



2019/2020.

12/01 BR. 53.

GODINA 12

# Glasnik

TRGOVINA | EKONOMIJA | ZABAVA

## SPREMNI DOČEKUJEMO



**USPEŠNO ZAVRŠENA GODINA  
I RAST DIS TRGOVINE**

- NAJBOLJE IZ SRBIJE • JUBILEJI DIS MARKETA
- DIS LOGISTIC



# #žedni?



**IZDAVAČ**  
PTP DIS d.o.o.  
Bulevar oslobođenja 1/b,  
Krnjevo

**REDAKCIJA**  
T&T Brand Factory d.o.o.

**DIZAJN I GRAFIČKA PRIPREMA**  
T&T Brand Factory d.o.o.

**KONTAKT MARKETING SLUŽBE**  
marketing@dis.rs

**ŠTAMPA**  
Grafopromet d.o.o.  
Kragujevac

## SADRŽAJ

<b>UVODNIK</b>	
Igor Antunović, Direktor sektora maloprodaje DIS-a	4
<b>TEMA BROJA</b>	
Uspešno završena godina i rast DIS trgovine	6
<b>DIS ODSEK</b>	
DIS - najbolje iz Srbije u 2019!	9
Međunarodni sajmovi - Mesto gde se razmenjuju iskustva	10
Znanje zna budućnost	13
100 najvećih u Srbiji	16
Ekskurzija za zaposlene	18
Renovirani DIS marketi u Zrenjaninu i Lazarevcu	20
Jubileji DIS marketa	22
DIS Logistic	23
FMCG konferencija - Prilika da se unapredi poslovanje	27
Poštanska štedionica - Odloženo plaćanje na 6 rata	29
Sveže meso kao DIS-ova komparativna prednost	30
Daje se na znanje - DIS u Pančevu je uveo nešto potpuno novo	32
DIS Berlinger Stone Touch loyalty	35
<b>BRENDOVI</b>	
DIS PL - Puding i 3 prsta začini	37
<b>MARKETING</b>	
Kako poboljšati marketing na Instagramu	40
Zarada na društvenim mrežama - Prednosti i potencijalne zamke	42
<b>AKTUELNO</b>	
Međunarodni sajam turizma i seoskog turizma	44
Beogradski novogodišnji festival	48
<b>ZANIMLJIVOSTI</b>	
Nova godina – nova destinacija	50
Beč - valcer koji se ne završava	52

# UVODNIK



## SAGOVORNIK

Igor Antunović  
Direktor sektora maloprodaje

Pre skoro 25 godina kada sam ušao u svet maloprodaje, nisam očekivao da će svaka godina biti drugačija, brža, dinamičnija, posebnija. Uvek sam se vodio mišlju da sam na prvom mestu ja kupac i kakav osećaj kupovine želim, jer takav odnos i stav dovodi do adekvatnog prilagođavanja našim kupcima.

Ako se vi osećate ugodno tokom kupovine, ako je asortiman ispunjen, prodavnice pregledne, izazovne, ako vas ugodni mirisi mame za dodatnom kupovinom, ako želite svoje slobodno vreme da provedete kod nas, i da budete zadovoljni, onda je doživljaj kupovine ispunjen.

Kada kažem domaće, mislim na DIS. To je danas konkurentna prednost u odnosu na sve renomirane i nove trgovačke lance.

U prethodnom periodu ušli smo u drugi format, format Super DIS-a, šireći maloprodajnu mrežu. Sam format je dao novi doživljaj kupcima, bržu kupovinu, novi asortiman. Taj zaokret u konceptu se najviše odnosi na činjenicu da smo u prethodnom periodu bili prepoznatljiviji po formatu veće kvadrature. Trend kupovine je da potrošač češće ide u kupovinu, zahtevniji je, želi kraće da se zadrži u prodavnici, a mi smo se tome prilagodili jako brzo. U narednom periodu nas očekuje otvaranje i širenje mreže prodavnica navedenog formata, sa konstantnim osluškivanjem želja naših kupaca.

Sa jedne strane strateške inicijative donose veću profitabilnost, a sa druge strane, naši zaposleni, zajedno sa nama, potkrepljuju uspeh. Naši zaposleni su prvi front, oni su naši ambasadori, naše ogledalo, te je itekako važno njihovo zadovoljstvo. Svesni smo činjenice današnjeg tržišta rada, te koliko i nove generacije utiču na promenljivost poslova. Zato naši zaposleni, koji su stub prodavnica u kojima posluju zaslužuju poseban tretman.

Moj pristup prema njima je savetodavni, nekad i psihološki, jer im želim biti podrška, ali i uzor. Adekvatna komunikacija i motivacija su ključ uspeha rukovodećeg kadra. Za njih sam uvek dostupan da ih saslušam, pružim povratnu informaciju i pozitivno utičem.

Do kraja godine nas očekuje najzahtevniji period, koliko lep, kada slavimo sa našim porodicama, a toliko dinamičan, jer naše prodavnice, naši zaposleni i svi mi treba da opravdamo našim kupcima izbor dolaska u DIS.

Nastavićemo u pozitivnom duhu da dočekujemo naše kupce, da održavamo dobar timski duh među nama, renoviranjem ćemo da obnovimo svežinu naših prodavnica i inovativnost, saslušaćemo svakog individualnog kupca i zaposlenog, što su sve koraci koji oslikavaju suštinu našeg poslovanja.

Potrebe potrošača i kupovina se menjaju velikom brzinom. Razumeti, slušati i odgovoriti na želje nove populacije potrošača koji nam dolaze je prvi zadatak naše kompanije u narednom periodu.

DIS-ovi maloprodajni objekti ostaju mesto dobre kupovine, a naši zaposleni, zajedno sa mnom na čelu, dostojan član velike porodice u Srbiji, koju čine naši kupci, naši vlasnici i mi.

VELKOPOPOVICKÝ  
1874  
**Kozel**

# Discover the authentic Czech taste



**DON'T DRINK AND DRIVE**  
aboutalcohol.com

# USPEŠNO ZAVRŠENA GODINA I RAST DIS TRGOVINE

*Kraj godine je period kada tradicionalno sumiramo utiske i rezultate dostignute u mesecima iza nas. Kompanija DIS je imala veoma radnu i uspešnu prethodnu godinu, a o tome šta je doprinelo tim dobrim rezultatima i rastu DIS kompanije, uprkos oštroj konkurenciji i stanju na tržištu, pričali smo sa direktorom komercijalnog sektora kompanije DIS, Milošem Milićem.*



*Kompanija DIS jedna je od retkih stabilnih i jakih na tržištu decenijama unazad, šta je ključ uspeha koji iz godine u godinu garantuje ovakve rezultate?*

DIS-ovom timu sam se priključio u oktobru mesecu, ali i pored tako kratkog perioda, u prilici sam da sa svojim kolegama posvedočim o uspešnim rezultatima koje je ceo tim ostvario u 2019. godini. Uspeh kompanije na domaćem tržištu je nastao skladnim funkcionisanjem kompletnog tima, od menadžmenta u vrhu kompanije koji je uspeo da uskladi asortiman i prilagodi ga zahtevima naših potrošača, do svih zaposlenih u marketima. Zajedno, neumornim radom i zalaganjem, postigli smo veliki uspeh.

*Koje inovacije biste izdvojili kao najznačajnije tokom 2019. godine?*

Konstantna obuka i edukacija zaposlenih, obogaćivanje asortimana, podizanje kvaliteta usluga po objektima su osnovni modaliteti kojima je DIS posvećen. Trebalo bi napomenuti da menadžeri kategorija u DIS-u redovno posećuju većinu sajnova u regionu i u Evropi, na kojima se konstantno upoznaju sa svetskim novitetima koje primenjuju kroz naše markete.

## SAGOVORNIK

**Miloš Milić**

Direktor komercijalnog sektora

*Tokom 2019. godine organizovan je veliki broj novih akcija koje su se pokazale kao veoma uspešne - DIS vaučeri za kupovinu nedeljom, specijalni lifleti sa kuponima, loyalty programi i slično. Kakvi su vaši utisci i da li nameravate da nastavite ove trendove?*

Tokom 2019. godine imali smo više tematskih, specijalnih ponuda po našim marketima, nabrojaću nekoliko: Lepota dobre kupovine (kozmetika), Sve za vas i vaš dom (kućni aparati), Vinski specijal (proširena vinska karta)... Rezultati su odlični i sigurno ćemo nastaviti tim pravcem i u narednom periodu. Pored brojnih akcija, našim potrošačima omogućili smo odloženo plaćanje i do čak 150 dana, a započeli smo i akcijsku aktivaciju preko kupona, što je dalo fantastične rezultate, kao što se i očekivalo. Loyalty program je nešto što kompanija DIS uspešno radi već godinama i na taj način obezbeđuje svojim kupcima proizvode visokog kvaliteta po pristupačnim cenama.



*U toku prethodne godine puno se radilo na renoviranjima postojećih marketa. Kako je unapređenje ambijenta i modernizacija prodajne mreže uticala na razvoj i rast DIS kompanije?*

Renoviranjem postojećih objekata našim potrošačima omogućili smo prelep ambijent za kupovinu, pojačali smo usluge na odeljenju pijace i mesare. Ulazimo u drugu godinu odlične saradnje sa domaćim farmama, sa kojih meso stiže u markete u roku od 24h. U svakom pogledu dali smo svoj maksimum da naši potrošači budu još zadovoljniji.

*Od početka 2019. godine se radilo na otvaranju novog formata marketa u prodajnom lancu, i svi smo se već odomaćili u Super DIS-u.*

U periodu iza nas koncept DIS marketa je upotpunjen novim formatom Super DIS, čime smo odgovorili na potrebe savremenog potrošača, a to su interaktivna kupovina, komšijska atmosfera, a opet poboljšani kvalitet asortimana, posebno u kategoriji zdrave hrane, zatim bogatija pijaca sa svežim voćem i povrćem. Imajući u vidu da se u

ovom modernom vremenu jako brzo živi, da se ima malo slobodnog vremena, smatrali smo da je odgovor na želje naših kupaca jedini zadatak pred nama. I to smo uspešno uradili i planiramo da nastavimo istim tempom i sledeće godine.

*Kompanija DIS prepoznata je kao društveno odgovorna kompanija dugi niz godina. Kroz brojne programe donacija, DIS je pokazao stratešku posvećenost pružanju podrške zajednici, očuvanju tradicije i napravio značajne korake ka stvaranju boljeg društva. Kakvo je vaše mišljenje o ishodu ovog programa i nameri kompanije da doprinese sveukupnom stanju u društvu na ovaj način?*

DIS je, kao što ste naveli, društveno odgovorna kompanija i u 2019. godini, kroz program 'Znanje zna budućnost' odvojili smo 10 miliona za organizacije i institucije koje se bave obrazovanjem dece i mladih. Uvek smo otvoreni da prihvatimo i podržimo svaku novu ideju koja će poboljšati svet u kome živimo. Trudimo se da pružimo podršku lokalnim zajednicama, da unapredimo društvo, a istovremeno očuvamo vrednosti na kojima su odrastale generacije našeg naroda.

