



**ДОКАЗАНО | ABSOLUTELY  
АУТЕНТИЧАН | AUTHENTIC**

**-1885-**

## TRŽIŠTE

Lidersku poziciju na domaćem tržištu u preradi i konzervisanju mesa Zlatiborac d.o.o. ostvario je zahvaljujući kvalitetu svojih proizvoda, ali i činjenici da primenjuje tradicionalni način proizvodnje u savremenom industrijskom pogonu, koji je usklađen sa najzahtevnijim svetskim standardima u oblasti higijene i bezbednosti hrane.

U proizvodnim kapacitetima kompanije nalazi se 46 tradicionalnih sušara. Trajni suvomesnati proizvodi pripremaju se na dimu suve bukovine i suše na ruži vetrova koja nastaje iznad Mačkata, na mestu na kom se ukrštaju tople vazdušne struje Sredozemlja, hladne struje sa Karpata i alpskih vrhova.

Kompanija Zlatiborac u Srbiji ima veoma razvijenu distributivnu mrežu. Sačinjava je pet regionalnih prodajnih centara sa sedištimama u Mačkatu, Beogradu, Novom Sadu, Nišu i Kragujevcu, koji raspoložu savremeno opremljenim magacinskim prostorima kapaciteta 620 paletnih mesta. Svakodnevna distribucija proizvoda Zlatiborca na teritoriji Srbije obavlja se uz pomoć voznog parka koji broji više od 150 vozila.

Kompanija uspešno posluje na 11 izvoznih tržišta: Makedoniji, Crnoj Gori, Bosni i Hercegovini, Ruskoj Federaciji, Belorusiji, Azerbejdžanu, Turkmensistanu, Kazahstanu, Iraku, Švedskoj, Austriji. Osnivanjem ćerke kompanije Zlatiborac trejd 2016. godine u Moskvi, kompanija Zlatiborac d.o.o. Srbija povećala je mogućnosti za uspešnu saradnju i optimizaciju u poslovanju sa postojećim i budućim partnerima na tržištima Ruske Federacije, Evroazijske ekonomske unije i okolnih zemalja.

## DOSTIGNUĆA

Od začetka tradicije do danas, kompanija Zlatiborac doživela je vrtoglav rast. Sa 25 kvadratnih metara prostora, proizvodni kapaciteti su izrasli do imponantnih 35.000 kvadratnih metara, broj zaposlenih je udesetostručen, kao i broj tržišta na kojima kompanija posluje. Za više od dve i po decenije investiranja u proizvodne kapacitete i



processe, kompanija je ispunila sve zahteve koje propisuju vodeći svetski standardi u oblasti kontrole kvaliteta i bezbednosti hrane.

Danas Zlatiborac posluje u skladu sa HACCP, HALAL, EAC i IFS standardom. Već godinu posle osnivanja, kompanija je dobila prvu nagradu za kvalitet. Posle prvog izlaganja na Sajmu u Beogradu 1992. godine, Zlatiborac je pozvan da izlaže u Madridu 1993, kada je stigla i prva u nizu nagrada za kvalitet proizvoda sa žigom Zlatiborca - XVI International Food Award. Usledio je niz više od 40 medalja za vrhunski kvalitet proizvoda na godišnjim takmičenjima „Ham and Sausage Quality Competition“, koje organizuje Nemačko poljoprivredno društvo (DLG), i na kojem se takmiči preko 30.000 prehrambenih proizvoda iz sveta.

Zlatiborac je jedina kompanija sa ovih prostora koja je četiri puta nagrađena za kontinuirani uspeh proizvoda na navedenom takmičenju, i to 2014,

2015, 2016. i 2017. godine. Uspešnost proizvođa Zlatiborac na prestižnom svetskom takmičenju u Nemačkoj najbolje potvrđuju rezultati postignuti 2017. godine, kada se ukupno 13 proizvoda Zlatiborac, iz kategorije trajnih i polutrajnih suvomesnatih proizvoda, vratilo sa takmičenja sa čak 12 zlatnih medalja i jednom srebrnom.

Medalje Međunarodnog sajma poljoprivrede u Novom Sadu čine riznicu nagrada bogatijom za preko 117 medalja za kvalitet proizvoda. Osam godina u nizu proizvodi Zlatiborca od kupaca u Srbiji dobijaju nagradu „Moj izbor“ kao omiljeni proizvodi u kategoriji Meso i mesne prerađevine. O posvećenosti kompanije svakom segmentu poslovanja najbolje svedoči Nacionalno priznanje „28. april“ za 2017. godinu za doprinos, rezultate i zasluge postignute u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu.

