Pomurske mlekarne ob 75-letnici z novimi trendovskimi izdelki in prenovljeno podobo

MATEJA BERTONCELJ
mateja.bertoncelj@finance.si

V Pomurskih mlekarnah letos praznujejo 75-letnico poslovanja. »Tradicija, znanje in zavzetost zaposlenih so neprecenljiva in največja dodana vrednost našega podjetja. A gledamo tudi v prihodnost. Tradicionalnim recepturam dodajamo inovativnost in sodobnost, kar vse pripomore k boljšim rezultatom. Letos bomo prodajo v primerjavi z lani povečali za dobrih deset odstotkov, dobiček pa podvojili. Tudi za prihodnja leta načrtujemo vsaj desetodstotno letno rast prodaje. Do rasti nam bodo pomagali osvežena embalaža, novi postopki pakiranja in novi trendovski izdelki,« pravi Anthony Tomažin, lastnik in direktor Pomurskih mlekarn.

Avstralski Slovenec Anthony Tomažin je Pomurske mlekarne, ki so bile v prisilni poravnavi, kupil pred dvema letoma. Prisilna poravnava je bila letos jeseni zaradi uspešne preobrazbe podjetja predčasno končana. Sogovornik poudarja, da je do preobrazbe podjetja prišlo tudi zaradi velike pripadnosti in znanja zaposlenih – v mlekarni so bili zaposleni že starši in stari starši nekaterih delavcev. V zadnjih dveh letih so v tej tretji največji slovenski mlekarni število zaposlenih povečali za 40, tako da jih je zdaj 160. Letos jim bodo zaradi boljših poslovnih rezultatov in 75-letnice izplačali višjo božičnico kot lani.

Z načrtovano rastjo proizvodnje je predvideno tudi, da bodo v prihodnjih letih še dodatno zaposlovali.

Uporabljajo samo slovensko mleko

V Pomurskih mlekarnah mleko kupujejo samo v Sloveniji in ga skrbno predelajo. »Držimo se poslanstva, ki ga najbolje ubesedimo z našim sloganom Beli zakladi neokrnjene narave.

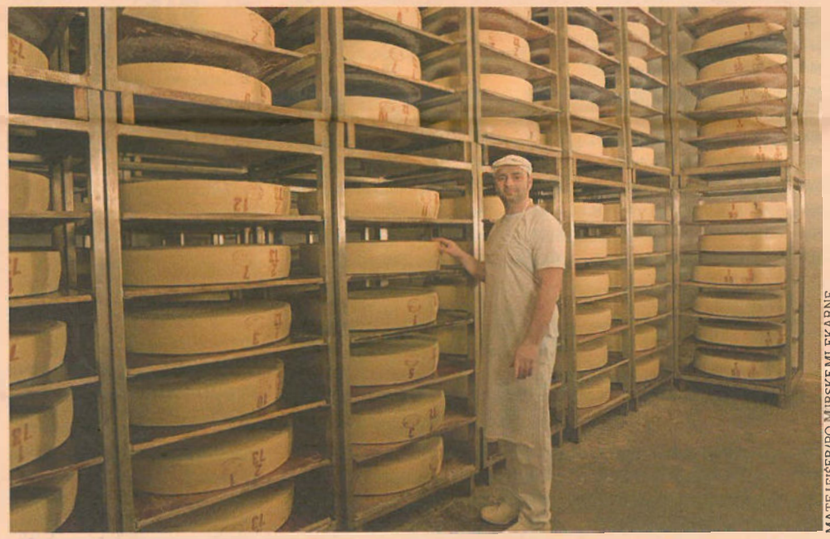
> V preteklosti smo se v Pomurskih mlekarnah osredotočali na kakovost izdelkov in se premalo posvetili novim navadam kupcev pa tudi trgovcev. Ni dovolj, da so izdelki dobri, morajo biti tudi všečno predstavljeni, embalaža mora biti lepa. Poleg tega se povečuje prodaja pakiranih sirov. Zato zdaj vlagamo v nove pakrine linije.
>
> **Anthony Tomažin, direktor in lastnik Pomurskih mlekarn**

Moja vizija je, da kupci izdelke Pomurskih mlekarn enačijo z vrhunsko kakovostjo, temelječo na recepturi minulih znanj, a ustvarjeno s sodobnimi tehnološkimi pristopi,« razlaga sogovornik.

Z naložbami se prilagajajo sodobnim kupcem

»V preteklosti smo se osredotočali na kakovost izdelkov in se premalo posvečali novim navadam kupcev pa tudi trgovcev. Ni dovolj, da so izdelki dobri, morajo biti tudi všečno predstavljeni, embalaža mora biti lepa. Mor da še pomembneje pa je, da v primerjavi z nekoč, ko smo kupovali izdelke v večjih količinah, zdaj želimo imeti čim bolj sveže, zato se porcije manjšajo. Tako se povečuje prodaja pakiranih, pa tudi že narezanih sirov in temu moramo slediti tudi z našimi pakiranji. Kupci si pač poenostavljamo življenje in raje kot velike kose kupujemo že narezane. Tako pakirane izdelke pa tudi trgovci hranijo v hladilnih omarah in ni treba, da jih postrežejo na delikatesi. In temu smo v Pomurskih mlekarnah premalo sledili, tako da zdaj veliko vlagamo v nove pakirne linije,« pojasnjuje Tomažin.

ALEŠ BENO



MATEJ FIŠER/PO MURSKE MLEKARNE

Pomurske mlekarne so ena redkih evropskih mlekarn, ki sir ementalec ponujajo v tradicionalnih 80-kilogramskih hlebcih. A ohranjanje tradicije ni dovolj, treba se je prilagajati tudi novim navadam porabnikov. Povečuje se prodaja pakiranih, pa tudi že narezanih sirov. Zato zdaj vlagajo v nove pakirne linije.

Odvzemanje sladkorja, dodajanje vitaminov ...

V Pomurskih mlekarnah tudi sicer sledijo novim prehranskim smernicam, ki zapovedujejo manjše vsebnosti sladkorja. Tako na trg prihaja nova linija jogurtov, ki jim bo na sto gramov jogurta dodano manj kot deset gramov sladkorja. Na drugi strani izdelkom dodajajo vitamine, ki so v današnjih razmerah več kot potrebni v vsakdanji prehrani.

Novi trendovski izdelki

Še letos bodo predstavili nov izdelek, pravzaprav mlečni obrok, shake & go. »V Avstraliji je navada, da otroci pred odhodom v šolo ali pa v šoli spijejo mlečni napitek, ki so mu dodani vitamini in vlaknine ter vsebuje vsa potrebna hranila za en obrok. Je tudi brez glutena. Menim, da bi bil tak izdelek dobrodošel tudi tu. Zato ga bomo še decembra predstavili na policah trgovin v Sloveniji. Najprej bo na voljo v čokoladnem okusu, nato bomo dodali vanilijo pa še kakšen okus. A shake & go ne bo namenjen samo domačemu trgu, temveč ga bomo predstavili tudi in na naših največjih tujih trgih, torej na Hrvaškem, v Bosni, Makedoniji in na Kosovu,« napoveduje sogovornik.

Alternativni rastlinski napitki

Anthony Tomažin ima v lasti tudi dva znana lokala – v ljubljanskem Nebotičniku ima kavarno in restavracijo, njegov je Opera bar. »Tam lahko vidim, pa tudi trendi na vseh velikih svetovnih trgih so, da imajo predvsem mladi radi alternativne rastlinske napitke. Ti so primerni tudi za vegetarijance in vegane ter za vse z laktozno intoleranco. Tudi mi želimo nagovoriti mlado urbano populacijo in postati največji domači ponudnik tovrstnih napitkov. Spomladi bomo ponudili napitke iz ovsa in iz riža,« načrte razkriva sogovornik.

Za riž ev napitek so pridobili evropski veganski certifikat V-label, ki ga podeljuje evropska veganska unija.

Prenovljena embalaža

Poskrbeli so tudi za enotno in sodobnejšo podobo podjetja, saj so prenovili embalažo prav vseh izdelkov. »Naša embalaža je nastajala v različnih obdobjih in zdaj je napočil čas, da vsi naši izdelki dobijo enotnejšo podobo, da se tako že na prvi pogled vidi, da so to izdelki Pomurskih mlekarn. Hkrati želimo, da se že prek embalaže prepoznajo naše vrednote in poslanstvo, ko s tradicijo pa tudi inovacijami na mize prinašamo bele zaklade,« pravi Tomažin.

Pomursko maslo in skuta imata v Sloveniji vodilni tržni delež

Poleg njihovega mleka, ki je znano pod imenom Pomursko mlejko, sta glavna izdelka maslo in skuta. Z njima v Sloveniji dosegajo vodilni tržni delež in ohranjajo tradicionalno recepturo pridelave. Tako so še edini večji domači ponudnik, kjer skuto v celoti naredijo po tradicionalnem postopku – tudi pakirajo jo ročno –, s čimer ta ohrani strukturo.

»Tudi pri siru ementalcu se držimo starih receptov in smo celo v Evropi eni redkih, ki ga naredijo v tradicionalnih 80-kilogramskih hlebcih,« pravi Anthony Tomažin.

Znova so začeli izdelovati tudi sir princ, ki po okusu spominja na parmezan, na tujih trgih pa je najuspešnejša njihova livada.

Izvozniki.si
Najboljše iz Slovenije
Zgodbe o uspešnih podjetjih, kako jim uspeva in kaj načrtujejo. Več na www.izvozniki.si.
Partnerji izvozniki.si:
A1
GENERALI
HOFER
Več kot fer. HOFER.
UniCredit Bank
Slovenske železnice