

AGROKOR



Tržište

Agrokora koncern jedna je od najvećih hrvatskih i jedna od vodećih regionalnih kompanija koja trajno privlači i motivira oko 36.000 zaposlenih. U 2008. godini Agrokora je ostvario rast konsolidiranog prihoda od prodaje od 34% u odnosu na 2007. godinu te dostigao razinu ukupnog prihoda od 27.663 milijarde kuna.

Unutar Agrokora, 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, 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 nalaze se i kompanije iz regije. 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.

Kompanije Agrokora već su godinama tržišni lideri u svojim djelatnostima. Primjerice, Ledo zauzima 80% hrvatskog tržišta sladoleda, Zvijezda čvrsto drži 83% tržišta margarina dok Jamnica u Hrvatskoj dominira tržištem mineralnih voda s 82% i izvorskih voda s 59% udjela.

Epitet regionalnog lidera Agrokora nosi zahvaljujući jasno definiranoj poslovnoj strategiji, čiji ključni čimbenik su dinamičnost i fleksibilnost. Uz spremnost zaposlenika Koncerna na učenje i nove izazove, ove odlike presudno utječu na sposobnost Agrokora da inovativnim i proaktivnim pristupom te inicijativom usmjerava i oblikuje tržišna kretanja.

Dostignuća

Kvaliteta i zdravstvena ispravnost tijekom cijelog proizvodnog procesa, sigurnost na radu i zaključeni ciklus zaštite okoliša u svim kompanijama Agrokora, ostvaruju se kroz implementirane sustave upravljanja prema zahtjevima međunarodnih sustava i norme ISO 14001:2004; ISO 9001:2000; OHSAS 18001:2007; ISO 22000:2005; HACCP i GLOBALGAP. Njihov cilj je zadovoljavanje potreba potrošača uz poštivanje najznačajnijih međunarodnih standarda. Jedna od značajki poslovanja Agrokora koncerna je i poslovni računski sustav SAP, uveden 2006. godine.

Agrokora je od 1. lipnja 2008. godine član Campden and Chorleywood-Food Research Association Group (CCFRA), jedne od najvećih svjetskih nezavisnih istraživačkih i edukativnih organizacija za hranu i piće.

U 2008. godini nastavljen je niz projekata iz područja zaštite okoliša u svim kompanijama. Unaprijeđeno je gospodarenje otpadom, smanjene su emisije, poboljšana kvaliteta otpadnih voda te je izvršeno nekoliko značajnih investicija po kompanijama.

Značajna ulaganja u tehnologiju i razvoj te sustavno praćenje kvalitete proizvoda rezultirali su brojnim domaćim i međunarodnim nagradama i priznanjima. Tako su 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 sježi krem sir nositelji su prestižne nagrade Superior Taste Award dodijeljene od International Taste and Quality Institute 2008. godine u Bruxellesu, dok su vina iz

podruma Belja i Agrolagune te Agrolaguna masline nositelji brojnih nagrada i priznanja.

Povijest

Povijest Agrokora započinje 1976. godine, kada gospodin Ivo Todorčić osniva privatnu tvrtku za proizvodnju cvijeća i cvjetnih sadnica, koja u narednom desetljeću 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, koje kupuje tvornicu za preradu soje u Zadru. Agrokora stječe većinski vlasnički udio u Jamnici i Agropreparadi 1992.

Širenje poslovanja nastavlja se stjecanjem većinskih vlasničkih udjela u Zvijezdi, Ledu, Konzumu, Silos mlinovima i Solari Pag 1993. i 1994. godine.

Godine 1995. Agrokora je organiziran kao Koncern. U godinama koje slijede, nove akvizicije čine PIK Vrbovec, 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 je akvizirao i dvije mađarske kompanije: punionice vode Fonyodi i tvornice sladoleda Baldauf, danas Ledo Kft Mađarska.