# LAKO DO IMUNITETA



**Novi Balans+ imuno proizvodi sadrže prirodnu i jedinstvenu formulu, koja se razlikuje od svih postojećih jogurta i ostalih mlečnih proizvoda:**



**HNO19 i NCFM** – prirodne kulture koje imaju veliki broj kliničkih studija, koje dokazuju pozitivan efekat na jačanje imunog sistema



**Kompleks od 3 vitamina (D3, B6 i B12)** koja su izuzetno važna za održavanje pravilne funkcije i jačanje imuniteta



**Prirodno vlakno inulin**



## DIS - NAJBOLJE IZ SRBIJE U 2019!

U okviru akcije „Najbolje iz Srbije“ koju tradicionalno 14. put organizuje Privredna komora Srbije u saradnji sa Ministarstvom trgovine, turizma i telekomunikacija, kompanija DIS je nagrađena u svojoj kategoriji. Ova akcija je veoma dobro prihvaćena kod privrednika širom zemlje, jer predstavlja prestižnu nagradu posebne reputacije, nagradu koja se godinama unazad smatra merilom uspeha u tržišnoj utakmici.

Svake godine u izboru učestvuje veliki broj privrednika, brendova i kompanija koje, na svoj način, doprinose razvoju i unapređenju privrede naše zemlje u kategorijama izvoza, proizvodnje i očuvanja tradicije.

Ovog puta nominovano je okvirno 270 brendova, što je najveći broj od nastanka akcije 2004. godine. U tom smislu, ponosni smo što je naša kompanija, pored plakete, dobila i pravo korišćenja znaka „Najbolje iz Srbije“ u promo kampanjama, kao i kontinuiranu promociju. Kriterijumi za izbor najboljih su definisani posebnom metodologijom, a glasovi potrošača imali su najveći, odnosno presudan uticaj.

Generalni direktor DIS-a Ivan Šuleić je 27. novembra 2019, primio nagradu ispred kompanije i tom prilikom se zahvalio svima koji su glasali za nas navodeći da će, kao i do sada, DIS pratiti misiju koja je započeta pre skoro tri decenije – očuvanje vrednosti, prilagođavanje željama potrošača i permanentno stremljenje ka mestu najboljeg.



# MEĐUNARODNI SAJMOVI MESTO GDE SE RAZMENJUJU ISKUSTVA

*Kada se sretnu kolege iz struke, a iz različitih zemalja, postoji vrsta razumevanja kakva se retko gde može videti. Međunarodni sajmovi su jedno od mesta okupljanja ljudi sličnih ili istih profesija, gde je svima cilj da prodube svoja znanja i nauče iz tuđih iskustava. Menadžeri kategorija Predrag Milovanović, Marko Šuleić i Nikola Stanojković bili su gosti čak četiri poznata evropska sajma – dva puta su posetili Istanbul, a po jednom Varšavu i Keln. U nastavku možete pročitati kakve su njihove impresije iz tri izuzetno značajna industrijska i privredna centra Evrope i zašto smatraju da su ovakva poslovna putovanja od suštinske važnosti za razvoj i unapređenje poslovanja.*

**Nedavno ste, kao predstavnici kompanije DIS, posetili neke od najvećih evropskih sajmova. Šta je bio glavni cilj ovih poseta?**

**Nikola:** Posete sajmovima imale su za cilj proširenje i oplemenjivanje asortimana, kako bi se što bolje odgovorilo zahtevima tržišta koje se menja iz dana u dan. Ovi sajmovi, a pogotovo „Anuga FoodTec“ u Kelnu, pokrivaju sve aspekte proizvodnje hrane. Industrije iz svih oblasti hrane i pića predstavile su svoje inovacije i tehnološke vizije - od prerade, punjenja i pakovanja do materijala za pakovanje, sastojaka, sigurnosti hrane i čitavog niza inovacija iz svih područja povezanih s proizvodnjom hrane, tako da je baš ovde najlakše naći adekvatne proizvode za naše turbulentno tržište.

**Predrag:** U cilju pronalazjenja inovativnih proizvoda posetio sam četiri evropska sajma: u Istanbulu sajmove „World Food Expo“ i „CNR food“, u Varšavi sajam „Food Expo“ i u Kelnu sajam „Anuga“. Poseta nam je omogućila da, na licu mesta, uočimo svetske trendove i vidimo šta će u budućem periodu postati interesantno i za potrošače u našoj zemlji.

**Marko:** Posete sajmovima su bile izuzetno korisne. Posetio sam dva i oba su širinom svoje ponude pokrila interesovanja svih. Kelnski sajam „Anuga“ nam je doneo više „premium“ asortimana dok je u Turskoj bilo više artikala nižeg cenovnog ranga.

**Da li ste zadovoljni efektom ovih poseta?**

**Nikola:** Na ovim sajmovima lako se vide globalni trendovi zbog čega je lakše predvideti neka buduća kretanja i na našem tržištu. Upravo iz ovih razloga veoma smo zadovoljni efektom naših poseta.

**Predrag:** Poseta sajmovima je bila izuzetna prilika da uočimo proizvođače i distributere koji dolaze sa svih strana sveta. Imao sam priliku da premijerno vidim inovacije iz celog sveta, a i da se sastanem sa predstavnicima čuvenih svetskih brendova sa kojima niko od trgovaca u našoj zemlji još uvek nije ostvario saradnju.

**Marko:** Sa više ponuđača smo ostvarili kontakte, a sa dva proizvođača konditorskih proizvoda smo započeli i saradnju. U pitanju su Yilmaz i Pakel proizvođači iz Istanbula.



Turska

**Da li je vaša ponuda za saradnju bila atraktivna proizvođačima koje ste kontaktirali na sajmovima?**

**Nikola:** Kompanija DIS je jedan od najvećih maloprodajnih lanaca na našem tržištu već 28 godina, sa 5% market share-a i više od 30 marketa, tako da nije bilo teško zainteresovati dobavljače za bilo koji vid saradnje posle kraće prezentacije.

**Predrag:** Interesantno je koliko je naš region prepoznatljiv svetskim trgovcima, a tokom pregovora sa preko stotinu svetskih proizvođača malo je bilo onih koji nisu čuli za našu zemlju. Predstavljanje naše kompanije ostavljalo je veoma pozitivan utisak, a mnogi proizvođači i distributeri su samoinicijativno bili zainteresovani i tražili da ostvarimo razmenu kontakata.

**Da li ste uspeali da sklopite ugovore sa proizvođačima iz Evrope?**

**Nikola:** Potrebno je znati da mi već saradujemo sa određenim inostranim kompanijama, pa smo posetu ovim sajmovima iskoristili da tu saradnju unapredimo. Isto tako smo uspeali da nađemo i nove potencijalne partnere koji imaju veoma interesantne proizvode za koje mislimo da je naše tržište spremno.

**Predrag:** Mnoge pregovore koje smo započeli na sajmovima smo nastavili po povratku. Proces nabavke nije sasvim jednostavan posao, pa smo nastavili da pregovaramo oko detalja i uslova koji su potrebni da bi se realizovala saradnja.

**Koji su to proizvođači? Da li su u pitanju prevashodno prehrambeni proizvođači?**

**Nikola:** Saradnju smo unapredili sa brendovima kao što su Quickbury, Jermi, Rupp i Bayerland, prehrambenim kompanijama iz Nemačke, što svakako podiže kvalitet naše ponude. U narednom periodu očekujemo da će se uspešno završiti pregovori sa brendovima kao što su Gierlinger, Calvo, Tarczynski, Agri food Toskana, Inalpi, Dafgards, Cgm, Prima i slični. Svi dobavljači koje sam naveo su iz prehrambene industrije, a najviše iz kategorija mlečnih proizvoda, hleba i peciva, smrznute hrane i mesne prerade.

**Predrag:** U skladu sa kategorijama koje vodim pregovore sam nastavio sa proizvođačima i distributerima alkoholnih i bezalkoholnih pića. Vizije koje sam doneo sa ovih putovanja ću pokušati da prenesem i našim domaćim partnerima i proizvođačima kako bi pokušali da napravimo slične proizvode, ali bolje prilagođene potrebama potrošača u našem okruženju. Inovativne proizvode će naši kupci uskoro pronaći na policama naših marketa.

**Koji su vaši planovi za naredni period po pitanju animiranja novih dobavljača za vašu kompaniju?**

**Predrag:** U narednom periodu ćemo kao i do sada animirati aktuelne dobavljače kako bismo obogatili ponudu i još više stvorili bliskost sa našim potrošačima. Ujedno ćemo animirati i potencijalne dobavljače sa kojima želimo da zajedničkim nastupom na tržištu pristupimo i zajedničkom cilju, a to je zadovoljenje potreba naših potrošača.

**Marko:** Rad na asortimanu je stalna i neprekidna aktivnost svakog category managera. Jedino pitanje je da li će novi proizvod biti domaćeg porekla ili je neophodno da napravimo iskorak i završimo na tržišta u Evropi i pravi proizvod donesemo na police DIS marketa kako bismo naše potrošače učinili zadovoljnim.



Nemačka

# ZNANJE ZNA BUDUĆNOST

**Investiranje u budućnost je dobra poslovna praksa, posebno kada se istovremeno ulaže u generacije koje dolaze i neguju tradicionalne vrednosti.**

Kompanija DIS je u 2019. godini izdvojila 10 miliona dinara za program podrške obrazovanja mladih u Srbiji, pod nazivom „Znanje zna budućnost“. Polovina sredstava namenjena je najuspešnijoj deci zaposlenih u DIS-u, a druga polovina obrazovnim institucijama, organizacijama i udruženjima. Prijavljivanje za projekat trajalo je do 1.6.2019. U nastavku slede dobitnici:

- Centar za stručno usavršavanje u obrazovanju (Leskovac), projekat: 3D era mladih dizajnera - Opremanje naučnog kluba
- KUD Obilić (Krnjevo), projekat: Nabavka folklorne nošnje i pozorišnih kostima
- Ekonomsko-trgovinska škola Vuk Karadžić (Stara Pazova), projekat: Opremanje pametne učionice
- Informacione tehnologije – Udruženje profesora Srbije (Kruševac), projekat: Priprema, organizacija i realizacija međunarodnog takmičenja iz informatičke i računarske pismenosti „Dabar“
- FK Jedinstvo (Krnjevo), projekat: Nabavka opreme za pionire i petlice
- OŠ Vuk Karadžić (Krnjevo), projekat: Ulaganje u izgradnju kombinovanog dečijeg objekta
- OŠ Vojvoda Živojin Mišić (opština Mionica), projekat: Opremanje fiskulturne sale i nabavka sportskih rekvizita
- OMŠ Vladimir Đorđević (Beograd), projekat: Finansiranje putovanja na Međunarodni festival harmonike u Italiji, FIF Castelfidardo 2019.



