

# Vital Fini-Mini®

## Tržište

Pojam juhe kakav danas poznajemo nastao je u 17. stoljeću, no pripremanje juhe poznato je još od prije nekoliko tisuća godina prije Krista, tako da je to jedno od prvih poznatih jela. Naime, meso, riba, začini, povrće, sjemenke ili trave skuhani u vodi, mogli su se svesti pod taj zajednički nazivnik još 8. 000 godina prije Krista, u vrijeme kada su Egipćani na vatru postavili prvi glineni lonac s vodom. Danas postoje knjige recepata posvećene juhama pa, uz malo mašte i dodataka jelima, svaka kuharica može sama osmisliti i svojoj obitelji pripremiti neki do sada neisprobani recept.

Tržište juha neprestano se razvijalo i obogaćivalo pa se devedesetih godina prošlog stoljeća javila potreba potrošača za juhama koje se mogu pripremiti još brže i u kojima je moguće uživati svugdje, a ne samo u okružju doma. Na taj su način nastale instant juhe koje je potrebno preliti samo vrućom vodom kako bi bile spremne za uživanje. Podravka je svoje instant juhe pod markom Fini-Mini lansirala na tržište 1999. godine. Instant juhe, ovisno o tržištu, čine od 5 do 50% ukupnog tržišta juha. U Hrvatskoj se radi o 4% tržišta juha, gdje Fini-Mini zauzima 78% tržišta instant juha.

## Dostignuća

Osim visokog tržišnog udjela kojeg je robna marka Fini-Mini ostvarila u relativno kratkom roku, može se pohvaliti i case studijom predstavljenom u knjizi „Marketing“, autora Stjepana Bratka, izdanj 2001. godine.

## Povijest

Podravka je Fini-Mini juhe lansirala na hrvatsko tržište 1999. godine, i to u liniji od pet različitih proizvoda: kokošja s rezancima, goveđa s rezancima, povrtna s tjesteninom, krem pileća te krem juha od gljiva. Asortiman Fini-Mini juha proširuje se 2002. godine s tri nova okusa: krem juha od graška, krem juha od rajčica i mediteranska juha. Iste godine

dobiven je certifikat za upravljanje kvalitetom ISO 9001:2000 za kategoriju Podravka jela, a koja uključuje Fini-Mini juhe. Proizvodnja Fini-Mini juha, kao i proizvodnja cjelokupnog asortimana kategorije Podravka jela, 2003. godine preseljena je u novu automatiziranu tvornicu juha i polugotovih jela.

## Proizvod

Fini-Mini se natječe u podkategoriji instant juha, odnosno juha koje nije potrebno kuhati već samo preliti vrućom vodom prije uživanja. Svojstva ove juhe čine je zanimljivom za konzumaciju u uredima, školama, fakultetima, studentskim domovima, na ljetovanju ili zimovanju. Mogu se koristiti kao zamjena za snack (grickalice i čokoladu) te time predstavljaju zdraviju opciju.

Fini-Mini juhe namijenjene su prvenstveno mladim potrošačima (školarcima, studentima, mladim zaposlenim ljudima) te uvijek predstavljaju rješenje za opušajući, ukusan, topao obrok, nakon ili za vrijeme napornog radnog dana. Mogu predstavljati i izvor energije te optimizma onda kada je potrošaču potrebno nešto da ga oraspoloži. Fini-Mini ima „odgovor na sve“ i baš uvijek pruža potrošaču ono što mu je najpotrebnije u trenutku konzumiranja.

Asortiman čini osam različitih okusa Fini-Mini juha, a svaka ima svoje karakteristične sastojke po kojima je potrošači prepoznaju. Kokošja juha s rezancima bistra je juha koja sadrži rezance instant kvalitete, a kompozicija začina, povrća i kokošjeg mesa daju juhi pravi okus domaće kokošje juhe.

