

HISTÓRIA

Cukrovar v Trenčianskej Teplej založila v roku 1900 rodina Wolfvcov z Viedne. Boli to obchodníci s vinom a keď videli, že vypestovaná cukrová repa sa zväzla do českých cukrovarov na spracovanie, rozhodli sa, že postaví v Trenčianskej Teplej cukrovar na výrobu „bieleho zlata“. Tak vtedy cukor nazývali, pretože bol nedostatkovým tovarom a mohli si ho dovoliť len tí majetnejší. Stavba cukrovaru trvala necelý rok a už v roku 1901 bola realizovaná prvá kampaň, kde



sa spracovalo 700 ton cukrovej repy za deň, pričom pre podnik pracovalo 700 zamestnancov. Dnes spracuje v priemere 6 000 ton cukrovej repy za deň a zamestnáva približne 300 zamestnancov (200 stálych a 100 prostredníctvom dodávateľských agentúr). Prvotný názov spoločnosti „Vágvölgyi cukorgyár“ evokoval, že cukrovar sa nachádza v regióne Považia. Počas viac ako 116 rokov existencie prešla firma niekoľkými organizačnými formami – od účastinnej spoločnosti až po dnešnú akciovú spoločnosť.

V roku 1998, keď sa majoritným akcionárom Považského cukru stala nemecká spoločnosť Nordzucker AG so sídlom v Nemecku, sa začalo vo väčšej miere investovať do rozvoja cukrovaru predovšetkým za účelom zvýšenia jeho spracovateľskej kapacity. Prebehli viaceré modernizácie a automatizácie výrobného procesu. Čo sa týka objemu investícií, prelomovými boli roky 2004 a 2005, kedy došlo v cukrovaře k rozsiahlym rekonštrukciám. Najväčšou z nich bola rekonštrukcia varne. Od roku 2004 Považský cukor umiestňuje na trh svoje produkty pod značkou SweetFamily.

INOVÁCIE

Z pohľadu B2B segmentu je pre Považský cukor dôležité najmä čo najlepšie využitie kapacity výroby – až 110 000 ton cukru za sezónu. Na základe dosahovaných priemerných úrod a cukornatosti repy je potrebná pestovateľská výmera 10 000 hektárov a s touto, pri nastolenom trende výroby, počítajú spoločnosť aj do budúcnosti. Pre efektívne využitie výrobných kapacít je veľmi dôležitá úzka späťosť s pestovateľmi cukrovej repy, kde zohráva významnú úlohu

agronomická služba. Proces pestovania cukrovej repy je komplexným procesom a vyžaduje celoročné aktivity od sejby až po zber cukrovej repy. Pred samotnou sejbou je dôležitý výber správneho osiva cukrovej repy. Výber osiva konzultuje pestovateľ so zástupcom agronomickej služby Považského cukru, nakoľko je možné vybrať len vopred schválený druh osiva. Jeden z hlavných predpokladov pre vývoj rastu repy je seiba v optimálnom

termíne za optimálnych poveternostných podmienok do vhodne pripravenej pôdy. Agronomická služba monitoruje na vybraných poliach dopad škodcov na úrodu a v spolupráci s pestovateľom dbá o ošetrovanie cukrovej repy voči nim, ako aj voči burinám a rôznym chorobám. Navyše sa organizujú rôzne regionálne prehliadky a podujatia s informačným charakterom, ktoré sú platformou pre výmenu skúseností o pestovaní cukrovej repy medzi pestovateľmi.

Zber cukrovej repy sa začína v septembri a tím sa začína výrobný proces cukru v cukrovaře. Cukrová repa je pred expedovaním do cukrovaru predčistená ešte na poli, aby sa eliminoval dovoz odpadu (kamene, zelina, zemina). Tým sa však úlohy agronomickej služby nekončia. Z cukrovej repy sa odoberá vzorka a skúmajú sa jej kvalitatívne aspekty. Kvalita dodanej cukrovej repy následne ovplyvňuje celkový chod kampane, výrobu cukru, ale najmä výsledný produkt, s ktorým sa spotrebiteľ stretáva v obchodnej sieti.