**Naučni klub u Leskovcu i pametna učionica u Staroj Pazovi** su projekti koji direktno poboljšavaju kvalitet obrazovanja i predstavljaju pravi pogled u budućnost.

Organizacija međunarodnog takmičenja iz računarske pismenosti omogućava budućim inženjerima da pokažu svoje znanje i takmičarski duh. **Udruženje profesora Srbije iz Kruševca** je dobrovoljno, nevladino i neprofitno udruženje, osnovano radi ostvarivanja ciljeva i aktivnosti u oblasti računarskih nauka, njihovih primena u nastavi i popularizaciji ovih nauka. Kako su naveli u udruženju, ovaj projekat doprinosi podizanju nivoa svesti o potrebi za ovladavanjem informatičkim i računarskim znanjima i povećanje informatičke pismenosti na svim nivoima obrazovanja i kod svih aktera obrazovnog procesa.

Do ostvarivanja opšteg cilja se dolazi kroz unapređenje kvaliteta i masovnosti takmičenja u oblastima računarstva i informatike; otkrivanjem i razvojem talentovanih učenika osnovnih i srednjih škola; usavršavanjem nastavnika za pripremu učenika za takmičenja u oblasti računarstva i informatike i uspostavljanjem i održavanjem online prezentacije programa sa svim pratećim materijalima i informacijama o pojedinim aktivnostima programa. Takmičenje koje se u svojoj kvalifikacionoj fazi obavlja putem interneta iz računarskih kabineta škola učesnica, omogućilo bi uključivanje više hiljada (do desetina hiljada) učenika u takmičenje. Veoma je važno i podsticanje socijalnog kontakta između mladih ljudi iz različitih škola i sredina.



**Finansiranje opremanja fiskulturne sale u osnovnoj školi u Mionici i nabavka opreme za pionire i petlice u Krnjevu** su važni koraci ka razvoju sportskog duha kod najmlađih, a samim tim i zdravog životnog stila.

U okviru našeg programa, **mladom harmonikašu Savi Iliću, iz osnovne muzičke škole Vladimir Đorđević**, finansirali smo put na Međunarodni festival harmonike u Italiji u septembru. Sava Ilić je među prvih 10 od 150 najboljih harmonikaša na svetu. Takmičenje na kom je učestvovao u Italiji je jedno od najvećih takmičenja današnjice a Sava je ušao u prvih 10 u svetu u svojoj kategoriji. Savi profesor Rade Soro i Sava nisu krili oduševljenje odličnim rezultatom uz poruku da ponosni i još motivisaniji nastavljaju zajednički rad na usavršavanju. DIS je donirao sredstva za putovanje na takmičenje, sredstva za prijavu i učešće, kao i troškove smeštaja. Harmoniku mnogi smatraju nacionalnim instrumentom Srbije, pa je ovaj projekat i predstavljanje naše kulturne baštine u Evropi.

Podrška **Kulturno umetničkom društvu „Obilić“ iz Krnjeva** je podrška tradiciji i lokalnoj zajednici. U okviru projekta „Znanje zna budućnost“ DIS je donirao 300.000 dinara za nabavku

folklorne opreme i pozorišnih kostima u vidu 20 kompleta raznih kostima i nošnji za decu uzrasta do 18 godina. KUD „Obilić“ je osnovan davne 1926. godine i njihova misija je da motivišu decu da se probaju u kulturološkim aktivnostima koje ovaj tip društva može da im pruži. Na taj način žele da doprinesu razvoju ličnosti i sazrevanju dece, kao i da unaprede nivo izloženosti mladih kulturi i umetničkom stvaralaštvu.

Kada su u pitanju deca naših zaposlenih, tokom 2019. godine donacijama smo obradovali decu trideset dvoje zaposlenih. Njima smo donirali veliki broj lap top računara i tableta, izdvojili sredstva za školarine za škole stranih jezika i članarine za škole sporta, finansirali IT projekte i školarine na fakultetima, kupili dva električna klavira, savremenu opremu za ribolov i još mnogo toga. Sve to ćemo vam detaljnije predstaviti u narednom broju našeg „DIS Glasnika“.

Odgovornost prema naraštajima koji nas slede, našim zaposlenima, očuvanju tradicije i podršci lokalnim zajednicama uopšte, deo je naše misije već skoro tri decenije. Zato smo izuzetno ponosni na sve izabrane projekte. Radimo na tome da i u narednoj godini alociramo sredstva za ovaj projekat i nastavimo u duhu podrške i zajedništva.





# 100 NAJVEĆIH U SRBIJI

Kompaniji DIS uručena je nagrada „100 najvećih u Srbiji“. U okviru ovog projekta koji se po prvi put realizuje u našoj zemlji uz punu podršku Privredne komore i uz partnerstvo sa Addiko bankom, najboljim kompanijama u našoj zemlji su dodeljena priznanja.

## SAGOVORNIK

Mila Ćurčin  
Direktor marketing sektora

Nagrade su dodeljene na osnovu rezultata poslovanja u 2018. godini, dok su tokom svečanosti nagrađene kompanije u 16 različitih kategorija. Lepa vest je da je DIS dobio prvu nagradu u svojoj oblasti. U ime kompanije nagradu je primila Mila Ćurčin, direktor marketinga. Na ime navedenog izjavila je za Glasnik sledeće: „Veliko je zadovoljstvo što sam bila u prilici da nagradu primim u ime kompanije DIS. Ponosni smo što smo deo projekta „100 najvećih u Srbiji“ i ovu nagradu smatramo potvrdom da se vredan i kontinuiran trud i rad uvek prepoznaju i nagrade. Čast je biti među najboljima.“

Projekat „100 najvećih“ je nakon velikog uspeha u regionu, počeo da se realizuje i u Srbiji sa ciljem boljeg razvoja i jačanja pozitivne klime kroz promociju dobre poslovne prakse, najvećih i najprofitabilnijih kompanija, kao i najvećih poslodavaca. Na gala svečanosti koja je održana u beogradskom hotelu Hilton okupio se veliki broj državnih zvaničnika, najeminentnijih predstavnika domaće privrede, menadžera, ambasadora i predstavnika diplomatskog kora, umetnosti i medija.



# Dobra strana dana



**Zdrav i ukusan doručak za samo nekoliko minuta!**

[www.lomax-company.com](http://www.lomax-company.com)

# EKSKURZIJA ZA ZAPOSLENE

DIS ODSEK GLASNIK

Kompanija DIS već nekoliko godina organizuje ekskurziju za svoje zaposlene. To je prilika da se dodatno izgradi timski duh, što je kamen temeljac našeg preduzeća.

Ovo je samo jedan od mnogobrojnih uspešnih pokušaja da naši zaposleni osele da su cenjeni i da su deo jedne velike porodice. Jer što smo mi jači i bolji, možemo bolje da ponudimo našim potrošačima. Zbog toga ove ekskurzije imaju i edukativni karakter. Koristimo priliku da vidimo šta radi konkurencija i da iz toga naučimo nešto, ukoliko postoji potreba. Maloprodajni lanci u Evropi su inspiracija za unapređivanje poslovanja. Stalno napredovanje je misija naše kompanije, pa je neophodno da svakoga dana preispitujemo način na koji radimo. Jedino tako će naši kupci uočiti trud koji ulažemo da bismo im obezbedili prijatnu i opuštajuću kupovinu u svim našim marketima. Poverenje se uvek vraća poverenjem što nas čini izuzetno ponosnim na sve što smo postigli kada su u pitanju potrošači i zaposleni.

Ove godine smo se uputili u Beč da se upoznamo sa jedinstvenom austrijskom kulturom, da uživamo u hrani karakterističnoj za taj deo Evrope i vidimo lokacije koje su već ušle u legendu. Na samom

dolasku u Austriju, svratili smo u kupovinu u tržni centar Parndorf, koji je najveći outlet centar u Evropi.

Naša ekskurzija se nastavila u Beču. Tokom panoramskog razgledanja grada, lokalni vodiči su nam pričali o istoriji dugoj 25 vekova, o naseljavanju evropske metropole, o Habzburškoj vladavini i Austrougarskim ratovima. Prošetali smo trgov Marije Terezije, pored carskih vrtova koji ga okružuju, sve do Hofburg Palace koja je bila rezidencija moćnog Habzburškog carstva, a deo palate je danas dom austrijskog predsednika. Nismo propustili priliku da obidemo zgrade parlamenta i opere, ali ni da probamo specijalitete poput bečke šnicle i Saher torte.

**O**vaj vid druženja sa kolegama je uspešan način da se unaprede odnosi, da se nivo kolegijalnosti podigne i obezbedi bolja poslovna saradnja, stoga ćemo i ubuduće nastaviti sa ovom praksom.



# Kosili

Za detinjstvo okupano čistom srećom

- ✓ Veoma blaga formulacija
- ✓ Lako raščešljavanje
- ✓ pH vrednost odgovara koži
- ✓ Testiran od strane dermatologa
- ✓ Idealan za svakodnevnu upotrebu
- ✓ Neodoljivi Kosili miris



Instagram: [kosili\\_srbija](#) Facebook: [kosilisrbija](#) YouTube: [kosili](#) Website: [www.kosili.rs](#)



# **JESEN U NOVOM RUHU**

## **RENOVIRANI DIS MARKETI**

### **U ZRENJANINU I LAZAREVCU**

Uvek se trudimo da idemo u korak sa vremenom i modernizujemo naše objekte uvek iznova kako bismo potrošačima omogućili kupovinu u prijatnom ambijentu. Ove jeseni smo renovirali dva postojeća marketa, u Zrenjaninu i u Lazarevcu.

U oktobru, potpuno renoviran i modernizovan DIS market ponovo je otvorio svoja vrata kupcima u jednom od najvećih gradova Banata, Zrenjaninu. Svi koji su tog dana posetili Aviv Park gde se nalazi DIS market, imali su priliku da se, u pravoj komšijskoj atmosferi, upoznaju sa još boljom ponudom velikog broja kvalitetnih artikala po pristupačnim cenama. U renoviranom objektu sada postoji šest kasa, kako bi se našim kupcima proces plaćanja ubrzao i olakšao. DIS se potrudio da dan otvaranja objekta učini što zanimljivijim.

Neizostavna akcija za svako otvaranje je da svaki 50. kupac dobija gratis kupovinu, ali smo ovom prilikom organizovali i roštiljanje na kojem su posetioци dobijali pljeskavice gratis. Roštiljanje postaje tradicija za otvaranje marketa. Potrošači imaju samo pozitivne reakcije na novouvedenu praksu i odziv je svaki put sve veći. Posetioци su imali prilike da degustiraju krem od lešnika naše robne marke Masterclass i uvere se u kvalitet asortimana koji im nudimo.