## ISTORIJAT

Etnološke studije pokazuju da je proizvodnja suvomesnatih proizvoda u zlatiborskom kraju podmirivala samo potrebe domaćinstva sve do sedamdesetih godina 19. veka. Seljačka gazdinstva od tada počinju da proizvode više stoke, naročito ovce i koze, nego što im je bilo neophodno. Višak mesa meštani počinju da prodaju na užičkoj i beogradskoj pijaci. Tako se već krajem 19. veka u Beogradu otvaraju dućani za prodaju užičkih specijaliteta, a kiridžijski karavani sa Zlatibora ubrzo dospevaju i u Sarajevo, gde prodaju rakiju, sir, kajmak i pršutu.

Pojedini užički trgovci su zbog sve veće potražnje, a ograničenog prostora u Užicu, prerađivali i sušili meso u obližnjim selima ili su ulazili u zajednički posao sa proizvođačima iz okolnih sela. U Mačkatu se tako tridesetih godina prošlog veka proizvodnjom suvog mesa bavi 25 gazdinstava, a u Krivoj Reci njih preko 50.

Začetnik proizvodnje suvog mesa u zadružnoj porodici Stojanović iz Mačkata bio je Jovo Stojanović, koji je 1885. godine otpočeo da suši najkvalitetnije komade kozjeg buta. Umeće sušenja mesa prenosilo se u porodici Stojanovića s kole-



na na koleno. Kućna radinost, započeta u sušari od 25 kvm proširila se vrlo brzo, a 1992. godine Milomir Stojanović, tada mašinovođa, zajedno sa sinom Aleksandrom registruje pravno lice pod imenom Zlatiborac.

Danas vekovnu recepturu, koja je pored zlatkanske grnčarije najstarije očuvan zanat u regionu Zapadne Srbije, neguje šesta generacija porodice Stojanović, na mestu gde je tradicija počela, u selu Mačkat, sada u proizvodnim kapacitetima kompanije Zlatiborac. U srcu fabrike, koja se rasprostire na više od 35.000 kvadratnih metara, još stoji sušara u kojoj su nastali prvi proizvodi iz kuće Stojanovića.

\*Za pisanje teksta je korišćen originalni naučni članak: Snežana Tomić, „Brendiranje tradicionalnih suvomesnatih proizvoda“.

## PROIZVODI/USLUGE

Proizvodni portfolio Zlatiborca sastoji se od preko 50 proizvoda, upakovanih u vrhunski dizajniranu i kvalitetnu ambalažu, a podeljeni su u dve kategorije: trajni suvomesnati proizvodi i polutrajni suvomesnati proizvodi.

Kategoriju trajnih suvomesnatih proizvoda čini 30 proizvoda, dostupnih u tri vrste pakovanja: rinfuz, vakuum i zaštitna atmosfera, koji se mogu podeliti u nekoliko grupa: pršute i pečenice, kobasice i salame, tanka slanina, mast i čvarci.

Zlatiborac je, zahvaljujući dugoj tradiciji proizvodnje mesnih proizvoda, 2016. godine otpočeo sa proizvodnjom polutrajnih - barenih suvomesnatih proizvoda, primenjujući višedecenijska znanja i iskustva u stvaranju nove linije proizvoda.

Kompanija je krajem 2017. godine i početkom 2018. godine obogatila portfolio suvomesnatih proizvoda, lansirajući na tržište Zlatiborac sendvič salamu. Kategorija polutrajnih proizvoda, koju čini 27 proizvoda, dalje se deli u grupe: viršle, parizeri i salame, šunke u foliji, kobasice za pečenje i kuvanje, dimljeni polutrajni proizvodi. Od početka 2018. portfolio polutrajnih suvomesnatih proiz-



voda, kategorija parizera i salama, obogaćena je za Zlatiborac mortadelu, a noviteti pristižu. Obavezani porodičnim nasleđem i inspirisani tradicijom, lansiranjem novog portfolija u Zlatiborcu još jednom smo pokazali da smo spremni na nove poslovne poduhvate.

## NAJNOVIJI PODUHVA TI

Mesna industrija Zlatiborac ima tendenciju snažnog i neprestanog razvoja poslovanja, pa tako i u proširenju proizvodnih kapaciteta. Kompanija je 2017. godine završila jedan od najznačajnijih investicionih projekata u koji je uloženo 1,4 miliona evra. Reč je o pogonu za prečišćavanje otpadnih voda, kapaciteta 600 m<sup>3</sup>/dan.

