

# LURA d.d.

## Tržište

Poslovni sustav Lura predstavlja jednu od najuspješnijih hrvatskih kompanija te je najveći prerađivač mlijeka u Hrvatskoj. Lurina četiri proizvodna pogona (dva u Zagrebu i po jedan u Bjelovaru i u Somboru, Srbija) proizvode poznate proizvode vrhunske kvalitete, dok iz devet logističkih centara u Hrvatskoj oni stižu do kupaca i potrošača. Lura kroz vlastiti sustav otkupa i nabave sirovoga mlijeka otkupljuje mlijeko od 18.000 proizvođača širom Hrvatske, što čini 100 posto vlastitih potreba za sirovinskom bazom. Lura ima najveću distribucijsku mrežu u Hrvatskoj u segmentu „hladnog lanca“ (220 kamiona svakoga dana dostavlja proizvode na 7.500 prodajnih mjesta u Hrvatskoj), a također je neprekidno prisutna na tržištima zemalja regije te zapošljava, uključujući i povezana poduzeća, oko 2.300 ljudi. Zahvaljujući kvaliteti, inovativnosti i poznatim robnim markama, Lura danas ima vodeću poziciju na tržištu mliječnih proizvoda u Hrvatskoj, s udjelom većim od 40 posto.

## Dostignuća

Lura je najveći otkuplivač mlijeka u Hrvatskoj. Kroz vlastiti sustav otkupa i nabave sirovoga mlijeka otkupljuje mlijeko od 18.000 proizvođača širom Hrvatske. Sustav unapređenja domaće proizvodnje mlijeka, koji provodi u suradnji s kooperantima, uključuje stalnu edukaciju i kreditiranje kooperanta te pomoć pri izgradnji suvremenih opremljenih farmi za muzne krave u skladu sa zahtjevima Europske unije. Kao rezultat toga Lura je povećala prosječnu količinu otkupljenog mlijeka po farmi, zabilježila rast produktivnosti po kravi te povećala udio velikih proizvođača s godišnjom proizvodnjom većom od 50.000 litara. Lura već desetak godina različitim aktivnostima, odnosno kroz konkretne projekte, samostalno, vodeći istodobno računa o vlastitim mogućnostima, radi na unapređenju domaće proizvodnje sirovog mlijeka, a potvrda tome je i projekt izgradnje osam stotina suvremenih farmi do 2008. godine.

Kao vodeći hrvatski proizvođač mliječnih proizvoda Lura prati trendove i potrebe svojih potrošača te ulaže u razvoj tehnologije, novih proizvoda i pakiranja. Zahvaljujući kontinuiranim ulaganjima, Lurini pogoni mliječnih proizvoda danas su među najsuvremenijima u ovome dijelu Europe. Tako je 2005. godine u rad puštena linija za punjenje mliječnih proizvoda u plastične boce, najveća te vrste u Hrvatskoj i najmodernije tehnologije, ukupne vrijednosti 30 milijuna kuna, a koja u jednome satu može proizvesti čak 15.000 bočica različitih volumena. U posljednje četiri godine Lura je



samo u proizvodnu tehnologiju uložila oko 120 milijuna kuna te tržištu ponudila više od 150 novih i inoviranih proizvoda. Neka od značajnijih ulaganja Lurinog kontinuiranog investicijskog ciklusa u tehnologiju i proizvodnju obuhvaćaju informatizaciju proizvodnje, odnosno proces kompjuterskog vođenja cjelokupne proizvodnje, te zamjenu postojećeg prijema mlijeka novim, uz ugradnju dodatnih tankova. Time je povećan kapacitet prijema mlijeka, a Lura je postala kompanija s najvećim prijemom mlijeka u regiji. Osim toga, uvedena je stanica za sterilizaciju viskoznihih medija na bazi vrhnja, koja je jedinstveno postrojenje takve vrste u regiji te jedno od rijetkih u Europi.

## Povijest

Povijest kompanije seže sve do 1912. godine kada je utemeljena Gradska mljekara u Zagrebu, privatno poduzeće za promet mlijekom, sirevima i maslacem. Po završetku 2. svjetskog rata grad Zagreb je imao tri mljekarska pogona koji se 1948. godine objedinjuju u jedinstvenu mljekaru na lokaciji u Branimirovoj ulici pod nazivom Gradske mljekare Zagreb. 1952. godine sagrađena je na lokaciji Žitnjak nova mljekara za proizvodnju pasteriziranog mlijeka u bocama, jogurta i sladoleda, koja je 1955. godine preimenovana u Zagrebačku mljekaru. Tijekom vremena poduzeće se razvilo u modernu tvornicu. 1967. godine izgrađen je pogon za proizvodnju steriliziranih i fermentiranih proizvoda, 1969. godine ugrađuje se oprema za punjenje

