



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.

U 2008. godini, u kojoj je Ledo obilježavao 50. obljetnicu postojanja, nastavljen je niz uspješnih poslovnih rezultata, te je uz kvalitetnu proizvodnu, marketinšku, prodajnu i distributivnu podršku zadržao i dodatno osnažio postojeće tržišne pozicije.

Svoju snažnu poziciju na hrvatskom tržištu, Ledo je zadržao i ove godine, i to u svim grupama proizvoda. S 80% udjela na tržištu sladoleda za Ledo se praktički može reći da je sinonim za sladoled. U grupi Tijesta ostvaren je porast tržišnog udjela na 76%, dok su grupe Riba i Smrznuto voće i povrće zadržali prošlogodišnje udjele.

Ledo je u 2008. godini ukupno prodao 84.688 tona proizvoda, što je u konačnici rezultiralo finansijskim rezultatom od 1,13 milijardi kuna.

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, intavjetnom od trenutka proizvodnje do rashladnih uređaja na prodajnim mjestima.

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: Valcon, 2008.).

Ledo grupa svjesna je zahtjevnosti tržišta i stalne potrebe za novim okusima, stoga se posebna pažnja posvećuje inovacijama i razvoju novih proizvoda. Pomimo 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.

Ledo d.d. je 2008. godine kategoriziran kao poslovni subjekt I kategorije te ponovno odobren kao poslovni subjekt za izvoz i trgovinu na tržište Europske Unije od strane

Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja te Inspekcije Europske Unije.

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 što je i potvrđeno njegovim obnavljanjem 2008. godine.

Povijest

Povijest tvrtke Ledo započinje 1958. godine kada je proizvedena prva količina sladoleda u Zagrebačkoj mliječari, 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 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. Provođeci poslovnu strategiju razvika u regionalnu kompaniju, uz podružnice koje otvara u Sarajevu i Ljubljani, 2000. godine pokreće vlastitu proizvodnju sladoleda u Čitluku (Bi-H). Godine 2002. slijedi preuzimanje Daruvarske tvornice za preradu i promet ribe i ostalih plodova mora - Irida d.o.o. Od 2004. članom 12 SUPERBRANDS koncerna Agrokor postaje i tvrtka Frikom, lider u sladoledima i smrznutoj hrani na tržištu Srbije. Iste godine, Ledo kupuje mađarsku sladolednu firmu Baklauf, čime širi svoje proizvodne kapacitete i na područje Europske unije, a 2006. godine preuzima brand Sun - lidera u kategoriji sladoleda u Crnoj Gori. U 2008. godini Ledo je započeo i izvoz u Rumunjsku, gdje je ujedno osnovao vlastitu kompaniju, Ledo Romania.





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, pa se na tržištu pojavio 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 mlade 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 Kometa treba izdvojiti Komete Čokolada i Vanilija kao i premium komete Maximo.

Uz štapiće i komete, u Ledo škrinji nalazi se i obilje neodoljivih užitaka za cijelu obitelj: omiljenih obiteljskih sladoleda Grandissimo, Quattro, Queens i Twice.

Vrhunske obiteljske Ledo poslastice dostupne su u različitim pakiranjima i najfinijim kombinacijama okusa.

SMRZNUTO JE ZDRAVO!

Osobno je zdravije jesti smrznutu ribu nego kuhanu. Riba je bogata bjelanjim bjelancima, omega-3 masnim kiselinama, vitaminima i mineralima. Smrznuta riba zadržava sve ove vrijedne sastojke. Ledo koristi samo svježiju ribu koja je smrznuta u roku od nekoliko sati nakon ulova. Tako osigurava da svaki Ledo sladoled sadrži najviše kvaliteta.

www.ledo.hr

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. Prateći kretanja na svjetskim tržištima, Ledo je i 2008. godinu obilježio razvojem mnogobrojnih proizvoda te firme postavio nove trendove u grupama sladoleda i smrznute hrane na domaćem i regionalnom tržištu. Ukupno je u 2008. lansirano 70 novih proizvoda u kategorijama sladoled i smrznuta hrana.

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 preprodaje što je omogućilo uvođenje novih mobilnih informacijskih sustava za prodajno osoblje. Na taj su način stvoreni predujeti 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. uvođi se najsvremenija 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 njegovo pakiranje.

U 2008. godini različitim investicijama omogućeno je proširenje proizvodnih i skladišnih kapaciteta kako bi se optimalno zadovoljile potrebe tržišta.

Investirano je u liniju za ekstruziju sladoleda na štapiću, jednu od najmodernijih na svijetu. Također, investicija u novu liniju za pakiranje obiteljskog i ugostiteljskog sladoleda omogućila je značajno povećanje kapaciteta proizvodnje. Sagrađeno je i suho skladište sirovina a prošireni su i skladišni kapaciteti za gotove proizvode. Novi strojevi za pakiranje u liniji u Danuvaru omogućili su proširenje asortimana ribe i uvođenje vrlo atraktivnih proizvoda na tržište.

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 edukacija potrošača na konzumaciju sladoleda tijekom zime, te na taj način produžiti sezonu sladoleda na cijelu kalendarsku godinu.

Marketinška strategija Ledo, 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

Kada je vrijeme za Komet?

UVIJEK!

www.ledo.hr



obzirom da je 2008. godine slavio 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 snažan, pozitivan i prepoznatljiv imidž. Pravilno odabranom strategijom asortimana i pomno prateći svjetske trendove, Ledo osluškujе zahtjeve tržišta, a inovativnim rješenjima, posuđom 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 Ledo nije u brojkama, nego u srcima njegovih potrošača!“

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 preko 5 l sladoleda godišnje po osobi, u skandinavskim zemljama i SAD-u preko 10 l, a na Novom Zelandu čak 20 l.
- Zamrzavanje je prirodan način očuvanja svih kvalitetnih svojstava i sastojaka namirnica.
- Ledo je još davne 1971. osmislio nagradnu igru sa sakupljanjem sličica na teru osvajanja svemira.