



Tržište

Robna marka Mavrović OSOBNOST ISKUSTVO objedinjuje dvije linije izvorno hrvatskih prehrambenih proizvoda: pekarskih (kruhovi, peciva i keksi) i mesnih (suhomesnati i paštete). Pekarski proizvodi zastupljeni su uglavnom u većim trgovačkim kućama u većem dijelu Hrvatske. Distribucija linije mesnih proizvoda organizirana je za područje grada Zagreba i uže okolice, dok se paštete Delicija i Pikant mogu pronaći u svim većim trgovačkim lancima u cijeloj Hrvatskoj.

Dostignuća

Najveće dostignuće robne marke Mavrović OSOBNOST ISKUSTVO je vjernost kupaca. Drugim riječima, stvorena je prepoznatljiva robna marka u Hrvatskoj.

Zbog velikog uloga u kvalitetu uzgoja sirovina i proizvodnih procesa do konačnog proizvoda, veliki je izazov postizanje tržišno prihvatljivih cijena plasiranih proizvoda. Važan čimbenik u svim segmentima rada i proizvodnje je ekološka odgovornost, poštivanje međunarodnih standarda zaštite okoliša, kao i djelovanje na načelu humanosti, prihvaćanja razlika i društveno odgovorno poslovanje, što je rezultiralo i nagradama. Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva RH dodijelilo je 2004. godine tvrtki Eko-Imanje Mavrović d.o.o. nagradu za dostignuće u zaštiti okoliša na području odgoja, izobrazbe i podizanja svijesti o okolišu i održivom razvitku. Većano uz korporativno upravljanje, Željko Mavrović je nositelj priznanja kao kreativni i inovativni menadžer, uručenog na Dan kreativnosti i inovativnosti 2008. godine. Tvrtka Eko-Mavrović d.o.o. dobitnik je 1. nagrade u kategoriji Kreativni i inovativni projekt poticanja i razvoja tolerancije i prihvaćanja različitosti u poslovnom okruženju.

Povijest

Povijest onoga što danas zovemo robnom markom put je jedne osobe, Željka Mavrovića, koji je kulturni kapital vlastitog imena i vlastitih sportskih postignuća uložio u svoj daljnji poslovni put koji doživljava kao način širenja ideje o održivom razvoju i skladu čovjeka i prirode.

Željko Mavrović rođen je 1969. godine u Zagrebu. Kao boksač amater nastupio je na



Olimpijskim igrama u Seulu i Barceloni te osvojio zlatnu medalju na Mediteranskim igrama u Ateni. Na boksaičkim natjecanjima nekadašnje Jugoslavije 1990. godine osvojio je prestižan trofej Zlatna rukavica. U profesionalnoj karijeri 1995. godine osvojio je Europsku titulu u teškoj kategoriji i nju je branio sedam puta u naredne tri godine. Godine 1998. bokso je meč za Svjetsku titulu teške kategorije po WBC verziji s Lennoxom Lewisom te izgubio sudačkom odlukom po bodovima u 12 rundi. Dva puta je proglašen hrvatskim sportašem godine (1995. i 1997.) u tradicionalnom izboru koji organiziraju Sportske novosti.

Nakon boksaičkih uspjeha, kupio je imanje u okolici Požege. Svojom idejom o ekološkoj proizvodnji potaknuo je i druge te je tvrtka počela s radom u proljeće 2000. godine na ruševinama kooperacije Kombinata Kutjevo.

Eko-Imanje Mavrović jednostavno je i uspješno ekološko-poljoprivredno gospodarstvo u srcu

Slavonije u mjestu Slobošćina, dvadesetak kilometara od Požege. Od nekadašnjih 100 ha proširilo se na skoro 400 ha uglavnom ratarskih površina, a svih 400 ha zemljišta prošlo je zahtjevnu proceduru ekološke certifikacije i s ponosom nosi znak ekološke poljoprivrede. Danas je to najveće ekološko gospodarstvo u Hrvatskoj i jedno od najvećih u Europi.

S obzirom na proizvodnju žitarica, usmjerenje na proizvodnju linije pekarskih proizvoda sasvim je logično. Tako je 2005. godine potpisana suradnja sa zagrebačkom pekarnom Klara, objedinjena pod nazivom Mavrović Eko-Klara d.o.o., tvrtka koja je sve do svibnja 2009. godine proizvodila sve Mavrovićeve pekarske proizvode distribuirane preko tvrtke Eko-Mavrović d.o.o.

Od tada tvrtka Eko-Mavrović d.o.o. proizvodnjom i distribucijom prepoznatljivog programa specijalnih vrsta kruha i peciva pokriva veći dio Hrvatske - kroz suradnju s velikim pekarnama i poslovanje sa svim većim trgovačkim kućama. Njezine su glavne djelatnosti kontrola proizvodnje i kvalitete pekarskih i mesnih proizvoda te prodaja prehrambenih proizvoda robne marke Mavrović OSOBNOST ISKUSTVO.

