



TRŽIŠTE

Da dobroj tradiciji ne može da naudi ni ekonomska kriza, dokazuje Industrija ulja Dijamant iz Zrenjanina, koja je danas lider u proizvodnji jestivih ulja, biljnih masti, margarina i majoneza. Prepoznatljiv kvalitet proizvoda, iza kojih stoji robna marka Dijamant, čine taj brend uspešnim i van granica Srbije. Kompanija Dijamant već čitav niz godina pruža svojim potrošačima širok asortiman najboljih proizvoda, koji zadovoljavaju svakodnevne potrebe čoveka za zdravom, lakom, ukusnom i energetski vrednom hranom. Najviši standardi su imperativ u ovoj kompaniji, pa se proizvodi Dijamanta ističu i po modernom upakovanim i ekološki standardizovanim proizvodima. Dobrom organizacijom postojećih resursa i stalnim ulaganjem, kao i zalaganjem zaposlenih sa visokim kvalifikacijama i bogatim radnim iskustvom, kompanija uspeva da odgovori svim izazovima savremenog poslovanja.

Lidersko mesto potvrđuje visokim stepenom ispunjenih zahteva i očekivanja svih ljubitelja Dijamantovih proizvoda. Brojna domaća i međunarodna priznanja govore u korist uspešnog poslovanja Dijamanta i o njegovom prvenstvu nad konkurencijom. Tako ova kompanija stvara neophodne uslove da i u budućnosti potvrdi i unapredi lidersku poziciju na sve zahtevnijem tržištu.

DOSTIGNUĆA

Osim proizvoda za široku potrošnju, Dijamant proizvodi i sirovine za konditorsku industriju i pekarstvo. Osvajanje novih tehnologija, jačanje sopstvene sirovinске

baze, širenje proizvodnog programa i jačanje sopstvene distributivne mreže osnovni su principi koji se poštuju u Dijamantu. Primena savremene tehnologije i sopstvena sirovinска baza osigurale su kompaniji prvenstvo među konkurencijom. Ulaganje u razvoj najnovijih tehnologija je uslov ukupnog napretka i zato je ono stalni



cilj kompanije. Na taj način Dijamant Zrenjanin već godinama uspeva da svojim potrošačima pruži širok asortiman najboljih proizvoda koji zadovoljavaju svakodnevne potrebe čoveka za visokovrednom ishranom. Dijamant je među prvim kompanijama u zemlji koje su stekle međunarodni sertifikat kvaliteta ISO-9001:2000 integrisan sa HACCP sistemom. Godine 2009. sertifikovana je celokupna proizvodnja i svi proizvodi usklađeni su sa HALAL standardom. Početkom 2012. implementiran je i sistem upravljanja zaštitom životne sredine, ISO 14000, što je dalo dodatni podsticaj Dijamantu da se i dalje kreće uzlaznom linijom.

ISTORIJAT

Osnovana davne 1938. godine kao akcionarsko društvo, *Fabrika ulja Beograd* imala je devedeset radnika, koji su proizvodili šest tona suncokretovog ulja dnevno. Bila je to preteča kompanije Dijamant. Dve godine kasnije, sedište joj je preseljeno u Petrovgrad, današnji Zrenjanin. Još od prvih koraka zrenjaninska uljara je sinonim kvaliteta i uspešnog poslovanja koje nisu mogla da zaustave ni najteža vremena. Posle Drugog svetskog rata postala je državno preduzeće i neko vreme je radila pod nazivom *2. Oktobar*. Polovinom prošlog veka proširena je magacinima za uljanu sačmu i jestivo

ulje, industrijskim kolosecima, a u to doba je počela sa radom i fabrika biljnih masti. U narednoj deceniji, uz nove, savremene pogone, proizvedeno je 20.630 tona jestivog ulja, čime je uljara u Zrenjaninu dostigla sam vrh privrede Jugoslavije. Godine 1980. prvi put se pojavio sada već nadaleko poznati margarin *Dobro jutro*, a osam godina kasnije i Dijamantov majonez. Na izmaku 20. veka pušten je u rad novi pogon za proizvodnju biljnih masti i margarina. Započeta je proizvodnja preliva i sosova, najpre za *Mc Donalds*, a uskoro i domaćih preliva i sosova pod brendom Dijamant. Od kada je 2005. Dijamant počeo da posluje u okviru *Agrokor koncerna*, poslovanje je značajno unapređeno u svim oblastima.