Market u Lazarevcu je renoviran i otvoren u novembru mesecu. Nakon kratke pauze, tokom koje je u potpunosti preuređena i modernizovana infrastruktura objekta, market u ulici Dimitrija Tucovića bb je sve zainteresovane sugrađane dočekao u potpuno novom ruhu i lepšem ambijentu.

Deset kasa štede vreme i omogućavaju brzu i ugodnu kupovinu. Još bogatiji i kvalitetniji asortiman domaćih i stranih proizvoda predstavljen je stanovnicima ove opštine, a ujedno im je najavljeno da će tokom perioda slava i praznika biti organizovane specijalne akcije koje će potrošačima omogućiti još bolju kupovinu. Uživanje u gratis pljeskavicama i akcija svaki 50. kupac dobija gratis kupovinu privukli su veliki broj posetilaca.

Otvaranje renoviranog i modernizovanog marketa u Lazarevcu predstavlja bitan korak ka još jednom važnom projektu koji će kompanija DIS uskoro

realizovati u ovoj beogradskoj opštini. Ponosni smo što je gradnja novog DIS centra ušla u drugu, završnu fazu nakon koje se, početkom naredne godine, očekuje njegovo otvaranje.

Pristupačne cene, veliki broj redovnih akcija i promotivnih ponuda su deo stalne ponude u svim DIS marketima, čime vraćamo ukazano poverenje našim lojalnim kupcima.





## JUBILEJI DIS MARKETATA

*Svi volimo rođendane i na razne načine obeležavamo značajne datume u našim životima. Naši marketi su naš ponos i izuzetna nam je čast da vam predstavimo jedan od najstarijih DIS marketata u Srbiji.*

U septembru ove godine, market u Smederevskoj Palanci navršio je 10 godina rada. Do sada su ove jubileje obeležili market u Smederevu 2016. godine, u Velikoj Plani, Kruševcu i Jagodini 2017. godine, a prošle godine marketi u Mladenovcu i Lazarevcu. Sledeće godine imamo četiri marketata koja će napuniti 10 godina rada, navodi Katarina Stojčić, direktorka HR službe u kompaniji DIS.

**M**arket u Smederevskoj Palanci otvoren je 17.09.2009. godine. Trenutno je u tom marketu 16 zaposlenih koji su od samog otvaranja angažovani u tom objektu.

Aktuelni direktor marketata je Slađa Batinić koja, takođe, od otvaranja radi u tom objektu. Pored direktora tu su i poslovođa, referent nabavke i ostali zaposleni na drugim pozicijama (kasiri, prodavci, magacioneri) koji su učestvovali u otvaranju marketata sada već davne 2009. godine.

Kompanija DIS se uvek trudi da omogući razvoj karijere svojih zaposlenih, a prema rečima direktorke marketata u Smederevskoj Palanci, Slađe Batinić, kolege koje su tu od početka su imale

priliku da napreduju unutar sistema. Mnogo njih je prošlo put od kasira do šefova kasa, zahvaljujući svom vrednom radu i poverenju koje im je ukazano od kompanije. Ulaganja kompanije u svoje zaposlene doprinela su da market u Smederevskoj Palanci funkcioniše kao dobro podmazana mašina. Svaki zaposleni poznaje svoj deo posla i trudi se da pomogne kolegama. Tokom ovih deset godina, mnogo toga se dešavalo u marketu, od simpatičnih situacija sa kupcima, do toga da se zaposleni dobro osećaju, jer vide na koji način im zajednica u kojoj posluju veruje. Market je 2015. godine doživeo veliku rekonstrukciju. Enterijer je modernizovan, asortiman je obogaćen i pripremljen je teren za dalje pobeđe.

Lojalnost prema kompaniji je dodatno nagrađena u čast desetogodišnjice rada marketata slanjem pisma zahvalnosti od strane kompanije i vaučerima za kupovinu koji su specijalno urađeni za tu priliku „Mali dar za veliki trud“. Zaposleni su ostali zatečeni ovim vidom pažnje, nisu očekivali i veoma su se obradovali, jer lepo je znati da poslodavci vode računa o svojim radnicima, navodi Slađa Batinić.

Ova vrsta jubileja je velika čast i uspeh. Svakoga dana radimo na unapređenju poslovanja, proširivanju asortimana i mreže marketata i verujemo da je ispred nas još mnogo ovakvih jubileja.

DIS ODSEK GLASNIK

## DIS LOGISTIC

*Odnedavno u sastavu DIS kompanije posluje i firma čija je osnovna delatnost prevoz robe, pod nazivom DIS Logistic. U vezi sa tim razgovarali smo sa Zoranom Šinikom, direktorom sektora logistike.*

*Kakva su vaša prva iskustva kada je u pitanju ovaj vid proširenja delatnosti kompanije?*

Odluku da osnujemo DIS Logistic doneli smo u prvom kvartalu ove godine. To je svakako veliki izazov kako za mene tako i za mlade, ambiciozne ljude u mom timu. Kompanija DIS ima određena iskustva u međunarodnom saobraćaju međutim koncept, format koji mi planiramo da sprovedemo je na znatno višem nivou jasno, planski koncipiran segment po segment. Nakon donošenja odluke da DIS Logistic zaživi krenuli smo sa detaljnom projekcijom mera i aktivnosti koje treba da realizujemo kako bismo kvalitetno funkcionisali i uspešno poslovali. Mislim pre svega na pripremu koja podrazumeva poslove tehničke prirode,



SAGOVORNIK

Zoran Šinik  
Direktor sektora logistike



proširenje voznog parka, aktivnost prikupljanja potrebnih dozvola od nadležnog ministarstva, programska podrška, definisanja kadrovske strukture, projekcija budžeta za narednu godinu, marketinške aktivnosti, odabir i dodatna obuka zaposlenih. U početnoj fazi, nakon formiranja DIS Logistic sektora u skladu sa trenutnim kapacitetom izašli smo na tržište, vršimo prevoz robe u pojedine zapadnoevropske zemlje, sve češće smo prisutni u Hrvatskoj i Makedoniji, a krajem godine očekujemo nove kamione koji treba da dignu naš volumen i performanse. Plan za narednu godinu je da ostvarimo intenzivan progres, a nije isključeno da dodatno proširimo kapacitet. U kompaniji sam nešto više od deset godina, u logistici intenzivno nekih deset meseci.

**P**rvna iskustva su izuzetno pozitivna, zadovoljan sam onim što smo do sad uradili, zadovoljan sam napretkom koji je evidentan, energijom koju ulažemo, uspešnom realizacijom planova.

**Koji su planovi za razvoj ovog segmenta kompanije DIS u narednom periodu?**

Kompanija DIS je od svog osnivanja do danas rasla i širila se progresivno kvalitativno i kvantitativno u svim segmentima. Transport je u okviru sistema pratio taj rast kao jedna od najvažnijih karika u lancu, prolazio kroz različite faze, adekvatno reagovao na poslovne transformacije kako bi uspešno odgovorio svim zahtevima.

Sad posle toliko godina rada i sticanja iskustva u distribuciji robe našoj maloprodajnoj mreži, profi kupcima u jednom periodu i van granica Srbije odlučili smo da napravimo korak napred u svom poslovanju, da iskoristimo znanje, potencijal, snagu koju posedujemo u ovoj oblasti da to valorizujemo osnivanjem nove firme koja će intenzivno da se bavi uslužnim transportom robe u zemlji i inostranstvu. Moram još jednom da naglasim da smo uložili velika sredstva kako u nove kamione, tako i u opremu, programsku podršku i ljude. To samo pokazuje koliko smo ozbiljno ušli u ovu

priču ne prepuštajući ništa slučaju. Zato naše ambicije i planovi nisu mali. Cilj je da DIS Logistic postane prepoznatljiv brend, pouzdan partner koji će kvalitetom usluge, profesionalnim pristupom, uz primenu definisanih normi u drumskom saobraćaju, korišćenjem najsavremenije tehnologije u organizaciji transporta sa novom flotom koja po specifikaciji zadovoljava stroge standarde Evropske Unije zauzme značajno mesto na ovim prostorima. Uzor nam je naravno to što već tri decenije u oblasti trgovine radi kompanija DIS od koje zapravo sve polazi. U fazi smo projekcije planova za narednu godinu. Idemo korak po korak, svesni činjenice da je pred nama puno izazova, kojima, verujem, možemo da odgovorimo u punoj meri.

**Na koji način je moguće organizovati saobraćajna i logistička rešenja kako bi se obezbedili ekonomični, bezbedni i ekološki prihvatljivi vidovi prevoza robe?**

Organizacija i sprovođenje aktivnosti transporta je skup složenih radnji koje iziskuju znanje, disciplinu u radu, kao i poštovanje zakonske regulative koja je vrlo stroga. Kompleksna organizacija, kvalitetno upravljanje vremenom, optimizacija procesa - sve to inicira potrebu da se koriste nove tehnologije i programska rešenja. To zapravo više nije stvar izbora već potrebe. DIS Logistic je u tom segmentu na visokom nivou. Mi koristimo najbolja tehnološka, programska rešenja koja egzistiraju u ovoj oblasti, pre svega mislim na **MOBTRACK** koji nam omogućava da u svakom trenutku znamo gde se vozilo nalazi, kojom brzinom se kreće, koliki je nivo goriva u rezervoaru, da li su vrata na tovarnom prostoru otvorena, naglo kočenje, skretanje, a takođe poseduje mogućnost alarmiranja unapred definisanih događaja koji signaliziraju izlazak iz standardnog načina korišćenja vozila kao i online i offline izveštavanja u okviru aplikacije. **ROADNET** je savremeni softver, koristi se za kreiranje i optimizaciju ruta, izradu plana transporta i, uz njegovu pomoć, imamo uvid u stepen iskorišćenja vozila u totalu i pojedinačno. **TIMOCOM** je platforma koja spaja ponudu i potražnju za međunarodnim transportom,

ima mogućnost GPS praćenja vozila po turi, izračunava rutu kretanja vozila i niz drugih pogodnosti. Naši novi kamioni biće opremljeni tamo uređajima najnovije generacije koji koriste smart tehnologiju, standard koji nije u punoj meri zaživeo čak ni na putevima Zapadne Evrope. Pratimo ovu oblast i idemo u korak sa novim rešenjima.