U saradnji sa holandskom kompanijom AQUA



International Watertreatment, Zlatiborac je izgradio postrojenje za prečišćavanje otpadnih voda, koje omogućava mehaničko-hemijski i biološki tretman sa izdvojenim muljem. Ovim projektom je sačuvana životna sredina i obezbeđeno nesmetano puštanje prečišćenih voda u reku Krivaju, koja je prema klasifikaciji vodotoka svrstana u IIa kategoriju.

## PROMOCIJA

Kompanija Zlatiborac brižljivo neguje vizuelni identitet, koji je nadahnut tradicijom i prirodnim ambijentom. Osobnost brenda Zlatiborac ogleda se u sprezi vizuelnog identiteta, vremenskog kontinuiteta i kvaliteta proizvoda.

Praveći prvoklasne pršute, salame i kobasice naučili smo da kvalitet nema alternativu, a da je nesvakidašnji prirodni ambijent i vekovima čuvano porodično nasleđe, veliki dar i naša najveća

prednost. Ime Zlatiborac je postalo sinonim za kvalitet koji se svakodnevno usavršava, jer je za nas kvalitet proizvoda pitanje časti. Ono što danas imamo i ono što smo postali dugujemo učenju naših najboljih majstora koji su usavršavali i negovali prefinjen osećaj za pravljenje vrhunskih trajnih proizvoda od mesa. Darovani tajnama umešnih predaka, uvek smo želeli da im budemo dostojni naslednici, oni koji će ostaviti za sobom trag, a pre svega biti generacija koja će prenositi veštinu i znanja onima koji dolaze. Na taj način postavili smo sebi visok cilj: da tradiciju staru preko 130 godina prenesemo

u savremeno doba i pružimo našim vernim kupcima nove izbore.

Nakon više od dve decenije kontinuiranog investiranja u primenu najstrožih svetskih standarda kvaliteta u proizvodnji prehrambenih proizvoda, odlučili smo da svoja, godinama sticana umeća, pretočimo u nove linije proizvoda. Ključ poslovnog uspeha Zlatiborca je izgrađen odnos poverenja s potrošačima, koji je ostvaren prevashodno vrhunskim kvalitetom proizvoda, ali i iskrenom i neposrednom komunikacijom s kupcima. Zato porodicu Zlatiborac danas u Srbiji čini i 200 promotera, brend ambasadora, koji su svakodnevna i neposredna veza između brenda i tržišta, čime kompanija potvrđuje nameru da dobro oslušne potrebe svojih potrošača.

Zlatiborac je društveno odgovorna kompanija koja pomaže veliki broj pojedinaca, udruženja, organizacija iz oblasti kulture, nauke, sporta, kao i lica koja pripadaju osetljivim društvenim grupama. Ostvarili smo čitav niz sponzorstava i donacija. Kao lider u proizvodnji vrhunskih tradicionalnih suvomesnatih delikatesa nastavljamo saradnju sa olimpijcima Srbije i u novom olimpijskom ciklusu Tokio 2020, podržavajući vrednosti vrhunskog sporta i samih igara. Zlatiborac kao zvanična hrana Olimpijskog tima Srbije doprinosi unapređenju imidža srpskog sporta i Srbije u svetu, kao i razvoju mladih i perspektivnih sportista.

## VREDNOSTI BREND A

Suština brenda Zlatiborac leži u izvornom značenju njegovog imena, a ono je poteklo od ljudi, vrednih, odgovornih, poštenih, izrazito žustrih, koji neguju tradicionalne vrednosti i ne zaboravljaju svoje poreklo i sve ono iz čega je njihov identitet sazdan. Zlatiborci su iskreni i neposredni, samouvereni i odvažni, pažljivi i gostoljubivi. Preko 650 zaposlenih svakodnevno doprinosi ostvarenju korporativne misije negujući vrednosti integriteta, doslednosti, usmerenosti na rezultate i kreativnosti. U dodiru tradicije i jedinstvenog prirodnog ambijenta nastali su naši izvorni proizvodi. Naša tradicija je garant našeg umeća, a priroda izvor naše snage. Živeti u skladu s prirodom jedna je od osnovnih odrednica korporativne kulture.

Duboko verujemo u nekoliko važnih stvari koje su ključ uspeha: nikada ne smete zaboraviti ko ste i odakle ste, morate biti spremni na neprestano učenje i usavršavanje, voleti ono što radite i tako biti motivisani i inspirisani.

## ONO ŠTO NISTE ZNALI

### ZLATIBORAC

- Najstarija sušara u kompaniji Zlatiborac d.o.o. stara je preko 130 godina.
- Prve kobasice u Zapadnoj Srbiji napravljene su krajem 19. veka.
- Slanina, goveda i svinjska pršuta iz Srbije izlagane su na svetskoj izložbi u Parizu 1889. godine.