



Tržište

Rijetki su oni koji se poput Gavrilovića mogu pohvaliti tradicijom duljom od tri stoljeća. Generacije obitelji Gavrilović razvijale su posao koji je iz obrta 1821. godine izrastao u prvu hrvatsku mesnu industriju koja je u ovom trenutku po svojoj veličini, kvaliteti proizvoda i poslovnim rezultatima vodeća hrvatska mesoprerađivačka tvrtka.

Neki od hrvatskih najpoznatijih i najomiljenijih proizvoda, poput Gavrilovićeve zimske salame, jetrene paštete ili mesnoga doručka, nedodirljivi su tržišni lideri. Generacije su odrastale i stasale uz vrhunske Gavrilovićeve proizvode koji su snažno prisutni na svim tržištima u regiji, a odnedavno Gavrilovićeve proizvode možemo naći i na drugim kontinentima, u Sjedinjenim američkim državama i u Australiji.

Dostignuća

Gavrilović već stoljećima proizvodi prvoklasne salame, kobasice i druge mesne delicije koje su resile svečane trpeze austrijskih careva, napoleonskih generala i brojnih današnjih uglednika i političara. Stoga i ne čudi da je po svim nezavisnim istraživanjima tržišta Gavrilović najpoznatija i najuglednija robna marka: čak 98,7% potrošača u Hrvatskoj poznaje Gavrilović (Izvor: Agencija Puls). U oštroj konkurenciji između 20 domaćih i stranih top robnih marki u Hrvatskoj nalaze se Gavrilović salama i Jetrena pašteta (Izvor: Prizma). Za tako visoke rezultate zaslužni su upravo tradicija, naslijeđe i kvaliteta. Kupci i potrošači, djeca i odrasli, mladi i stari, svi s povjerenjem posežu za Gavrilovićevim proizvodima.

Gavrilovićeva salama i Gavrilovićev kulen nose prestižnu oznaku Hrvatske gospodarske komore „Izvorno hrvatsko“ kojom se ukazuje na iznadprosječnu kvalitetu koja svoje ishodište ima u spoju hrvatske tradicije, razvojno-istraživačkoga rada, inovacije i invencije. Mesni doručak i Jetrena pašteta također su prepoznati kao proizvodi iznimne i trajne kakvoće te im je Hrvatska gospodarska komora dodijelila znak „Hrvatske kvalitete“.

Županijska gospodarska komora Sisačko-moslavačke županije pet je uzastopnih godina

Gavriloviću dodjeljivala Zlatnu kunu, zatim i Kristalnu kunu za kontinuitet u poslovanju, a Nacionalni centar za edukaciju i informiranje potrošača Gavriloviću je dodijelio i Priznanje za široku paletu i iznimnu kakvoću proizvoda.

Povijest

U malom gradiću Petrinji, na granici otomanskog i austrijskog carstva, prvi preci obitelji Gavrilović već su se 1690. godine počeli baviti malim mesarskim obrtom. Tradicija i umijeće prenosilo se s koljena na koljeno, posao se razvijao, gradili su se obori za tov svinja, otvorila se prva kožara te započnje serijska proizvodnja mesnih preradevina ustaljene kvalitete. Nekadašnji mali obiteljski obrt je 1883. godine izrastao u „Prvu hrvatsku tvornicu salame, sušena mesa i masti“ koja je tada zapošljavala 50 radnika i mesarskih majstora.

Početak 20. stoljeća gradili su se novi, industrijski pogoni, započela je s radom veterinarsko-sanitarna služba s laboratorijima, a obori za tov svinja primali su godišnje i do 10.000 komada svinja. Između dva svjetska rata Gavrilovići proizvodi bili su prisutni na svim značajnijim tržištima Europe. Izvozilo se u

Francusku, Švicarsku, Austriju, Čehoslovačku i Italiju.

Kao i svugdje u svijetu, završetak 2. svjetskog rata donio je velike promjene. Tvornica 1945. godine, kao i sve ostale privatne tvornice, postaje državno vlasništvo. Uspješno se razvija te šezdesetih godina prošloga stoljeća započinje s izgradnjom nove, moderno zasnovane tvornice, a pokreće se i vlastiti maloprodajni lanac.