u plastičnu ambalažu, a 1970. godine započinje proizvodnja svježih i topljenih sireva i pudinga. 1972. godine ime Zagrebačka mljekara mijenja se u Dukat Zagrebačka mljekara. Krajem 70-ih godina izgrađena je nova tvornica za prerađu mlijeka, a sredinom 90-ih dovršen je, i započeo s radom, novi pogon steriliziranih proizvoda s visoko regalnim skladištem. Lura d.d. nastaje 1999. godine spajanjem Dukata d.d., Sirele d.d., Mljekare d.d. Zadar i Lure d.o.o. u jedinstvenu pravnu osobu. 2001. godine Lura je akvirirala Badel Bap d.d. u stečaju učinivši snažniji iskorak u segment bezalkoholnih pića i napitaka. Krajem 2002. godine, stjecanjem većinskog vlasništva nad Slobodom d.d. tvornicom keksa i kruha iz Osijeka, Lura je ušla i u segment konditorske i pekarske industrije. Poslovni sustav Lura je u 2002. godini ostvario 1,73 milijardi kuna poslovnih prihoda te je, uz diverzifikaciju postojećega dominantnog mliječnog biznisa, za sljedeće srednjoročno razdoblje zacrtao i snažniji iskorak na izvozna tržišta, prvenstveno tržišta istočne i srednje Europe. To je i potvrđeno 2003. godine akvizicijom mljekare Somboled, kada Lura postaje prisutna i na tržištu Srbije i Cme gore, uz već uspješno djelovanje na tržištima Bosne i Hercegovine te Slovenije. Tijekom 2003. godine nastavljen je trend rasta te je Lura ostvarila poslovni prihod od 2 milijarde kuna, što je za 15 posto više od 2002. godine. Dobri rezultati posljedica su snažnijeg iskoraka na međunarodna tržišta, provedenog restrukturiranja te stalnog inoviranja proizvodnog *portfolija* i uvođenja novih marketinških



koncepta. U cilju osiguravanja dugoročne konkurentnosti, 2004. godine intenzivno se radi na unapređenju sirovinke osnove i drugim projektima održivog razvoja, a u operativnom poslovanju Lura se usmjerava na konsolidaciju i učinkovitost te je te godine ostvarila poslovne prihode od 2.120,2 milijuna kuna. Početkom 2005. godine novo definirane strateške odrednice poslovanja kompanije odnose se na učvršćivanje pozicije kao vodeće regionalne mliječne kompanije te se shodno tome pristupa kritičkome preispitivanju strateških opcija za kekse i pića. Te godine Lura - Keksi d.o.o. koji sada posluje pod nazivom Karolina tvornica, kekse, vafla i slanica d.o.o. iz Osijeka, prelaze u vlasništvo Lorenz Bahlsen Snack Worlda, jednog od vodećih proizvođača i distributera grickalica i slanica u Europi. Osim toga, od početka svibnja 2006. godine Lurina Divizija pića posluje pod nazivom Eurobev d.o.o. kao samostalno povezano društvo u 100% vlasništvu Lure. U vlasništvu Lure nalazi se i prijevoznika tvrtka Ralu Logistika d.o.o. koju čine najmodernija vozila hladnjače, cisterne te ceradna i druga vozila.



zadovoljava EU standarde kvalitete te omogućava prodaju gotovih mljekarskih proizvoda u svim zemljama Unije, ali i ono što je još značajnije - povećanje količina sirovina te profesionalizaciju i specijalizaciju hrvatskih proizvođača mlijeka. U novoizgrađenim ili adaptiranim proizvodnim objektima značajno će se podići kvaliteta proizvodnje i uvjeti rada, a primjenjivat će se suvremena tehnološka rješenja uz zadovoljavajuće higijenske norme. Tijekom ovoga razvojnog ciklusa doći će do restrukturiranja malih proizvođača mlijeka u specijalizirana obiteljska gospodarstva koja će biti tržišno konkurentna i spremna za skori ulazak u Europsku uniju.

## Proizvodi

Jedna od osnovnih kompetitivnih prednosti Lure je širok portfolio vrhunskih mljekarskih proizvoda, s naglaskom na proizvode visokoga stupnja prerade i visoke dodane vrijednosti. Raznovrstan asortiman odgovor je na zahtjeve proizvođača za različitim proizvodima koji se mogu konzumirati u raznim prilikama tijekom cijele godine. Mliječni asortiman čine proizvodi poznatih robnih marki kao što je Dukat (svježa i trajna mlijeka, jogurti, BioAktiv, ab kultura, Yogsi jogurt *drinkovi*, voćni jogurti Frutisima, mliječni namazi Dukatela, mliječni deserti za djecu Dukatino; svježi sirevi, deserti te razni drugi proizvodi), Sirela (svježi, tvrdi i polutvrdi sirevi, te topljeni sirevi), Mlijeko velebitških pašnjaka (svježe i trajno mlijeko, vrhnje, jogurt).

## Nedavni razvoj

Kompanija je danas strateški usmjerena na domaću proizvodnju mlijeka kao glavni izvor sirovine, na njezin daljnji razvoj te na njegovanje partnerskih odnosa s kooperantima. Strategija razvoja poslovanja Lure u srednjem i duljem roku odnosi se na pozicioniranje kompanije, kao sveprisutnog čimbenika poslovanja prvenstveno po pitanju kvalitete i bogatog asortimana već poznatih robnih marki, kako na domaćem, tako i na regionalnom tržištu. U Luri vjeruju da je dugoročan uspješan razvoj kompanije zajamčen upravo kontinuiranim ulaganjima u tehnologiju, unapređenjem sirovine, inovativnim proizvodima i stalnom optimizacijom poslovanja.

