

AGROKOR



Tržište

Agrokora koncern jedna je od najvećih hrvatskih te jedna od vodećih regionalnih kompanija s preko 33.000 zaposlenih. Agrokora je u 2007. godini ostvario rast konsolidiranog prihoda od prodaje u visini od 37% u odnosu na prethodno razdoblje te dostigao razinu ukupnog prihoda od gotovo 21 milijarde kuna.

Unutar Agrokora koncerna, kojem su primarne djelatnosti proizvodnja i distribucija hrane i pića te maloprodaja, između ostalih posluju i najveći hrvatski proizvođač vode i sokova - Jamnica, sladoleda i zamrznute hrane - Ledo, ulja, margarina i majoneze - Zvijezda, najveća hrvatska mesna industrija - PIK Vrbovec, najveća poljoprivredno-industrijska kompanija Belje, kao i vodeći nacionalni maloprodajni lanac Konzum te najveći maloprodajni lanac kioska i vodeći hrvatski distributer tiskovina, duhanskih proizvoda i ostale komercijalne robe, Tisak.

Pored hrvatskih, u portfelju Agrokora koncerna su i kompanije iz regije pridružene tijekom proteklih deset godina; iz Bosne i Hercegovine to su Ledo Čitluk, Sarajevski kiseljak i Konzum, zatim Dijamant, Frikom i Idea iz Srbije, Ledo Crna Gora te Ledo Kft. i Fonyodi iz Mađarske.

Agrokora koncern kompanije već su godinama tržišni lideri u svojim djelatnostima, a svoje su vodeće pozicije uspješno sačuvali i u uvjetima pojačanog otvaranja hrvatskog tržišta. Liderske pozicije Agrokora koncerna izražene su visokim tržišnim udjelima, pa tako primjerice Ledo zauzima 80% hrvatskog tržišta sladoleda, Zvijezda čvrsto drži 83% tržišta margarina dok Jamnica u Hrvatskoj dominira tržištem mineralnih voda s 80% i izvorskih voda s 58% udjela.

Epitet regionalnog lidera u prehrambenoj industriji i trgovinskom poslovanju Agrokora koncern nosi zahvaljujući jasno definiranoj i dosljedno provedenoj poslovnoj strategiji, čiji ključni čimbenik su dinamičnost i fleksibilnost. Uz spremnost zaposlenika koncerna na učenje i nove izazove, ove odlike presudno utječu na Agrokora koncernovu sposobnost prilagođavanja brzim promjenama na tržištu, te se ističe inovativnim i proaktivnim pristupom. Koncern, lideru svojstvenom inicijativom, u velikoj mjeri usmjerava i oblikuje tržišna kretanja.

Dostignuća

Kvaliteta i zdravstvena ispravnost tijekom cijelog proizvodnog procesa, od sirovina i repromaterijala do

finalnih proizvoda, te sigurnost na radu i zaokruženi ciklus zaštite okoliša u svim kompanijama Agrokora, ostvaruju se kroz implementirane sustave upravljanja. Cilj je zadovoljavanje potreba potrošača uz poštovanje najznačajnijih međunarodnih standarda.

Poslovanje u Agrokora koncernu se usmjerava na uvođenje i održavanje integriranih sustava upravljanja prema zahtjevima međunarodnih sustava i normi: ISO 14001:2004; ISO 9001:2000; OHSAS 18001:2007; ISO 22000:2005; HACCP i GLOBALGAP. Jedna od značajki poslovanja Agrokora koncerna je i poslovni računalni sustav SAP, koji je uveden 2006. godine.

Značajna ulaganja u tehnologiju i razvoj te sustavno praćenje kvalitete proizvoda rezultirali su brojnim domaćim i međunarodnim nagradama i priznanjima. Tako su, primjerice, izvorska voda Jana i mineralna voda Jamnica nagrađene prestižnim Eauscarom na Aqua Expo 2003. i 2004. godine u Parizu, mineralna voda Sarajevski kiseljak i ABC svježi

krem sir nositelji su prestižne nagrade Superior Taste Award dodjeljene od strane International Taste and Quality Institute 2008. godine u Bruxellesu, dok su vina iz podruma Belja i Agrolagune nositelji brojnih nagrada i priznanja na domaćim i međunarodnim natjecanjima i dr.