Godine 2005. Agrokora postaje većinski vlasnik kompanija PIK Vrbovec i Belje te veleprodajne tvrtke Idea iz Beograda i Dijamanta iz Zrenjanina. Iste je godine otvorena i prva u nizu prodavaonica novog Konzumovog formata, Kozmo drogerija te prvi maloprodajni objekt Idea u Beogradu.

Agrokora koncern i Europska banka za obnovu i razvoj 2006. potpisuju Ugovor o ulaganju 110 milijuna eura u dionički kapital Agrokora.

U sastav Agrokora 2007. ulazi i tvrtka Tisak d.d., a iste godine potpisan je Ugovor o preuzimanju maloprodajnog i veleprodajnog biznisa VF koncerna, čime je Agrokora 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 preradivine, brašno, sol te razne poljoprivredne proizvode.

Već dvije godine zaredom, Zvijezda ulje prepoznato je od strane hrvatskih potrošača kao





brand broj 1 (Izvor: PMG istraživanje tvrtke Viacron 2007. i 2008. godina), dok se kao najznačajnija linija funkcionalnih proizvoda u Zvijezdi ističe linija Ornegol.

Iz tvrtke Ledo dolaze brojni impulsi sladoledi kao King, Korneti, Macho, Snjeguljica te obiteljski sladoledi poput Grandissima, Quattro i drugih. Osim sladoleda 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. Treba spomenuti i prirodne voćne sokove Juicy, osvježavajuće bezalkoholne napitke Juicy fruits, te funkcionalne napitke Smart, koji potpuno prate svjetske trendove u funkcionalnim pićima.

Široka paleta vina iz podruma Agrolaguna i Beje, poput Malvazije i Merlota te brojna kontinentalna vina, poput višestruko nagrađivane graševine Beja, Goldberga, ali i brojnih drugih sorti, samo su mali podsjelnik na bogatu vinsku kartu Agrokora.

Bogat asortiman mesa i mesnih preradevina pod brandom PIK-a, Sijemena i Beja odabir su svakog gurmana, osobito kad se radi o delikatesnim šunkama, originalnoj mortadeli, tradicionalnom kulenu, trajnim kobasicama te ostalim vrstnim preradevinama, ali i sječenom mesu. Zasižno jedan od napažljivih „mliječnih“ brandova u regiji je ABC svježi krem-sir, sinonim za kvalitetu i prirodnost proizvoda.



Nedavni razvoj

Najveća ulaganja u 2008. godini bila su usmjerena na dovršenje započetog investicijskog ciklusa u kompanijama PIK Vrbovec i Beje. Tako je uz lokaciju postojećih pogona u PIK-u Vrbovec krajem 2006. godine, na površini od preko 30.000 četvornih metara, započeta izgradnja nove mesne industrije s najmodernijom tehnološkom opremom za nasjecanje, sortiranje i pakiranje svježeg mesa, linijama za proizvodnju mesnih preradevina te vodećom svjetskom tehnologijom u području porcioniranja i pakiranja preradevina.

U Beje d.d. Agrokora investira u gotovo sva područja njegovih djelatnosti. Početkom godine



stavljene su u funkciju dvije nove svinjogojke farme, opremljene vrhunskom tehnologijom, a već prvi rezultati pokazuju opravdanost investicije.

Na lokacijama PIK-a Virinkovi započeta je rekonstrukcija, odnosno izgradnja novih farmi i nastavljeno je investiranje u poljoprivredna zemljišta.

Jedna od najvećih investicija u sektoru poljoprivrede je obnova i sadnja oko 350 hektara potpuno novih nasada vinograda u Istri te sadnja gotovo 100 hektara novih maslika.

Ledo d.d. investirao je u novu liniju za proizvodnju ekstrudiranog sladoleda koja će biti jedna od četiri takvih u svijetu te uložio u novu liniju za pakiranje

ribe u svojoj tvornici u Daruvaru.

U Zvijezdi d.d. započeta je izgradnja novog skladišta ulja i repromaterijala te rafinerije i hidrimice, a investiralo se i u novi sistem zatvaranja pakovanja margarina. Agrokora je posebno ponosan što je usprkos tim ulaganjima Zvijezda dodatno investirala u obradu otpadnih

tehnoloških voda.