Primena novih tehnologija i širenje proizvodnog programa su principi koji se poštuju u današnjem Dijamantu, a rezultat su neprestani razvoj i potvrda vodeće pozicije. Brojna domaća i međunarodna priznanja govore u korist uspešnog poslovanja Dijamanta. U vitrinama kompanije nalazi se više stotina zlatnih, srebrnih i bronzanih medalja i drugih priznanja, a na bezmalo svakoj sajamskoj manifestaciji Dijamantovi proizvodi su bili nagrađeni za kvalitet. Ipak, u kompaniji se često ističe da su od svih odličja i trofeja najznačajnija ona koja stižu od potrošača. Jedna od takvih nagrada je priznanje *Moj izbor*, koje je ove godine pripala kompaniji Dijamant za brend margarina *Dobro jutro*. Kompanija Dijamant nagradu *Moj izbor* smatra izuzetno značajnom zbog činjenice da su o dodeli ove nagrade neposredno odlučili sami kupci. Dijamant je nagradu *Moj izbor* dobio dva puta zaredom od 2010. i za Dijamant suncokretovo ulje.

PROIZVODI/USLUGE

Mnogi Dijamantovi proizvodi su odavno prvi izbor potrošača, što potvrđuju i brojna domaća i međunarodna priznanja Dijamantu u sektoru proizvodnje ulja, biljnih masti, margarina i majoneza. Jestivo rafinisano ulje suncokreta proizvodi se još od davne 1938. godine, i već dugo osvaja titulu najomiljenijeg ulja kojem potrošači najviše veruju, čime se Dijamantovo ulje svrstava u grupu najuspešnijih brendova u Srbiji. Dijamant majonez od izlaska na tržište 1988. godine do danas ima i delikatesne, kao i lagane majoneze. Brend

Omegol, koji čine funkcionalni proizvodi *Omegol* ulje i margarina namaz, pokazuje da kompanija pažljivo osluškuje puls tržišta i munjevito reaguje na trendove kako u ukusima, tako i u zaštiti zdravlja. *Omegol* proizvodi su bogati Omega 3 esencijalnim masnim kiselinama, koje su posebno korisne za srce i krvne sudove i koje blagotvorno deluju na organizam. Bez najpoznatijeg Dijamantovog brenda, margarina *Dobro jutro*, još od 1980. godine se ne može zamisliti dobar doručak. Prvi margarin koji se pojavio na tržištu pod nazivom *Dobro jutro* bio je Mlečni margarin, dok njegov „mlađi brat“ *Dobro jutro Dijet*, polumasnii margarin, sadrži svega 40 odsto masnoće i ima malu kalorijsku vrednost. Šireći paletu proizvoda, usklađenu sa potrebama savremenog potrošača, Dijamant je kreirao i *Dobro jutro Light* margarin, koji ima najniži procenat masnoće – svega 25 odsto. Svi *Dobro jutro* margarina obogaćeni su vitaminima.

NAJNOVIJI PODUHVATI

Kao i kod svih vrhunskih brendova, tako i kod Dijamanta tajna uspeha leži u stalnom unapređenju proizvoda, bilo da je reč o njegovom sastavu, ambalaži ili načinu promocije. Idući u korak sa vremenom u kojem živimo, brzi tempo života i neke drugačije životne vrednosti utiču na to da želimo veću i lakšu dostupnost našim potrošačima, ali i proizvode koji su u skladu sa modernijom kuhinjom, upotrebom nekih novih biljnih kultura, ili načinom njihovog pravljenja. Proizvodi poput *Omegol* ulja i namaza ili pak *Dijet* margarina i *Light* majoneza, možda su bliži mlađoj generaciji ili generacijama koje žive u skladu sa drugačijim životnim merilima. Na ovaj način Dijamant uspeva da pokrije u potpunosti celokupnu populaciju prostora na kojima se distribuira, što ukazuje na spremnost i uključivanje u najsavremenije tokove života. Dijamant je vodeći proizvođač preliva i sosova na tržištu Srbije. Prelivi i sosovi su



proizvodi na bazi majoneza, sa dodatkom prirodnih sastojaka i specijalno izabranih začina. Prateći potrebe svojih potrošača, Dijamant konstantno razvija nove ukuse.