Povijest

Povijest Agrokora koncerna započinje 1976. godine, kada današnji predsjednik Uprave gospodin Ivica Todorić osniva privatnu tvrtku za proizvodnju cvijeća i cvjetnih sadnica, koja u desetljeću koje slijedi postaje tržišni lider u prometu cvijećem i širi svoje poslovanje novim programima: uvoz i izvoz žitarica, uljarica, voća i povrća.

Godine 1989. osnovano je dioničko društvo Agrokora koncern, koje kupuje tvornicu za preradu soje u Zadru. Agrokora koncern stječe većinski vlasnički udio u Jamnici i Agropreparadi 1992. godine.

Širenje poslovanja Agrokora koncern nastavlja stjecanjem većinskih vlasničkih udjela u Zvijezdi, Ledu, Konzumu, Silos-mlinovima i Solani Pag 1993. i 1994. godine.

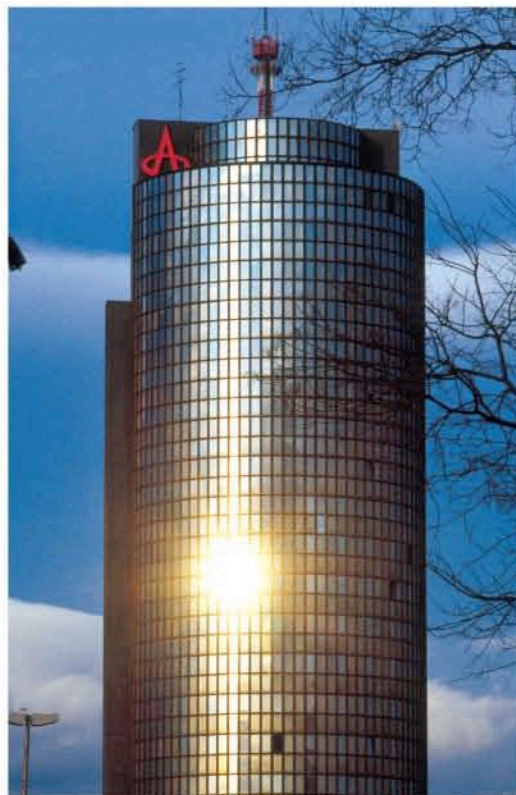
Godine 1995. Agrokora koncern je organiziran kao koncern. U godinama koje slijede, nove akvizicije Agrokora koncerna čine PIK Vinkovci, Barpeh - danas Ledo Čitluk, Jaska vino d.d. - danas Podrum Mladina, zatim Sarajevski kiseljak, Alastor d.o.o., Frikom, TP DC Sarajevo, Medijator, Sloboda Osijek, Agrolaguna. Godine 2004. Agrokora koncern je akvizirao i dvije mađarske kompanije: punionice vode Fonyodi i tvornice sladoleda Baldauf, danas Ledo kft Mađarska.

Godine 2005. Agrokora koncern postaje većinski vlasnik hrvatskih kompanija PIK Vrbovec i Belje te veleprodajne tvrtke Idea iz Beograda i Dijamanta iz Zrenjanina. Iste je godine otvorena i prva u nizu prodavaonica Kozmo drogerija te prvi maloprodajni objekt Ideje u Beogradu. Agrokora koncern i Europska banka za obnovu i razvoj 2006. potpisuju Ugovor o ulaganju 110 milijuna eura u dionički kapital Agrokora koncerna.

