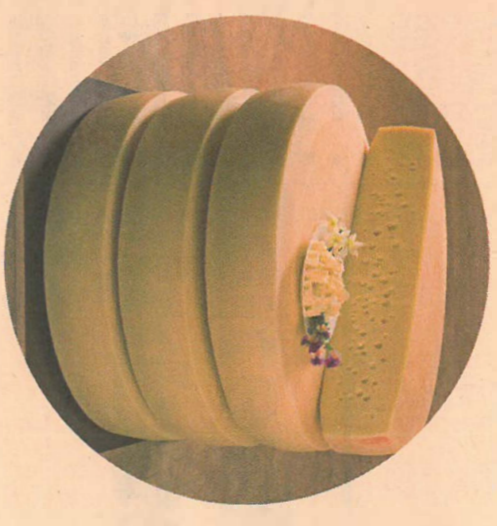


Pomurske mlekarne ob 75-letnici z novimi trendovskimi izdelki in prenovljeni podobo



MATEJA BERTONCELJ

mateja.bertoncelj@finance.si

V Pomurskih mlekarinah letos praznujemo 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 prodajali v primerjavi z lani povečano količino izdelkov, dobček pa podvojili. Tudi za prihodnja leta načrtujemo vsaj desetodstotno letno rasti prodaje. Do rasti nam bodo pomagali osvežena embalaža, novi postopki pakiranja in novi trendovski izdelki,« pravi Anthony Tomažin, lastnik in direktor Pomurskih mlekarin.



V preteklosti smo se v Pomurskih mlekarinah osredotočali na kakovost izdelkov in se premalo posvetili novim navadarnim kupcem pa tudi trgovcem. Ni dovolj, da so izdelki dobri, morajo biti tudi vsečno predstavljeni, embalaža mora biti lepa. Poleg tega se povečuje prodaja pakiranih strov. Zato zdaj vlagamo v nove pakirne linije.

Anthony Tomažin, direktor in lastnik Pomurskih mlekarin

Avstralski Slovenec Anthony Tomažin je Pomurske mlekarne, ki so bile v pristani poravnavi, kupil pred dvema letoma. Prislina poravnava je bila letosjesni zaradi uspešne obrabe podjetja predčasno končana. Sogovornik poudarja, da je do preobrazbe podjetja prišlo tudi zaradi velike pripadnosti in znanja zaposlenih – v mlekarni so bili zaposleni že stariši in stari stariši 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.

Značtovano rastjo proizvođačije predvideno tudi, da bodo v prihodnjih letih še dodano zaposlovali.

Uporabljajo samo slovensko mleko

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

Moja vizija je, da kupci izdelke Pomurskih mlekarin enačijo z vrhunsko kakovostjo, temelječo na recepturi minimalnih znanih, a usvrnjeno s sodobnimi tehnološkimi pristopi,« razlagasogovornik.

Znaložbami se prilagajajo sodobnim kupcem

»V preteklosti smo se osredotočali na kakovost izdelkov in se premalo posvečali novim navadarnim kupcem pa tudi trgovcem. Ni dovolj, da so izdelki dobri, morajo biti tudi vsečnopredstavljani, embalažamora biti lepa. Morada še pomembneje pa je, da v primerjavizideli v večjih količinah, zdaj želimo imeti čim bolj sveže, zato se porcije manjšajo. Tako se povečuje prodaja pakiranih, pa tudi že narezanih strovov in temu moramoslediti tudi našimi pakiranjimi. Kupci si pač poenostavljamo življenje in raje kot velike kose kupujemo že narezane. Tako pakirane izdelke pa tudi trgovci raje in v hladilnih omarah in ni treba, dajih posrežjo na delikatesi. Intenmusmo v Pomurskih mlekarinah premalo sle-

deh, tako da zdaj veliko vlagamo v nove pakirne linije,« pojasnjuje Tomažin.

Odvzemanjšadkorja, dodajanje vitaminov ...

V Pomurskih mlekarinah tudi sicer sledijo novim prehranskim smernicam, ki zapovedujejo manjše vsebnosti sladkorja. Tako na trg prihaja nova linija jogurtov, ki jim bo na stogramov jogurta dodano manj kot deset gramov sladkorja. Na drugi strani izdelkom dodajajo vitamine, ki so v današnjih raz-

Novi trendovski izdelki

šeletoš bodo predstavili novizdelek, 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 brezglutena. Menim, da bi bil takizdelek doberdošel tudi tu. Zato ga bomo še decembra predstavili na poli-

metah več kot potrebni vsakdanji prehrani.

cah trgovin v Sloveniji. Najprej bo na voljo v čokoladnem okusu, nato bomo dodali vaniljo pa še kakšen okus. A shake & go ne bo namenjen samo domačemu trgu, temveč ga bomo predstavili tudi 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 ka-



ALLESBENO

MATEJ FIŠER/PO MURSKE MLEKARNE

Pomursko maslo in skuta imata v Sloveniji vodilni tržni delež

Poleg njihovega mleka, ki je znano pod imenom Pomursko mleko, sta glavna izdelka maslo in skuta. Z njima v Sloveniji dosega vodilni tržni delež in ohranjajo tradicionalno reputuro pridelave. Tako so še edini večji domači ponudnik, kjer skuto v celoti naredijo po tradicionalnem postopku - tudi pakirajo 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

UniCredit Bank



GENERALI



Slovenske železnice



več kot 100 let. HOFERT.