

floriol

**S Floriolom
kuhanje postaje zadovoljstvo.**

FLORIOLOM, OKUS ŽIVOTA!

Tržište

Floriol - vodeći brand jestivog ulja u Bosni i Hercegovini u vlasništvu je tvrtke Bunge, vodećeg svjetskog proizvođača jestivog ulja, aktivnog na četiri kontinenta (Sjeverna Amerika, Južna Amerika, Evropa i Azija). Jestivo ulje zauzima sve veće mjesto u našoj prehrani. Početkom 1960-tih istraživači su počeli nalaziti jasnu vezu između unosa zasićenih masti i bolesti krvožilnog sustava. S pozivom ljudima da jedu više nezasićenih masti, potrošači su se prebacili na jestiva ulja koja su prirodan, dobar izvor takvih masti. Od 1995. narasla je konzumacija ulja i masti po glavi stanovnika na svijetu, a jestivo ulje zauzima velik postotak, 82 prema 78 posto, u ukupnom unosu masnoća.

Veličina tržišta jestivog ulja u BiH je 40.177 tona (Izvor: GFK, 2007.). Najznačajniju većinu na tržištu čini suncokretovo ulje: 98 posto, dok biljno i maslinovo ulje svako drži po 1 posto. Čak i u vrijednosti, suncokretovo ulje drži 95 posto ukupnog tržišta (Izvor: GFK, 1stHY, 2008.). Zanimljivo, 93 posto tržišta su pakiranja u bocama od jedne litre. Uz Floriol, vodeći brandovi uključuju Bimal



(lokalno proizveden brand u vlasništvu Austrian Seed Oil Holdings GmbH), Zvijezdu (uvezenu iz Hrvatske), Sunce, Vital, Dijamant (uvezene iz Srbije).

Dostignuća

Iako su se uvozne carine na Floriol primjenjivale sve do 2008. što je, za razliku od drugih igrača na tržištu, bila dodatna prepreka koju je trebao svladati, Floriol je postao najjači brand jestivog ulja u Bosni i Hercegovini. Floriol sada ima 47% tržišnog udjela u BiH (Izvor: GFK, 2008.). Floriol vodi na tržištu svih regija osim na istočnom dijelu Republike Srpske. Svjesnost o brandu iznosi 99% (49% na vrhu jezika, Izvor: Studija o korištenju i doživljavanju, 2005.) te Floriol ima najvišu razinu lojalnosti na bh. tržištu (57%, Izvor: GFK, 1stHY, 2008.). Potrošači kažu da je Floriol zdrav i dobro poznat brand izvrsne kvalitete (Izvor: Studija o korištenju i doživljavanju, 2005.). Odražavajući svoju visoku sliku kod bh. potrošača, Floriol je 2005. dobio naziv „Najjači brand u Bosni i Hercegovini“ što je potvrđeno i Superbrand oznakom, dok istu u Mađarskoj nosi od 2006.

Istorijat/ Povijest

Floriol brand stvoren je 1993. u Mađarskoj kao zdravo, prvoklasno ulje, dok je vodeći na tržištu bio Vénusz. Drugo tržište za Floriol je bila BiH, gdje je lansiran već od 1993. Danas je Floriol prisutan u sljedećim zemljama: Poljskoj, Estoniji, Latviji, Litvi, Češkoj, Sloveniji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini, Rumunjskoj, Makedoniji, Crnoj Gori i Albaniji. Među svim tim tržištima Floriol je najjači u BiH (kao jasni vođa na tržištu), dok je snažan broj 2 u Albaniji te vodi u vrhunskom segmentu u Mađarskoj i Rumunjskoj.

Proizvod

Danas Floriol u BiH ima sljedeće varijante: Floriol suncokretovo ulje, zasigurno najvažnija varijanta. Floriol suncokretovo ulje prirodno sadrži



ulja tijekom prženja što prženje čini lakšim te rezultira ukusnijom hranom.

Kad govorimo o veličinama, Floriol se najviše prodaje u bocama od 1 litre, dok je Floriol suncokretovo ulje dostupno i u varijantama od 2 i 5 litara.