U sastav Agrokora koncerna 2007. ulazi i tvrtka Tisak d.d., a iste godine potpisan je i Ugovor o preuzimanju maloprodajnog i veleprodajnog poslovanja VF komerca čime je, nakon Hrvatske, Agrokora koncern postao tržišnim liderom u maloprodaji hrane i na području Bosne i Hercegovine.

Proizvod

Proizvodni portfelj koncerna uistinu je bogat i raznolik, a obuhvaća ulja i margarine, sladolede i





zamrznutu hranu, vodu i pića, meso i mesne prerađevine, brašno, sol te razne poljoprivredne proizvode. Iz široke palete dobro poznatih proizvoda, teško je izdvojiti značajnije, ali važno je za istaknuti da su ulaganja Agrokora kontinuirana, kako u postojeće brandove, tako i u razvoj novih proizvoda, što potrošači znaju cijeniti. Već dvije godine zaredom, Zvijezda ulje prepoznato je od strane hrvatskih potrošača kao brand broj 1 (Izvor: PMG istraživanje tvrtke Valicon, 2007. i 2008. godina), a dobro su pozicionirani i ostali Zvijezdini proizvodi. Iz tvrtke Ledo, kao sinonim za iznimnu kvalitetu sladoleda, dolaze brojni impulsi sladoledi kao King, Korneti, Macho, Snjeguljica te obiteljski sladoledi poput Grandissima, Quattra i drugih. Osim sladoleda, koji predstavlja okosnicu proizvodnje, snažno se razvija i segment zamrznutog povrća, ribe i ostalih proizvoda.

Tvrtka Jamnica u svojoj ponudi, osim mineralnih voda Jamnica s tradicijom dugom preko 180 godina, izuzetno se ponosi brandom izvorske vode Jana, koja postiže značajne međunarodne rezultate i koja se kroz svega 6 godina etablirala na brojnim tržištima, pa tako i na tržištu Amerike. Treba spomenuti i prirodne voćne sokove Juicy, osvježavajuće bezalkoholne napitke Juicy Fruits, te od proljeća 2008. godine nove funkcionalne napitke Smart, koji u potpunosti prate najnovije svjetske trendove u funkcionalnim pićima. Široka paleta vina iz podruma Agrolaguna i Belje, koja pokriva razna istarska specifična vina, poput Malvazije i Merlota te brojna kontinentalna vina poput višestruko nagrađivane graševine Belja, Goldberga, ali i brojnih drugih sorti, samo su mali podsjetnik na vinsku kartu Agrokora.

Bogat asortiman mesa i mesnih prerađevina pod brandom PIK-a, Sljemena i Belja pravi je odabir svakog gurmana, osobito kad se radi o novolansiranom delikatesnim šunkama, originalnoj mortadeli,

tradicionalnom kulenu, trajnim kobasicama te ostalim vrsnim prerađevinama, ali i svježem mesu. Najvažnije je istaknuti da PIK danas ima u potpunosti proveden proces sljedljivosti „od polja do stola“, što je garancija svakom kupcu i potrošaču da se radi o potpuno kontroliranim procesima koji jamče zdravstvenu ispravnost i kvalitetu proizvoda.

Jedan od najpoznatijih „mliječnih“ brandova u regiji je ABC svježi krem-sir, sinonim za kvalitetu i prirodnost proizvoda.

Iz velikog Agrokora portfelja proizvoda, ne treba zaboraviti K+, privatnu robnu marku Konzuma koja pokriva široki asortiman proizvoda i koja se etablirala na tržištu kao izuzetno cijenjena marka visoke kvalitete i dobre cjenovne pozicioniranosti.



