižljivo odabranih sastojaka i prema originalnoj recepturi. Možete je naći u četiri fantastična ukusa - jetrena, pašteta sa šunkom, pileća i pileća pašteta sa začinskim biljem.

Neto težina	Br. komada u tr. pakovanju
60g	48

