



FRUCTAL

u suradnji s prirodom

Tržište

Tržište sokova, nektara i pića koja se prodaju pod robnom markom Fructal postiglo je zrelost. Potrošnja sokova, nektara i pića postala je konstantna. Proizvodi poznatih robnih marki podložni su sve većim pritiscima trgovaca koji intenzivno uvode trgovačke robne marke i na njihov račun zaposjedaju prostor na policama proizvođačevih robnih marki. Uvođenjem trgovačkih robnih marki neki su okusi sokova i nektara postali generički (naranča, jabuka). Odgovor proizvođača, a među njima i Fructala, prvenstveno je u uvođenju novih, inovativnijih proizvoda koji nadilaze generičke okuse. To pokušavaju postići dodavanjem raznih sastojaka koji blagotvorno utječu na tijelo i na ljepotu tijela te imaju provjerene efekte na zdravlje.

Voćni sokovi i nektari koji se prodaju pod uvaženom robnom markom Fructal prepoznatljivi su po svojem visokom kvalitetu na svim tržištima gdje se prodaju. Visok kvalitet Fructal je postigao na temelju još davno postavljene strategije koju je očuvao kao konstantu i uključuje: Stalno praćenje novosti i razvoja u oblasti tehnologija, ambalaže, sirovina;



Uključivanje u proces prerade voća; Maksimalnu vlastitu preradu voća u poluproizvode; Istraživanje i prilagođavanje potrebama potrošača.

Robna marka Fructal prodaje se na više od 25 tržišta i može se naći na policama većih trgovaca u Sloveniji, BiH, Hrvatskoj, Srbiji, Crnoj Gori, Makedoniji, Bugarskoj, Rumunjskoj, Albaniji, Grčkoj, Italiji, Austriji, Švicarskoj, Njemačkoj i Nizozemskoj, a prisutna je i u nekim udaljenijim državama, kao što su Kanada, USA, Australija, Cipar i Engleska.

Robna marka Fructal prisutna je u dva segmenta, i to u trgovini s bogatim izborom sokova, nektara i pića u kartonskoj ambalaži i u boci od 0,75 l te u ugostiteljstvu, gdje glavčinu predstavljaju boce od 0,2 i 1 litre.

Dostignuća

Ideje vodilje Fructala oduvijek su bile kvalitet, neprestani razvoj, prilagođavanje potrebama potrošača i povezanost s prirodom, što je određeno i u njegovu sloganu "U suradnji s prirodom". Svake se godine proda preko 330 milijuna litara proizvoda pod robnom markom Fructal. Kako potrošači, tako i stručna javnost priznaju proizvodima pod robnom markom Fructal natprosječnu kvalitetu, što dokazuju i najviša priznanja svake godine na svim međunarodnim ocjenjivanjima gdje Fructal predstavlja svoje proizvode. Tako je ove godine primio 17 zlatnih i 3 srebrne medalje za kvalitet na međunarodnom

ocjenjivanju u okviru Poljoprivredno-prehrambenog sajma u Gornjoj Radgoni. Zato sa sigurnošću možemo tvrditi da je robna marka Fructal vodeća na slovenskom tržištu u kategoriji sokova, nektara i pića, a upravo na taj način ima i većinski tržišni udio i u segmentu ugostiteljstva.

I u oblasti ambalaže i marketinških aktivnosti Fructal je primio više nagrada i priznanja. Tako je 2003. godine primio slovenskog oskara za ambalažu za plavu bočicu nazvanu "blondy" na sajmu "Impak" u Gornjoj Radgoni. U 2004. godini za bočicu je primio još jedno prestižno priznanje na ocjenjivanju u okviru sajma Cro-pak 2004. A u 2005. godini Fructal je primio srebrni Effie – nagradu za komunikacijsku efikasnost, upravo za akciju tržišnog komuniciranja "Strast ima svoj oblik", kojom je na tržište lansirao plavu bočicu.

Kvalitet proizvoda robne marke Fructal nije ostao neprepoznat od strane međunarodne javnosti. Tako se sokovi i nektari ponose certifikatom SGF (Sure Global Fair) koji svake godine iznova potvrđuje da je Fructal uključen u sistem samokontrole (Voluntary System Control) SGF udruženja proizvođača sokova i nektara SGF International. Certifikat garantuje da je Fructal pouzdan proizvođač isključivo neprerađenih proizvoda koje u obliku autentičnih sokova i nektara nudi tržištu.

