



Tržište

Hellmann's je jedna od vodećih svjetskih robnih marki u dressing kategoriji koja na hrvatskom tržištu prvenstveno obuhvaća majonezu, ketchup i senf. Dijelom je asortimana multinacionalne kompanije Unilever, čije robne marke svakodnevno koristi više od 150 milijuna ljudi širom svijeta. Visoka kvaliteta i prepoznatljiv okus izdvaja je među vodeće robne marke na globalnom tržištu. Glavninu svoga prometa na svjetskom tržištu, a tako i na tržištu Hrvatske, Hellmann's ostvaruje kroz kategoriju majoneza. Tijekom duge povijesti robna marka je proširila svoje prisustvo i kroz kategorije ketchupa, senfa, umaka i salatnih preljeva. Misija Hellmann'sa je potrošačima ponuditi hranjive, kvalitetne i prije svega ukusne proizvode koji unose užitek i uzbuđenje u svaki zalogaj.

Kategorija majoneze u Hrvatskoj ima vrlo visoku penetraciju od 74%. Godišnje se konzumira oko 3,6 milijuna kg majoneze zajedno s tartarom i to je ujedno najveće i najkonkurentnije dressing tržište kod nas. Hellmann's je svoju majonezu na hrvatsko tržište lansirao 1995. godine i trenutno je treći igrač. Asortiman Hellmann's ketchupa lansiran je krajem 2002., a Hellmann's senf 2004.

Dostignuća

Trenutno je Hellmann's prisutan u više od 75 zemalja širom svijeta. Temeljni faktor uspjeha je kontinuirano ulaganje u istraživanje i razvoj proizvoda koji ne samo da su izvanrednog okusa nego sadrže visokovrijedne sastojke. Originalna receptura i stoljetna tradicija u kombinaciji s inovacijama i praćenjem trendova rezultirala je jakim tržišnim pozicijama na globalnoj razini. Hellmann's kontinuirano radi na poboljšanju prehrambenih vrijednosti svojih proizvoda poštujući smjernice Svjetske zdravstvene organizacije.

Povijest

Sama majoneza izum je glavnoga kuhara francuskog vojvode de Richelieua. Vojvoda je pobijedio Engleze u borbi za francusku luku Mahon. U čast pobjede glavni je kuhar želio prirediti proslavu što je uključivalo i pripremu njegovog omiljenog umaka od jaja i vrhnja. S obzirom da glavni kuhar nije mogao pronaći vrhnje, zamijenio ga je s maslinovim uljem i nova delikatesa je stvorena. U čast pobjede kod luke Mahon glavni kuhar ju je nazvao



„Mahonnaise“, a izgovor se do danas promijenio u „mayonnaise“.

1905. godine u New Yorku njemački je emigrant Richard Hellmann otvorio prodavaonicu s delikatesnim proizvodima. U njoj su se mogle kupiti salate s majonezom koju je pripremala njegova supruga. No, ubrzo je sama majoneza postala toliko tražena da ju je Hellmann počeo prodavati

samostalno u drvenim „kanticama“ za maslac. U početku je Hellmann prodavao dvije vrste majoneze, a kako bi ih razlikovao jednu od njih je označio



plavom vrpcom (*blue ribbon*). Zbog velike

potražnje za *blue ribbon* majonezom, Hellmann je 1912. dizajnirao "blue ribbon" naljepnicu i stavljao je na veće staklenke majoneze. U isto je vrijeme Best Foods Inc. uvela na tržište Kalifornije majonezu pod imenom Best Foods i postigla velike uspjehe u zapadnom dijelu Amerike dok se Hellmann proširio u istočnom dijelu. 1932. godine Richard Hellmann Inc. je preuzeta od strane Best Foodsa. Internacionalna ekspanzija započela je 1961. godine lansiranjem Hellmann's majoneze u Velikoj Britaniji, nakon čega se širi i u Latinsku Ameriku. Od 2000. Best Foods je dio kompanije Unilever. S obzirom na





tradiciju proizvodnje i iskustvo, može se reći da je Hellmann's zaista prva originalna majoneza!

Proizvod

Kvaliteta tradicije i proizvodnje i prvoklasni sastojci glavne su odlike Hellmann's asortimana. Hellmann's majoneza na hrvatskome tržištu proizvedena je od suncokretovog ulja koje je bogati izvor vitamina E. Rajčica kao elementarni sastojak ketchupa bogata je vrijednim nutritivnim sastojcima kao što su vitamin C, željezo i posebno likopen koji je izvrstan antioksidans. Sjemenke gorušice koje su sadržane u senfu odličan su izvor omega 3 masnih kiselina. Dakle, Hellmann's sadrži doista hranjive sastojke! Iako je fokus dressinga na uživanju, ne smijemo zaboraviti njihov prehrambeni aspekt. Dobrobiti biljnih ulja, potrebnih vitamina i minerala i na kraju zdravi i ukusni recepti, pomažu ljudima da naprave pomake u svojoj prehrani, prošire paletu svojih okusa, a time popravne i kvalitetu života i vitalnosti. Može se istaknuti da uz uobičajenu vrećicu, staklenku i tubu Hellmann's prvi okreće majonezu naopak lansiranjem praktične plastične boce od 220 g i 465 g. Ujedno je jedini na tržištu s većim formatom nezaobilazne praktične vrećice obogaćenim sa čak 40% ekstra sadržaja. Uz



vrećicu, u navedenom asortimanu vodeću ulogu ima staklenka od 630 g koja je u sezoni upotpunjena prigodnim veselim božićnim ili uskršnjim dizajnom i posebnom promotivnom ponudom.

