



ПАЗАР

„Дерони“ е водеща българска марка, която заема голям дял от пазара на продукти на домати основа и зеленчукови консерви. Този пазар се разширява, тъй като се увеличават консуматорите, които търсят удобство, високо качество и достъпни цени.

„Дерони“ заема 34% от пазара на лютеници и кетчупи в България, 34,5% от пазара на стерилизирани сосове и 32,5% от този на соеви сосове.

Употребата на готови консерви и продукти на домати основа значително се увеличи заради съвременния динамичен начин на живот. През последните години българските домакинства изоставят традицията да правят домашни консерви и лютеница, тъй като промишлено приготвените не отстъпват по вкус, предлагат по-високо качество, спестяват много време и средства.

Затова конкуренцията в този бранш е голяма. Той е традиционен за страната повече от 40 години. Производителите на такива продукти вече са над 100 и много от тях работят само за износ.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

През 1994 г. марката „Дерони“ излиза първа на пазара в Русия с дванадесет вида кетчупи. Четири години по-късно първа в България произвежда и домашна лютеница, след което този вид лютеница става най-прода-



ваният в страната. През 2002 г. – отново за първи път у нас – компанията пуска на пазара естествено ферментирал соев сос. Следващата година създава прочутата си едро смяна лютеница. През 2003 г. на пазара е и първата пиперица с марката „Дерони“, която се превръща в любим продукт



на българското семейство.

„Дерони“ печели много отличия на международни изложения: гевет златни медала за различни продукти от Международния пловдивски панаир (1998 г., 1999 г., 2000 г., 2001 г., 2005 г. и 2006 г.), четири

златни лъва за най-добър български производител (1998 г., 1999 г., 2000 г. и 2001 г.), златен медал Балкани без граници (1999 г.) и Международната награда Golden America for Quality and Excellence (Ню Йорк, 1999 г.). Сред отличията през 2006 г. продукти са серията пиперица „Дерони“ – едро смяна, староселска и лютива, както и сосовете „Тодорка“ – вкусен, гъбен и пикантен (Международен пловдивски панаир, изложение Food Tech 2006).

През 2001 г. компанията е сред първите в България, които получават висококоченения сертификат за качество по стандарта ISO 9001:2000. Днес всички предприятия на „Дерони“ са сертифицирани за разработка, производство и продажба на своите продукти.

ИСТОРИЯ

Фирма „Дерони“ е основана през февруари 1991 г. и си е извоювала репутацията на водеща компания в своя бранш в България. За потребителите тя е символ на високо качество, екологично чисти и вкусни продукти.

Първото производство на „Дерони“ е кетчуп – традиционен за руския пазар. Следват стерилизираните сосове и домашни лютеници, с които компанията се налага на българския пазар, за да заеме днес значителен пазарен дял.

Първата фабрика на „Дерони“ е построена в Хасково, следващата е в Стара Загора. От месец май 2006 г. работи и най-модерното предприятие на компанията, отново в Стара Загора.



От създаването си до днес „Дерони“ разширява сферите си на продажби в Русия, Германия, Хърватия, Чехия, Гърция, Англия, САЩ и Израел.

В градовете София, Варна и Пловдив „Дерони“ има изградени собствени търговски и логистични центрове, като целта е професионална логистика и мърчандайзинг. Компанията има и уникална дистрибуторска и търговска система в България, която покрива както всички вериги хипермаркети, с които „Дерони“ е в отлични отношения, така и търговските обекти във всяко населено място в страната – от големия супермаркет до малкото магазинче.

ПРОДУКТЪТ

Продуктите на „Дерони“ са над 200. Това са кетчупи, лютеници, пиперици, сосове, пюрета, както и готови за консумация ястия и зеленчукови консерви (красавици, печени чушки, патладжан, салати). Компанията произвежда и стерилизирани гъби, майонези, горчици, макаронени изделия. Други нейни търговски марки са „Орфео“, „Тодорка“ и „Петел“. Марки с изключителни права на „Дерони“ са зехтините San Lazaro, La Chao (соев и чили сос), Leda (зеленчукови консерви), Riva (соев и чили сос, рибни консерви) и „Стрела“ (месни консерви).

