

# gorenje

## Tržište

Gorenje je jedan od vodećih evropskih proizvođača aparata za domaćinstvo, čuven po svom tehničkom, tehnološkom i poslovnom kvalitetu. Grupu Gorenje predstavlja Krovno društvo Gorenje d.d., sa sedištem u Sloveniji i 47 zavisnih društava, od kojih se 33 nalazi u inostranstvu. Gorenje je najveći slovenački neto izvoznik koji izvozi 90 odsto svoje proizvodnje. Gorenje ima tradiciju dužu od pedeset pet godina u proizvodnji i prodaji aparata za domaćinstvo i trenutni udeo Gorenja na tržištu Evrope iznosi četiri odsto. Fleksibilnost firme, savremeni poslovni procesi i potpuno automatizovano skladište omogućavaju Gorenju da za samo 14 dana zadovolji godišnje potrebe slovenačkog tržišta. Gorenje godišnje proda preko 3,5 miliona komada velikih kućnih aparata u više od 60 zemalja sveta.

U Grupi Gorenje je danas zaposlenih preko 10.500 ljudi.

Gorenje d.o.o. Beograd jedno je od 33 predstavništva Gorenja u inostranstvu, zaduženo za veleprodaju celokupnog proizvodnog programa Gorenje. U okviru predstavništva radi i Servis Gorenje s razgranatom servisnom mrežom.

U Srbiji se danas proda preko 200.000 aparata godišnje. Prodaja varira po robnim grupama, ali po vrednosti prometa u beloj tehnici udeo Gorenja na tržištu Srbije je od 50 do 60 odsto.

Tokom poslednjih pet godina robna marka Gorenje je ubrzano jačala svoj imidž trendsetera u području dizajna, napredne tehnologije, inovacija i savremene kulture stanovanja koja izvire iz vrednosti doma i porodice. Aparati Gorenje, koji danas postaju vodeći nosioci modernih dizajnerskih ideja, prepoznatljivog su izgleda, tehnološki su napredni i imaju inovativna i upotrebna rešenja stvorena po meri današnjeg korisnika.

## Dostignuća

U današnjem svetu se stil života sve brže menja. Menjaju se kupovne navike ljudi, menja se ishrana, građani Evrope postaju sve stariji, mlađe generacije stvaraju porodicu tek posle tridesete godine, karijera postaje veći prioritet. Sve ovo odražava se na promene izgleda našeg životnog prostora i umetnosti stanovanja. Kuhinje postaju otvorene, spojene s dnevnim sobama i u njima porodica i prijatelji zajedno provode vreme. Kućni aparati postaju vidljiviji, što pridaje veći značaj njihovom izgledu. Za Gorenje kao proizvođača, od osnovne je važnosti da budu stalno svesni promena i da spremno reaguju na njih. Oni ispunjavaju svoju dizajnersku misiju u kreiranju aparata koji ne samo da olakšavaju naš svakodnevni život, već ga i čine lepšim.

Prema nedavno obavljenom istraživanju agencije Synovate, koja se bavi istraživanjem tržišta i javnog mnjenja, Gorenje je uvršćeno među deset najpopularnijih brendova u Srbiji u 2006. godini.

## Istorijat

Pedesetogodišnja istorija Gorenja započeta je 1950. godine, u mestu njegovih korena, u seocetu koje nosi ime Gorenje. Iz nacionalizovane kovačke radionice stvoreno je Oblasno metalско preduzeće Gorenje. U mladom preduzeću izrađivane su poljoprivredne mašine i obavljali su se kovački, potkivački, bravarski i mehaničarski poslovi.

Već se u tadašnjem proizvodnom programu snažno osećalo usmerenje ka kvalitetu. Proizvodna fleksibilnost, koja nedostaje mnogim današnjim preduzećima, bila je isto tako prisutna i u tadašnjem Gorenju.



U 1960. godini su bili stvoreni realni uslovi da se proizvodnja preseli u grad. Blizu Gorenja je tada počelo da se gradi Velenje, mali rudarski grad. Preseljenje na novu lokaciju ponudilo je neslućene mogućnosti brzog razvoja. Izgradnja nove savremene fabrike u kojoj su se izrađivali već prilično usavršeni štednjaci na čvrsta goriva, završena je 1964. godine. Brzo širenje obima proizvodnje ubrzo je diktiralo izgradnju dodatka, koje je omogućavalo dalje usavršavanje tehnologije i kvaliteta proizvoda, i koji je podsticao izradu plinskih i električnih štednjaka.