Istorijat/ Povijest

Robna marka Fructal prvi se put pojavila u drugom desetljeću rada poduzeća preimenovanjem poduzeća u Fructal, Voćno - likerski kombinat Ajdovščina. Prvu prekretnicu u razvoju predstavlja 1963. godina s prelaskom na industrijsku proizvodnju te postavljanjem temelja kvaliteta i imena. Put prema vrhu robna marka Fructal utirala si je putem mnogobrojnih individualnih robnih marki jer se posvuda pojavljivala kao krovna robna marka.

Intenzivno ulaganje u tehnologiju i njen razvoj u šezdesetima i u prvoj polovici sedamdesetih godina prošlog stoljeća omogućilo je širenje asortimana u različite ambalaže (bočica, doypak) i viši kvalitet proizvoda. Svi su ti koraci doveli do reputacije najvećeg ponuđača voćnih sokova u tadašnjoj Jugoslaviji. Kao vodeća robna marka, Fructal je predstavljao brojne novosti koje su se mnogo puta pokazale preuranjenima.

Strast ima novi oblik

Plavo. Plavo nebo pod kojim raste plavozi priroda. Plava morska pučina, gdje žed postaje neuzdruživa. Mudro odlika: za zdravlje i prirodu, za užitak i strast. Za Fructalove voćne sokove i nektare od 0,2 l i u novoj bočici. Plavo.

Nakon dugih godina istraživanja pokazalo se da kod Fructalovih sokova i nektara od 0,2 l i u novoj bočici samo jednu stvar: voćnu.

Ostaviti isto inercivno odlik, u kome se stvarni vika i strast stapaju u harmoničnu cjelinu.

FRUCTAL
u suradnji s prirodom

Uzroci za Fructal: Fructal Zgreb d.o.o., tel.: 01 / 65 28 077

Prijelomno razdoblje za Sloveniju u početku devedesetih donijelo je promijenjene poslovne okolnosti i za poduzeće Fructal. Zatvarala su se tržišta bivše Jugoslavije, rat u Bosni i Hercegovini doveo je i do gubitka tržišta. Usprkos tome, podaci o količinskoj prodaji u zemlji i u inostranstvu bili su prilično povoljni. U 1999. godini došlo je do ukidanja individualnih robnih marki i udruživanja svih sokova i nektara pod jedinstvenu robnu marku Fructal. Ona se još uvijek pojavljuje kao potporna robna marka na svim onim proizvodima koji su napravljeni dosljedno i sukladno s misijom poduzeća. Posebno ograničenje posljednjeg decenija predstavlja 2001. godina. Potreba za modernizacijom i približavanjem robne marke Fructal populaciji mladih dovela je do uvođenja sokova, nektara i voćnih pića u novoj plavoj 200-mililitarskoj bočici koja je postala prodajna uspješnica 2003. godine. Cjelokupan izgled robne marke Fructal uveden s plavom bočicom zatim se postepeno širio i na druge ambalaže.

Proizvod

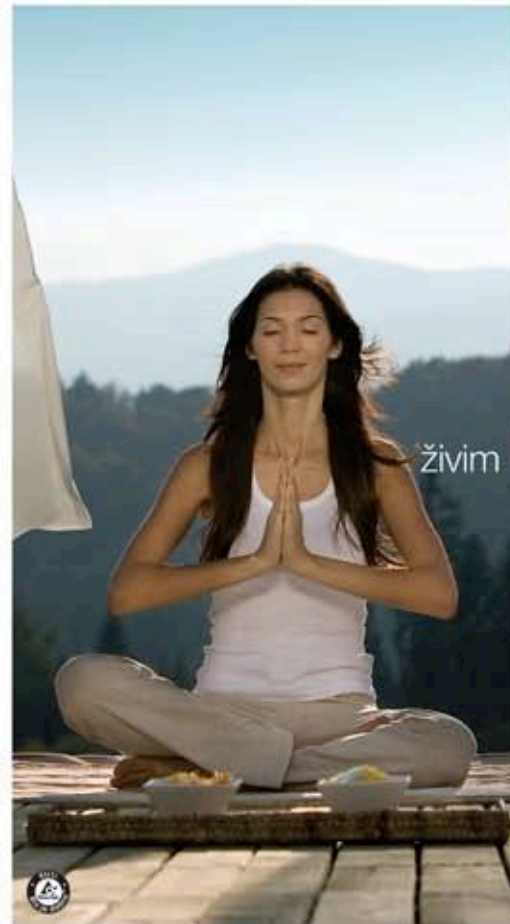
Robna marka Fructal udružuje sve one proizvode koji su dosljedno u skladu s misijom poduzeća. To znači da su proizvedeni isključivo od prirodnih sastojaka i ne sadrže umjetne dodatke. Takvi su proizvodi sokovi, nektari i bogata voćna pića s visokim udjelom voća.

