



## Tržište

Ledo d.d. najveći je hrvatski proizvođač industrijskog sladoleda i distributer smrznute hrane. Kao regionalni lider na većini tržišta na kojima posluje, u gotovo svim kategorijama zauzima više od 50% tržišnog udjela koji povećava iz godine u godinu, što predstavlja izniman poslovni uspjeh.

Unatoč snažnoj prisutnosti svjetske konkurencije, udio Leda na hrvatskom tržištu u prodaji sladoleda iznosi 80%. Ukupan prihod Leda za 2007. godinu iznosio je 1.026.436.755 kn.

Distributivna snaga Ledo grupe u regiji sastoji se od preko 100.000 rashladnih uređaja na najatraktivnijim lokacijama diljem regije. Oko 500 kamiona – hladnjača opremljenih informatičkom opremom, integriranih u računalni sustav, distribuira Ledo proizvode trgovinama na malo, ugostiteljstvu, vlastitoj maloprodaji, javnim ustanovama, kao i na izvozna tržišta.

Direktan kanal distribucije osigurava kupcu sigurnu isporuku proizvoda u traženim količinama i dogovorenom vremenu, pa su proizvodi bez obzira na udaljenosti i promjenu lokacija, uvijek u duboko smrznutom stanju, istovjetnom od trenutka proizvodnje do rashladnih uređaja na prodajnim mjestima.

Godine 2006. Ledo je uvođenjem novih mobilnih informatičkih sustava za prodajno osoblje u potpunosti u poslovanje uveo sustav pretprodaje, čime je omogućio potpuno i brzo zadovoljavanje potreba kupaca.

## Dostignuća

Od samih početaka pa sve do danas, tvrtka Ledo d.d. razvila se u modernu kompaniju prepoznatljivu po tradiciji i kvaliteti proizvoda čiji je razvoj rezultat ulaganja i brige o zahtjevima potrošača.

Kupci Ledo doživljavaju kao veliku i snažnu, dinamičnu kompaniju koja nudi odlične, zdrave i nadasve ukusne proizvode. Uz to, Ledo slovi za najinovativniju kompaniju koja u konkurenciji najvećih prehrambenih tvrtki ostvaruje najbolje i najkvalitetnije reklamne kampanje, te koja proizvodi najbolje proizvode namijenjene mladima (Izvor: Valicon, 2008.).

Ledo grupa svjesna je zahtjevnosti tržišta i stalne potrebe za novim okusima, stoga se posebna pažnja posvećuje inovacijama i razvoju novih proizvoda. Pomno osluškujući i istražujući potrebe potrošača, na tržište se svake godine lansira na desetke novih proizvoda, od sladoleda do ostalih proizvoda smrznute hrane. U tom je kontekstu važno spomenuti i priznanje struke; nagradu za najbolju



inovaciju u sladoledima 2006. za sladoled Jaffa Ice i 2008. za sladoled Auto, od strane međunarodnog udruženja proizvođača sladoleda – IICC (International Ice Cream Consortium).

Osim toga, aktivnostima i rezultatima na području sustava upravljanja kvalitetom, Ledo kontinuirano dokazuje sposobnost udovoljavanja zahtjevima hrvatskog, regionalnog i EU tržišta. Krajem devedesetih godina u poslovanje je uveden sustav upravljanja kvalitetom ISO-9001, te HACCP sustav sigurnosti namirnica.

Dugoročan uspjeh Leda polazi i od svakog njegovog zaposlenika čiji se rad temelji na zadovoljstvu, osobnom razvoju, kontinuiranom obrazovanju i visokoj motivaciji. Ledo je 2006. godine dobio prestižan certifikat "Poslodavac partner", koji predstavlja dodatnu potvrdu stalnog kvalitetnog rada na razvoju ljudskih potencijala.