Već na prvoj lokaciji rukovodstvo Gorenja, zagledano u budućnost, razmišljalo je i o drugim aparatima za domaćinstvo, pre svega o mašini za pranje veša. Partner za saradnju u realizaciji ove zamisli nađen je u Italiji, u Pordenoneu, gde je potpisan prvi ovakav ugovor sa firmom REX Zanussi. Ovaj korak verovatno spada u prve slučajeve prakse strateškog povezivanja u Sloveniji, koja je aktuelna u današnjim izazovima i procesima globalizacije.

Sledeći prelomni trenutak i dugoročna značajna odluka bilo je usmeravanje ka izvozu. Gorenje davne 1964. godine beleži svoj prvi veći izvoz štednjaka u tadašnju Zapadnu Nemačku. Odluka o izvozu i kasnija izvozna strategija bile su odraz poslovne zrelosti, sposobnosti odmeravanja snaga s razvijenim zemljama i ulazak u međunarodne privredne okvire. Raspad Jugoslavije leta 1991. je u tim vremenima za Gorenje značio gubitak do tada domaćih tržišta. U to se vreme, izvoz na tržišta van teritorija bivše Jugoslavije još intenzivirao. Takva promena prodajne usmerenosti prouzrokovala je unutrašnje prestrukturiranje čitavog poslovnog sistema,

Pre dobrih 15 godina počela je moderna priča o saradnji Gorenja s Pininfarinom. Dizajn studio Pininfarina je početkom devedesetih prihvatio poziv Gorenja da napravi dizajnerska i tehnička rešenja za po jedan od uređaja iz tri glavna programa: za kuvanje, za hlađenje i za pranje. Usled iznenadnih neočekivanih okolnosti u privredi i gubitka južnih tržišta projekat nije bio realizovan. Do 1996. godine Gorenje je usmerilo svoju energiju na istraživanje i širenje prodajne mreže na nova tržišta i na postepenu transformaciju celokupnog poslovnog sistema. Zbog novog političkog i ekonomskog sistema, Gorenje je 1997. godine postalo deoničarsko društvo. Kada su se okolnosti u poslovanju stabilizovale, Gorenje je počelo da intenzivno investira u razvoj nove eko-kompatibilne savremene tehnologije i nove proizvode, ambiciozno krenuvši putem kompanije okrenute dizajnu. Vidljivu prekretnicu



predstavlja mašina za pranje veša Simple&logical, koja se pojavila na tržištima 1997. godine. Sve to uslovalo je niz promena koje su Gorenje tokom poslednje decenije dovele u poziciju kompanije koja pažnju poklanja savremenom dizajnu, inovacijama i naprednim tehnologijama, kompaniju koja ima ulogu trendsetera u polju savremene kulture stanovanja.

U traganju za novim mogućnostima Gorenje je ponovilo poziv dizajn studiju Pininfarina, pa su 1998. godine, stvaranjem Gorenje Pininfarina linije proizvoda, ponudili tržištima, prvi na svetu, koncept uniformnog izgleda kućnih aparata s potpisom slavnog studija za dizajn. Linija Gorenje Pininfarina je svečano predstavljena na pedesetogodišnjicu kompanije Gorenje 2000. godine u Ljubljani. Pre toga krajem 1999. godine Gorenje je na tržište već lansirao novu, potpuno modernizovanu generaciju uređaja za kuvanje, koja je bila rezultat dugog ciklusa investiranja u znanje, tehnologiju i razvoj. Godine 2002. Gorenje je lansiralo prestižnu i elegantnu liniju Alux, kao reakciju na potrebe potrošača i trendove kulture stanovanja.

Godine 2005. Gorenje je lansiralo novu generaciju mašina za pranje i sušenje veša, a 2006. novu generaciju rashladne tehnike. U februaru 2003, kada je linija Gorenje Pininfarina bila na vrhuncu prodaje, Gorenje je prezentovalo novo polazište za drugu liniju Gorenje Pininfarina proizvoda. Saradnja Gorenja i Pininfarine se vremenom učvrstila u partnerstvo u kojem svaka strana pruža ono najbolje od sebe. Pininfarina doprinosi prepoznatljivim dizajnom, a Gorenje svojim umećem, inovacijama i naprednom tehnologijom.

### Proizvodi/Usluge

Gorenje je poznato po svojim izdrživim i kvalitetnim aparatima s inovativnim rešenjima, naprednom tehnologijom i funkcionalnim dizajnom prepoznatljivog izgleda, inspirisanim potrebama potrošača. Vizija dizajna u Gorenju ne zasniva se samo na tradicionalnom iskustvu da forma prati funkciju, već i na savremenoj potrebi da dizajn prati emocije. U Gorenju dizajn igra ključnu ulogu kao vidljiva karakteristika proizvoda koja ga čini drugačijim od konkurenata. Brend Gorenje, takođe, označava i nameštaj za kuhinju, predsoblje, dnevne sobe, keramiku i kupatila.