**Koji su izazovi sa kojima se moderni saobraćaj susreće?**

Savremena logistika je puno kompleksniji niz procesa od same razmene robe. Dobra rešenja u svim segmentima, kvalitetno upravljanje vremenom, poštovanje uslova da se obezbedi ekonomičan, bezbedan i ekološki prihvatljiv prevoz robe pravi razliku od uspešnih i onih koji još traže rešenja iz ovih oblasti. U praksi to znači

da kompanije koje se bave prevozom robe teže da svako vozilo od tačke A do tačke B pređe što kraći put i potroši manje goriva, samim tim smanji količinu izduvnih gasova. Rutiranje vozila, pored optimalne projekcije puta koji vozilo treba da pređe, podrazumeva i maksimalnu iskorišćenost svakog vozila kad je u pitanju broj paletnih mesta u tovarnom prostoru i maksimalno opterećenje vozila. Na bezbedan prevoz robe utiče više faktora: način na koji je roba pripremljena za transport u samom magacinu, da li je utovarena u skladu sa predviđenim standardom, u odgovarajuće vozilo i naravno kako se teret vozi, odnosno da li je vozač u zavisnosti od vrste, težine, gabarita i tereta, vožnju prilagodio trenutnim uslovima. Sve ovo je jasno propisano pre svega zakonom u skladu sa standardima EU, a potom i internim aktom svake firme koja se bavi prevozom robe.



Ekološki aspekt, često je tema broj jedan i veliki zadatak koji savremeno društvo ima u smislu da nađe način i pomiri velike suprotnosti između benefita koji saobraćaj donosi i problema koje stvara. Intenzivno se radi na alternativnim rešenjima, kao što sam već naveo - logističari, prevoznici preduzimaju određene mere koje inicijalno imaju dvostruku korist. Međutim to nije rešenje za budućnost. Neki prevoznici svoj vozni park ili jedan njegov deo voze na alternativna goriva, ali problem stvara to što je broj stanica za točenje tih goriva mali, kako kod nas tako i u Evropi. Činjenica je da merama zaostajemo za potrebom da transport držimo u ekološki prihvatljivim okvirima, ali se svakako trudimo da emisija štetnih gasova bude minimalna.

**Ako imamo u vidu da drumski transport trenutno ulazi u novu eru pod uticajem tri tehnološka trenda, automatizacije, elektrifikacije i digitalizacije, da li vaši planovi za dalju budućnost uključuju upotrebu ovih tehnologija?**

Savremeni saobraćaj u svim svojim oblicima predstavlja žilu kucavicu modernog sveta. Menja način života ljudi i značajno smanjuje kulturne i jezičke razlike, pomaže u rešavanju zdravstvenih problema, neposredno utiče na ekonomski razvoj, brži protok robe i ljudi, globalizaciju tržišta, razvoj turizma i slično. Njegova uloga u privrednom životu svake zemlje je višestruka i značajna.

Možemo da kažemo da saobraćaj u punoj meri ima društveni značaj, povezuje proizvodnju i potrošnju. Sa druge strane izvor je velike frustracije današnjeg čoveka, ozbiljno ugrožava životnu sredinu velikom emisijom izduvni gasova, predstavlja problem kad je u pitanju buka u naseljenim područjima. Da ne govorimo koliko gužva, kad je u pitanju drumski saobraćaj, usporava ljude. Saobraćaj uzrokuje veliki broj nesreća u kojima se gube ljudski životi i pravi velika materijalna šteta. Savremeno društvo je svesno svih prednosti i mana koje odlikuju saobraćaj danas i intenzivno radi na pronalaženju kvalitetnih, prihvatljivih rešenja koja bi trebalo da pomire suprotnosti koje inicira.

## FMCG KONFERENCIJA PRILIKA DA SE UNAPREDI POSLOVANJE

Konferencija FMCG Retail Summit, najveći regionalni trgovački događaj u organizaciji InStore magazina, pod jednim krovom je 24. oktobra, u hotelu Hyatt Regency Belgrade, okupila više od 500 učesnika iz sektora trgovine, robe široke potrošnje i pratećih industrija, više od 150 kompanija iz 7 država. Ovo je šesti po redu samit ovog tipa i kao što je navedeno na sajtu ove organizacije FMCG Retail Summit učesnicima donosi analizu domaćeg i regionalnog trgovačkog sektora, iskustva u upravljanju brendovima i zaposlenima, analizu trendova u centralnoj Evropi, kao i pregled novih modela poslovanja na globalnom nivou. Profil učesnika podrazumeva trgovce svih kanala (viši menadžment, nabavka, prodaja, trade marketing, marketing, logistika), proizvođače (viši menadžment, prodaja, trade marketing, marketing), distributere FMCG proizvoda (prodaja, trade marketing, marketing) i prateću industriju (oprema, IT sektor, konsultanti, agencije za istraživanje tržišta, marketing i PR agencije, finansije i osiguravajuća društva).

Kompanija DIS bila je jedna od pokrovitelja ove konferencije koja je potvrdila status centralnog trgovačkog događaja u Srbiji.

Konferencija je ispunila sva očekivanja, ovogodišnji program i celokupna organizacija pružila je dodatnu vrednost i priliku za promociju naših proizvoda i usluga, kao i ostvarivanje novih poslovnih kontakata i odnosa.



*Više od 60 godina,  
naša vina su deo  
Vaših uspomena...*



VINARIJA  
PIK OPLENAC

[www.pik-oplenac.com](http://www.pik-oplenac.com)



# SJAJNA VEST PLAĆAJTE NA RATA ŠEST!

## ODLOŽENO PLAĆANJE DINA KARTICOM POŠTANSKE ŠTEDIONICE

U svim DIS marketima plaćajte DINA POST CARD karticom Poštanske štedionice na 6 rata, bez ograničenja iznosa. Prva rata se obračunava tek nakon 30 dana.

# POŠTANSKA ŠTEDIONICA ODLOŽENO PLAĆANJE NA 6 RATA



Načini plaćanja robe i usluga se svakodnevno unapređuju kako bi olakšali i ubrzali kupovinu. Kompanija DIS uvela je novu mogućnost za svoje potrošače - plaćanje na rate DINA POST CARD karticom Poštanske štedionice.

### SAGOVORNIK

Suzana Cvetković  
Direktor sektora finansija

*Ova usluga dostupna je svim potrošačima koji su kao klijenti Poštanske štedionice dobili DINA karticu na korišćenje.*

*Odloženo plaćanje moguće je do 6 rata i nije ograničeno minimalnim iznosom. Plaćanje na rate DINA karticom Poštanske štedionice moguće je u svim DIS marketima širom Srbije.*

*O razlici između plaćanja na rate i klasičnog odloženog plaćanja, razgovarali smo sa direktorkom finansija kompanije DIS, Suzanom Cvetković.*

*Kakve pogodnosti kupci imaju od ovakvog vida plaćanja?*

Kod običnog odloženog plaćanja, čitav iznos obaveze dospeva na naplatu u celosti u dogovoreni dan, a kod plaćanja na rate, ukupnu obavezu je moguće podeliti u jednake iznose na više rata. Prva rata, pritom, dospeva tek nakon 30 dana.

Pored činjenice da je potrebno da prvo obezbede samu Dina karticu u nekoj od filijala Poštanske štedionice, potrebno je da se potrošači, pri samoj kupovini, opredele za opciju odloženog plaćanja i da izaberu broj rata, gde je maksimalan broj rata čak šest.

Ovakav vid plaćanja omogućava potrošačima da kupe sve što im je u datom trenutku potrebno, čak i kada ne raspolažu potrebnim sredstvima. Odnosno, samo plaćanje za kupljenu robu mogu da odlože, a pored toga još i podele ukupan iznos na više jednakih rata.

Ovo može značajno pozitivno da utiče na rasterećenje kućnog budžeta naših dragih potrošača.

# SVEŽE MESO KAO DIS-OVA KOMPATIVNA PREDNOST

DIS ODSEK GLASNIK



SAGOVORNIK

Ivan Branković  
Category Manager

Već skoro godinu dana u DIS marketima je u toku program „24 časa od farme do DIS marketa“. U vezi sa tim razgovarali smo sa Ivanom Brankovićem, menadžerom kategorije.

**Recite nam nešto o programu „24 časa od farme do DIS marketa“?**

Program „24 časa od farme do DIS marketa“ podrazumeva bukvalno to da meso životinja sa probranih najboljih domaćih farmi dolazi u naše markete u najkraćem mogućem roku, ne dužem od 24h. Na ovaj način našim kupcima je na raspolaganju uvek sveže meso vrhunskog kvaliteta.

**Vrhunska ponuda svežeg mesa u DIS-u je tokom godina postala zaštitni znak kompanije. Kako uspevate da iz godine u godinu zadržite i poboljšate kvalitet ponude?**

Ono po čemu je DIS prepoznatljiv na tržištu jeste vrhunski kvalitet svežeg mesa. Tu reputaciju smo

zaslužili predanim radom i odlukom da se ne prave nikakvi kompromisi po pitanju kvaliteta.

**S**veže meso dolazi sa najboljih, isključivo domaćih, probranih farmi u roku od 24h u DIS markete. Recept je jednostavan - nikada se ne vodimo isključivo profitom, već se trudimo da na prvom mestu našim kupcima obezbedimo najbolji kvalitet.

**Na koji način birate dobavljače i farme sa kojih se snabdevate svežim mesom? Šta je najbitnije kada je u pitanju saradnja sa farmerima?**

Dobavljače i farme biramo na veoma jednostavan način koji se može sažeti u nekoliko reči – kvalitet, kontinuitet i kvantitet. Kvalitet ne sme biti upitan i mora biti u skladu sa našim visokim standardima. Zbog prepoznatog kvaliteta kod potrošača ono što dobavljači moraju da ispune kako bi nam bili pouzdan partner jeste kontinuitet i u kvalitetu i u kvantitetu robe jer su količine koje prodamo, naročito u vreme akcija, veoma velike. Saradnja je takva da postoji obostrano poštovanje i uvažavanje i svest o međusobnoj međuzavisnosti.

**Da li ste se pripremili kada je u pitanju naredni period slava i praznika? Na koji način se pripremate za momente velike potražnje za svežim mesom?**

Sve pripreme moraju da se obave na vreme i u momentu kada krenu praznične akcije sve mora biti do detalja dogovoreno, osmišljeno i pripremljeno i ne sme da bude iznenađenja. Naši kupci znaju da u potpunosti mogu da se oslone na nas kada su u pitanju slavske nabavke, koje u velikoj meri uključuju kupovinu upravo artikala iz kategorije koju vodim. Najvažnije je pravilno proceniti situaciju na tržištu i potražnju i na osnovu toga adekvatno projektovati nabavku.



**Koje sveže meso naši kupci najviše kupuju i da li postoji određeni proizvod na koji ste najviše ponosni?**

U strukturi prodaje svežeg mesa već godinama dominira svinjetina. To je meso koje se kod nas tradicionalno najviše konzumira. Nakon toga sledi piletina, zatim junetina. Kada krene post najbolji odnos cene i kvaliteta kao i obezbedene količine sveže ribe kupci mogu da pronađu upravo kod nas. Ono na čemu se radilo godinama i na šta smo najviše ponosni jeste kvalitet svinjskog mesa.

Kao meso koje se kod nas tradicionalno konzumira u najvećoj meri, trudili smo se da upravo ono dobije najviše pažnje i da našim kupcima u svakom momentu obezbedimo najbolji kvalitet uz izuzetno povoljnu cenu.