Името на „Дерони“ върху продуктите е гаранция за потребителя, че са безопасни за консумация, съобразени са с всички изисквания и отговарят на висок стандарт за качество.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

От 1991 г. компанията е изградила три предприятия. Фабриката в Хасково е разположена на площ от 13 000 кв. м, а през 2005 г. към нея е пристроена модерна складова база. Втората фабрика – в Стара Загора, е модерно оборудвана за производство на сезонни продукти. Разположена е на площ от 12 000 кв. м и разполага с хладилни помещения за дълбоко замразяване. Модернизацията на фабриката и изграждането на складовете са извършени с помощта на европейски програми за инвестиции и собствени средства. Към фабриката през 2005 г. е построена една от най-модерните френски пречиствателни станции.

Новата фабрика на „Дерони“ в Стара Загора започва работа през месец май 2006 г. Тя е разположена на площ от 14 000 кв. м и е истинска гордост за компанията. Оборудвана е с най-съвременните технологични линии и технологии в хранителната промишленост за производство на качествени и безопасни храни и отговаря на стандарта ISO 22 000 – най-новите изисквания на Европейския съюз от 2006 г. С тази фабрика „Дерони“ може да се конкурира с най-добрите европейски аналогични производства. През 2005 г. компанията изгражда модерен търговски център с офиси, големи складови помещения и хладилни площи в София. Целта е да извършва логистика както на стоките на „Дерони“, така и на други марки за столицата и региона.

За да гарантира и суровината, от която произвежда своите продукти, през 2004 г. „Дерони“ създава предприятие за производство на свежи зеленчуци, разположено на площ от 1450 дка, със собствена напоителна станция и компютризирана напоителна система. Всичко това затвря цялостния цикъл на производство.



ПРОМОЦИЯ

Слоганът, който неизменно присъства в промоционалната и рекламната дейност на фирмата, е „Винаги отличен вкус!“. След като „Дерони“ първа произвежда едро смяна лютеница и за първи път използва названието „едро смяна“, компанията предприема интензивна медийна кампания за налагането на този продукт на пазара. В нашумелия клип действието първоначално се развива в миналото, където млада майка в носия вари лютеница в казан, а малкият ѝ син протяга ръка с филийка хляб, която, вече намазана с лютеница, изядва с насладата. После същата майка – вече баба, и момченцето – вече баща, заедно със своя син, се наслаждават на лютеница „Дерони“, която има същите достойнства като домашно приготвяната преди години. Тази идея по-късно беше използвана от производители на кисело мляко, луксозни ракии и бири. Компанията създаде и клип, който беше в основата на кампанията на кетчуп „Дерони“.

В него участва известният водещ на културно предаване Иван Звездев. Г-н Звездев рекламира и макаронени продукти на компанията.

„Дерони“ за първи път в България направи и реклама на соев сос. В нея професионален готвач показва и обясни предимствата на естествено ферментирания соев сос.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Марката „Дерони“ се наложи стабилно на българския пазар, защото освен традиционните, непрекъснато създава и нови продукти. Философията на компанията е качество, изключителност, традиция и технологични иновации. „Дерони“ използва само най-добрите суровини и материали. Всички гостапки претърпяват строг качествен контрол преди преработката. Трите фабрики на „Дерони“ са оборудвани с модерни технологични линии, което е гаранция за постоянство в качеството. Компанията е успяла да затвори цикъла на производството си – от суровините до крайния готов продукт на пазара. За постигането на неповторимия и автентичен вкус на нейните продукти се грижат стотици хора.

Основният бизнес принцип на „Дерони“ гласи: „Посветили сме се на целта да изградим бизнес, основан на здрави човешки ценности и принципи, с основни идеи – почтеност, честност и ерижа за хората. Ние уважаваме и се чувстваме отговорни в процеса на вземане на решения, като споделяме загрижеността на обществото за опазване на околната среда и здравето на потребителите.“

www.deroni.com

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

DERONI

➤ Повечето от имената на марките на „Дерони“ произлизат от древността. В Тракия през VI–V в. пр.Хр. е живяло племе, наречено дерони, което е секло първите монети по нашите земи. Други названия на марки, свързани с древната история, са „Диони“, „Орфео“, „Леда“, „Оптимо“, „Ирида“ и „Конкордия“.

➤ Трите човешки крака с конски копита, които са официално лого на фирмата, са знак на божеството Силен. Те символлизират движение, развитие и стабилност.

➤ За свое търговско лого компанията е избрала бог Хермес с колесница, теглена от два вола. Колесницата, както и трите крака, са били изобразени от двете страни на монетите, сечени от племето дерони.