## Povijest

Povijest tvrtke Ledo započinje 1958. godine kada je proizvedena prva količina sladoleda u Zagrebačkoj mljekari, a prvi pogon za proizvodnju sladoleda izgrađen je nešto kasnije, u rujnu 1965. godine, čime Ledo postaje prvi proizvođač

industrijskog sladoleda u Hrvatskoj. Tijekom 50 godina postojanja, tvrtka se razvila u modernu, pouzdanu kompaniju, vodeću na hrvatskom tržištu koja s dosadašnjim iskustvom i budućim razvojem



nastoji zadovoljiti sve potrebe potrošača. Od 1994. godine tvrtka Ledo posluje u sastavu koncerna Agrokor, uz čiju je pomoć tvrtka opremljena najmodernijim strojevima i tehnologijom za proizvodnju korneta, štapića i sladoleda zahtjevnijih oblika i velikog izbora aroma.

Velikim ulaganjima u poslovanje i razvoj tvrtke nastala su i najmodernija skladišta sirovina i smrznute robe, strojevi za pakiranje, te nova energetska i informatička oprema. Provodeći poslovnu strategiju razvitka u regionalnu kompaniju, uz podružnice koje otvara u Sarajevu i Ljubljani, 2000. godine pokreće vlastitu proizvodnju sladoleda u Čitluku (BiH). Godine 2002. slijedi preuzimanje Daruvarske tvornice za preradu i promet ribe i ostalih plodova mora - Irida d.o.o. Od 2004. dio



koncerna Agrokor postaje i tvrtka Frikom, lider u sladoledima i smrznutoj hrani na tržištu Srbije. Iste godine, Ledo kupuje mađarsku sladolednu firmu Baldauf, čime širi svoje proizvodne kapacitete i na područje Europske unije, a 2006. godine preuzima brand Sun - lidera u kategoriji sladoleda u Crnoj Gori.



## Proizvod

Ledo škrinja nudi bogat izbor sladoleda u kojima svakodnevno uživaju i stari i mladi ljubitelji ove omiljene poslastice.

Najstariji i najpoznatiji Ledo sladoled „Snjeguljica“ slavi 50. rođendan, te se na tržištu pojavila u novom ruhu, ali s još uvijek istim neodoljivim okusom koji čine kombinacija vanilije i hrskavog čokoladnog preljeva. Osim Snjeguljice, Ledo nudi niz sladoleda na štapiću, od kojih su najpoznatiji Macho i King. Štapići Macho lansirani su 1996. godine, a u njima i danas najviše uživaju mlađe i urbane osobe koje prepoznaju kvalitetu. Premium štapići linije King na tržištu se pojavljuju 1995. godine, a u novije vrijeme ovih bogatih kremastih sladoleda ima u nizu raskošnih okusa. U bogatoj ponudi Ledo Korneta treba izdvojiti Kornete Čokolada i Vanilija kao i premium kornet Maximo.



Uz štapiće i kornete, u Ledo škrinji nalazi se i obilje neodoljivih užitaka za cijelu obitelj; omiljenih obiteljskih sladoleda Grandissimo, Quattro i Queens. Vrhunske obiteljske Ledo poslastice dostupne su u različitim pakiranjima i najfinijim kombinacijama okusa.

Osim respektabilnog broja sladoleda za sve ukuse, u Ledo škrinjama nalazi se i niz drugih duboko smrznutih proizvoda poput ribe, različitih vrsta povrća, tijesta, pekarskih proizvoda i gotovih jela. Sve duboko smrznute proizvode karakteriziraju strogo kontrolirani uvjeti proizvodnje i distribucije

koji omogućuju zadržavanje svih vitamina i hranjivih tvari.

Među Ledo proizvodima može se pronaći i širok asortiman proizvoda namijenjenih ugostiteljstvu koji ispunjavaju zahtjeve za najboljom kvalitetom.

## Nedavni razvoj

Najznačajnije investicije u proizvodnji odnose se na razvoj novih proizvoda i uvođenje modernih tehnologija. Od 2007. godine Ledo u potpunosti primjenjuje sustav pretprodaje što je omogućilo uvođenje novih mobilnih informatičkih sustava za prodajno osoblje. Na taj su način stvoreni preduvjeti za potpuno i brže zadovoljavanje potreba tržišta, te osigurani uvjeti koji kupcu omogućuju da u svakom trenutku može doći do svojih omiljenih proizvoda. Godine 2007. uvodi se najsuvremenija proizvodna linija za preradu i pakiranje smrznute ribe, čiji su mjesečni kapaciteti prerade i pakiranja 150 t ribe. Ledo neprestano ulaže u nove tehnologije koje omogućuju povećanje proizvodnje pa se tako u proizvodni pogon instaliraju nove linije za proizvodnju sladoleda. Osim toga, Ledo je proširio i svoje kapacitete za proizvodnju povrća pa je u Bjelovaru otvoren novi pogon za pakiranje povrća.

## Promocija

Svake godine Ledo priprema nekoliko oglašivačkih kampanja s ciljem jačanja svojih robnih marki i promoviranja novih proizvoda. Treba spomenuti i Ledo zimsku kampanju kojoj je cilj navikavanje potrošača na konzumaciju sladoleda tijekom zime, te na taj način produžiti sezonu sladoleda na cijelu kalendarsku godinu.

Marketinška strategija Leda, osim promocije sladoleda, obuhvaća i promociju ostalih skupina proizvoda tvrtke. Ledo je pokrenuo i edukativnu kampanju „Smrznuto je zdravo“ kojom želi naglasiti kvalitetu i prednosti smrznutog povrća, ribe i gotovih jela Ledo asortimana koja su proizvedena vrhunskom tehnologijom, izvrsne su kvalitete i sadrže sve vitamine i hranjive tvari.

Marketinška strategija, također, uključuje sponzorstva, pa je tako Ledo sponzor raznih dječjih priredbi, sportskih događanja i sportskih klubova. S obzirom da 2008. godine slavi 50. rođendan, Ledo je pripremio i posebnu nagradnu igru: „50 bodova za 50 godina“.

## Vrijednosti robne marke

Danas je Ledo u čitavoj regiji najveći proizvođač industrijskog sladoleda i najveći distributer smrznute hrane. Tijekom 50 godina postojanja Ledo je razvio

**Smrznuto je zdravo!**

BARANCIJA KVALITETE  
Čiste mirise i vitamine

„Također je nezgodno za razmišljati da postoji proizvodnja smrznute hrane u kojima se ne koristi tehnologija koja osigurava kvalitetu i sigurnost proizvoda. Ledo je u ovom pogledu sigurno na čelu, jer koristi najbolju tehnologiju i osigurava kvalitetu i sigurnost proizvoda.“  
- MARIJA KRALJ, vlasnica tvrtke 'Kralj užitka' -

www.ledo.hr



snažan, pozitivan i prepoznatljiv imidž. Pravilno odabranom strategijom asortimana i pomno prateći svjetske trendove, Ledo osluškuje zahtjeve tržišta, a inovativnim rješenjima, ponudom proizvoda vrhunske kvalitete, kao i sustavnom gradnjom svojih brandova, svakodnevno dolazi u domove zadovoljnih potrošača.

Izgradnjom svojih brandova u svim segmentima sve do premium proizvoda kao što su sladoledi King i Grandissimo, Ledo postaje robna marka prepoznatljiva potrošačima po kvaliteti i tradiciji.

„Veličina Leda nije u brojkama, nego u srcima njegovih potrošača!“

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

**O NAMA**

Uz našu 50-godišnju tradiciju, naša je kvaliteta i sigurnost naša najveća prednost. Ledo je u ovom pogledu sigurno na čelu, jer koristi najbolju tehnologiju i osigurava kvalitetu i sigurnost proizvoda.

POGLEDAJTE LEDO  
KORISTITE TRAJNO VRIJEDNO

www.ledo.hr

## JESTE LI ZNALI...

### Ledo

- Prvi sladoled Snjeguljica proizveden je 1958. godine. Njena receptura i izgled nepromijenjeni su do danas.
- U Hrvatskoj se konzumira 4 l sladoleda godišnje po osobi; u skandinavskim zemljama preko 10 l, a u Americi čak 15,5 l.
- Zamrzavanje je prirodan način očuvanja svih kvalitetnih svojstava i sastojaka namirnica.
- Ledo je još davne 1971. osmislio nagradnu igru sa sakupljanjem sličica na temu osvajanja svemira.