# DAJE SE NA ZNANJE DIS U PANČEVU JE UVEO NEŠTO POTPUNO NOVO

Inovacije u poslovanju su deo misije koju kompanija DIS ima od svog nastanka. Oduvek smo pratili trendove i trudili se da odgovorimo na potrebe modernog društva i svojih potrošača. Sa razvojem tehnologija, razvijali smo se i mi, korak po korak. Brz stil života i mnogobrojne dnevne aktivnosti ostavljaju malo vremena za porodicu i druženje sa prijateljima. Kao odgovor na to, pojavili su se mnogobrojni servisi koji pomažu modernom čoveku, od servisa za čišćenje kuće, šetanje pasa, sve do onog najpotrebnijeg – dostava hrane. Poručivanje hrane se vrši preko sajta ili aplikacije, gde možete sami prema svom ukusu da odaberete koju kuhinju želite.

**K**ako bismo olakšali našim savremenici, u okviru kategorije gotova jela DIS je napravio saradnju sa platformom donesi.com, najpopularnijim i najstarijim servisom ovog tipa.

Sredinom novembra smo u Pančevu započeli pilot projekat u saradnji sa ovim servisom i za sada funkcioniše samo u tom gradu, sa tendencijom širenja na ostale gradove u kojima poslujemo. Naše odeljenje gotovih jela u ponudi ima kuvana jela, supe i čorbe, roštilj, posni jelovnik, salate i poslastice. Za naše potrošače u Pančevu smo

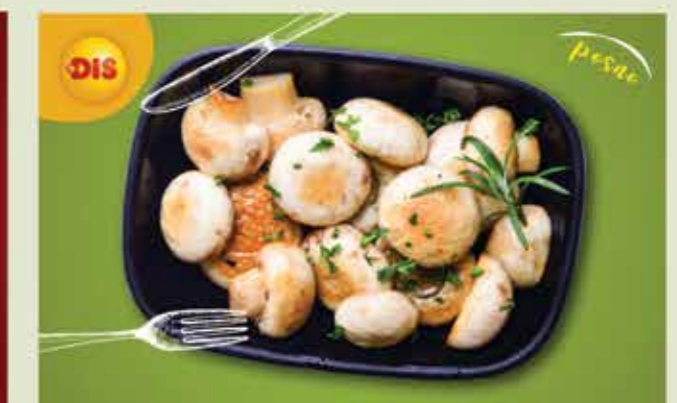
u okviru ovog programa napravili jedinstvenu ponudu komplet jela – supa ili čorba, glavno jelo, salata i desert. Prilagodili smo ponudu periodu posnih slava koji je pred nama, tako da naši kupci imaju veliku mogućnost izbora. Ovaj jelovnik nije dostupan u samom marketu, već je specijalno izrađen za ovu priliku. Kao i sve velike akcije, potrebno je vreme da ljudi čuju za njih, pa smo iskoristili sve kanale komunikacije kako bismo upoznali potrošače sa novim dešavanjima u našem marketu. Odgovor grada Pančeva na ovu akciju je zaista prevazišao sva očekivanja i broj porudžbina raste iz dana u dan.

DIS Dobra kupovina  
PANČEVCI  
DIS Gotova jela  
STIŽU NA VAŠU ADRESU  
donesi.com  
UZ SVAKU PORUČBINU LEPINJA GRATIS

Kako bismo na još jedan način pokazali koliko nam je važno da pomognemo našim sugrađanima u Pančevu i koliko cenimo to što smo deo svakog njihovog dana, organizovali smo akciju zajedničkog pripremanja slava. Period pred nama je bogat velikim događajima i okupljanjima. Slave su uvek svečani trenuci koje bi trebalo da provedemo sa porodicom i prijateljima. Važan su deo tradicije našeg naroda i predstavljaju priliku da okupimo i pokažemo poštovanje prema nasleđu koje imamo. Zbog toga smo tu da pomognemo našim potrošačima i omogućimo im da jela za slavske trpeze mogu da pazare u DIS marketu. Sarme, riba, variva i sve što je dostupno na odeljenju gotovih jela

možete poručiti unapred, u količini koja vam je potrebna i čekaće vas na dan slave spremno. Štedimo vaše vreme i asistiramo u tome da što kvalitetnije provedete slavske dane. Želimo da se opustite i družite sa vašim najmilijima, a ne da budete umorni od silnog pripremanja hrane kada dođu gosti.

Pančevo je pionir kada su ovakvi projekti u pitanju, jer predstavljaju veliki korak u našim naporima da odgovorimo potrebama potrošača i kupaca.





NE OSTAVLJA  
TRAGOVE  
BRISANJA NA  
STAKLIMA!

GEL DUŽE ŠTITI  
SANITARIJE OD  
ZAPRLJANJA!



DA KUĆA  
BLISTA  
MORA BITI  
HEMIJE!

ODLIČNO ČISTI  
RAVNE PLOČE  
ŠTEDNJAKA!



TEMELJNO  
ČISTI I  
USPEŠNO  
UKLANJA  
KAMENAC!

BRZO SE SUŠI  
I OSTAVLJA  
BESPREKORNO  
ČISTE PODOVE!



ALBUS  
TRADICIJA  
OD 1871.  
GODINE

DIS ODSEK GLASNIK



## DIS BERLINGER STONE TOUCH LOYALTY

Loyalty akcije su postale popularne par godina unazad i pokazale su se kao adekvatan alat za unapređenje poslovanja i proširenje ponude. Princip je jednostavan – maloprodajni lanac u saradnji sa jednim brendom organizuje akciju u kojoj se kupovinom na određenu sumu dobija jedna nalepnica. Sakupljanjem unapred određenog broja nalepnica, moguće je da se kupi proizvod iz trenutne ponude. Asortiman u ponudi je uvek visokog kvaliteta, a uz ovu akciju dostupan po nižim cenama. Trenutno u DIS marketima, loyalty akcija se odnosi na Berlinger Stone Touch kolekciju posuđa.

Koja je praksa DIS marketa po pitanju loyalty akcija i koja kategorija proizvoda je privukla najviše pažnje?

Ovo je tip akcije koji se već dugi niz godina redovno organizuje za naše potrošače, jer ima dobar odziv, a do sada su najbolje rezultate imale akcije sa posuđem, što je takođe razlog zbog kojeg smo izabrali baš ovu kolekciju.

### SAGOVORNIK

Marija Radivojević  
Category Manager

Koje su ključne pogodnosti koje kupci dobijaju od ove akcije?

Kada biramo artikle za ovu akciju trudimo se da to budu proizvodi koji prate trendove, kako u dizajnu, tako i vrsti materijala, a potrošači na kraju dobiju odličan kvalitet i najbolju cenu.

Šta je to što Berlinger posuđe odvaja od konkurenata na tržištu?

Berlinger Haus Stone Touch posuđe napravljeno je od kovanog aluminijuma, presvučeno sa 3 sloja granitnog premaza protiv lepljenja, što omogućava pripremanje hrane bez masnoće. Ručke su otporne na toplotu tako da se posuđe može koristiti i za spremanje u rerni. Ovo posuđe namenjeno je za zdravo kuvanje za celu porodicu.

U DIS-U KUPI  
I ZA BERLINGER  
POSUĐE *markice*  
skupi



Da li proizvodi iz asortimana Berlinger Stone Touch utiču na uštedu električne energije?

Da, moguće je uštedeti do 35% električne energije, što u današnje vreme znači i smanjenje emisije štetnih gasova. Ekološki aspekt je takođe jedan od razloga što je izabrana baš ova kolekcija.

Kako kupci mogu detaljnije da se informišu o samoj akciji?

Potrošači detaljnije informacije mogu dobiti u svakoj našoj prodavnici. Na raspolaganju su im informativni flajeri koje mogu da preuzmu na kasi, a takođe mogu da se raspitaju kod naših kasira. Uvek smo tu da pružimo sve potrebne informacije našim kupcima.



BREDOVI GLASNIK

# DIS PL PUDING I 3 PRSTA ZAČINI

Kompanija DIS već dugi niz godina neguje i neprestano radi na razvoju svoje privatne robne marke i trudi se da uvek ponudi svojim potrošačima kvalitet koji zaslužuju. Izuzetno smo ponosni na rezultate koje smo postigli u višegodišnjoj saradnji sa dobavljačima.

Kao produkt toga, imamo *Dobro puding* koji je u poslednje vreme omiljeni slatkiš naših potrošača. Zbog brze i jednostavne pripreme i izuzetno lepog ukusa, *Dobro puding* je veoma zastupljen na trpezama u skoro svim domovima. Deca obožavaju puding zbog širokog spektra bogatih ukusa i boja. Sa druge strane, roditelji se odlučuju za pripremu upravo ovog slatkiša zato što im pruža mogućnost da se bar na trenutak prisete svog detinjstva i slatkiša koji ih je često čekao na trpezi.

*Dobro puding* može da se pripremi kao samostalan desert ili u kombinaciji sa drugim dodacima za pripremu nekog omiljenog kolača. Pruža mogućnost da se zasлади dan za bukvalno 15 minuta.



SAGOVORNIK

Petar Jevremović  
Category Manager



3 PRSTA



Puding naše privatne robne marke ima brojne prednosti koje ga odvajaju od konkurencije. Na prvom mestu bih naveo veoma nisku cenu zbog koje je ovaj proizvod pristupačan bukvalno svima, navodi Petar Jevremović, menadžer kategorije u našoj kompaniji. Ono što izdvaja **Dobro puding** od konkurencije, pored niske cene, je izuzetno visok kvalitet i širok spektar različitih ukusa. Ovaj artikal je dostupan u svim DIS marketima, ali i u svim radnjama naših kupaca saradnika, dugogodišnjih franšizanata. Na nama je da stalno ispitujemo tržište i da odgovorimo na zahteve potrošača i na izazove na terenu. S obzirom na to da postoji veliki broj konkurentskih proizvoda, 2019. godina se pokazala zadovoljavajućom kada je u pitanju **Dobro puding**.

Neverovatan odziv među kupcima ima asortiman začina pod brendom **3 prsta**. Verujem da nijedna domaćica prilikom pripreme ukusnih obroka ne izostavlja **3 prsta** začine, nastavlja Jevremović. Pored velikog broja različitih začina, vodeće mesto, kada je prodaja u pitanju, zauzimaju **3 prsta biber u zrnu** i **3 prsta mleveni biber**. Za njima ništa mnogo ne zaostaje ni **3 prsta beli luk u prahu** koji, kao i biber, predstavlja glavni

sastojak skoro svih tradicionalnih jela koja se pripremaju na našem području. U prethodnom periodu smo se potrudili da asortiman **3 prsta** proširi svoju lepezu začina. Pored osnovnih začina, kao što su biber, peršun, beli luk, asortiman **3 prsta** sad uključuje i malo egzotičnije ukuse poput kurkume, ruzmarina, karija, mirođije, čime su se naši potrošači posebno oduševili.