Uspješna realizacija projekta izgradnje osam stotina suvremenih farmi do 2008. godine od strane svih sudionika, trebala bi u konačnici osigurati ne samo dovoljne količine sirovoga mlijeka namijenjenih industrijskoj preradi, već i sirovinu koja u potpunosti

## Promocija

Lura je 2002. godine proglašena donatorom godine na natječaju za donatore godine u području gospodarstva, a koji organiziraju Obiteljski radio i Centar za razvoj neprofitnih organizacija, uz potporu Hrvatske gospodarske komore - komore Zagreb. InSEA-e (International Society for Education through Art) prepoznala je Likovni natječaj za djecu osnovnih škola u kojem je Lura sudjelovala kao suorganizator i sponzor, kao izniman projekt te su prvi put najbolji radovi likovnog natječaja iz 2001. i 2002. godine bili izloženi na međunarodnoj izložbi Umjetnost nas uči koja je održana u New Yorku 2002. u sklopu 31. svjetskog kongresa Međunarodne organizacije za odgoj putem umjetnosti. Likovni natječaj također je dobio posebno priznanje na međunarodnom festivalu event marketinga EVENTUM 2003. koji se održava u sklopu Festivala oglašavanja FESTO.

Lura veliku pozornost posvećuje svakodnevnom neposrednom kontaktu s potrošačima i društvenom zajednicom u cijelosti. Jedna od bitnih aktivnosti u otvorenoj komunikaciji s društvenom zajednicom jesu i organizirani posjeti Lurinih proizvodnim pogonima te pružanje informacija i stručne pomoći učenicima i studentima pri izradi maturalnih, diplomskih i seminarskih radova. Prema našim saznanjima Lura je prva tvrtka u Hrvatskoj koja je uvela telefon za potrošače u travnju 1998. godine istovremeno s lansiranjem nove linije probiotičkih proizvoda BioAktiv. U početku, broj potrošačkog telefona bio je otisnut samo na proizvodima te linije jer je zamišljen kao pomoć u edukaciji potrošača obzirom da je u to vrijeme Bioaktiv bio jedini proizvod takve vrste na hrvatskom tržištu. Sada se na ovom broju mogu dobiti informacije o svim

proizvodima Lure. Lura na ovaj način pokazuje brigu za potrošača te otvara mogućnost direktnog kontakta sa proizvođačem što potrošači prepoznaju i koriste. Potrošači se javljaju sa svojim prijedlozima i sugestijama koje se uvijek ima na umu kod kreiranja novih proizvoda kao što su npr. prijedlozi o veličini pakiranja, odabiru voćnih okusa, informacije o nutritivnim i energijskim vrijednostima te slično. Nadalje, putem potrošačkog telefona dostupne su najbrže te najizravnije informacije o događanjima na tržištu, postupanju sa proizvodima, te o kvaliteti distribucije ali i o eventualnim pritužbama potrošača.

## Vrijednosti robne marke

Upravljanje kvalitetom i okolišem dio su poslovne strategije Lure. Temelj politike kvalitete je zadovoljstvo potrošača ponudnim proizvodom i uslugom, a ispunjavanje zahtjeva i nadmašivanje očekivanja potrošača preduvjet su opstanka u sve oštrijoj tržišnoj utakmici. Kvaliteta, sigurnost, zdravlje i zaštita okoliša prioriteti su u poslovanju kompanije.

Kao jedna od vodećih hrvatskih tvrtki, svoju korporativnu kulturu Lura izgrađuje na uvjerenju da su poslovni uspjeh, briga za ljude i okoliš nerazdvojno povezani. Donacijskim aktivnostima, otvorenom komunikacijom i partnerstvom poboljšava kvalitetu života zajednice u kojoj djeluje te stvara obostran osjećaj pripadnosti i prepoznatljivosti kompanije kao odgovornog korporativnog građanina. Lura već niz godina pomaže zajednici u kojoj djeluje. Glavni cilj Lurinih donacijskih aktivnosti je učiniti djetinjstvo sretnijim i pružiti perspektivniju budućnost što većem broju djece i mladih u njezinoj poslovnoj okruženju.

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



JESTE LI ZNALI...

## Lura

Tradicija mljekarstva na području grada Zagreba započeta je prije 90-ak godina osnivanjem Gradske mljekare, privatnog poduzeća za promet mlijekom, sirevima i maslacem. Po završetku II. Svjetskog rata grad Zagreb je imao tri mljekarska pogona koji se 1948. godine objedinjuju u jedinstvenu mljekaru da bi, uz pomoć UNICEF-a, 1952. godine bila sagrađena nova mljekara za proizvodnju pasteriziranog mlijeka u bocama, jogurta i sladoleda, preteča Lure d.d.