Bavljenje stočarstvom tvrtka Eko-Imanje Mavrović d.o.o. započela je 2007. godine pokretanjem uzgoja crnih autohtonih slavonskih svinja na farmi u Olučanima, a 2008. godine započela je uzgoj junica i teladi te formiranje matičnog stada na farmi u Slobošćini.

Proizvod

Pod robnom markom Mavrović OSOBNOST ISKUSTVO proizvode se žitarice, pekarski i mesni proizvodi. Visoka kvaliteta sirovina te način proizvodnje daju proizvodima obilježje „proizvodi s karakterom“, koji ujedno nose i ekološku, zdravstvenu, socijalnu poruku te preporuku društveno odgovornog poslovanja u nastojanju da naš prekrasni planet ostavimo u boljem i ljepšem stanju svojoj djeci.

Pekarski proizvodi

Liniju Mavrovićevih pekarskih proizvoda čine tri





vrste proizvoda posebnih receptura – kruhovi, peciva i kolači. U zamjesima različitih vrsta mekanog kruha i peciva nalazi se maksimalno moguć udio (40%) ekološki certificiranih žitarica. Sam sastav proizvode deklarira kao pekarske proizvode specijalne vrste, čije su posebne recepture izvorno Mavrovićeve. U njihovoj proizvodnji koristi se prirodan i zdrav proces, zahvaljujući visokoj tehnologiji i školovanom kadru, prema načinima izrade koji su se još u prošlom stoljeću koristili kao tradicionalan domaći način pripreme kruha. Zamjesi prolaze dugotrajni proces prirodnog fermentiranja bez aditiva i kemijskih sredstava, a sjemenke kuhanog žita daju energiju i obogaćuju konačne proizvode. Velika količina celuloznih vlakana čisti i uravnotežuje probavu na najprirodniji način.

Mesni proizvodi

Suhomesnati proizvodi Mavrović domaći su visokokvalitetni hrvatski proizvodi rađeni prema izvornim tradicionalnim recepturama vršnih slavonskih znalaca. Uz vrhunsku sirovinsku bazu, koju čini meso iz vlastitog kontroliranog uzgoja crnih slavonskih svinja hranjenih hranom vlastite proizvodnje (djetelna lucerka, žitarice s imanja Mavrović, vitaminski kokteli, Mavrovićev kruh) – u izradi suhomesnatih proizvoda isključena je upotreba konzervansa (nitrinitnih soli), aditiva i umjetnih boja. Dodatak mesu čine jedino prirodni začini crvena paprika (šlaka i luta), sol i češnjak.

Proces konzerviranja provodi se sušenjem, sušenjem i hladnim dimljenjem do zrenja u kontroliranim uvjetima temperature i vlažnosti. Proizvodi su obrađeni do primjerenog stupnja za konzumaciju bez prethodne toplinske obrade. Proces sušenja, ovisno o vrsti proizvoda, traje od 60 do 180 dana te su suhomesnati proizvodi karakteristični po mirisu zrenja, boji i aromi.

Pojedine vrste kobasica razlikuju se po veličini zrnate građe, omjeru slanine i čistog mesa, začinskoj smjesi i dijamentu crijeva u koja se kobasice pune te konzistenciji. Trajne se kobasice proizvode od grubo usitnjelog svinjskog mesa najbolje kategorije, uz dodatak čvrstog mesnog tkiva te biranih začina.

Vrste trajnih suhomesnatih proizvoda u ponudi su: Mavrovićev kulen (proizvod nosi Certificat izvornosti, koji garantira kvalitetu i izradu prema izvornoj tradicionalnoj recepturi), kulenova seka, domaća kobasica i slanina. Ostali proizvodi u ponudi su čvarci, mast i dvije posebne vrste pašteta, Delicija i Pikant, rađene prema posebnoj recepturi koja isključuje upotrebu konzervansa (nitrinitnih soli), aditiva i umjetnih boja te su stoga namijenjene i prehrani djece.

Nedavni razvoj

Najveće investicije u 2008. i 2009. godini bile su u svinjogojstvo (kupnja i unapređenje svinjogojске farme te kupnja crnih autohtonih slavonskih svinja) i govedarstvo (kupnja janica i bikova te formiranje matičnog stada).

Nadaje, investiranje je bilo usmjereno na okupljanje poljoprivrednog zemljišta i izgradnju silosa za žitarice kapaciteta 500 tona te na unapređenje postojećih pekarskih proizvoda i razvoj palete izvorno slavonskih suhomesnatih proizvoda. Prva dva proizvoda iz linije mesnih proizvoda bile su paštete Delicija i Pikant, čija je proizvodnja započela 2008. godine u suradnji s Podravkom d.d., odnosno mesnom industrijom Danica d.o.o.

Proizvodnja suhomesnatih proizvoda započela je 2008. godine, najprije s tvrtkom Dexter d.o.o., a od veljače 2009. godine potpisana je suradnja s renomiranim slavonskim proizvođačem Mathias d.o.o.