U budućnosti nas u asortimanu **3 prsta** svakako čekaju određene inovacije, pre svega u ambalaži koja će pored postojećih kesica uključiti i bočice. Verujemo da će začini u bočicama zbog svoje praktične upotrebe veoma lako naći put do potrošača. Naravno, kupci mogu da očekuju iznenađenja kada je u pitanju asortiman začina **3 prsta**. Nепrestano radimo na povećanju broja začina. Cilj nam je da našim potrošačima omogućimo lako pronalaženje onih začina koji se retko koriste na našim prostorima, a za kojima oni imaju potrebu. Uslišićemo potrebe kupaca i na osnovu njih uvesti, možda na iznenađenje mnogih, neke od začina za koje se najmanje očekuje da bi mogli da se nađu, ne samo u našim objektima, već i u Srbiji, najavljuje Jevremović.



mogyi

Zrno koje ti nedostaje!

# KAKO POBOLJŠATI MARKETING NA INSTAGRAMU

*Digitalne inovacije su donele velike prednosti u poslovanjima, što je marketing ekspertima dalo novi zadatak – da se prilagode novonastaloj situaciji na najbolji mogući način. Razvoj Fejsbuka je omogućio potpuno nove kanale komunikacije i reklamiranja. Velike korporacije su to iskoristile da svoje poslovanje podignu na viši nivo.*

Međutim, u poslednje vreme, kao da smo se umorili od Fejsbuka, kao da smo ga izgustirali, pa je kao rezultat toga Instagram sve popularniji. Zbog toga je potrebno da se komunikacija prilagodi ovoj društvenoj mreži. Pratioci su veoma važan faktor za razvoj biznisa, a kako biste ih stalno držali zainteresovanim potrebno je da se prate trendovi i uvode inovacije čim se za to ukaže mogućnost. Sadržaj na Instagramu može da bude u vidu fotografije, snimka ili storija – kratkog videa koji ne ostaje na profilu, već nestaje nakon 24 sata. Bilo koja forma je preporučljiva i nijednu ne smete da izostavite. Popularnost ovakvog vida oglašavanja je velika, ali da bi imao uspeha, preporučuje se još nekoliko jednostavnih koraka.

Biografija i profilna fotografija su prvo što ljudi vide kad uđu na vaš profil. Potrebno je da opis vašeg poslovanja bude precizan, ako postoji mogućnost i zabavan, a fotografija mora da bude upečatljiva kako je pratioci ne bi zaboravili.

Obavezno pratite konkurenciju, jer su vam ciljne grupe iste. Na ovaj način možete da budete upućeni šta se kod njih dešava, a samim tim i izbegnete eventualna poklapanja u promovisanju određenih proizvoda ili akcija. Pored toga, možete da zaključite koja vrsta sadržaja nema uspeha, kako ne biste pravili iste greške.

Objave moraju da budu redovne, ali ne opterećujte svoje pratiocima sadržajem, jer se ljudi lako umore od neprestanog ponavljanja i često prestanu da vas prate zbog toga. Takođe, sadržaj mora da bude prilagođen prvenstveno proizvodu koji se promovira, zatim demografiji kojoj je namenjen i da ne bude dosadan.

Ne zaboravljajte da odgovorite na pitanja, bilo da su u vidu komentara ili poslata kao privatna poruka. Što pre odgovorite, to bolje. Tako pokazujete poštovanje prema onima koji vas prate i gradite uzajamno poverenje.

Pravopis i gramatika su jako važni za poslovanje na Instagramu. Ukoliko imate puno grešaka, preti opasnost da postanete predmet podsmeha širom društvenih mreža, što značajno može da vam nanese štetu u poslovanju.

Poznate ličnosti ili popularno influenseri su odličan način da dobijete pratiocima i da vam oni ostanu lojalni. Kada ostvarite saradnju sa influencerima, oni vas na redovnoj bazi reklamiraju na svom profilu što povećava broj onih koji vas prate. Takođe, vaš sadržaj sa njima u fokusu će privući nove ljude i osigurati vašu poziciju na mreži. Vodite računa da ova vrsta povezivanja ima smisla, odnosno da ne uzmete kao „brend ambasadora“ nekoga koga ljudi ne mogu da povežu sa vašim brendom.

Haštag je jedan od alata koji se pokazao kao uspešan u poboljšanju poslovanja na Instagramu. Osmislite dobar haštag, prilagođen vašem biznisu, ali imajte na umu i to šta radi konkurencija i oni sa najviše pratilaca. Vidite da li neki od njihovih haštagova odgovaraju za korišćenje na vašem profilu, jer hiljade ljudi koristi ovaj alat kako bi pronašao sadržaj koji ga zanima.

Svaka grana industrije i nauke ima svoju logiku. Isto tako, digitalni marketing mora da ima svoju, zato je veoma važno da sve što radite na Instagramu bude pre svega logično, a sa gorenavedenim preporukama, šanse za uspeh se povećavaju.



# ZARADA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

## PREDNOSTI I POTENCIJALNE ZAMKE

*Koncept „kupovine iz fotelje“ koji je na veliko reklamiran devedesetih, postao je realnost i deo naše svakodnevnice. U doba velikog tehnološkog napretka u sferi Interneta, veliki broj internet korisnika je pronašlo načina da zarađuje preko ovog kanala komunikacije.*

Online poručivanje proizvoda štedi vreme, vrlo često i novac i zbog toga se sve više ljudi odlučuje za ovaj vid kupovine. Na Internetu, pored velikih platformi za kupovinu poput AliExpress-a, e-Bay-a i Amazon-a, na kojima se može kupiti sve od igle do lokomotive, postoji veliki broj onih koji prodaju proizvode preko društvenih mreža. Postoji

nekoliko nivoa ponude na društvenim mrežama. Jedno je ručni rad i prodaja proizvoda napravljenih lokalno, a drugi nivo je tzv. drop shipping. Lokalni proizvođači nude obuću, odeću, nakit, nameštaj, kozmetiku, pa čak i zimnicu, torte i kolače. Kupovinom proizvoda sa ovih stranica pomažu se mali preduzetnici, a ušteda može biti značajna.



Često su to proizvodi ekološkog porekla, bilo da se radi o hrani ili o kozmetici za kuću.

Drop shipping je drugačiji koncept koji podrazumeva da ponuđači reklamiraju proizvode koji se prodaju na velikim platformama i poručuju ih kada se vi odlučite za kupovinu. Drop shipper-i, nakon što im platite, prosleđuju porudžbinu sa vašom adresom i vama proizvod stiže na kuću. Kod drop shipping-a cene su uvek nešto više od onih na velikim online prodavnicama, što čini njihovu zaradu. Preko njih, pored odeće, obuće, stvari za ukrašavanje kuće i svega ostalog navedenog, možete da poručite i tehniku, igračke i sve druge proizvode koji nisu dostupni na lokalnom nivou.

Bilo koji od ova dva koncepta ima svoje prednosti i mane. Prednost, pored uštede vremena i novca, je činjenica da na ovaj način možete da dobijete visoko kvalitetne proizvode po nižim cenama. Takođe, možete da nabavite unikate, što je uvek dobrodošlo. U svemu tome, ne smemo zaboraviti mane koje mogu da

biti veoma značajne. Online kupovinom nemate priliku da proizvod vidite, probate i opipate pre nego što ga platite. Neretko se dešava da odeća ne odgovara fotografiji i da je zapravo mnogo drugačija uživo. Proces reklamacije je često dug i oduzima puno vremena, pa se malo ljudi odlučuje na ovaj korak. Zbog toga je potrebno uvek voditi računa i truditi se da kupujete od onih sa kojima već imate izgrađen sistem poverenja. Takođe, kupovinom preko Interneta ostavljate svoje lične i finansijske podatke, što donosi rizik od krađe. Na globalnom nivou se svakoga dana radi na zaštiti ove vrste podataka, ali do tada se preporučuje oprez.

Ne treba izgubiti iz vida da, bez obzira na mogućnosti koje pruža online kupovina, ima nečeg posebnog u porodičnom odlasku u kupovinu. Najbolje je da se pronađe ravnoteža između dva vida kupovine kako bi se iz oba sveta dobili benefiti.



# MEĐUNARODNI SAJAM TURIZMA I SEOSKOG TURIZMA

*U srcu Šumadije, gradu Kragujevcu u periodu od 22. do 24. novembra održan je 11. Međunarodni sajam turizma i seoskog turizma. Organizatori ove manifestacije su „Šumadija sajam“ i Gradska turistička organizacija „Kragujevac“. Cilj ovog sajma je predstavljanje turističkih potencijala Srbije i zemalja regiona, što obuhvata bogatu ponudu destinacija koje, iz godine u godinu, rade na tome da poboljšaju i oplemene sadržaj koji nude.*

Kao i svake godine, tradicionalno su se okupili brojni izlagači – nacionalne, regionalne i lokalne turističke organizacije i agencije koje su se predstavile za predstojeću zimsku sezonu. Više od 100 izlagača je predstavilo ponudu hotela, turističkih centara, banja i lečilišta, seoskih domaćinstava i poljoprivrednih gazdinstava, vinarija i drugih turističkih destinacija sa brojnim zanimljivim sadržajima.

Turistička privreda se suočava sa raznim izazovima na svakodnevnom nivou. Zbog toga su organizovane panel diskusije, predavanja i forumi sa sagovornicima i predavačima iz institucija nadležnih za rešavanje problema. Dodatno je bilo reči i o tome na koje sve načine je moguće poboljšati kvalitet usluga i obezbediti dodatne finansije. Kao i svakoj drugoj uslužnoj delatnosti potrebno je slušati svoje mušterije i u moru pohvala, sugestija i kritika naći balans koji će odgovoriti na zahteve najvećeg broja zainteresovanih.



Stručni žiri koji čine predstavnici nadležnih republičkih institucija i lokalnih turističkih organizacija izabrao je najuspešnije izlagače i dodelio adekvatne nagrade u kategorijama: najuspešnija promocija, najuređeniji izlagački prostor i najbolji promo materijal.

Ovakav tip manifestacije je značajan za ceo region, jer se mogu čuti razne korisne informacije koje služe daljem napredovanju na polju razvoja poslovanja, dok posetioci mogu da pronađu određene destinacije po nižim cenama.



**NOVO  
U DISU**

**Lako se  
maže,  
još lakše  
smaže!  
Frapella**





# BEOGRADSKI NOVOGODIŠNJI FESTIVAL

Čuveni Novogodišnji vašar je pre izvesnog vremena dobio novo ime - Beogradski novogodišnji festival, ali nije izgubio stari sjaj i duh koji već 59 godina prati ovu manifestaciju.

U prvo vreme, vašar je bio namenjen prvenstveno najmlađima, ali je koncept sada promenjen, pa će u pretprazničnoj euforiji sada moći da uživaju i odrasli. Posetioce očekuju najkvalitetniji novogodišnji sadržaji - zabavni park, klizalište, ali i mogućnost da se u poslednjem trenutku obavi kupovina poklona za Novu godinu.