Usprkos uspjesima na domaćem i stranom tržištu, tvrtka je krajem osamdesetih zapala u financijske poteškoće te ju je kupio sin posljednjeg predratnog vlasnika, Gjuro Gavrilović. Samo nekoliko dana kasnije Petrinja i tvornica bile su okupirane i ostale nedostupne novome vlasniku. Tijekom pet prognaničkih godina proizvodnja se u iznajmljenim prostorima u Zagrebu svela na samo nekoliko osnovnih proizvoda.

Danas, desetak godina kasnije, Mesna industrija Gavrilović d.o.o. opremljena je najsuvremenijim industrijskim strojevima te se skoro svakodnevno uvode nove tehnologije. U razdoblju od 1997. do danas investirano je više od 50 milijuna eura u razvoj proizvodnog pogona i popratnih objekata. Proizvodni procesi tako danas udovoljavaju svim najstrožim europskim i američkim standardima kvalitete gotovih proizvoda i svježeg mesa.

Proizvod

Riječ salama izvedena je iz latinske riječi salumen koja je označavala mješavinu usoljenog mesa. No priprema salama i kobasica svoje tisućljetno porijeklo vuče još od doba starih Grka, a salame i kobasice bile su često jelo na stolovima starih Rimljana. Kroz stoljeća su se u različitim dijelovima svijeta razvili različiti načini pripreme kobasica i pojavile su se razne regionalne inačice salama. Tradicija proizvodnje salame u Gavriloviću duga je koliko i njegov vijek. U drugoj polovici 19. stoljeća zimi su u Petrinju poslovno dolazili talijanski majstori zidari iz Furlanije, sjevernotalijanske pokrajine poznate po raskošnoj gastronomskoj tradiciji. Jedan od njih, po imenu Casio, bio je pravi umjetnik u pripravi salama te je udrživši znanje i umijeće s lokalnim majstorima stvorio novu, jedinstvenu vrstu salame, Gavrilovićevu salamu. Tajna te recepture prenosila se s koljena na koljeno pa je





tako Casia naslijedio Giovanni Domenico Cimbarro, a njega opet njegov sin Luigi. Gavrilovićeva salama brzo je osvojila poklonike diljem Europe te je još početkom 20. stoljeća započeo s radom u to vrijeme najmoderniji salamski pogon s prvim klimatiziranim komorama.

Prema podacima za 1931. godinu, Gavrilović je te godine proizveo 600 tona prvoklasne salame, a uoči 2.svjetskog rata proizvelo se rekordnih 850 tona salame isporučenih na domaće i europsko tržište. Gavrilovićeva zimka salama do današnjega je dana ostala nezaobilazan dio hrvatske gastronomske tradicije. Tajna njenog dobrog okusa je u kvaliteti sirovine i u poštivanju prirodno potrebnog vremena za zrenje i razvoj plemenitih plijesni. Ona je ponos kuće Gavrilović.

Jetrena pašteta još je jedan jedinstven Gavrilovićev proizvod u kojeg je utkano višestoljetno znanje i iskustvo. To je također proizvod neupitne kvalitete, prepoznatljivog okusa i dizajna. Gavrilovićeva jetrena pašteta neizostavan je sastojak svakodnevnih malih obroka, nezaobilazna je pri pripravi kanapea te je neizbježni sastojak pikantnih sendviča.

Osim salama i pašteta Gavrilović nudi veliku paletu sušenih mesa, trajnih i polutrajnih kobasica, hrenovki i gotovih jela, kojima je svima zajednički nazivnik - posebna pažnja koja se posvećuje očuvanju tradicionalne kvalitete uz primjenu najsuvremenijih tehnologija.

Nedavni razvoj

Tijekom proteklih godina Gavrilovićev asortiman postajao je sve bogatiji, a novi proizvodi nalazili su svoje mjesto na tržištu i svoje potrošače.