Distribucija linije mesnih proizvoda putem maloprodaje započela je 2009. godine otvaranjem prodajnog mjesta u City Centru ONE te otvaranjem mogućnosti narudžbi telefonom ili putem internet stranice uz organiziranu dostavu na području grada Zagreba i uže okolice. Razvoj maloprodaje suhomesnatih proizvoda i pašteta jedan je od bitnih strateških orijentacija tvrtke.



Promocija

Tržišno komuniciranje od samog je početka bilo usmjereno na krajnje potrošače. Najvažnijim oblikom komunikacije smatra se kvaliteta samih proizvoda te time uzrokovana vjernost kupaca. Uz to je važan izbor prodajnih mjesta i stalnost proizvoda na policama. Pažnja se pridaje vidljivosti proizvoda na prodajnim mjestima te prepoznatljivosti branda Mavrović OSOBNO ISKUSTVO. Godine 2008. pekarski i mesni proizvodi povezani su novim dizajnom ambalaža i novom promotivnom kampanjom.

Uz kvalitetu proizvoda važan čimbenik je osobna garancija kvalitete od strane Željka Mavrovića te njegovo bogato iskustvo i trud kako u sportu tako i u djelatnostima vlastitih tvrtki - ekološkoj poljoprivredi, pekarstvu, stočarstvu, proizvodnji suhomesnatih proizvoda i mesnih prerađevina, plasmanu i prodaji proizvoda.

Promotivne aktivnosti primarno su temeljene na direktnom marketingu, preko raznih degustacija i akcija, kao i kroz brojne članike temeljene na interesu za daljnji rad i djelovanje Željka Mavrovića, istaknutog profesionalnog sportaša. Ono što je doprinijelo promociji su sponzorstva, sudjelovanja u humanitarnim akcijama, poticanje ljudi na aktivniji odnos prema psihičkom i fizičkom zdravlju te prema savladavanju novih vještina kroz edukaciju u Eko-centru u Slobodini.



Vrijednosti robne marke

Specifična vrijednost branda Mavrović OSOBNO ISKUSTVO je kulturna vrijednost imena Željka Mavrovića kao istaknutog profesionalnog boksača i istaknutog poduzetnika u poljoprivredi, tj. ekološkom uzgoju žitarica te u proizvodnji i distribuciji visokokvalitetnih pekarskih i mesnih proizvoda.

Zivotne vrijednosti koje je kao sportaš promovirao, utkao je u kvalitetu i razvoj vlastitih proizvoda. Ta direktna komunikacija Željka Mavrovića primjerom rezultirala je povjerenjem ljudi u ono što radi. Vrijednost branda predstavlja brigu za kvalitetu proizvodnje sirovina i konačnog proizvoda. Proizvodi Mavrović njeguju princip prirodnog i zdravog u svakom segmentu proizvodnje. Svojom radom i aktivnostima svaki se djelatnik maksimalno trudi kako bi ime Mavrović jamčilo kvalitetu.

Vrijednosti robne marke uvelike doprinose zadovoljstvo proizvođača i vjernost potrošača.

www.eko-mavrovic.hr

JESTE LI ZNALI...

Mavrović Osobno Iskustvo

- ▶ Eko-centar PZ u Slobodini istraživače je, edukacijski i turistički centar sa svrhom razvoja ekološke poljoprivrede, zdravog stila života i održivog razvoja planeta. Zainteresirani se mogu prijaviti na razne seminare i programe edukacije o ekološkoj poljoprivredi, zdravoj ishrani, nerapomogi i ugodnoj tjelovježbi, ekološkoj osobnoj svijesti, osnaživanju imuniteta, uspješnom poslovanju i psihološkom osnaživanju za osobno zadovoljstvo u životu, što polaznicima programa edukacije uvelike koristi u daljnjem svakodnevnom radu.
- ▶ U sklopu programa edukacije organiziraju se i objedi koji uključuju proizvode Mavrović. Za potrebe Eko-centra sprema se čaj od zobi i čaj od ječma, žitarica s Eko-imanja Mavrović, koji se mogu i probati.
- ▶ Svake godine organizira se Bundevijada, manifestacija koja okuplja proizvođače bundeva požeškog kraja te se, uz izložbu bundeva i proizvoda od njih, organiziraju razne radionice za sve uzraste i zabavni sadržaji.
- ▶ U ekološkoj poljoprivredi pažnja se poklanja prehrani i zaštiti biljke. Folijama prehrana (preko listova) obavlja se koprivinom gnojnicom, koja se priprema rastapanjem koprive u vodi u omjeru 1:10. Koprivina gnojnica je ujedno i zaštita biljke.
- ▶ Veliki dio poljoprivredne filozofije u ekološkoj proizvodnji žitarica na Eko-imanju Mavrović te veliki dio principa u proizvodnji hrane bazira se na makrobiotičkim principima i principima jina i janga.
- ▶ Sportski i poslovni imidž Željka Mavrovića gradio se i na temelju jedne specifične frizure, nastale slučajnošću i pogreškom supruge za vrijeme šišanja. Iako je neobična frizura privlačila pažnju, bilo je i zahtjevno nositi je jer, uz puno hrabrosti, moraš ono što radiš raditi zaista kvalitetno kako bi neobična frizura završila kao uspješan brand.