Goveđa je juha s rezancima pak bistra aromatična goveđa juha s rezancima instant kvalitete, a sastavom i kompozicijom začina, povrća i goveđeg mesa daje okus i miris domaće goveđe juhe. Povrtna juha s tjesteninom bistra je povrtna juha bogata raznovrsnim, vidljivim povrćem instant kvalitete i tjestenine u obliku zvijezdica, blagog je

povrtnog okusa s odabranom kompozicijom začina. Krem pileća juha blaga je mliječna krem juha s pilećim mesom, povrćem i začinima koji daju punoću okusa i mirisa prave domaće juhe. Sastojci su instant kvalitete pa se juha brzo priprema. Krem juha od gljiva krepka je srednje gusta juha bogatog okusa vrganja i šampinjona sa začinima koji zaokružuju punoću okusa i mirisa. Dodatak su croutoni odnosno kockice prženog kruha. Mediteranska juha bistra je i krepka povrtna juha s vidljivim povrćem i tjesteninom u obliku zvijezdica, a okus i miris juhe karakterističan je zbog kompozicije raznovrsnih mediteranskih začina. Krem juha od graška aromatična je srednje gusta juha koja sadrži grašak i komadiće mrkve te ima vrlo izraženi okus. Krem juha od rajčica krepka je srednje gusta juha lijepe crvene boje i blagog



Da, mama. Jedem kuhano!

Moj je cilj da stalno pomičem granice, da osvojam neosvojivo, Jurin protiv vremena i granica. Kad oglasim, okrijepim se u trku toplom i zdravom juhom koju pripremam za minutu, bilo kad i bilo gdje.

Užitak u trenutku!

PODRAVKA  
www.podravka.com

Da, mama. Jedem kuhano!

Dosadivanje kod kuće? Nemam pojma što je to. Non-stop akcija. Radnim danima posao, vikendom dobar provod. Super što, osim moje mame, još netko misli na mene: mogu jesti ukusno i toplo bilo kad i bilo gdje.

Užitak u trenutku!

PODRAVKA  
www.podravka.com

okusa svježih rajčica s dodatkom prženih kockica kruha, takozvanim croutonima, koje juhi daju punoću. Priprema svih Fini-Mini juha jednostavna je i brza - sadržaj vrećice u šalici prelije se s 2 dl kipuće vode i nakon 1-2 minute spreman je za jelo.

### Nedavni razvoj

2007. godine Podravka će na tržište plasirati funkcionalne Fini-Mini juhe u novom, osvježenom dizajnu. Dizajn Fini-Mini juha imat će elemente dizajna Podravka juha u vrećicama, odnosno na dizajnu će dominirati crveno srce, logotip Podravke, boja i naziv juhe. Okusi juha neće se mijenjati, već su postojećim proizvodima dodana prirodna dijetalna vlakna i oligofruktoza. Navedeni sastojci zajedno utječu na peristaltiku crijeva te djeluju kao probiotici, selektivno potičući rast brojnih i za zdravlje korisnih bakterija crijevne mikroflore. Jedno od djelovanja inulina i oligofruktoze povoljan je utjecaj na povećanje apsorpcije kalcija u ljudskom organizmu.

### Promocija

Do plasiranja Fini-Mini juha na tržištu Hrvatske nije bilo sličnih proizvoda. Iz toga je razloga pred Podravkom bio zadatak educirati potrošače o proizvodu i o načinu pripreme pa se ulagalo u ATL i BTL oglašavanje. Prilikom plasiranja Fini-Mini juha na tržište organizirana je medijska kampanja koja je obuhvaćala TV, radio, tisak i outdoor oglašavanje. Na prodajnim mjestima organizirane su degustacije novih proizvoda, a potrošačima je pokazana i jednostavna priprema. Cilj kampanje bilo je pozicioniranje Fini-Mini juhe kao fine, ugodne, osvježavajuće i lagane juhe u šalici, idealne za konzumaciju u uredu, pri sportu, na izletu, uz televiziju ili čitanje, za đake i studente. Željeno pozicioniranje u svijesti potrošača nastojalo se postići sloganom „Fini-Mini - Juha u šalici u svakoj prilici!”