Nedavni razvoj

Razvojni projekti Agrokora usmjereni su na daljnje učvršćivanje pozicije ne samo na hrvatskome tržištu, već i u regiji u obje poslovne grupe, Hrani i Maloprodaji. U segmentu

Hrane 2007. godina obilježena je značajnim ulaganjima, ponajviše u PIK Vrbovec i Belje. Investicije u 2007. godini u PIK-u usmjerene su u izgradnju hladnjače za skladištenje duboko zamrznutog mesa, u izgradnju skladišta visećeg i pakiranog mesa te je započeta gradnja proizvodnog skladišta svježeg mesa, uključujući i brojne prateće infrastrukturne objekte i opremu. Kad je riječ o Belju, u 2007. godini najveće su investicije bile u svinjogojstvo; izgrađeno je nekoliko novih farmi i pokrenute su investicije u još niz drugih. Znatna ulaganja Jamnice d.d., tijekom 2007. godine, odnose se na ulaganja u novu povratnu ambalažu – bocu Jamnica i nosiljku, a sve kao sastavni dio nove marketinške kampanje rebrandinga mineralne vode Jamnica.

Zvijezda d.d. nastavila je razvoj i unapređenje postojećih proizvoda, a glavne su investicije bile u modernizaciju rafinerije s ciljem povećanja kapaciteta i poboljšanja efikasnosti procesa proizvodnje, u novo skladište i opremu, te informatiku. Ledo d.d. 2007. godine uspješno je zadržao vodeću poziciju na tržištu koristeći komparativne prednosti dobro razvijene distributivne mreže, te uz dodatna ulaganja u opremu za trgovine i ugostiteljstvo, kao i informatičku i elektroničku opremu.

Kao nastavak snažnog investicijskog ciklusa, u 2008. godini planira se uložiti još gotovo 2 milijarde kuna u gotovo sve Agrokoreve strateške djelatnosti.

Promocija

Agrokora koncern, iz godine u godinu, ulaže sve značajnija sredstva u razne

oblike komunikacije s tržištem, potrošačima, ali i nastavlja s tradicijom društveno odgovornog poslovanja i sudjelovanja u najrazličitijim humanitarnim i sponzorskim projektima. Akcije od javnog značaja, društvene inicijative, sport i kultura, znanost, ekonomski i socijalni sadržaji... samo su neka od područja u fokusu kompanije koja, također, veliku pozornost pridaje i odgovornosti prema svojim djelatnicima, koji čine njenu najveću snagu. Pokrenuti i realizirani projekti, podržane akcije, vrijedne donacije i sponzorstva čine impozantan popis aktivnosti kojima su korporacija Agrokora i tvrtke u njenom sastavu obilježile proteklo razdoblje i potvrdile svoju orijentaciju transparentnog poslovanja, brige za lokalnu zajednicu i djelovanja prema načelu humanosti i snažne odgovornosti prema društvu.

Vrijednosti robne marke

Važna odrednica poslovne politike Agrokora je razvoj snažnih brandova i njihovo kontinuirano usavršavanje, pa se stoga stalno prati i ulaže u izgradnju i jačanje njihove tržišne pozicije, te svijesnosti potrošača kako u Hrvatskoj tako i u regiji, pa i šire. Najveću vrijednost predstavlja zadovoljstvo potrošača proizvodom i uslugom, stoga se izuzetna pažnja i briga posvećuje tržišnim zahtjevima i mišljenju potrošača kroz razne modele i oblike uzajamnog komuniciranja. Većina brandova Agrokora koncerna lideri su na hrvatskome tržištu, a neki od njih su vodeći i na tržištu regije.

Agrokora proizvodi su visoke kvalitete i snažna su kompetitivna prednost, s obzirom da su njihove vodeće pozicije rezultat kontinuiranog ulaganja u najnoviju tehnologiju, ukupni know-how, distribuciju, marketing, kao i u stalnu komunikaciju s kupcima. Ledo, King, Jamnica, Jana, Zvijezda, Margo, Frikom, Konzum... samo su neki vodeći brandovi od kojih su mnogi već postali i generičkim pojmom za svoju kategoriju.

www.agrokor.hr



JESTE LI ZNALI...

Agrokora

➤ Agrokora, koji je započeo s poslovanjem 1976. godine kao mala obiteljska tvrtka za proizvodnju cvijeća i cvjetnih sadnica, danas ima više od 33.000 zaposlenika.

