

FRODDO®

Tržište

Ivančica d.d. društveno je odgovorno poduzeće koje brine o zdravlju svojih potrošača. Usmjerena je na rast i razvoj vlastitih robnih marki, FRODDO i BOOGALOO, u kojima su sadržani svi ključni faktori koji ju čine zdravom, udobnom i kvalitetnom. Kvaliteta robne marke FRODDO prepoznatljiva je izvan granica Hrvatske, ali i Europe. Tako su cipele FRODDO, osim na više od 100 lokacija u Hrvatskoj (od čega je 7 maloprodajnih dućana – FRODDO shopova), dostupne i na tržištima Slovenije, Bosne i Hercegovine, Srbije, Makedonije, Nizozemske, Francuske, Engleske, Grčke, Ukrajine, Kazahstana, Rusije, te Australije, kamo je 2008. g. isporučeno 74.000 pari obuće.

U strukturi ukupne prodaje u 2008. godini 66% ostvareno je u izvozu, od čega izvoz vlastitih robnih marki iznosi 25%.



Dostignuća

S tradicijom dužom više od 60 godina, Ivančica d.d. vodeća je tvrtka za proizvodnju obuće u Hrvatskoj.

Strateški plan za razdoblje 2008. – 2012. definira daljnje pozicioniranje vlastite robne marke FRODDO kao vodeće u regiji, istovremeno stvarajući inovativnu, visoko kvalitetnu i funkcionalnu obuću, koja nastaje u poticajnom okruženju, na zadovoljstvo kupaca, zaposlenika i vlasnika.

Kroz strateški plan utvrđeni su i strateški projekti, čijom će realizacijom biti ostvareni srednjoročni ciljevi.

Nastojeći se proširili na ino-tržišta, sa svojim robnim markama FRODDO i BOOGALOO Ivančica d.d. sudjeluje na svjetskim modnim sajmovima poput Micam-a u Milanu, Italija; zatim Moda Footwear u Birminghamu, Engleska; Mosshoes u Moskvi, Rusija; KidCAST Niveau i ISN Shoe Fair, Nizozemska, a od 2009. i na sajmu u Marseilleu, Francuska, gdje ima priliku predstaviti najnovije kolekcije, kako bi i inozemne kupce upozнала s kvalitetom i dizajnom svojih kolekcija.

U dosadašnjem poslovanju dobitnik je brojnih nagrada za kvalitetu i dizajn, te nagrade „Zlatni ključ“ u kategoriji Najbolji izvoznik u Austriju u 2008. godini.

Povijest

Početak rada Ivančice seže u 1946. godinu, kada je skupina postolara počela izrađivati cipele za rudare



zagorskih rudnika. Tijekom povijesti provedene su razne transformacije vezane uz promjene zakonske regulative i razvojne ciljeve, a danas posluje kao dioničko društvo u vlasništvu malih dioničara, uglavnom zaposlenika tvrtke.

Osamdesetih godina prošlog stoljeća Ivančica je zapošljavala više od 1.200 radnika, uglavnom mlade ženske populacije. Ivančica d.d. stalno razvija vlastite proizvode, posebno obuću za djecu, u prošlosti uglavnom plasiranu na tržišta zemalja bivše Jugoslavije.

Ujedno, to je i razdoblje značajno zbog početka suradnje s ino – partnerom, tvrtkom Paul Green, koji je i danas jedini kupac u doradnim poslovima i s kojim Ivančica usklađuje svoje strateške planove i pokreće zajedničke projekte.

Proizvod

Kupnjom robnih maraka FRODDO i BOOGALOO kupcu se poklanja osjećaj ugodne i lakoće, omogućavajući mu na taj način opušteno kretanje. Kupnjom FRODDO i BOOGALOO cipela, tvrtka daruje dio individualnosti koja će kupac naći u svakoj pojedinačnoj, ručno obrađenoj cipeli.

Krovna marka FRODDO, čije je ime proizašlo iz knjige „Gospodar prstenova“ još prije nego što je istoimeni film postigao svjetsku slavu, 2009. godine slavi deseti rođendan. FRODDO cipele, u veličinama od 17-40, izrađene su od najkvalitetnijih prirodnih materijala i kreirane u suradnji s ortopedskim stručnjacima. Razvoj se temelji na rezultatima znanstvenih istraživanja „Antropometrijske izmjere dječjeg stopala“. Anatomske oblikovanje, lagane i savitljive, FRODDO cipele su zdrave i udobne, atraktivnog izgleda te omogućuju zdrav rast i razvoj dječjih stopala. Razigranost, maštovitost, bezbrižnost i sloboda kretanja najbolje opisuju robnu marku FRODDO.

