



FRUCTAL

u suradnji s prirodom

Tržište

Tržište sokova, nektara i pića koja se prodaju pod robnom markom Fructal postiglo je zrelost. Potrošnja sokova, nektara i pića postala je stalna. Proizvodi poznatih robnih marki podložni su sve većim pritiscima trgovaca koji intenzivno uvode trgovačke robne marke i na njihov račun zauzimaju prostor na policama proizvođačevim robnim markama. Uvođenjem trgovačkih robnih marki neki su okusi sokova i nektara postali generički (naranča, jabuka). Odgovor je proizvođača, a među njima i Fructala, ponajprije u uvođenju novih, inovativnih proizvoda koji nadilaze generičke okuse. To pokušavaju postići dodavanjem raznih sastojaka koji pozitivno utječu na tijelo i na ljepotu tijela te imaju provjerene učinke na zdravlje.

Voćni sokovi i nektari koji se prodaju pod cijenjenom robnom markom Fructal prepoznatljivi su po svojoj visokoj kvaliteti na svim tržištima gdje se prodaju. Visoku kvalitetu Fructal je postigao na osnovi davno postavljene strategije koju je očuvao kao konstantu i uključuje:

stalno praćenje novosti i razvoja u području tehnologije, ambalaže, sirovina, uključivanje u proces prerade voća „maksimalnu vlastitu preradu voća u



poluproizvode, istraživanje i prilagođavanje potrebama potrošača.

Robna marka Fructal prodaje se na više od 25 tržišta i može se pronaći na policama većih trgovaca u Sloveniji, BiH, Hrvatskoj, Srbiji, Crnoj Gori, Makedoniji, Bugarskoj, Rumunjskoj, Albaniji, Grčkoj, Italiji, Austriji, Švicarskoj, Švedskoj, Njemačkoj i Nizozemskoj, a prisutna je i u nekim udaljenijim državama, kao što su Kanada, USA, Australija, Cipar i Engleska.

Robna marka Fructal prisutna je u dvama segmentima, i to u trgovini s bogatim izborom sokova, nektara i pića u kartonskoj ambalaži i u boci od 0,75 l te u ugostiteljstvu, gdje glaviniu predstavljaju boce od 0,2 i 1 litre.

Dostignuća

Ideje vodilje Fructala oduvijek se bile kvaliteta, neprestani razvoj, prilagođavanje potrebama potrošača i povezanost s prirodom, što je određeno i u njegovu sloganu "U suradnji s prirodom". Svake se godine proda više od 330 milijuna litara proizvoda pod robnom markom Fructal. Kako potrošači, tako i stručna javnost proizvodima pod robnom markom Fructal priznaju natprosječnu kvalitetu, što dokazuju i najviša priznanja svake godine na svim međunarodnim ocjenjivanjima gdje Fructal predstavlja svoje proizvode. Ove godine primio je 17 zlatnih i 3 srebrne medalje za kvalitetu na međunarodnom ocjenjivanju u okviru Poljoprivredno-prehrambenog sajma u

Gornjoj Radgoni. Sa sigurnošću se može tvrditi kako je robna marka Fructal vodeća na slovenskom tržištu u kategoriji sokova, nektara i pića, a upravo na taj način ima i većinski tržišni udio i u segmentu ugostiteljstva.

I u području ambalaže i marketinških aktivnosti Fructal je primio više nagrada i priznanja. Tako je 2003. godine primio slovenskog oskara za ambalažu za plavu bočicu nazvanu "blondy" na sajmu "Impak" u Gornjoj Radgoni. U 2004. godini za bočicu je primio još jedno prestižno priznanje na ocjenjivanju u okviru sajma Cropak 2004. Godine 2005. Fructal je primio srebrni Effie – nagradu za komunikacijsku učinkovitost, upravo za akciju tržišnog komuniciranja "Strast ima svoj oblik", kojom je na tržište lansirao plavu bočicu.

Kvaliteta proizvoda robne marke Fructal nije ostala neprepoznata od međunarodne javnosti. Tako se sokovi i nektari ponose certifikatom SGF (Sure Global Fair) koji svake godine iznova potvrđuje da je Fructal uključen u sustav samokontrole (Voluntary System Control) SGF udruženja proizvođača sokova i nektara SGF International. Certifikat jamči da je Fructal pouzdan proizvođač isključivo neprerađenih proizvoda koje u obliku autentičnih sokova i nektara nudi tržištu.

Povijest

Robna marka Fructal prvi se put pojavila u drugom desetljeću rada poduzeća i preimenovanjem poduzeća u Fructal, voćno-likerski kombinat Ajdovščina. Prvu prekretnicu u razvoju predstavlja 1963. godina prelaskom na industrijsku proizvodnju i s time postavljanjem temelja kvalitete i imena. Put prema vrhu robna marka Fructal utirala si je pomoću mnogobrojnih pojedinačnih robnih marki budući da se posvuda pojavljivala kao krovna robna marka.

