



Da bi mali izrasli u velike.

Tržište

Robna marka Frutek na tržištu dječjih sokova i nektara te kašica ima poziciju tržišnog lidera, kako u Sloveniji, tako i na nekim inozemnim tržištima (Bosna i Hercegovina). Jaka pozicija u prošlosti predstavljala je velike prepreke za ulazak stranih robnih marki na slovensko tržište. Posljednjih godina tržište dječjih sokova i nektara je u opadanju. Jedan od glavnih uzroka negativnog trenda prodaje je opadanje nataliteta, što je karakteristično za sva razvijena tržišta na kojima je tvrtka prisutna s programom Frutek. Kod dječjih je kašica, pak, tržište stabilno i primjećuje se lagani rast. Neposredan utjecaj na tržište dječjih sokova i nektara te kašica ima i doktrina dohranjivanja dojenčadi.

Robna marka Frutek prodaje se na više od 10 tržišta i može se pronaći na policama svih trgovaca u Sloveniji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini, Srbiji, Crnoj Gori, na Kosovu, u Makedoniji, Rusiji, Ukrajini, Bjelorusiji, Bugarskoj, a u manjoj mjeri i na novim tržištima na kojima se primjećuje potencijal rasta (Litva, Latvija, Kazahstan).

Proizvodi Frutek namijenjeni su najosjetljivijoj i najnježnijoj, a i najzahtjevnijoj skupini potrošača, našim najmlađima, koji se s okusima voća i povrća tek upoznaju. Užu ciljanu skupinu potrošača predstavljaju djeca u dobi od šest mjeseci do dvije godine. A to je primarni razlog zbog kojeg se, kako u izboru sirovina, tako i konačnim proizvodima posvećuje posebna pozornost. Proizvodi ne sadržavaju konzervanse, umjetne arome ni bojila, proizvedeni su isključivo od najkvalitetnijih prirodnih - bespriječnih sirovina i obogaćeni vitaminom C. Program obuhvaća bogat izbor okusa. Kod određivanja asortimana poštuju se trendovi u području prehrane za djecu kod kuće i u svijetu te iskustva specijalista pedijatrije, s kojima tvrtka cijelo vrijeme surađuje.

Dostignuća

Ideje vodilje u oblikovanju proizvoda pod robnom markom Frutek su kvaliteta, neprestan razvoj, prilagođavanje potrebama našeg najmlađeg potrošača i njegovih roditelja te poštovanje i pridržavanje svih smjernica vezanih uz zdravu prehranu dojenčadi i male djece po uputama pedijatar. Sve je to zapisano u pozicijskom sloganu koji se upotrebljava na slovenskom, hrvatskom i srpskom jeziku: Da bi iz malenoga izraslo veliko.

Svake godine proda se više od 30 milijuna bočica sokova i čašica dječjih kašica. Kako potrošač, tako i stručna javnost priznaju proizvodima Frutek natprosječnu kvalitetu. U području prehrane za djecu nema natjecanja s velikim odjekom i ocjenjivanja, budući su potrošači najmlađi, koji teško riječima i brojevima izražavaju mišljenje o proizvodima. Najbolja ocjena i pohvala za proizvođača je zadovoljno i sretno dijete koje se uspješno razvija i napreduje i pomoću Frutekovih proizvoda.



U području ambalaže i marketinških aktivnosti, robna marka Frutek lako je prepoznatljiva i s medijskim odjekom. Osobito važan korak bilo je osuvremenjivanje ambalaže i kreacija vlastite zaštitne bočice Frutek, koja je nastala kao plod suradnje tehnologa i dobavljača stakla.

Povijest

Robna marka Frutek rodila se 1974. godine, kad je započeta proizvodnja sokova za dojenčad i malu djecu u bočicama od 125 ml, sa zatvorenima krunskim poklopcima. Godine 1982. nova ulaganja u tehnološku opremu omogućila su prvu proizvodnju dječjih kašica i time širenje robne marke. Kašice su na raspolaganju potrošačima u čašicama u dvije veličine - 120 i 190 grama. Određivanje veličine prodajne ambalaže nastalo je u suradnji sa stručnom javnosti, kako bi u svakom proizvodu potrošač imao na raspolaganju jedan obrok. Dvije veličine ambalaže čašica omogućile su majkama izbor s obzirom na dob djeteta. Već prve bočice bile su prepoznatljive sa svojim posebnim poklopcima na kojima su bila otisnuta slova abecede koje su majke rado skupljale i kasnije upotrebljavale kao pomagalo za prepoznavanje prvih slova. Paleta okusa širila se i mijenjala tijekom godina, a nekoliko osnovnih okusa poznato je od samih početka. To su ponajprije okus jabuke, breskve i marelice, koji su i prvi voćni okusi koje majke nude svojem mališanu. Kod kašica, osim

