



### Tržište

Ukupno tržište slanih grickalica u Hrvatskoj u 2007. godini iznosilo je 9.000 tona. Od toga slani čips od krumpira čini 2.500 tona. Hrvatsko tržište slanih grickalica izuzetno je jako i razvijeno, a tržište čipsa je najdinamičnije.

Robna marka Chio prisutna je na hrvatskom tržištu 14 godina. Od samog početka Chio je prepoznat kao marka koja objedinjuje proizvode vrhunske kvalitete.

Ključ uspjeha ove robne marke je u razumijevanju potreba potrošača, praćenju tržišnih trendova te stalnim inovacijama. Uz ove uvjete, ali i stalni rad na održavanju robne marke, Chio postiže zavidne rezultate na tržištu slanih grickalica.

Zahvaljujući visokoj kvaliteti i prepoznatljivom karakteru te robne marke, Chio je vrlo brzo osvojio hrvatsko tržište. Pomoću dobro razvijene distributivne mreže Chio je svakodnevno dostupan svim zainteresiranim partnerima i kupcima na cjelokupnom hrvatskom tržištu.

### Dostignuća

Robna marka Chio prisutna je u gotovo 40 europskih zemalja. Chio u svom portfelju ima bogatu paletu proizvoda od kojih je većina prisutna na hrvatskom tržištu gdje Chio predstavlja jednu od najznačajnijih marki u kategoriji slanih grickalica.



Vrijednosti koje potrošači vežu uz Chio su kvaliteta, inovativnost i originalni okusi.

Jedan od razloga za uspjeh je u razvoju proizvoda koji, ne samo da imaju izvanredan okus, već su dostupni u raznolikim vrstama pakiranja prilagođenih svim prilikama konzumacije. Tako je, primjerice, najnovija inovacija „party“ pakiranje koje je specijalno prilagođeno za konzumaciju prilikom većeg okupljanja ljudi: vrećica je specijalno dizajnirana tako što je položena horizontalno, samostojeća je i na gornjem rubu ima mogućnost lakog zip otvaranja.

### Povijest

Tvrtka Intersnack Knabber-Gebäck GmbH & Co. KG osnovana je 1995. kao rezultat spajanja dvije kompanije: Convent Group i Wolf Bergstrasse. Od tada je u Njemačkoj tržišni lider u kategoriji slanih grickalica sa poznatim markama Chio, funny-frisch, Pom Bär i Wolf Bergstrasse.

Chio je u Njemačkoj bio prva marka za grickalice na bazi krumpira. Irmgard von Opel iz Sjedinjenih Američkih Država donio je tajnu pripremanja hrskavih tankih ploški od krumpira.

Godine 1962. obitelj Opel, na svojem imanju u gradu Petersau pored Frankenthala, pokrenula je prvu tvornicu za proizvodnju grickalica pod robnom markom Chio.

Godine 1968. Pfeifer & Langen, kompanija sa vrlo dugom tradicijom, osnovala je tvrtku Chipsfrisch. Njihov prvi proizvod „Chipsfrisch



ungarisch“ je i danas jedna od najuspješnijih marki za slane grickalice od krumpira. Chipsfrisch je započeo rad sa svojom vlastitom prodajnom organizacijom „Frischdienst“, koja i danas garantira maksimalnu svježinu proizvoda na policama trgovina. Godine 1972. Chipsfrisch se ujedinio sa divizijom slanih grickalica tvrtke Pfanni smještene u Münihu. To je rezultiralo zajedničkom paletom grickalica pod novim imenom funny-frisch.

Godine 1977. Chio i funny-frisch su se ujedinili u sklopu kompanije Convent.

Proizvodnja slatkih i slanih grickalica započela je u Darmstadtu, prije više od 95 godina. Godine 1967. u tvrtki Wolf Bergstrasse stvorena je, još i danas, jednako uspješna i poznata grickalica Goldfischli u obliku kulturnih ribica sa sezamom. Godine 1995. Convent group je zajedno sa Wolf Bergstrasse osnovao kompaniju Intersnack Knabber-Gebäck GmbH & Co. KG.

### Proizvod

Chio je na hrvatskom tržištu prisutan sa 40 proizvoda koji spadaju u kategoriju slanih grickalica, a koji su podijeljeni u tri podkategorije: slani čips od krumpira, pečeni proizvodi i specijaliteti. Čips od





krumpira čini najznačajniju podkategoriju koja se dijeli na klasični, rebrasti i lagani čips. Pečeni proizvodi objedinjuju štapiće, perece, kreker, te koktel mixeve. U kategoriju specijaliteta spadaju flipsevi, peleti, kokice, tortilje i umaci.