PROMOCIJA

Reklamne kampanje Dijamanta uvek su osmišljene tako da budu atraktivne i da potrošačima pruže i vizuelno uživanje – od kuvara koji prema starim receptima pripremaju jela sa provereno dobrim Dijamantovim majonezom, do skladne porodične atmosfere, u kojoj se doručkuje čuveni *Dobro jutro* margarin. I to je samo početak. Dijamant ulaže stalne napore da bi poboljšao uslove života i rada šire zajednice, pa se godinama pojavljuje kao pokrovitelj i donator obrazovnih institucija, naučnih ustanova, sportskih kolektiva, umetničkih udruženja, hramova, udruženja hendikepiranih, institucija za brigu o deci, i bolnica širom naše zemlje. Među nedavnim donacijama je i hematološki brojač, koji je poklonjen Domu zdravlja u Kragujevcu. Kompanija Dijamant sprovela je humanitarnu akciju pod nazivom „Za zdravlje naše dece“, koju su propratili lokalni mediji u Kragujevcu i koja je imala veliku popularnost u ovom gradu, a aparat koji



je doniran namenjen je kontroli krvi beba i male dece. Industrija Dijamant je pre toga, zajedno sa humanitarnim fondom „Večernjih novosti“ učestvovala u slatkom takmičenju „Naj torte“. Sva sredstva od prodaje istoimenog časopisa kao i od prodaje takmičarskih torti predata su domovima za nezbrinutu decu i svratištima na području Beograda i Pančeva. Akcija kao što je „Tradicionalni humanitarni Božićni ručak 2009. godine“ imala je za cilj pripremu božićnog ručka za sve socijalno ugrožene građane Beograda, a generalni sponzor je bila upravo Industrija Dijamant. Humanitarnih akcija Dijamanta svake godine ima sve više, što ukazuje na činjenicu da Dijamant, kao društveno odgovorna kompanija, vodi računa o onima kojima je pomoć najpotrebnija. U Dijamantu se izuzetna pažnja posvećuje brzi o životnoj sredini i zaštiti na radu, što potvrđuju implementirani standardi ISO 14000 i OHSAS.

VREDNOSTI BREND

Na Dijamantovim proizvodima su odrastale generacije, što ukazuje na nepromenjeni kvalitet koji se razvijao u kontinuitetu. Brend Dijamant danas predstavlja skup pozitivnih dostignuća, od kojih su briga o zdravlju potrošača i društvena odgovornost u samom vrhu. Dobrom organizacijom postojećih resursa i stalnim ulaganjem u njih Dijamant uspeva da odgovori svim izazovima savremenog poslovanja. Prateći savremene trendove u ishrani i zdravim navikama, Dijamant plasira na tržište proizvode bez transmastii i holesterola. Kako i same reklame najčuvanijih brendova Dijamanta pokazuju, tradicionalne vrednosti kao što su toplina porodičnog doma, upotreba prirodnih i organskih namirnica imperativ su ove kompanije. U isto vreme, Dijamant ide u korak sa vremenom, što se ogleda u savremenijoj ambalaži, najnovijim proizvodnim tehnologijama, kao i stručnjacima koji se stalno usavršavaju. Na sam pomen reči Dijamant verni korisnici proizvoda ove kompanije odmah imaju na umu vrednosti kao što su najkvalitetniji sastojci, izuzetan ukus i stroga kontrola kvaliteta u svim proizvodnim pogonima.

ONO ŠTO NISTE ZNALI DIJAMANT

- **Dobro poznati slogan „U sve se meša“ predstavlja jedan od najomiljenih u Srbiji. Nagrada za najbolji slogan Dijamantovom stonom margarinu dodeljena je 2009. godine od strane časopisa Taboo, na osnovu glasova publike.**
- **Trenutna potrošnja margarina u Srbiji iznosi 2,39 kg po stanovniku na godišnjem nivou, dok prosečan potrošač Evropske unije troši 5 kg margarina godišnje.**
- **Omegol margarina namaz bogat je omega 3 esencijalnim masnim kiselinama, koje organizam ne može sam proizvesti, već se moraju unositi putem hrane. Štite srce i mozak i čuvaju krvne sudove. Neophodne su za normalan rast i razvoj. Utiču na regulaciju krvnog pritiska i sprečavaju nastanak hroničnih upalnih bolesti.**