



A frissesség művészete

MÁRKATÖRTÉNET

Az *eisberg* vállalatcsoport története harminc évvel ezelőtt kezdődött egy svájci családi földműves üzemmel, amelyből napjainkra Európa egyik vezető vállalata lett, Közép- és Kelet-Európában első a konyhakész saláták előállítására terén. Az cégcsoport négyszáz munkatársat foglalkoztat Svájcban, Lengyelországban, Magyarországon, Romániában és Spanyolországban. A magyar leányvállalat, az *eisberg* Hungary Kft., 1992-ben alakult. A cég a kezdetektől piacvezető szerepet töltött és tölt be a konyhakész saláták hazai piacán, emellett kiemelkedő szereplő a dressingek tekintetében. Magyarországon elsőként vezette be a friss, tartósítószer nélküli salátaönteteket, és folyamatosan bővíti kínálatát konyhakész salátatálakkal és grillzöldségtálakkal.

2016 elején az *eisberg* az európai kényelmi termékek piacának egyik vezető húsfeldolgozó és -gyártó vállalata, a svájci Bell Csoport tulajdonába került, amelynek választéka hús- és baromfitermékeket, felvágottakat, tenger gyümölcseit és komforttermékeket foglal magába – olyan márkanevekkel, mint a Bell, az Abraham, a Zimbo, a Mõssieur Polette és a Hilcona. A Bell ügyfelei között tudhatja mind a kis- és nagykereskedelemet, az élelmiszer-szolgáltatói ágazatot és az élelmiszer-feldolgozó ipar képviselőit. A Bell Csoportot a svájci tőzsdén jegyzik, több mint 9500 alkalmazottja 2015-ben összesen 3 milliárd svájci frank árbevételt termelt.

A TERMÉK

A kiváló minőségű, friss, higiénikus, biztonságos termékek gyártása nagy felelősséggel jár, de

legalább ugyanekkora felelősség, hogy a cég ezt a munkát fenntartható, etikus módon végezze. A nyersanyagot a fenntarthatóság melletti határozott elkötelezettség jegyében javarészt szabadföldi műveléssel és kíméletes, természetbarát módszerekkel termesztik az *eisberg* szerződött beszállítói. A cég kizárólag auditált termelőkkel dolgozik, akik képesek garantálni a GMO- és

MÉRFÖLDKÖVEK

1992: megalakul az *eisberg* Hungary Kft.

2003: a magyar üzem biztosítja a McDonald's Ausztria teljes salátaellátását

2006: elindul a szállítás a McDonald's szlovén éttermeibe és a Metro osztrák üzleteibe

2011: elkezdődik a konyhakész saláták beszállítása a Spar osztrák boltjaiba

2012: a konyhakész dobozos salátatálak bevezetése

2013: elindul a magyar piacon egyedülálló, süthető, grillezhető és friss zöldségtálak gyártása és forgalmazása

2015: megkezdődik az *eisberg* Tokaj Dressingek forgalmazása

2016: a Bell Csoport felvásárolja az *eisberg* csoportot





GAZSI ZOLTÁN
üzveető igazgató

„A frissesség művészet – talán ez a szlogenünk írja le legjobban az eisberg mindennapjait. A természet szeszélyes, évről évre újabb, egyre növekvő kihívásokkal szembesíti profi nyersanyag-beszállítóinkat is. Szigorú minőségbiztosítási követelményeink, a rendelkezésre álló modern technológia és motivált csapatunk összhangjával azonban biztosítani tudjuk vevőink számára a megszokott kiváló minőségű, ropogós salátákat az év minden napján.

Motiváció terén Csíkszentmihályi Mihály elveit vallom: dolgozni jó. A cég minden munkatársa a feladatköréhez szükséges nagyfokú tudással és nagyszerű készségekkel rendelkezik, ez azonban nem azt jelenti, hogy nem kell új kihívásokkal szembenézniük. Ezek kezelését a cég vezetése folyamatos képzésekkel segíti, aminek köszönhetően megmarad a munka jó értelemben vett izgalma, ugyanakkor negatív stressz nélkül oldhatók meg a komplex feladatok is. A fenntarthatóságra törekszünk, minden területen.”

szermaradékmentes, mikrobiológiailag megfelelő állapotú, magas minőségű alapanyagot. A vállalat különös hangsúlyt fektet a minőségbiztosításra: a beszállítók ellenőrzése mellett a szállítás, a gyártás, valamint a csomagolás során és a kiskereskedelmi egységekben is.