Nedavni razvoj

Hellmann's Unilever Health Institute čine znanstvenici i nutricionisti koji s lokalnim timovima razvijaju svoja znanja o prehrani, zdravlju i vitalnosti dressing kategorije. Cilj je omogućiti potrošačima da uživaju u izvrstnoj i zdravoj hrani, a Hellmann's smatra da je informiranje jedan od najvažnijih elemenata za zdravlje pojedinca. Trenutno se svi naporu ulažu upravo na implementaciju Unileverove globalne misije „Vitalnosti“ na Hellmann's marketinški miks, kao i uostalom i ostale proizvode iz asortimana Unilevera. Poštujući smjernice Svjetske zdravstvene organizacije, Unilever kontinuirano ulaže u istraživanje i razvoj kako bi svoje proizvode zadržao u samom vrhu i diferencirao ih od konkurentskih.

Promocija

Odnos potrošača prema robnoj marki rezultat je obećanja koje ona daje kroz svoju komunikaciju. Hellmann's prepoznaje vrijednost kvalitetne i kontinuirane interakcije sa svojim potrošačima i pruža im široku paletu svojih marketinških aktivnosti. Od samih početaka Hellmann's svoje temelje gradi na kvalitetnim sastojcima i naglašava njihovu važnost.

Lansiranjem light verzije 2001. godine Hellmann's dokazuje da uživanje u majonezi ne isključuje nužno pravilnu prehranu. Naime, s 50% manje masnoće light verzija idealan je dodatak svakoj vrsti jela, čini ga ukusnijim, hranjivijim i bogatijim obrokom. U narednim godinama Hellmann's se okreće mlađoj publici. Tijekom 2003. i 2004. godine prvi je na hrvatsko tržište lansirao

praktično pakovanje u tzv. squeeze bocu. Kako se svakodnevni sendvič može transformirati u užitak kojem je nemoguće odoljeti pokazuje televizijski spot „Najbolje za vaše najdraže“ s djevojčicom koja umjesto pripremljenog sendviča ocu za užinu ostavlja samo bananu. Paralelno s medijskim oglašavanjem, Hellmann's redovito ima podršku i kroz promotivna pakiranja i promocije na prodajnim mjestima. Tako već tradicionalno Hellmann's daruje svoje potrošače u uskršnjem i

božićnom razdoblju dodatnim sadržajem i drugim iznenađenjima. Cilj je zadovoljiti njihovu potražnju i podržati strast prema pripremi i uživanju u hrani, uza sve to dobro se zabaviti i podijeliti ljubav prema hrani s dragim ljudima.

Vrijednost robne marke

Uživanje u hrani jedna je od najvećih životnih strasti i važan izvor zadovoljstva. Hellmann's pruža svojim potrošačima neodoljive okuse nudeći im uravnotežene i hranjive proizvode napravljene od jednostavnih i prirodnih sastojaka.

Hellmann's je izvrstan u sendvičima, s povrćem, u salatama ili kao prilog uz ribu ili mesna jela, a uza sve to potiče i kreativnost u pripremi jela. Time dokazuje da kvaliteta i užitak nisu nespojivi. Hellmann's proizvodi iza sebe imaju nutricionističku priču: izvor su dobrih ulja i vitamina. Hellmann's vjeruje da jednostavan obrok može pružiti vrhunski užitak u okusu i postati dio zdravog i prepoznatljivog životnog stila.

www.hellmanns.com



SAN SVAKE SALATE...



Iznenadujući preljevi za salatu.

Za pripremu salata od različitog svježeg povrća i mesa. Majstori kuhinje preporučuju ga za razne kombinacije - od rajčica, paprika, poriluka, sira, avokada, grozda, jabuka do ostalih lisnatih salata. Iznenadite i sebe i salatu!

JESTE LI ZNALI...

Hellmann's

- Prva Hellmann's majoneza proizvedena je 1905. godine.
- Hellmann's majoneza ne sadrži konzervanse i napravljena je od suncokretovog ulja koje je izvrstan izvor vitamina E.
- Jedna žlica punomasne majoneze ima tri puta više nezasićenih masnih kiselina nego jedna žlica maslaca iako imaju istu količinu ukupnih masti.
- Ketchup sadrži sastojak likopen koji je izvrstan antioksidans.
- Ketchup nije uvijek bio napravljen od rajčice. U početku je to bio umak od gljiva i slane riblje juhe tzv. fish brine te začinskog bilja.
- Dodavanje majoneze i dressinga na salatu pomaže razgradnji vitamina iz povrća.
- Najveća potrošnja majoneze je u Rusiji gdje prosječan stanovnik pojede oko 4 kg majoneze godišnje.