voćnih okusa, tvrtka uspješno uvodi i okuse povrća i mesa koji su bili bitna novost na tržištu. Zbog različitih čimbenika i promjene strategije, proizvodnja mesnih kašica se napušta, a razvoj se usmjerava ponajprije na voćne, voćno-mliječne, voćno-žitarne i voćno-povrtne proizvode.

Širenjem prodaje na nova tržišta program sokova i kašica prilagođava se potrebama i zahtjevima pojedinog tržišta. Razvoj tržišta diktirao je i promjenu ambalaže proizvoda Frutek koja je uspješno učinjena 1999. godine. Promjenu oblika bočice i poklopca postupno je slijedila obnova dizajna etiketa i 2005. godine promjena pakiranja na manji broj jedinica na podlošku, što su kupci jedva dočekali.

Ove godine liniju kašica ponovo je proširena na povrtne i povrtno-mesne kašice, kao rezultat trendova, mišljenja stručne javnosti i potraživanje takvih okusa od strane naših potrošača.

U području dječje prehrane, zakonodavstvo je specifično u pojedinim državama. Naglasak je osobito na kvaliteti i sigurnosti sirovina i krajnjih proizvoda. Bitna prekretnica je 2001. godina, kad je tvrtka u području dječjih kašica certificirala sustav HACCP po danskom standardu DS 3027.

Proizvod

Robna marka Frutek udružuje dvije linije proizvoda; sokove i nektare u bočici od 125 ml i dječje kašice u čašici u dva pakiranja: od 120 i 190 grama. Svi proizvodi proizvedeni su u skladu s

misijom poduzeća. To znači da su proizvedeni isključivo od prirodnih sastojaka i ne sadržavaju nikakve dodatke. Namijenjeni su mališanima kao samostalan lagani obrok (prije podnevna ili poslijepodnevna užina) ili dopunski obrok (kao dio doručka ili desert kod glavnog obroka). A na





izletima, putovanjima i odmorima svojom praktičnošću nude roditeljima zdrav pripremljeni obrok kojim mogu utažiti glad svojeg mališana.

Prvi zahtjev koji u Fructal želi zadovoljiti je proizvodnja sigurnih proizvoda. Sa sustavom HACCP zajamčena je sljedljivost od sirovine do proizvoda. Sve se sirovine kontroliraju u vezi sa sadržajem pesticida, teških metala, mikotoksina i ostalih kontaminanata i moraju biti u skladu s valjanim zakonodavstvom. Prije otpreme na tržište na svim proizvodima Frutek provode se fizikalno-kemijske analize organoleptička ocjena i mikrobiološke analize. Do dobivanja rezultata analize, svi su proizvodi u karanteni i čekaju potvrdu mikrobiološke ispravnosti. Kvaliteta i sigurnost proizvoda Frutek stalno su kontrolirane i redovitim zdravstvenim nadzorom proizvoda na tržištu, redovitim pregledima zdravstvenih inspektora i unutarnjim i vanjskim procjenama osposobljenih ocjenjivača.

Svi navedeni postupci pri izboru sirovine i u proizvodnom procesu jamstvo su da su proizvodi Frutek prirodan i zdrav obrok.

Nedavni razvoj

U 2005. godini cjelokupno društvo proizvoda Frutek je obnovljeno. Osim novog dizajna etiketa, promijenjen je i poklopac na sokovima Frutek. Na obje linije proizvoda prodajno pakiranje smanjeno je na pakiranje od šest jedinica na podlošku.