INNOVÁCIÓ

Az elmúlt években a termékek meghatározó célközönsége a városi, értelmiségi nők voltak, mára azonban a vevőkör jelentősen kibővült, a kereskedelmi láncoknak köszönhetően a termékek egyre inkább elérhetők vidéken is. A társaság folyamatosan új, innovatív termékekkel jelenik meg: 2015-ben piacra került az eisberg Tokaj Dressing friss gyümölcságyon érlelt alma- és tokaji furmint ecet. Az öntetek nem tartalmaznak glutént és laktózt, hozzáadott ízfokozó-, aroma- és színezékmentesek. Két vinaigrette öntet prémium minőségű extra szűz olívaolajat is tartalmaz, ebből készül egy római köménykorianderes és egy tengeri só-bors ízvilágú öntet. A Tokaj Dressing öntetcsalád 2015-ben elnyerte az Év Diabétesz Terméke díját, 2016-ban pedig a Sirha innovációs díját, és a párizsi World Tour of Sialon is dobogós lett.

MÁRKAÉRTÉK

Az eisberg hazai indulásakor sok minden nem volt még, ami ma már az élelmiszer-feldolgozás



természetes velejárója. A svájci anyacég gyártási tapasztalata, az első vevő – a McDonald’s – által támasztott elvárások, és a tőlük kapott szakmai segítség alapot és húzóerőt jelentett a fejlődésben, amely – a nehéz gazdasági körülmények között is – mind a mai napig töretlen. Így született meg az a minőség, amely a márka igazi értékét adja.

Kiszámítható minőséget csak megbízható munkaerővel lehet biztosítani, épp ezért az eisberg nagy hangsúlyt fektet dolgozói elkötelezettségére. A piackutatási eredmények folyamatosan azt mutatják, hogy az üzletláncok saját márkás termékeinek értékesítése mellett az eisberg gyártói márka kedveltsége tovább erősödött, a „love brand” kategóriában meghaladta a hetven százalékot, messze megelőzve ezzel a legjobb eredményt elérő saját márkákat.

CSR

Az eisberg nyitottan reagál azokra a lehetőségekre, helyzetekre, amelyekkel a mindennapi munka során találkozunk, ezen belül is különösen fontosnak tartja az egyéni boldogulás segítségét, a személyes példamutatást. A Vakok Intézetének támogatása mellett azért döntöttek, mert megismerték azt a lelkesedést és törődést, amellyel a dolgozók a nem látó gyerekek életre való felkészítését segítik. 2015-ben újabb támogatottat, a Bátor Tábort köszöntötték és Hozleiter Fanny, ismertebb nevén Mosolyka is támogatásukat élvezte álmai megvalósulásában. Sifter Tímea kangoo-oktató az eisberg segítségével a mozgás örömeit adja át lelkes követőinek, a gödöllői erőműhelyklub Szecei Szilárd kétdanos karatemester vezetésével a saját testsúlyos edzés kemény, de őszinte világát hozza közelebb a salátafogyasztókhoz a cég segítségével. A vállalat számos tömegsportrendezvényen képviselteti magát, a futóversenyeken pedig egyre nagyobb számú eisberges dolgozó is részt vesz.

A cég minden kezdeményezésre nyitott, ami a teljesebb élet irányába hat. Szponzorálja a Nemzeti Táncszínház programjait, a Budapest Táncfesztivál eseményeit, az ELTE Pszichológiai Intézetének számos rendezvényét. Ezek látszólag

nagyon eltérő területek, de közös bennük a pozitív tartalom, az élet teljességének megélésére irányuló szándék, amely az eisberg filozófiájára, termékeire is igaz.

www.eisberg.hu
www.salatazz.hu

eisberg
simply fresh

A természet ritmusa

Superbränds

- Non tartalmaz hozzáadott szénadót
- Non tartalmaz tartósítószer
- Non tartalmaz látszólag
- Non tartalmaz mesterséges aromát
- Non tartalmaz glutént

A MÁRKA SZÁMOKBAN

- az eisberg Hungary Kft. 3000 négyzetméteres üzemet tart fenn,
- ahol 200 főt foglalkoztat és
- évi 7000 tonna készterméket állít elő,
- amely éves szinten 23 millió zacskó salátát jelent