Proizvode koji se prodaju pod robnom markom Fructal karakterizuje bogata tradicija jer počeci punjenja voćnih sokova i nektara sežu u daleku 1963. godinu. Od tada do danas poduzeće se intenzivno prilagođavalo trendovima u svijetu i tražilo nove pravce, kako u tehničko-tehnološkoj oblasti, tako i u oblasti uvođenja novih okusa i novih ambalaža. A u svakoj je prilici ostalo svjesno potreba svojih potrošača i svoje misije.

Proizvodi robne marke Fructal primjereni su za široku populaciju potrošača - od najmlađih do najstarijih i za uživanje u različitim prilikama. Osim neospornog kvaliteta, karakterizuje ih široka paleta okusa te savremena i raznovrsna ambalaža koja omogućava široku dostupnost proizvoda na svim prodajnim mjestima i u različitim distribucijskim kanalima. Da bi olakšali izbor uživajmo

segmentima potrošača, za neke je uvedena dodatna oznaka. Tako su nastali voćni sokovi, sokovi od povrća i sokovi od voća i povrća Fructal Natura - pokloni prirode za vitalne i zdrave. A za djecu od 3 do 10 godina uvedeni su sokovi, nektari i pića Fructal Pingo, koji udružuju izabrane okuse obogaćene vitaminima i mineralima te drugim korisnim tvarima koje djeca trebaju za zdrav rast i razvoj. Za potrošače koji izražavaju usmjerenost prema stilu života ZNAM ŽIVJETI lansirana je linija više pozicioniranih proizvoda Fructal Benefit. Linija udružuje nektare s visokim udjelom voća (70 odnosno 80 posto) bez dodanog šećera s funkcionalnim dodacima (koenzim Q10, L-karnitin, lutein) koji se nadovezuju na vrednote zdravlja povezane s ljepotom, rekreacijom i brigom za tijelo uopće. A za segment potrošača "NA PUTU" ("ON THE GO") proizvedeni su Fructal Smoothie, prirodan i zdrav napitak nježnog, glatkog okusa, koji 100% nadomješta dnevne potrebe za voćem i u skladu je s konceptom 5 na dan.

Robna marka Fructal tako udružuje voćne sokove, nektare, Fructal Naturu, Fructal Pingo, Fructal Benefit, Fructal Smoothie, bogata voćna pića i voćne sirupe.