Sljedeće godine organizirana je slična kampanja koja je također uključivala ATL i BTL oglašavanje. Prilikom lansiranja novih okusa Fini-Mini juha, 2002. godine organizirana je medijska kampanja u kojoj su prikazane životne situacije u kojima je moguće konzumirati Fini-Mini juhe (u uredu ili pak prijevoznom sredstvu). Također su, u sklopu iste kampanje, organizirane degustacije na prodajnim mjestima gdje su potrošači mogli



kušati nove okuse Fini-Mini juha te za kupnju istih dobiti zanimljiv poklon.

Kampanja usmjerena na studente i učenike organizirana je 2003. godine te se koristi novi slogan „Užitak u tren(d)u”. Za oglašavanje tijekom kampanje koristili su se TV, radio i tisak te promotivne prodaje i degustacije na prodajnim mjestima. Edukacija se studenata nastavlja i početkom studentske godine, organizacijom događaja na gotovo svim fakultetima širom Hrvatske. Studenti su degustirali Fini-Mini juhe te u anketama iznosili svoje mišljenje o proizvodima. Ista aktivnost, u sklopu koje je organizirana nagradna igra, sprovedena je i 2004. godine. Studenti su kroz nagradnu igru iskazali svoju kreativnost osmišljavanjem slogana za Fini-Mini juhe. Tijekom svih organiziranih kampanja, komunikacijska strategija usmjerena je na mlade, zaposlene ljude koji u nedostatku vremena žele jesti nešto zdravo i toplo. Sa zaokruženim asortimanom od osam proizvoda, 2005. godine komunikacija prema potrošačima usmjerena je na drugačiji način. U obzir su uzeta glavna obilježja ciljne skupine, a to su pokret, užurbanost i dobar provod, te se komunikacija usmjerila na tisak i radio koji se prate „u pokretu” i na sponzorstva manifestacija koje prati ciljna skupina. Kampanja za Fini-Mini, organizirana 2005. godine, nosila je poruku poznatu svima: „Da, mama, jedem kuhano!”. U kampanji su se koristile tri verzije oglasa koji prikazuju mlade ljude koji svakodnevno pomiču svoje granice, a uvijek ih okrepljuje topla Fini-Mini juha koju mogu jesti bilo gdje. U toj su se kampanji koristile slike

motoristice, astronauta i ronioča.

Putem sponzorstva 2005. godine do mladih se ljubitelja filma i provoda došlo putem Motovun film festivala i Sarajevo film festivala. Preko sporta i Sportskih igara mladih, mladima do 18 godina, kao mladim potrošačima i budućim kupcima, približene su Fini-Mini juhe. Informacije o proizvodima dobili su na zabavan način putem društvenih igara i natjecanja, a kao poklon dobili su Fini-Mini juhe te promotivne materijale.

### Vrijednosti robne marke

Fini-Mini je nova robna marka koja je lansirana na tržište 1999. godine. Potrošači su u ovom relativno kratkom vremenu uspjeli prepoznati glavne vrijednosti koje im nudi robna marka Fini-Mini: kvalitetu

proizvoda koju garantira proizvođač Podravka i mogućnost za ukusni snack u bilo koje vrijeme i na bilo kojem mjestu.

Gledajući vrijednost robne marke Fini-Mini kroz brojke, prema istraživanju provedenom 2004. godine, poznatost marke Podravka Fini-Mini je 58% što znači da tu robnu marku poznaje svaki drugi Hrvat. Također, udio Fini-Mini juha na tržištu instant juha je 78%, što dodatno potvrđuje vrijednost robne marke.

[www.podravka.hr](http://www.podravka.hr)



JESTE LI ZNALI...

### Fini-Mini

- Fini-Mini juhe postale su osnova prehrane planinarima i alpinistima pa je stoga Fini-Mini bio i na vrhu Pamira 2004. godine.
- Fini-Mini juhe okrepljuju nakon nekoliko spustova snježnim stazama skijališta, što su dokazali dugački redovi skijaša koji su čekali na degustaciju Fini-Mini juha na obližnjim skijalištima u Sloveniji 2004. i 2005. godine.
- Fini Mini, kao jedan od sponzora Motovun film festivala, nudio je degustacije svojih juha te na taj način bio i topli obrok svim posjetiteljima i ljubiteljima filma.