Intenzivno ulaganje u tehnologiju i njezin razvoj u šezdesetima i u prvoj polovini sedamdesetih godina prošlog stoljeća omogućilo je širenje asortimana u različite ambalaže (bočica, doypak) i višu kvalitetu proizvoda. Svi su ti koraci doveli do reputacije najvećeg ponuđača voćnih sokova u tadašnjoj Jugoslaviji. Kao vodeća robna marka, Fructal je predstavljao mnoge novosti koje su se često pokazale preuranjenima.

Prijelomno razdoblje za Sloveniju početkom

Plavo. Plavo nebo pod kojim rastu plodovi prirode. Plava morska ručica, gdje teč postaje nestajiva. Mudre odluke, za zdravlje i prirodu, za užitak i strast. Za Fructalove voćne sokove i nektare od 0,2 litra u novoj bočici. Plavo.

Nakon dugih godina istraživanja pokazalo se da kod Fructalovih sokova i nektara od 0,2 litra možemo poboljšati samo jednu stvar. Bočicu. Ostvarili smo inventivni oblik, u kome se savršeni ukus i strast stapaju u harmoničnu cjelinu.

FRUCTAL
u suradnji s prirodom

Uzornik za Hrvatsku: Fructal Zagreb d.o.o., tel.: 01/66 28 077

devedesetih donijelo je promijenjene poslovne okolnosti i za poduzeće Fructal. Zatvarala su se tržišta bivše Jugoslavije, a rat u Bosni i Hercegovini doveo je i do gubitka tržišta. Uspriko tomu, podaci o količinskoj prodaji u zemlji i u inozemstvu bili su prilično dobri. U 1999. godini došlo je do ukidanja pojedinačnih robnih marki i udruživanja svih sokova i nektara pod jedinstvenu robnu marku Fructal. Ona se još uvijek pojavljuje kao potporna robna marka na svim onim proizvodima koji su proizvedeni dosljedno u skladu s misijom poduzeća. Posebno ograničenje posljednjeg desetljeća predstavlja 2001. godina. Potreba za modernizacijom i približavanjem robne marke Fructal populaciji mladih dovela je do uvođenja sokova, nektara i voćnih pića u novoj plavoj 200-mililitarskoj bočici koja je postala prodajnom uspješnicom 2003. godine. Cjelokupan izgled robne marke Fructal uveden s plavom bočicom zatim se postupno širio i na druge ambalaže.

Proizvod

Robna marka Fructal udružuje sve proizvode koji su dosljedno u skladu s misijom poduzeća. To znači da su proizvedeni isključivo od prirodnih sastojaka i ne sadržavaju umjetne dodatke. Takvi su proizvodi sokovi, nektari i bogata voćna pića s visokim udjelom voća.

Proizvode koji se prodaju pod robnom markom Fructal obilježava bogata tradicija jer počeci punjenja voćnih sokova i nektara sežu u daleku 1963. godinu. Od tada do danas poduzeće se intenzivno prilagođavalo trendovima u svijetu i tražilo nove smjerove, kako u tehničko-tehnološkom području, tako i u području uvođenja novih okusa i novih ambalaža. A u svakoj je prilici ostala svjesna potreba svojih potrošača i svoje misije.

Proizvodi robne marke Fructal primjereni su za široku populaciju potrošača - od najmlađih do najstarijih i za uživanje u različitim prilikama. Osim nedvojbene kvalitete, krasi ih široka paleta okusa te suvremena i raznovrsna ambalaža koja omogućuje široku dostupnost proizvoda na svim prodajnim mjestima i u različitim distribucijskim kanalima. Da bismo olakšali izbor užim ciljanim segmentima potrošača, za neke smo uveli dodatne oznake. Tako

su nastali voćni sokovi, sokovi od povrća i sokovi od voća i povrća Fructal Natura - darovi prirode za vitalne i zdrave. A za djecu od 3 do 10 godina uveli smo sokove, nektare i pića Fructal Pingo, koji udružuje odabrane okuse obogaćene vitaminima i mineralima te drugim korisnim tvarima koje djeca trebaju za zdrav rast i razvoj. Za potrošače koji teže stilu života "ZNAM ŽIVJETI" lansirana je linija više pozicioniranih proizvoda Fructal Benefit. Linija udružuje nektare s visokim udjelom voća (70 odnosno 80 posto) bez dodanog šećera s funkcionalnim dodacima (koenzim Q10, L-karnitin, lutein) koji se nastavljaju na vrednote zdravlja povezane s ljepotom, rekreacijom i brigom za tijelo uopće. A za segment potrošača "NA PUTU" ("ON THE GO") proizveden je Fructal Smoothie, prirodan i zdrav napitak nježnog, glatkog okusa, koji 100 % zadovoljava dnevne potrebe za voćem i u skladu je s konceptom 5 na dan.