Miris pljeskavica, šećerne vune i crvenih glaziranih jabuka vraća u detinjstvo. U **hali 1** biće smešten zabavni park sa autićima,

ringišpilom i balerinom koji ne zna za godine i pruža smeh, radost i dobru dozu adrenalina svima koji su dovoljno hrabri da se upuste u avanturu. Ponuda robe široke potrošnje će biti u **hali 1a**, što će obradovati sve prisutne. Tu ćete moći da dokupite ukrase za jelku i eventualno zaboravljene poklone, ali i da probate razne đakonije iz domaće proizvodnje.

**Hala 2** je namenjena najmlađima - radionice, pesma i igra uz pratnju hora upotpuniće novogodišnju magiju za vaše mališane i postaću nezaboravni trenutak za njih. Po prvi put će ove godine postojati i sajber zona, koja će najviše privlačiti nove generacije. Imaće priliku da vide sve inovacije na ovom polju i da testiraju određene igrice.

RAINBOW

Pored sajber zone, u **hali 4** od 19 časova svakoga dana će prisutne zabavljati muzički program sa nastupima uživo.

Ukoliko ste propustili manifestaciju Sajam knjiga, na ovom festivalu ćete, već tradicionalno, imati prilike da prelistate i kupite popularne naslove, a možda i pronađete one za kojima već dugo tragate.

Novogodišnja magija ne bi bila potpuna bez klizališta. Iznajmljivanje klizaljki je moguće na licu mesta, a nakon nekoliko krugova imaćete priliku da se ugrejete na okolnim štandovima sa čajem, kafom i slanim i slatkim poslasticama.

Beogradski novogodišnji festival je izvor dobre energije i dobre zabave za celu porodicu, a vreme praznika je pravo vreme za porodična druženja.

Festival je deo manifestacije „Beogradska zima“, koju organizuju Grad Beograd, Turistička organizacija Beograda, Beogradski sajam, Dečji kulturni centar i Centar beogradskih festivala (CEBEF). Kao i svake prethodne godine, održava se na Beogradskom sajmu u halama **1, 1a, 2 i 4**, u periodu od **20. do 30. decembra**, a ulaz je besplatan.



# NOVA GODINA NOVA DESTINACIJA

*Predanja kažu da je dobro u novoj godini uraditi nešto novo. Novogodišnji praznici su idealan trenutak da otputujete i opustite se u potpuno novim avanturama. Izboru ima na pretek – od evropskih prestonica, preko alpskih gradića sve do egzotičnih ostrva u Indijskom okeanu. Srećom, ništa više nije nedostižno.*

Ponude turističkih agencija u Srbiji pokrivaju širok spektar putovanja i aktivnosti. Za ljubitelje fado muzike i flamenka, **Portugalija** i **Španija** predstavljaju pravi izbor. Aranžmani su u trajanju od pet dana i podrazumevaju avionski prevoz sa smeštajem u gradu koji želite da obidete. Fakultativne ekskurzije su moguće, ali se doplaćuju. Ako se odlučite za **Barselonu**, ne propustite priliku da obidete Dalijev muzej u

**Figerasu**. Ova vrsta putovanja je odličan izbor za one koji odvoje manje od nedelju dana za odmor. Organizovane su posete svim muzejima i obeležjima u gradu, tako da nećete propustiti značajna mesta. Za romantične duše, uvek je u ponudi grad svetlosti. **Pariz** se ubraja u jedan od tri najlepša evropska grada i idealan je da se u njemu započne naredna godina ili novo poglavlje u životu.

Uvek možete da se odlučite i za autobusku turu kroz **Italiju**, gde ćete imati prilike da uživete u besprekornim pejzažima, vinima vrhunskog kvaliteta i italijanskoj muzici. U ovoj vrsti aranžmana se autobusom obilazi nekoliko gradova. Postoji i opcija da noćenja budu u jednom mestu, a u toku dana se putuje do drugih gradova i nazad.

Ove godine brojne agencije nude Veliku evropsku turu koja kreće u decembru i traje deset dana. Obilazi se pet država – **Nemačka, Belgija, Holandija, Luksemburg i Francuska** i 11 gradova **Regenzburg, Nirnberg, Frankfurt, Keln, Antwerpen, Brisel, Briž, Gent, Amsterdam, Luksemburg i Strazbur**. Ovi aranžmani pružaju mogućnost da se, po vrlo povoljnim cenama, pređe mnogo kilometara, obidu gradovi koje možda nikada ne bismo stavili na listu želja, a koji će vas bez sumnje oduševiti. Raznobojne fasade Briža u **Belgiji**, okićene i ukrašene za Božić i Novu godinu ostavljaju utisak da se nalazite u pravoj zimskoj bajci.

Ako želite pravu čaroliju, onda su za vas idealne destinacije **Moskva i Sankt Peterburg**. Istorijski i kulturno su među najznačajnijim gradovima na svetu i zbog toga nude pregršt sadržaja i obilazaka koji će vas ostaviti bez daha.

Poklon od Deda Mraza možda ne stigne do vas tačno u ponoć, jer ste na putovanju, ali zato možete da se dogovorite sa njim da dodete i preuzmete poklon lično. Jedna od najzanimljivijih destinacija za ovo doba godine je svakako Laponija. Irvasi, vilenjaci, Deda Mraz i njegova supruga Muori će vas dočekati u snežnoj idili, počastiti vas novogodišnjim kolačićima i čajem. Posebna atrakcija je vožnja sankama koje vuku haskiji. Ako tragate za Novom godinom koju zamišljate od detinjstva, ovo je definitivno destinacija za vas.

Za one koje vuku daljine, uvek su tu **Azija i Južna Amerika**. Duge ture i velike avanture. Otkrijte **Bali**, probajte tajlandsku kuhinju, za koju kažu da je među najboljim na svetu. Oslušnite džunglu na asfaltu **Bangkoka**, dozvolite da vas zaslepe svetla Singapura. Popnite se na **Maču Pikču**, provedite noć u najvišoj prestonici na svetu, **La Pazu**.

Sve ponude možete videti online, kao i u turističkim agencijama gde možete lično popričati sa agentima. Koju god od destinacija izaberete, uspomene će trajati zauvek i niko vam ih ne može oduzeti.



# BEČ - VALCER KOJI SE NE ZAVRŠAVA

Na obalama Dunava šepuri se Beč, jedna od najpopularnijih destinacija Evrope. Razloga za to je mnogo, ali prednjače visok životni standard i neodoljiva kulturna i arhitektonska raznovrsnost. Glavni grad Austrije osvaja svojom kulturnom raskoši, bogatom arhitekturom, palatama, prostranim parkovima, umetnošću i istorijom. U Beču nećete naići na napetost i užurbanost. Stanovnici ovog grada su disciplinovani i ležerni, što posetiocima sa naših prostora može zasmetati kao nedostatak 'balkanske' topline.

Zbog svoje raznovrsne turističke ponude nemojte propustiti šansu da posetite ovaj grad i jedno od najpoznatijih obeležja ovog grada, Šenbrun palatu. Dizajnirana u XVII veku kao poklon kralja Leopolda svome sinu, Šenbrun palata je jedna od glavnih turističkih lokacija na lepom plavom Dunavu. Palatu krase park koji je 1779. godine otvoren za javnost i od tada pruža popularnu rekreativnu zabavu bečkom stanovništvu. 1996. godine stavljen zajedno sa palatom na UNESCO listu svetske baštine. Šenbrun je bio domaćin mnogim istorijskim i kulturnim ličnostima, a takođe istražuje ekonomske, socijalne, političke i kulturne aspekte njihove vladavine.

Otmenost kojom odiše ovaj grad je primetna na svakom koraku. Velelepna zdanja vekovima privlače zainteresovane, a Belvedere palata je svakako jedno od njih. Pored arhitektonske lepote, Belvedere ima i zbirku najvrednijih austrijskih kulturnih dela. Tu su Gustav Klimt, Egon Šile i Oskar Kokoška. Princ Eugen Savojski (1663-1736), uspešni general i poznavalac umetnosti, bio je vlasnik baštenske palate Belvedere. Ovaj barokni arhitektonski dragulj sastoji se od dve palate, gornje i donje u kojima se čuva austrijska umetnost od srednjeg veka do današnjih dana.

Prater je veliki javni park u drugom bečkom okrugu, i tu se nalazi najstariji zabavni park na svetu. Car Josef II je 1766. godine poklonio ovaj prostor svojim sugrađanima i od tog trenutka Prater je bio dostupan svima. U korak sa vremenom otvarali su se bioskopi, kafići i raznorazni zabavni sadržaji. Prater je otvoren 24 sata svakog dana, 7 dana u nedelji. Zabava, atrakcije, restorani, prodavnice i mnoge druge aktivnosti privlače posetioce i svrstavaju ovaj park na listu lokacija koja ne sme da se propusti.



U samom srcu grada nalazi se Hundervaser, odnosno kuća „Sto voda“. Šareno ukrašena fasada gotovo magično skreće pažnju na sebe. Svako ko živi u ovom zdanju ima pravo da fasadu oko prozora ukrasi u potpunosti prema svojoj želji. Više od 200 stabala i žbunja na balkonima čine ovaj prostor zelenom oazom. Hundervaser može da se vidi samo spolja. Ali prekoputa se nalazi selo Hundervaser, koje je otvoreno za posetioce. Ovo selo nastalo je u periodu 1990-1991, kada je umetnik koji je kreirao ovaj dom otvorio tržni centar sa „seoskim trgom“, barom i brojnim prodavnicama sa suvenirima u karakterističnom hundervaser stilu.

Kada ste već u Beču, šoping je obavezan. U ponudi su najluksuznije i najpopularnije robne marke, često po pristupačnijim cenama zbog mnogih akcija koje se organizuju. Marija Hilfer štrase je kutak grada u kome možete da nadete sve što vam je potrebno, a nakon dugog šopinga u jednom od lokalnih poslastičarnica pojedete štrudlu sa jabukama i popijete kafu da se osvežite.

**Udahnite miris elegancije i prepustite se valceru koji nikada ne prestaje.**



# 2020



Dobra  
kupovina

ŽELIMO VAM DA  
NOVOGODIŠNJE I BOŽIĆNE  
PRAZNIKE DOČEKATE U  
DOBROM ZDRAVLJU  
I DRUŠTVU NAJMILIJIH,  
A DA VAM 2020.  
DONESE MNOGO

*sreće,*

*ljubavi, uspeha i  
dobrih kupovina*

U NAJVEĆOJ DOMAĆOJ

TRGOVINI!

*Vaš Dis*

Više informacija  
o aktuelnim akcijama i  
ponudi možete naći na  
[www.dis.rs](http://www.dis.rs)

Pratite nas na:

