



## TRŽIŠTE

Sladoled je najstarija poslastica na svetu. Iako se obično vezuje za decu, u njemu uživaju sve generacije i to još od drevnih vremena. Sladoled Kapri, kao najprepoznatljiviji brend kompanije Frikom je zajedno sa sladoledima Sneško, Čoko Moko i Rumenko već ušao u legendu, dok su ostale smrznute namirnice: povrće, testo i riba sa znakom iste kompanije već decenijama omiljeni izbor potrošača. Frikom AD, najveći proizvođač sladoleda i smrznute hrane u Srbiji, ušao je u četvrtu deceniju postojanja i kao regionalni lider, prisutan je i na tržištima Crne Gore i Makedonije i iz godine u godinu beleži poslovni rast. U 2012. godini nastavljen je niz uspešnih poslovnih rezultata, pa je uz kvalitetnu proizvodnju, marketinšku, prodajnu i distributivnu podršku kompanija Frikom zadržala i dodatno osnažila postojeće tržišne pozicije. Distributivnu snagu Frikoma predstavlja više od 50.000 rashladnih uređaja na najatraktivnijim lokacijama. Preko 150 novih kamiona-hladnjača, podržanih savremenom informatičkom opremom, distribuirala Frikomove proizvode trgovini na veliko i malo, ugostiteljstvu, sopstvenoj maloprodaji, javnim ustanovama i ka izvoznim tržištima. Proizvodi su, bez obzira na udaljenost uvek u dubokom smrznutom stanju od proizvodnje do frižidera na svim prodajnim mestima. Direktna kanal distribucije osigurava potrošačima sigurnu isporuku proizvoda u traženim količinama i dogovorenom vremenu, kroz nekoliko distributivnih i prodajnih centara čime se obezbeđuje dostupnost svih proizvoda krajnjim potrošačima.

## DOSTIGNUĆA

Kompanija Frikom je svesna zahtevnosti tržišta i stalne potrebe za novim ukusima, stoga se posebna pažnja svake godine posvećuje inovacijama i razvoju novih proizvoda. Kao rezultat višegodišnjeg ulaganja od strane Koncerna Agrokor, Frikom danas poseduje najsavremeniju procesnu opremu svetskih proizvođača u funkciji proizvodnje zamrznute hrane, odnosno sladoleda, povrća i testa, kao i poljoprivrednu mehanizaciju poslednje generacije za berbu povrća.

Kao najnoviji i ujedno najznačajniji pronalazak u 2012. godini nagrađen i od strane Pupinovog Fonda, kao i Zlatnom medaljom Tesla-Pupin, proglašena je Linija za industrijsku proizvodnju mešanog povrća u čijem sklopu je mašina MIX FLEX 1000 osnovna oprema. Kao rezultat višegodišnjeg iskustva u proizvodnji mešavina povrća, stručnjaci iz Frikoma su razvili ovo inovativno rešenje. Frikom je kompanija koja veliku pažnju posvećuje unapređenju rezultata na području sistema upravljanja kvalitetom, stoga je implementiran niz međunarodnih standarda: Sistem upravljanja higijenom i HACCP, ISO 9001:2008, ISO 22000:2005, ISO 14001:2004, BS OHSAS 18001:2007 i Međunarodni standard za primarnu proizvodnju Global G.A.P. Sve ovo govori u prilog kvalitetnom proizvodu koji prvenstveno zadovoljava sve

zahteve za bezbednošću zdravlja potrošača, proizvodu koji se sastoji od sirovina koje su prerađene na najsavremeniji način i u smislu mikrobiologije i u smislu zadržavanja kvalitetnih sastojaka samih sirovina u toku prerade. Osnovni cilj svih ovih napora je da krajnji potrošač uvek dobije prepoznatljiv proizvod vrhunskog kvaliteta. O ovome najbolje svedoči laskava titula „Moj izbor“, koja je, prema ocenama potrošača, dodeljena Frikom smrznutom voću i povrću dve godine zaredom. Takođe, Frikom smrznuto povrće je među tri najsnažnija brenda u Srbiji u 2012. godini, prema podacima Brandpuls istraživanja koje je merilo više od 60 kategorija robe široke potrošnje, a koje je sproveo Ipsos Strategic Marketing.

## ISTORIJA

Davnih sedamdesetih godina prošlog veka Zavod za industrijsku tehnologiju Instituta Poljoprivredni kombinat Beograd došao je na



## KING

ideju da pokrene proizvodnju smrznute hrane. Najpre je osnovan eksperimentalni pogon za gotova jela, kao i za testa i sladoled. Uz pomoć Međunarodne korporacije za investicije u Jugoslaviji, za ovaj projekat se zainteresovala holandsko-engleska multinacionalna kompanija „Unilever“ uz čije se posredovanje u posao uključila i Međunarodna finansijska korporacija iz Vašingtona (IFC). Ugovor o zajedničkom ulaganju u izgradnju fabrike smrznute hrane potpisan je 1975. godine. Kapaciteti nove fabrike projektovani su po uzorima svetske tehnike i tehnologije i u skladu sa zahtevima domaćeg i inostranog tržišta. Najpre vođena kao Jedinica zajedničkog ulaganja, fabrika je dobila skraćeni naziv Frikom – Kompanija smrznute hrane (FROZEN food COMpany). Od februara 2003. godine počelo je novo poglavlje u istorijatu kompanije: Frikom je postao akcionarsko društvo sa većinskim stranim kapitalom jednog od najvećeg regionalnog Koncerna, kompanije Agrokor. Agrokor je počeo i nastavio da ulaže velike napore u unapređivanje organizacione strukture, distribucije i prodaje, u isto vreme stavljajući naglasak na unapređenje kvaliteta proizvoda kroz promenu receptura i podizanje kvaliteta osnovnih sirovina. Već u prvoj godini poslovanja postignuti su značajni rezultati i stvorena realna osnova za još bolje poslovanje

u vremenu koje je dolazilo. Godine 2005. je u potpunosti revidiran portfolio brendova sladoleda. Dve godine kasnije, Frikomova proizvodnja se uvećala kompanijom za preradu voća i povrća Nova Sloga iz Trstenika, u čijem je vlasništvu i brend mineralne vode Mivela.

## PROIZVODI/USLUGE

U tešniji da postane snažna regionalna kompanija u proizvodnji i prodaji sladoleda i ostalih smrznutih proizvoda, Frikom neprestano širi asortiman i prilagođava ga novim zahtevima tržišta i najraznovrsnijim željama potrošača. U Frikomovoj bogatoj ponudi sladoleda na štapiću počasno mesto zauzima Kapri, sladoled sa neodoljivom kombinacijom vanile, sosa jagode i čokoladnog prelića, dok Sneško, Čoko Moko, Rumenko, Rum Koktel već decenijama važe za neke od najprodavanijih sladoleda. U Macho sladoledima najviše uživaju mladi, urbani ljudi, dok je najzahtevnijim kupcima namenjen premium segment sa istaknutim brendom King. Među ljubiteljima sladoleda u kometu najpopularniji su oni sa tradicionalnim ukusima čokolade i jagode, kao i premium kometi Maximo, dok se u porodičnom asortimanu izdvaja premium poslastica od najfinijih kombinacija ukusa – sladoled Grandissimo, kao i Quattro, Strauss i Twice.

Vodeću ulogu u regionu u proizvodnji smrznutog povrća Frikom je stekao zahvaljujući kontroli semena i sorti, nezi useva i ubiranja povrća u optimalnoj tehnološkoj zrelosti koja je neophodna za vrhunski kvalitet proizvoda, a koji se održava redovnom i temeljnom kontrolom povrća od zasada preko berbe i transporta. Smrznuto povrće zadržava sve hranjive sastojke od berbe do pakovanja gotovog proizvoda. Na tržištu Srbije već dugo je najtraženiji Frikomov Grašak, uz Boraniju i Kukuruz šećerac a kompanija je, tokom godina obogatila ponudu i širokom paletom mešavina. Sa idejom da ukusi poznatih svetskih kuhinja budu dostupni i domaćim potrošačima, proizvedene su i Carska mešavina, Mediteranska mešavina, Fitness mešavina, Kineska mešavinu i Rižoto.

Zahvaljujući Frikomu, na kontinentalne trpeze stiže i široka paleta proizvoda od plodova mora, morske i rečne ribe. U asortimanu se nalaze i smrznuta testa od pažljivo odabranih sastojaka koja pružaju osećaj domaće kuhinje, a brzom i jednostavnom pripremom zadovoljavaju sve sladokusce, kako ukusom, tako i interesantnim formama.

## NAJNOVIJI PODUHVA TI

Obzirom na dinamične uslove poslovanja i rastuća očekivanja potrošača, svake godine se naročita pažnja posvećuje inovacijama i razvoju novih proizvoda. Frikom je 2011. godine pustio u rad novu liniju za industrijsku proizvodnju mešanog povrća u čijem sklopu je mašina Mix flex, inovacija koja je omogućila uvećanje kapaciteta proizvodnje mešavina preko tri puta. Inovacije u asortimanu su među Frikomovim

sladoledima u segmentu impulsa izdvojile Calipso – sladoled jedinstvene forme u tubi sa osvežavajućim voćnim aromama. Frikom je mislio i na najmlađe. Ideje za nove dečije sladolede stigle su iz popularnih crtanih filmova i sportskih događaja. Putem sakupljanja sličica, internet igrice i nagrađivanja najboljih, Frikom deci uz omiljenu poslasticu pruža i obilje zabave.

Frikom je uložio poseban napor kako bi i dijabetičarima omogućio uživanje u ledenim poslasticama. Novost za ljubitelje prefinjenog ukusa je King prestige, premium sladoled u luksuznoj kartonskoj ambalaži. Kombinacijom najkvalitetnije belgijske mlečne i bele čokolade sa komadićima truffles-a, sa zlatnom krunom na čokoladnoj oblozi u potpunosti opravdava svoj kraljevski naziv. Frikom je na tržište lansirao pionirski koncept u domaćoj proizvodnji sladoleda, zimsku ledenu poslasticu Parfe.

## PROMOCIJA

Svake godine Frikom priprema kampanje kojima ojačava postojeće brendove i promovira nove proizvode. Kampanja za sladoled Parfe je imala za cilj da potrošačima približi ideju da sladoled nije samo omiljena letnja poslastica, nego da pruža uživanje i u zimskim danima. Njegova topla kremasta struktura u kombinaciji sa sosom maline daje neverovatan ukus i budi sva čula. Krckavi komadići lešnika, pomešani sa čokoladnim kremom stvaraju neponovljiv ukus. Kampanje za King, Maximo i Grandissimo prenele su jedinstven doživljaj uživanja u



sladoledu, igru ukusne mase, sosova i vazdušastih posipa, kao i jedinstvene prilike u kojima se služe Frikomovi premium sladoledi. Već tradicionalno Frikom organizuje nagradnu igru pod sloganom „Pažljivo ližite“, gde se svakom ljubitelju sladoleda pruža prilika da uživanjem u svom omiljenom sladoledu osvoji vrednu nagradu iz bogatog fonda. Kako bi se naglasio kvalitet i prednosti upotrebe smrznutog povrća, voća i ribe, koje zadržavaju sve neophodne vitamine i

nutritivne, pokrenuta je kampanja „Smrznuto je zdravo“ sa ciljem edukacije potrošača. U okviru ove kampanje promovisanja smrznutih proizvoda kao zdrave hrane, pre svega povrća i ribe, pokrenut je Internet sajt www.smrznutojezdravo.rs, na kome potrošači mogu pronaći pregršt recepata, nutricionističkih saveta i raznih zanimljivosti. Takođe, realizovana je i kampanja za Frikom testa kojom je promovisan kvalitet i inovacije u asortimanu Frikomovih smrznutih testa. Zajedno sa Crvenim krstom u 2011. i 2012. kompanija je organizovala akciju Dinar za

narodne kuhinje, gde je svaki potrošač kupovinom Frikom povrća donirao jedan dinar za ovu humanitarnu akciju. Frikom je, u okviru ove akcije za korisnike narodnih kuhinja donirao i 50 tona smrznutog povrća od koga je pripremljeno više od 170.000 obroka.

Frikom je i pokrovitelj raznovrsnih priredbi za decu, kao što su Baby exit, Dečiji sajam, kao i donator domovima za nezbrinutu decu, Dečijoj klinici u Zvečanskoj ulici u Beogradu, Komesarijatu za izbeglice. Pored akcija humanitarnog karaktera, Frikom su trudi da podrži i sportiste, pa je sa tim ciljem tokom godina realizovano više sponzorstava sa Olimpijskim komitetom Srbije, Košarkaškim i Fudbalskim Savezom Srbije.

## VREDNOSTI BRENDA

Danas, nakon nekoliko decenija postojanja, kompanija Frikom je ponosna na status najvećeg proizvođača industrijskog

sladoleda i smrznute hrane. Snaga Frikom brenda rezultat je pažljivog planiranja i dobro postavljene strategije. Portfolio kompanije čini veliki broj brendova, a zajednička osnova na kojoj su svi izgrađeni podrazumeva vrhunski kvalitet, široka dostupnost proizvoda, bogatstvo ponude sa najrazličitijim ukusima i formama. Kroz jaku emotivnu komponentu koja se vezuje za tradiciju, hedonizam, luksuz i satisfakciju izgrađena je snažna veza sa potrošačima, koji se Frikom proizvodima uvek rado vraćaju. Stalnim radom na inovativnosti ponude, kao i širokim asortimanom proizvoda, kompanija nastoji zadovoljiti potrebe svih kategorija potrošača. Kao rezultat toga, Frikom je postao snažan brend, sinonim za kvalitet i tradiciju.

## ONO ŠTO NISTE ZNALI FRIKOM

- Najpopularniji ukus sladoleda je vanila, a najtraženiji preliv je čokoladni, što je odavno potvrdio i Sneško, jedan od najstarijih Frikomovih sladoleda.
- Hranjivi sastojci u smrznutom voću i povrću ostaju očuvani kada se konzerviraju industrijskom metodom brzog smrzavanja, kako se to radi u Frikomu. Na taj način izbegava se gubitak hranljivih sastojaka usled transporta i skladištenja.
- Veliki broj ljudi i nacija širom planete sladoled smatra upravo zimskom poslasticom: organizam se ne izlaže stanju šoka zbog temperaturne razlike, dok sladoled koji se jede tokom hladnog vremena pomaže u eliminisanju bakterija iz grla i ne dozvoljava njihovo širenje.
- Aleksandar Makedonski, jedan od najvećih vojskovođa sveta, okrepljivao je svoje vojnike sladoledom.