živim s Fructalom

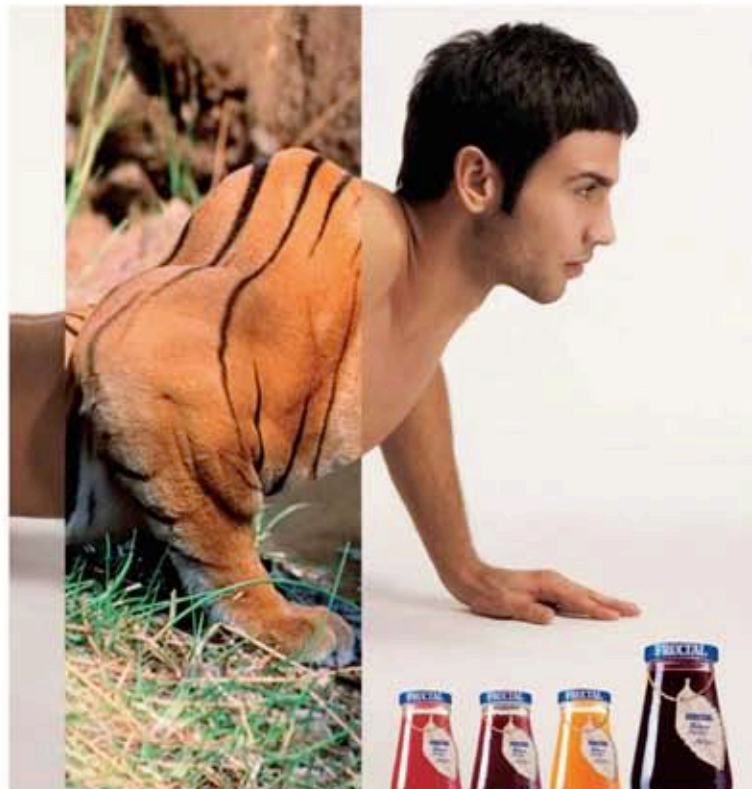
Nova linija
Fructal Benefit



Predstavljamo vam nove nektare Fructal Benefit bez dodanog šećera i s 30 posto manje kalorija. Novi jabučni nektar sadržava koenzim Q10 koji usporava starenje i pomaže obnoviti mišićnačvli leglo. Nektar od grožđa s dodatkom L-karnitina uz redovitu aerobnu vježbu pospješuje sagorijevanje masti i tako pridonosi vitijoj liniji. A nektar od jabuke, mrkve, banane i narandže sadržava lutein koji pozitivno utječe na oči te sprečava nastanak neželjenih promjena na koži zbog UV zraka.



usmjerenog na odabranu ciljnu skupinu. Tako su uglavnom sve Fructalove akcije tržišnog komuniciranja uspješne. Dokaz za to bila je promocija Fructal Nature, koja je povećala prodaju proizvoda pod tom robnom markom za 100%. Izuzetno uspješna akcija tržišnog komuniciranja bila je provedena i za Smoothie, koji se ove godine takmiči za zlatni Effie za komunikacijsku efikasnost.



"Zovu me Tigrovo srce!"

Kikis je bogata mineralima i vitaminima. Sok ugodna okusa kvalitetan je dodatak prehrani, povoljno utječe na rad imunološkog sustava i poboljšava krvnu sliku.

Sokovi Fructal Natura namijenjeni su svima kojima su zdravlje i dobar osjećaj na prvome mjestu. Odabrani prirodni povrtno-voćni sokovi sa 100% povrtno-voćnog udjela zadovoljavaju različite potrebe tijela.



FRUCTAL Natura
Darovi prirode za vitalne i zdrave!

Nedavni razvoj

U skladu sa strategijom, brand Fructal nastavlja s razvojem robne marke u pravcu prirodnih i inovativnih proizvoda usmjerenih užim ciljnim segmentima potrošača. U bližoj budućnosti kompanija namjerava lansirati sokove koji nisu od koncentrata, nove okuse Smoothija u kartonskoj ambalaži i drugo.

Promocija

Fructal se za promociju svih linija proizvoda pod krovim imenom Fructal služi svim vrstama tržišnog komuniciranja: televizijskim oglašavanjem, oglašavanjem na vanjskim površinama (jumbo panoji, city lightovi), oglašavanjem u štampanim medijima i radijskim oglašavanjem, predstavljanima u PR člancima u specijalizovanim revijama, aktivnostima pospješivanja prodaje izlaganjem, degustacijama, nagradnim igrama i komunikacijom preko kataloga trgovaca. Za postizanje najboljih rezultata promocije Fructal uvijek odabire kombinaciju svih nabrojanih aktivnosti u cilju osiguravanja cjelovitosti tržišnog komuniciranja

Vrijednosti robne marke

Robna marka Fructal bila je već u svojem nastanku usmjerena na preradu prirodnih sirovina bez dodanih konzervansa, bojila i umjetnih dodataka. Sama bit robne marke Fructal je u suradnji s prirodom, što ostaje ideja vodilja i za buduće generacije. Kompanija će se još više truditi da proizvodi pod robnom markom Fructal budu svježiji, prirodni i zdravi, jer je svjesna da samo najbolje može biti dovoljno dobro za potrošače robne marke Fructal.

www.fructal.si

JESTE LI ZNALI...

Fructal

- Svake se sekunde u svijetu proda 11 soka, nektara ili pića pod robnom markom Fructal.
- Ako bi se godišnja proizvodnja proizvoda pod brandom Fructal postavila jedna do druge, ona bi sezala 6.100 km daleko, što znači 3 puta udaljenost od Ljubljane do Moskve.
- Za nastanka poduzeća Fructal 1945. godine, u napuštenoj zgradi bivše tvornice tekstila pet radnika počelo se baviti pečenjem rakije.
- Fructal je učlanjen u SGF International (Sure Global Fair) koji nadzire kvalitetu proizvoda direktivama EU-a.
- Fructal je uspostavio ISO 22.000 - certifikat sistema vođenja sigurnosti namirnica.