Robna marka Fructal tako udružuje voćne sokove, nektare, Fructal Naturo, Fructal Pingo, Fructal Benefit, Fructal Smoothie, bogata voćna pića i voćne sirupe.



živim s Fructalom

Novo linija Fructal Benefit

Pređavljamo vam nove nektare Fructal Benefit bez dodanog šećera i s 30 posto manje kalorija. Novi jabučni nektar sadržava koenzim Q10 koji usporava starenje i pomaže očuvati mladenački izgled. Nektar od grejpa s dodatkom L-karnitina uz redovitu aerobnu vježbu pospješuje sagorjevanje masti i tako pridonosi vitkijoj liniji. A nektar od jabuke, mrkve, banane i naranče sadržava lutein koji pozitivno utječe na oči te sprječava nastanak neželjenih promjena na koži zbog UV zraka.

KOENZIM Q10 L-KARNITIN LUTEIN



FRUCTAL u suradnji s prirodom

ciljanog skupini. Tako su, uglavnom, sve Fructalove akcije tržišnog komuniciranja uspješne. Dokaz za to bila je promocija Fructal nature, koja je povećala prodaju proizvoda pod tom robnom markom za 100 posto. Iznimno uspješna akcija tržišnog komuniciranja bila je provedena i za Smoothie, koji se ove godine natječe za zlatni Effie za komunikacijsku učinkovitost.

Nedavni razvoj

U skladu sa strategijom RM Fructal, nastavlja se razvojem robne marke u smjeru prirodnih i inovativnih proizvoda usmjerenih užim ciljanim segmentima potrošača. U bližoj budućnosti tako namjeravamo lansirati sokove koji nisu od koncentrata, nove okuse Smoothija u kartonskoj ambalaži i drugo...

Promocija

Fructal se za promociju svih linija proizvoda pod BZ Fructal služi svim vrstama tržišnog komuniciranja: televizijskim oglašavanjem, oglašavanjem na vanjskim površinama (jumbo panoji, city lightovi), oglašavanjem u tiskanom medijima i radijskim oglašavanjem, predstavljanima u PR člancima u specijaliziranim revijama, aktivnostima pospješivanja prodaje izlaganjem, degustacijama, nagradnim igrama i komunikacijom putem kataloga trgovaca. Za postizanje najboljih rezultata promocije Fructal uvijek odabire kombinaciju svih nabrojanih aktivnosti s ciljem osiguravanja cjelovitosti tržišnog komuniciranja usmjerenog prema odabranog

Vrijednosti robne marke

Robna marka Fructal već u svojem nastanku bila je usmjerena na prerađivanje prirodnih sirovina bez dodanih konzervansa, bojila i umjetnih dodataka. Sama bit robne marke Fructal je u suradnji s prirodom, što ostaje ideja vodilja i za buduće naraštaje. Kompanija će se još više truditi kako bi proizvodi pod robnom markom Fructal bili sveži, prirodni i zdravi, budući da je svjesna da samo najbolje može biti dovoljno dobro za potrošače robne marke Fructal.

www.fructal.si

JESTE LI ZNALI...

Fructal

- Svake sekunde u svijetu se proda litra soka, nektara ili pića robne marke Fructal.
- Ako biste postavili godišnju proizvodnju proizvoda pod RM Fructal jedan do drugoga, oni bi sezali 6.100 km daleko, što znači 3 puta udaljenost od Ljubljane do Moskve.
- U vrijeme osnutka poduzeća Fructal 1945. godine, u napuštenoj zgradi bivše tvornice tekstila pet radnika počelo se baviti pečenjem rakije.
- Fructal je učlanjen u SGF International (Sure Global Fair) koji nadzire kvalitetu proizvoda smjernicama EU-a.
- Fructal je uspostavio ISO 22.000 - certifikat sustava vođenja sigurnosti namirnica.



"Zovu me Tigrovo srce!"

Kikla je bogata mineralima i vitaminima. Sok ugodna okusa kvalitetan je dodatak prehrani, povoljno utječe na rad imunološkog sustava i poboljšava krvnu sliku.

Sokovi Fructal Natura namijenjeni su svima kojima su zdravije i dobar osjećaj na prvome mjestu. Odabrani prirodni povrtno-voćni sokovi sa 100 % povrtno-voćnog udjela zadovoljavaju različite potrebe tijela.

FRUCTAL Natura
Darovi prirode za vitalne i zdrave!