### Najnoviji poduhvati

Tokom poslednje decenije Gorenje je prošlo kroz uzbudljiv period novog pravca razvoja i nove dimenzije izraza, koja danas inspiriše potrošače, zaposlene i poslovne partnere.

Svi proizvodi Gorenja su u potpunosti modernizovani, a Gorenje se najviše ponaša svojim vrhunskim linijama, kao što su frižideri i zamrzivači prekriveni Swarovski kristalima vrhunskog kvaliteta i linija koju je dizajnirao francuski dizajner Ora Ito, a koja će se na evropskim tržištima naći 2007. godine.

Postajući jače i veće, Gorenje gradi svoje proizvodne kapacitete izvan Slovenije. Prvi korak na



putu internacionalizacije proizvodnje aparata za domaćinstvo bilo je preuzimanje češkog proizvođača aparata za kuvanje Mora Moravija krajem 2004. godine. Danas već radi i nova, grinfild investicija Gorenja – fabrika tehnike za rashlađivanje i zamrzavanje u Valjevu, Srbija, u koju je bilo uloženi preko 20 miliona evra. Danas je u njoj zaposleno preko 330 radnika i nije okrenuta samo ka lokalnim tržištima, nego se iz njenih proizvodnih traka rashladni uređaji isporučuju kupcima u 60 država sveta.

Gorenje je 2006. godine u Srbiji otvorilo svoju prvu vlastitu maloprodaju. U planu je otvaranje još nekoliko njih u najvećim gradovima Srbije. Studio Gorenje predstavlja izložbu celokupnog prodajnog asortimana Gorenja, po standardima koji važe i za ostala evropska tržišta. Sa statusom lokalnog proizvođača očekuje se da će reputacija brenda u Srbiji rasti.

### Promocija

Gorenje je brend koji inspiriše, brend koji se stalno razvija, u odnosu sa okruženjem, svojim potrošačima i zaposlenima. Tokom poslednje decenije brend Gorenje je ubrzano jačao svoj imidž trendsetera u oblasti dizajna, napredne tehnologije, inovacija i savremene kulture stanovanja koja izvire iz vrednosti doma i porodice.

### Vrednosti brenda

Brend Gorenje, poznat potrošačima u više od 60 zemalja, dokazuje svojim aparatima za domaćinstvo i dizajnerskim linijama, uključujući i prestižnu Gorenje Pininfarina liniju, da savršeno razume potrebe savremenog stila života. Već godinama je Gorenje značajan inovator u polju tehnoloških rešenja i modernizacije aparat za domaćinstvo, dok slogan „Mine.Yours.Home.“ takođe skreće pažnju da brend poštuje životne navike, potrebe i želje svojih potrošača.

U decenijama vođenja uspešnog brenda Gorenje je prelazilo međunarodne granice, savladavalo prepreke i steklo dragoceno iskustvo, koje je oblikovalo današnji imidž. Gorenje aparati danas postaju vodeći nosioci modernih dizajnerskih ideja, prepoznatljivog su izgleda, tehnološki su napredni i imaju inovativna i upotrebna rešenja stvorena po meri današnjeg korisnika.

[www.gorenje.co.yu](http://www.gorenje.co.yu)



### ONO ŠTO NISTE ZNALI

#### Gorenje

- Renome brenda Gorenje sve više raste; svake godine uvećava se i broj nagrada za industrijski dizajn, za lakoću korišćenja i za očuvanje okoline.
- U maju 2006. godine crni Gorenje frižider, prekriven sa 7.000 vrhunskih Swarovski kristala, prodat je na dobrotvornoj aukciji u Moskvi za 110.000 dolara, što ga čini najskupljim ikad prodatim frižiderom na svetu.
- Gorenje je svoje prvo panevropsko predstavljanje nove generacije mašina za pranje i sušenje obeležio u zamku Hradchany u Pragu s Evom Herzigovom
- Najpopularniji dizajner Ora Ito kreira futurističku kuhinju u kojoj će se nalaziti Gorenje Ora Ito aparati za domaćinstvo
- Na konkurs za najstariju veš-mašinu u Srbiji, koje je Gorenje raspisalo u 2003. godini odzvao se fantastičan broj vlasnika starih mašina - oko 90.000. Na konkursu su se u finalni izbor uvrstile „dame“ sa zavidnim godinama rođenja - 1965. To dovoljno govori o izdržljivosti i kvalitetu ovih aparata, pa i o poverenju ljudi u robnu marku Gorenje.



reddot design award  
winner 2005

