

<b>Ime lista</b>	Večernje novosti	<b>Datum</b>	08.01.2007.	<b>Autor</b>	E.H.	<b>Str.</b>	5
<b>Naslov članka</b>	U Svet, i to sa brendom		<b>Rubrika</b>	Tema dana			

 Studio za press-clipping I medijski monitoring, [www.clippingstudio.co.yu](http://www.clippingstudio.co.yu), [clst@EUnet.yu](mailto:clst@EUnet.yu), Tel/fax: +381-(0)21-618-095

# КОНАЧНО И КОД НАС НАПРАВЉЕНИ ОЗБИЉНИ КОРАЦИ НА ФОРМИРАЊУ СРПСКЕ РОБНЕ МАРКЕ У СВЕТ, И ТО СА БРЕНДОМ

*Наша роба ирејознајљива у локалним, али не и у светским размерама. Држава најавила формирање Агенције за брендирање. Лесковачко рошићко месо са жиџом робне марке*

**У**СЕКТОРУ хране Србија има шта да понуди страном и домаћем тржишту. Посебно производе заштићеног географског порекла, који подразумевају карактеристике поднебља, културе и традиције, свега што је одлика нашег амбијента. Направљени су и конкретни кораци у формирању српског бренда. Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде Србије започело је процес заштите географског порекла фрушкогорског вина "бермет" и "петровачке кобасице".

Током године спровешиће се детаљна процедура како би се утврдило дали још два производа - златиборска пршута и краљевачки кајмак, могу добити такву заштиту. Држава је најавила формирање Агенције за брендирање.

Србија је, за разлику од других земаља, у заостатку када треба заштити нешто што је специфичност одређеног поднебља. За заштиту географског порекла пријављено је 167 производа, од којих, пре-



## ПОЛА ВЕКА

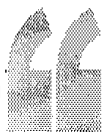
ПОЖАРЕВАЧКИ "Бамби" лансирао је "плазму" пре пола века и до данас овај кекс се добро одржао на нашем и иностраном тржишту. Нико није одолео овом производу, који сваке године, захваљујући непромењеној технологији у изради "плазме" осваја највиша места на листи потрошача. Извози се првенствено у земље бивше СФРЈ, али и широм света.

тржишта. И овај производ је још увек омиљен међу бившим "ју" државама. Пред истек 2006. године водећи медији у Загребу спроводили су анкету: "По чему најбоље памтите Југославију".

- По "еурокрему" - гласио је одговор већине.

Суботички "Пионир" има међународно познате брендове, а један од водених свакако су "негро" бомбоне, чија рецептура је стара више од 80-ак година. Ту су и "галеб" чоколаде са традицијом од

40



одсто већа  
цена робе која  
"носи" бренд

ма прелиминарної анализи, тридесетак задовољава критеријуме. То ће омогућити да се наши традиционални производ заштите од злоупотреба и копирања, али обезбедити и далеко већу зараду произвођачима. Јер, производ који "носи" бренд вреди 30 и 40 одсто више од истог производа, који није заштићен и лакше нађе купца.

Поред педесетак локално познатих робних марки, које могу да издрже домаћу конкуренцију, у

светским и европским размерама тешко је говорити о нашем препознатљивом бренду. Развој бренда, стога је, по мишљењу стручњака, од изузетног значаја за побољшање привредног имиџа, а тиме и повећање извоза земље.

Производи који су успели да опстану на домаћем тржишту и "изађу" на инострано, махом се продају у региону, у бившим "ју" републикама, што се може тумачити и југонсталијом.

Само малобројни производи нашли су купце на пробирљивом страном тржишту.

Своје име ван националних граница међу првима заштитиле су ракије "жута оса" и "бојковчанка". Породично предузеће "Флорес" из Каменице код Крагујевца познато је

**ВИНО ИЗ МАЛОГ ПОДРУМА**

САВЕТ "Супербрeндса", независне институције која послује у 54 земље, уврстио је вино "Малог подрума Радовановић", у селу Крњево код Велике Плана у ексклузивну групу "Супербрeндова" Србије. Признања су добила вина "шардоне", "каберне совинјон" и "рајнски ризлинг". Ова вина се пију у нашим елитним ресторанима, на пријемима у амбасадама...

широм света захваљујући ракији "жута оса", једном од цењенијих пића у САД, Канади, Новом Зеланду, Француској. Годињама већ налази се и на випској карти чувеног хотелског ланца "Риц". Миољуб Пљакић, директор овог предузећа каже да годишње произведу 150.000 боца ракије и већину пласирају у извоз.

"Виљамова ракија са плодом" из комбината "Поречје" извози се у Немачку, Аустрију, Велику Британију, а онедавно се може наћи и на канадском тржишту. Редовно

се конзумира у руској амбасади, али и у кабинету Владимира Путина, кажу у "Поречју".

167



производа чека  
заштитити  
географској порекла

Јагодински "Чича", присутан већ век и по на боцама "Јагодинске пива-

ре", недавно је у међународној институцији за заштиту интелектуалне својине у Женеви заштићен. Југоносталгичари га радо памте. Његов "углед" међу пивопијама и препознатљивост шанса су за опоравак пиваре.

Иако је пореклом "Италијан", односно рађен лиценци фирме "Гандола" из Бреше, популарни "еурокрем" постао је српски бренд давно пре, него што се реч бренд уврежила у наш пословни језик. Равно 35 година уз овај чоколадни деликатес расту генерације на нашем и на тлу многих земаља и до сада нису успеле да га надмаше многе фабрике хране. Продаја је ишла лепо широм Балкана, Блиског истока и околног

50



наших робних  
марки могу да  
издрже  
конкуренцију

пола века. Више од половине своје производње извози на околна тржишта, као и Немачку, Енглеску, Албанију и Мађарску.

Недавно је седморо лесковачких прерађивача меса и кланичара добило од дирекције за интелектуалну својину право на коришћење жига робне марке "лесковачко ростиљ месо". ■

Е. В. Н.