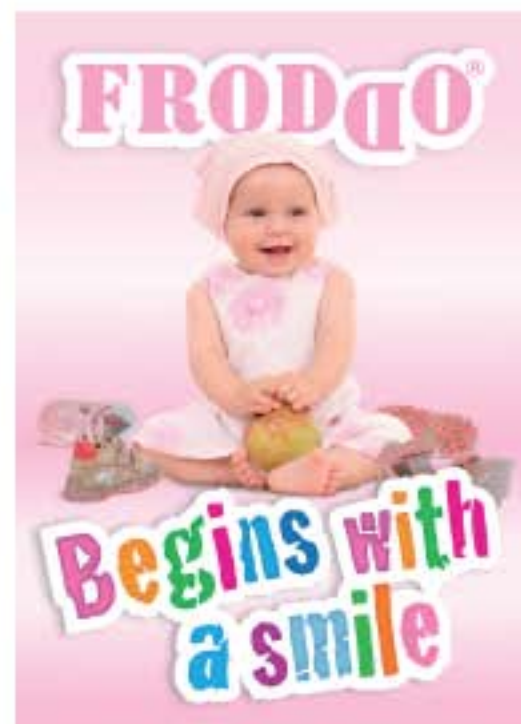
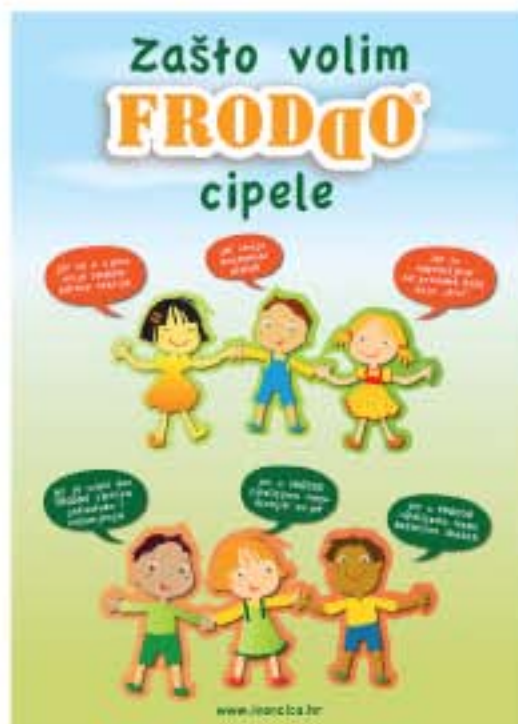
S obzirom da proces učenja hodanja traje otprilike od godne dana do 2,5 godine, te se sastoji od triju faza (prvi samostalni koraci, geganje, trčanje i skakanje), razvijeno je nekoliko programa FRODDO cipela. Tako su FRODDO MINI modeli namijenjeni onim najmanjima, koji tek rade svoje prve korake. FRODDO cipele iz SOFTYFLEX programa najviše će se sviđjeti malenim „maštovima hodanja“, koji već trče i skaču, jer su izuzetno savitljive i udobne za nošenje, te „suraduju“ u svim pokretima. SOFTYFLEX SYSTEM svojom konstrukcijom pruža savršen spoj stabilnosti i fleksibilnosti.

Cipele iz FRODDO SPORT programa stvorene su za sretno odrastanje i igru, a odlikuju se fleksibilnošću i prirodnim materijalima. Koristeći najnovije inovativne tehnologije kreirana je i tabanica koja je EXTRA elastična i meka, fleksibilna, prozračna, te ima veliku moć upijanja. Tabanica FRODDO cotton visoko je kvalitetna, napravljena od laganog pamučnog materijala koji ju čini izuzetno elastičnom. FRODDO cotton tabanica ima svojstvo odličnog provođenja vlage, apsorbira znoj i ima antibakterijsku zaštitu. Osim što je zdrava, FRODDO cotton tabanica utječe i na dugotrajnost i životni vijek cipela.

BOOGALOO kolekcija, izrađena od prirodnih materijala, namijenjena je mladim urbanim ženama. Cipele BOOGALOO pružaju udobnost i eleganciju, a proizvode se u veličinama od 36 – 41.

Nedavni razvoj

Kontinuirana ulaganja u kadrove i nove tehnologije velike doprinose kvaliteti robnih marki FRODDO i



BOOGALOO

Ivancića d.d. razvija se u skladu sa strateškim odrednicama industrijske grane kojoj pripada, a to je jačanje udjela vlastitih robnih maraka kroz podizanje konkurentnosti i jačanje izvoza.

Konkurentnost se nastoji podići korištenjem prirodnih materijala (kožnim uložnim tabanicama, doradenim biljnim štavilima, te Froddo-cotton tabanicama od pamuka s velikom mogućnošću upijanja vlage, prozračnošću i savitljivošću), individualnošću i prepoznatljivim dizajnom (korištenje vlastitog dizajnerskog tima, ali i suradnja sa stahom dizajnerskom kućom iz Italije), cijenom, te velikom brigom za kupca i krajnjeg potrošača. Velika se pažnja posvećuje postprodajnim uslugama (rješavanje reklamacija, provođenje anketa o zadovoljstvu kupaca na prodajnim mjestima i putem interneta). Povećanje konkurentnosti podržava i razvoj vanjskih tržišta, čiji broj svake godine raste.

U 2009. godini stvoren je novi vizualni identitet FRODDO shopova prema najnovijim svjetskim trendovima u uređenju prodajnih mjesta, gdje se ne proclaju samo proizvodi, već snovi, želje i emocije.

U 2009. godini stvoren je novi vizualni identitet FRODDO shopova prema najnovijim svjetskim trendovima u uređenju prodajnih mjesta, gdje se ne proclaju samo proizvodi, već snovi, želje i emocije.

Promocija

Vrijednost i važnost poduzeća procjenjuje se po prepoznatljivosti robne marke na tržištu, pa je stoga razvoj i pozicioniranje robne marke FRODDO jedan od ključnih strateških zadataka tvrtke. Orijentiranost na potrošača glavni je preduvjet uspješnog poslovanja. Akcije koje se provode su informiranje javnosti o prednostima FRODDO cipela, kreiranje interaktivne Internet stranice sa web-shopom, promoviranje robne marke na prodajnim mjestima kroz POS materijale, Knjiga standarda u cilju standardizacije prodajnih mjesta i načina prezentacije robnih maraka.

Roditelji su često vrlo znatiželjni kada je riječ o

cipelicama, te imaju mnogo nedoumica i pitanja - zbog toga Ivancića d.d. kontinuirano u svojoj komunikaciji sa tržištem nudi savjete prilikom kupnje cipela putem tiskanih medija, edukativnih knjižica, te putem interneta.

Ivancića d.d. za promociju vlastite robne marke FRODDO najčešće koristi specijalizirane magazine namijenjene trudnicama i majkama. Usto, koriste se i ostali vidovi komunikacije - televizijsko i radijsko oglašavanje, oglašavanje na vanjskim površinama, oglašavanje u tiskanom medijima kroz oglase i PR članke - vlastiti katalogi proizvoda, nagradne igre, sponzorstva, suradnja s ortopedskim stručnjacima, te poznatim estradnim umjetnikom.

Vrijednosti robne marke

FRODDO - Za osmijeh na svakom koraku

Osim ostalih ključnih kvalitativnih faktora koji definiraju robnu marku FRODDO, svakako je bitan ekološki faktor, čemu doprinosi i

lokacija na kojoj je smještena proizvodnja FRODDO cipela, a o njoj najbolje svjedoče stihovi



pjesme „Poleg jedne velke gore“, poznatije kao lvančke himne, spisateljice i pjesnikinje Pavice Hrazdine.

Poleg jedne velke gore
Poleg jedne velke gore,
kada prejdeš mnoge dole,
tam buš videl nekaj bele,
to je naše lvančke sele.
Gda buš šel malo dale,
tam buš videl lepe kraje
tu su ljudi dobre žudi.

Pavica Hrazdina

Ivancića provodi društveno odgovorno poslovanje; novčanim donacijama, donacijom vlastitih proizvoda, te sponzorstvima podupire socijalne, humanitarne i ostale društvene projekte.

Cijeni ekonomske, socijalne i ekološke aspekte poslovanja, a u skladu s time potpisala je Kodeks etike u poslovanju pri HGK.

www.ivancica.hr

JESTE LI ZNALI...

FRODDO

- U Ivancići se dnevno proizvede 5.000 pari cipela, što je više od 1.200.000 pari na godinu.
- Izrada dječjih cipela zahtijeva posebnu pažnju, pa je stoga svaka FRODDO cipela nastala na temelju istraživanja i suradnje s ortopedskim stručnjacima
- Čovjek u prosjeku dnevno napravi 18.000 koraka, a dijete čak i više.
- Većina ljudi u životu u cipelama prijeđe oko 12.700 km, što je kao da obidete Zemlju 4 puta.
- 70% problema sa stopalima dolazi zbog nošenja krive obuće, ili nepravilnih cipela. Većina tih problema uzrokovana je nošenjem krivih cipela u djetinjstvu
- Ljevoruki ljudi su često i „ljevorozni“. Najčešće, kada zakorače, učine to prvo ljevom nogom.
- Kako se dan bliži kraju, ljudsko se stopalo proširi za oko 5%, pa je preporučljivo cipele kupovati poslijepodne.
- Rimljani su prvi kreirali ljevu i desnu cipelu. Prije toga, ista cipela mogla se nositi na bilo kojoj nozi.