Nedavni razvoj

Bunge djeluje iz svog glavnog centra za istraživanje i razvoj jestivih ulja u Budimpešti, Mađarska, gdje 25 vrhunski sposobnih znanstvenika, inženjera i tehnologa radi na stalnom usavršavanju jestivih ulja. Floriol paleta proizvoda stvorena je za pokrivanje potreba većine potrošača na bh. tržištu. Te potrebe uključuju: duboko, plitko i prženje u tavi, kuhanje, konzerviranje (posebno ajvara), pripremu različitih umaka (poput majoneze) i salata. Floriol Plus i Floriol FritoPlus lansirani su na tržište u ljeto 2008. Kao najnoviji dodatak ponudi, Floriol maslinovo ulje (u dvije varijante, extra djevičansko i klasično, u staklenim bocama) bit će plasirano do kraja ove godine. Dodatno, obzirom da je Floriol posvećen stalnim inovacijama, kasnije se može očekivati još novosti.

visok nivo vitamina E, koji je ključan za topljenje masti.

To je prirodni antioksidans koji sprječava štetne oksidativne efekte poput starenja stanica. Floriol suncokretovo ulje također je proizvedeno usavršenim procesom uklanjanja mirisa koji smanjuje miris ulja tijekom prženja.

Floriol Trio je mješavina ulja suncokreta, repice i kukuruza. Na tržištu je od 2005. godine. Floriol Trio ima prirodan sadržaj Omega-3 masnih kiselina koje pomažu u smanjivanju razine kolesterola u krvi te su stoga dobre za srce.

Floriol Plus je mješavina ulja suncokreta i repice. Lansiran je 2008. godine. Floriol Plus ima prirodno visok sadržaj Omega-3 masnih kiselina u dobrom omjeru sa Omega-6 masnim kiselinama, koje imaju pozitivan efekt na krvožilni sustav.

Floriol Frito Plus je suncokretovo ulje namijenjeno za prženje. Lansirano je 2008. godine. Floriol Frito Plus sadrži aditiv koji sprječava dimljenje

Promocija

Tijekom svoje povijesti u BiH, Floriol se oslanjao na medijsku prisutnost, ali i ne-medijske alate. U pogledu medija, preferirani kanali bili su televizija (najveći kanali kao što su FTV, Pink BH, BHT, Mreža Plus i OBN) i vanjsko oglašavanje (većinom billboardi locirani na frekventnim lokacijama širom zemlje, ali i lokacijama blizu velikih trgovačkih centara). Što se tiče ne-medijskih alata, ekstenzivno su korištene brandirane cerade za kamione dok u skorije vrijeme sve više važnosti dobivaju alati u trgovinama poput sekundarnog plasmana i POS materijala.

Vrijednosti robne marke

Floriol je posvećen bh. potrošaču ponuditi zdravo ulje izvrsne kvalitete. Bunge, proizvođač Floriola, jedna je od najvećih tvrtki na svijetu za preradu uljnih žitarica. Floriol se proizvodi u Mađarskoj, na plantaži Martfű, koja je najveći i najmoderniji pogon za proizvodnju ulja u srednjoj Evropi. Posvećenost



**Ako Vam kosa miriše kao pomfrit
promijenite ulje a ne frizuru**

okus života.
floriol



**Ako Vam kosa miriše kao palačinke
promijenite ulje a ne frizuru**



okus života.
floriol



kvaliteti potvrđena je certifikatima ISO 9001:2000; ISO 14001, OHSAS 18001 i IFS (Međunarodni Standard Hrane) i podložna je strogoj kontroli kvalitete.

www.bunge.hu

JESTE LI ZNALI...

Floriol

- Između 12 zemalja srednje i istočne Evrope, BiH ima najveću potrošnju jestivog ulja po glavi stanovnika: 10,5 kg godišnje. (U usporedbi, potrošnja u Austriji je samo 3,4 kg/glavi.)
- Floriol je nadjačao brandove poput Vegete, Nivee, Milke, Ariela i Coca-Cole na listi najjačih brandova u BiH 2005.
- Za bh. potrošače idealno jestivo ulje je zdravo, izvrsne kvalitete te provjerenog branda – a Floriol predstavlja najbolje od tih atributa.
- 22% kupaca Floriola kupuje samo Floriol – Floriol drži najvišu ratu ekskluzivnih kupaca na tržištu jestivog ulja (Izvor: GFK 1STHY, 2008.).
- Floriol jednako vole sve tri narodnosti u BiH: Bošnjaci, Srbi i Hrvati (Izvor: Studija o korištenju i doživljavanju, 2005.).