Jedna od glavnih karakteristika Chio proizvoda je vjernost originalnim okusima sastojaka. Chio čips od paprike pruža intenzivan okus crvene, sočne paprike; flips od kikirikija zadržava identičan okus aromatičnog kikirikija; tortilja od čilija predstavlja savršen spoj blagog okusa kukuruza i snažnog čilija. Ovo su samo neki od velikog broja Chio okusa koji iz godine u godinu rastu, nastojeći uvijek pratiti nove trendove prehrane i zadovoljiti potrebe potrošača. Originalni okus sačuvan je zahvaljujući posebnim tehnologijama kao i upotrebi palminog ulja, koje se koristi za prženje a koje spada u najkvalitetnije vrste ulja u svijetu, te zahvaljujući kontroliranom podrijetlu sastojaka, koji se tretiraju klasičnim metodama bez uporabe kemijskih aditiva.

Dugačka tradicija te kombinacija vještina i profesionalizma pretvorila je Chio u ono što je on danas: jedan od vodećih tržišnih lidera u kategoriji slanih grickalica kako u Europi tako i u Hrvatskoj. Već dugi niz godina Chio sa svojom širokom paletom proizvoda omogućava uživanje u slanim grickalicama svih generacija i oba spola.

Iza Chia stoji tim vrhunskih tehnologa i nutricionista koji, zajedno sa marketinškim timom i timom za istraživanje tržišta, rade na stalnoj potrazi za novim idejama proizvoda i proizvodnim tehnologijama. Njihov cilj je stvaranje ukusnih i inovativnih grickalica koje će pružati jedinstven osjećaj prepuštanja fenomenalnim okusima.

### Nedavni razvoj

Svake godine Chio na hrvatsko tržište lansira jedan novitet. Godine 2007. Chio je lansirao Chio Exxtra čips, rebrasti čips koji se odlikuje jedinstvenom hrskavošću i originalnim kombinacijama okusa: rajčica i papar, čili i paprika, šunka i med. Ovi okusi, koji odražavaju spoj najtraženijih okusa, prepoznati su od samog početka lansiranja i danas su već ugrađeni u svijest potrošača kao ekstra hrskavi i ukusni čipsevi, koji nemaju konkurencije.



okus za svakog pojedinca, bilo kada i bilo gdje.

Tu poruku Chio konstantno odašilje koristeći sve alate marketinga i prodaje. Kroz različite oblike medija Chio je konstantno u dodiru sa potrošačima kako bi im komunicirao vrijednosti robne marke i stalne novitete. Marketinški

miks objedinjuje televizijsko i radijsko oglašavanje, vanjsko oglašavanje, te oglašavanje u tiskovinama, što je kontinuirano popraćeno promotivnim degustacijama na prodajnim mjestima gdje se potrošačima pruža mogućnost kušati originalne Chio grickalice i dobiti sve potrebne informacije vezane uz proizvod.

Paralelno sa medijskim oglašavanjem Chio redovito ima podršku i kroz promotivna pakiranja u kojima daruje svoje potrošače dodatnim sadržajima. Cilj je zadovoljiti potrebe potrošača i podržati njihovu strast za uživanjem u jedinstvenim okusima, te se pritom dobro zabaviti.

### Vrijednosti robne marke

Chio danas predstavlja skup vrijednosti od kojih je na prvom mjestu kvalitetno druženje ljudi. Chio je proizvod koji okuplja ljude i stvara trenutke radosti i veselja a ne samo konzumiranja. Chio je stvorio vrlo prisran emotivan odnos sa potrošačima, koji ovu robnu marku povezuju uvijek uz zabavu i trenutke opuštanja u krugu obitelji i prijatelja.

Chio ima kvalitativnu vrijednost koja traje i koja

se razvija u skladu sa vremenom. Chio raste sa svojim potrošačima i prihvaća nove trendove vodeći računa o tome da ostaje vjeran originalnoj kvaliteti.

Ovim vrijednostima Chio pridodaje važnost usluge što se očituje u apsolutnoj brizi za svježinu proizvoda zajamčenu stalnom kontrolom kvalitete pakiranja, rokom trajanja i širokom distribucijskom mrežom.

[www.intersnack.com](http://www.intersnack.com)

### JESTE LI ZNALI...

#### Chio

- Ime robne marke Chio proizlazi iz inicijala članova obitelji Opel koja je prva pokrenula proizvodnju slanah grickalica od krumpira pod markom **Chio** (Carlo, Heinz and Irmgard von Opel).
- Za proizvodnju 750 kg čipsa potrebno je 3.046 kg sirovog krumpira, 263 l palminog ulja i 35 kg začina.
- Prosječna konzumacija čipsa po glavi stanovnika u Hrvatskoj je 1,5 kg godišnje (Izvor: AC Nielsen, 2006.).
- Omiljena slana grickalica u Hrvatskoj je čips od krumpira (41% prodaje od ukupnog tržišta slanah grickalica prema AC Nielsenu 2006.) a najtraženiji okus čipsa od krumpira je crvena paprika: čak 45% ukupne prodaje Chio čipsa čini upravo ovaj okus.
- Prvo uspješno lansiranje čipsa od krumpira počinje u odmaralištu Saratoga Springs u državi New York 24. kolovoza davne 1853. iz ruku 19-godišnjeg pomoćnog kuhara George Crum restorana „Moon Lake Lodge“.