Jamnica d.d. investirala je u ekologiju i rekonstrukciju uređaja za pročišćavanje otpadnih voda, no najveće investicije bile su u proizvodnji izvorske vode Jana u Sv. Jari, gdje je započeta gradnja nove skladišne hale koja se zbog modularne gradnje lako može prenamijeniti u proizvodnu halu.

Agrokora nastavlja i s usmjeravanjem sredstava u maloprodaju i veleprodaju. Tako je, uz već otvoreni Super Konzum u Senju, započeta izgradnja novog supermarketa u Garešnici. Pokrenut je i ciklus ulaganja u veleprodaju izgradnjom novog formata Velpro centara od kojih je jedan otvoren u Varaždinu, a drugi na otoku Braču. Istovremeno, u izgradnji je Velpro centar kod Rijeke i u Dugopolju.

Agrokora je započeo investicijski ciklus i u Tisku. Jedna od prvih bila je investicija u novo skladište i sortiranje remitende te ulaganje u liniju za otpremu tiskovina. Paralelno, investicije su usmjerene i u kreiranje novog tipa kioska te novog maloprodajnog formata pod imenom Tiskamedia.

Najveću Agrokorovu investiciju uopće predstavlja izgradnja dvaju velikih logističko-distributivnih centara od kojih je jedan smješten u Dugopolju, a drugi u Zagrebu.

Promišljene strateške investicije i korištenje potencijala koji iz toga proizlaze, potvrdili su Agrokorovu sposobnost da iskoristi efekte sinergije na najbolji mogući način te su dokazali da je njegova vizija pažljivo osmišljena i dugoročna.

Promocija

Osim ulaganja u poboljšanje kvalitete proizvoda, Agrokora izdvaja značajna sredstva za promicanje i unapređenje znanosti, kulture i sporta. Na taj način Agrokora utječe na boljitak društva u cjelini te nastoji pridonijeti stvaranju društva čiji su temelji znanje i poticanje obrazovanja, ali i sprečavanje odlaska mladih

i obrazovanih stručnjaka iz zemlje.

Agrokora veliku pažnju pridaje i očuvanju hrvatske kulturne baštine kao jedne od temeljnih vrijednosti hrvatskoga identiteta, a ulaganjem u sport promiče fizičku rekreaciju, brigu o zdravlju i razvijanje natjecateljskog duha.

Pokrenuti i realizirani projekti, podržane akcije, vrijedne donacije i sponzorstva čine impozantan popis aktivnosti kojima su Agrokora koncern, ali i tvrtke u njegovom sastavu, obilježili proteklo razdoblje i potvrdili svoju orijentaciju transparentnog poslovanja, brigu za lokalnu zajednicu i djelovanje 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 ulaže u izgradnju i jačanje njihove tržišne pozicije, te svjesnosti potrošača u Hrvatskoj i šire.

Najveća je vrijednost zadovoljstvo potrošača proizvodom i uslugom, stoga se izuzetna pažnja i briga posvećuje tržišnim zahtjevima i primjedbama potrošača kroz razne modele i oblike uzajamnog komuniciranja.

Iz velikog Agrokorova 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.

Agrokorovi proizvodi su visoke kvalitete i snažna su kompetitivna prednost, s obzirom da su njihove vodeće pozicije rezultat stalnog ulaganja u tehnologiju, ukupni know-how, distribuciju, marketing i stalnu komunikaciju s kupcima.

Ledo, King, Jamnica, Jana, Zvijezda, Margo, Frikom, Konzum... samo su neki brandovi od kojih su mnogi već postali i generičkim pojmom za svoju kategoriju.

www.agrokora.hr



JESTE LI ZNALI...

Agrokora

Agrokora, koji je započeo s poslovanjem 1976. godine kao mala obiteljska tvrtka za proizvodnju cvjeća i cvjetnih sadnica, danas ima oko 36.000 zaposlenika.