U razvoju proizvoda Frutek slijede se smjernice o prehrani dojenčadi i male djece. S tom namjerom u asortiman su uvršteni dodatni novi okusi sokova i kašica bez dodanog šećera. Postojećim proizvodima smanjen je dodatak šećera i osiguran manji unos šećera u organizam. Proširena je paleta monookusna – sokovi i kašice proizvedeni od samo jedne vrste voća. Kako se sve više alergija pojavljuje koje muče najmlađe, roditelji moraju nove okuse postupno dodavati u prehranu djece i utvrđivati njihovu preosjetljivost na pojedine sastojke. Proširena je i paleta povrtnih kašica s dva nova okusa, kašicama od krumpira i cvjetače te od krumpira i brokule. Ponovo su vraćena dva nova povrtno-mesna okusa, na osnovi puretine i teletine. Dijete bi se trebalo najprije upoznati s povrtnim okusima, koji su obično manje slatki i neutralnijeg okusa, a zatim postupno s voćnim i voćno-žitim okusima. Nakon napunjenog šestog mjeseca, pravo je vrijeme za postupno privikavanje na meso koje je važan izvor nemliječnih bjelancevina te željeza, cinka i ostalih minerala.

Promocija

Fructal se, za promociju proizvoda Frutek, najčešće služi oglašavanjem u stručnim revijama koje su namijenjene mladim roditeljima. Osim toga, stručnim člancima i prigodnim oglašavanjem sudjeluje u različitim knjigama, katalozima. Za upoznavanje stručne javnosti s proizvodima, tvrtka često sudjeluje na stručnim seminarima i susretima, gdje je prisutna s proizvodima, degustacijama, dijele se promotivni materijale, a medicinske sestre i pedijatre upoznaje s novostima. Suradnja sa stručnom javnosti posljednjih godina usmjerila se i na organiziranje obrazovanja u području prehrane i predstavljanja proizvoda, s uključenim razgledanjem proizvodnje. Takvi susreti ocjenjeni su uspješnim budući da za njih uvijek postoji veliko zanimanje stručne javnosti. Plod suradnje je brošura o prehrani dojenčeta i malog djeteta, koja je nastala pod okriljem priznate nutricionistice iz pedijatrijske klinike, te koja se, zajedno s ostalim materijalima (metri za mjerenje visine djece, ovitci za zdravstvene iskaznice...) nudi mamama i tatama kod dolaska u zdravstvena savjetovališta.

Frutekovi potrošači još se uvijek rado sjećaju

televizijskih reklama, a među onima s najvećim odjekom, svakako je ona koja prikazuje skupinu kuhara koja se trudi pripremiti zdrav obrok za dojenče. U ušima odjekuje pjesma: "Gulimo i čistimo, ribamo, sjeckamo..." koje su mnoge mame pjevale svojem mališanu za vrijeme hranjenja.

Osim nabrojenoga, tvrtka se služi i aktivnostima unapređenja prodaje na prodajnim mjestima, osobito komunikacijom putem kataloga. Prošlih godina organizirano je nekoliko nagradnih igara, kako u Sloveniji, tako i na stranim tržištima, ponajprije s ciljem nagrađivanja lojalnosti kupaca i aktivnosti izravnoga marketinga (u okviru kluba Frutek u Sloveniji, Hrvatskoj i u Bosni i Hercegovini).

Vrijednosti robne marke

Robna marka Frutek znači zdrav i prirodan obrok u kojem su udruženi tradicija, ljubav, obitelj i kvaliteta. Svakom roditelju omogućuje da se odgovorno brine za zdravu prehranu svojeg djeteta. Fructal će se i dalje truditi kako bi proizvodi pod robnom markom Frutek bili prirodni, svjež i kvalitetni, budući da su svjesni kako je samo najbolje iz prirode dovoljno dobro za najmlađe potrošače.

Ponosni su što znaju i mogu proizvesti te ponuditi, danas sve zahtjevnijim potrošačima, proizvod koji je za većinu pojedinaca prvi proizvod koji kušaju u životu.

www.fructal.si

JESTE LI ZNALI...

Frutek

- Prvi proizvodi pod robnom markom Frutek bili su: crveni voćni sok obogaćen željezom, sok od breskve obogaćen kalcijem i voćno-povrtni sok od mrkve.
- Gotovo svako dijete u Sloveniji koje se rodilo u posljednjih trideset godina barem je jednom u životu okusilo Frutek.
- Sokovi i nektari Frutek preporučivali su se djeci već nakon napunjenog prvog mjeseca života.
- Fructal je bio prvi u Sloveniji koji je uspostavio sustav za nadzor kvalitete ISO 22000.