Najmlađa kći iz porodice šunki postala je poznata po imenu mjesta u kojem je i nastala. To je Petrinjska šunka, prepoznatljiva po svojim izuzetnim

svojstvima, a naročito specifičnom mirisu i okusu. Proizvodi se od najkvalitetnijih mišića šunke sa slojem pripadajućeg tankog špeka, a postupak pripreme sličan je proizvodnji pršuta. Okus joj je lagano slan s blagim mirisom dima.

Posebna poslastica za sve one koji vole laganije obroke su Frankfurter hrenovke, vrhunski proizvod stvoren korištenjem tradicionalnih metoda i vlastitog bogatog iskustva u proizvodnji hrenovki. Kontrolirano sušenje i blago dimljenje omogućuju formiranje izuzetnog okusa, mirisa, boje i plemenite arome što im daje dodatno obilježje domaćega proizvoda.

Apsolutna novost na hrvatskome tržištu je pakiranje stare dame Jetrene paštete u praktičnoj i funkcionalnoj tubi. Tuba se po upotrebi lako zatvara i vraća u hladnjak te se na taj način čuva originalni okus paštete i sva njena nutritivna svojstva. Jetrena pašteta je oduvijek bila omiljena kod djece, a novi način pakiranja čini je lako dostupnom i sigurnom čak i za najmlađe.

Promocija

Mladu, jednu djevojku Jelicu što drži u ruci salamu i koja je postala zaštitni znak Gavrilovića osmislio je 1926. Andrija Maurović, jedan od najvećih hrvatskih crtača stripa. Kroz desetljeća je taj lik dobivao razne interpretacije, a u jednoj od prvih velikih promotivnih kampanja nakon 1991. godine reinterpretacijom Jelice pozabavilo se troje uglednih suvremenih hrvatskih umjetnika, dizajner i strip crtač Mirko Ilić te slikari Miroslav Šutej i Dimitrije Popović.

U božićnom televizijskom spotu za 2006. godinu vješt su animatori Jelicu pretvorili u dobru vilu koja samo jednim laganim dodirnom čarobnog štapčića i običan stol pretvara u svečanu trpezu. Televizijski spot za zimsku salamu iste je godine ušao u samo finale izbora za najbolji televizijski spot na 21. London International Awards natjecanju.

Vrijednosti robne marke

Postoje dva jaka i neoboriva dokaza stoljetne snage robne marke Gavrilović. Nakon 2. svjetskog rata tadašnji su novi vlasnici željeli revolucionarizirati naziv tvornice u novi, borbeniji naziv Crvena zvijezda. Ta se avantura pokazala vrlo opasnom jer tržište jednostavno nije prihvaćalo proizvode pod tim imenom te su vrlo brzo su morali vratiti stari naziv. Tako je Gavrilović ostao jedina tvornica koja u



vrijeme socijalizma nije nosila ime narodnog heroja već ime bivših vlasnika.

Tijekom Domovinskog rata pogoni u Petrinji bili su izvan dosega i Gavrilovićevih proizvoda nije bilo na policama trgovina. No nije nestala reputacija i ugled imena te se Gavrilović nakon rata u rekordnom vremenu, upravo zahvaljujući snazi robne marke, vratio na stare liderske pozicije.

Danas na pitanje o tome koja su tri proizvođača mesnih preradevina po njihovom mišljenju najbolja, ispitanici daleko najčešće odgovaraju da je najbolji Gavrilović (73,3%). Ovi postoci, koji se odnose na percepciju kvalitete, gotovo se savršeno podudaraju s postocima konzumacije, što znači da ispitanici uglavnom najčešće konzumiraju preradevine onog proizvođača kojeg i smatraju najboljim (Izvor: Agencija Puls).

www.gavrilovic.hr



JESTE LI ZNALI...

Gavrilović

- Josip Broz Tito je svoju gošću Sofiju Loren oduševio zimskom salomom.
- Tvrtku vodi već osma generacija iste obitelji, što je jedinstveni slučaj u Europi.
- Današnji je vlasnik, reklamirajući svoje proizvode, nastupio u šest televizijskih spotova.