HODNOTA ZNAČKY

Značka Považský cukor a prenesená aj obchodná značka SweetFamily reprezentujú tradíciu cukrovárstva,



široka sortimentu a rôznorodosť použitia produktov dokážu naplniť rozmanité požiadavky spotrebiteľov. Ponuku spoločnosti tvoria najmä klasický kryštalový cukor, krupicový cukor s jemnejšími kryštalíkmi a práškový cukor. Rovnako prináša na slovenský trh aj špeciálne druhy cukrov, ako napr. trstinový cukor, hnedý cukor, želirovací cukor alebo cukor s výťažkami glykozidov steviolu.

ktoré je v povedomí spotrebiteľov spájané s pozitívnymi asociáciami, nakoľko cukrovárstvo vždy prinášalo hodnoty ako sú práca, rodinné zázemie, tímovosť alebo spolupatričnosť. Značka Považský cukor sa tiež viaže k známemu regiónu Považia, čím sa dostáva do povedomia ľudí v mnohých ďalších asociáciách (príroda v povodí Váhu, systém vodných diel, hradov, priemysel, obchodné cesty...) Byť nositeľom značky spájajúcej sa s touto viac ako 100 ročnou tradíciou je obrovským záväzkom. Cieľovú skupinu obchodnej značky SweetFamily tvoria ženy všetkých vekových kategórií. Ide o gazdinky v domácnosti, mamičky na materskej dovolenke alebo ženy, ktoré sa venujú pečeniu takmer celý život. V súčasnosti, vplyvom foodbloggerov dochádza k zvýšenému povedomiu o rôznych druhoch cukrov a k následnému experimentovaniu, čím spoločnosť oslovuje aj ženy, ktoré sa pečeni nevenovali v takej miere, ako je tomu dnes. Spoločnosť Považský cukor, a. s. ponúka cukor v priemyselných alebo maloobchodných baleniach. Napriek tomu, že kategória cukru sa môže zdať jednotvárna, práve

ÚSPECHY A MARCOM

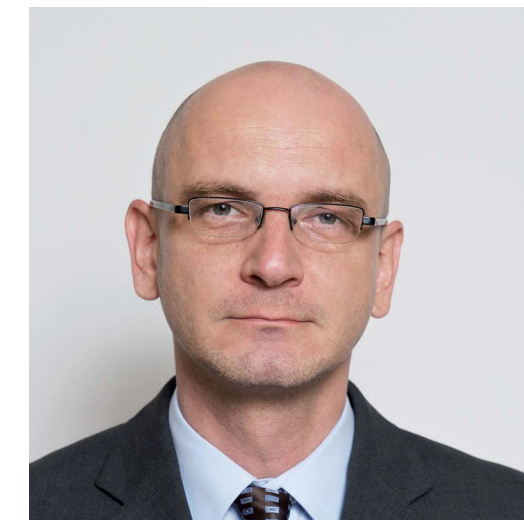
Od roku 2013 sú domáce výrobky Považského cukru nositeľmi Značky kvality SK a od roku 2016 sú produkty kryštalový cukor a krupicový cukor ocenené aj Značkou kvality SK GOLD. Zároveň značka Považský cukor a SweetFamily získali už štvrtýkrát ocenenie Superbrands. Komunikačná stratégia značky SweetFamily vychádza zo sezónnosti, čo znamená, že je posilnená v obdobiach, kedy spotrebiteľ cukor používa viac. Hlavnú sezónu predstavujú Veľká noc a Vianoce. Spotrebiteľov však celoročne oslovuje prostredníctvom blogerov, ktorí prinášajú množstvo nápaditých receptov a inšpirujú tak svojich fanúšikov. Vo svojich kampaniach značka SweetFamily pracuje s nástrojmi online marketingu, emailingu, blogerskými aktivitami, stále však veľmi dobre fungujú aj kampane v rádiu. Značka používa aj priamy kontakt so spotrebiteľom, a to priamo v predajniach alebo počas rôznych výstav, kde majú možnosť vyskúšať si výrobky SweetFamily priamo v receptoch. Novým nástrojom v komunikácii značky SweetFamily je Newsletter, ktorý prináša pre spotrebiteľom



sladké inšpirácie vždy podľa aktuálnej sezóny.

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

Spoločnosť Považský cukor, a. s. podporuje aktivity smerujúce k spoločenskej zodpovednosti. V tejto oblasti sa zameriava hlavne na podporu projektov s kultúrnym a spoločenským programom, súťažami či športovými aktivitami v regióne Považia určenými pre rodiny s deťmi. Spoločnosť tiež podporuje detské domovy alebo občianske združenia, ktoré organizujú rôzne tábory či stretnutia detí.



NORBERT FIGMIK
 HEAD OF AGRICULTURE CENTER SK

„Byť držiteľom ocenenia Superbrands je pre nás čťou a zároveň znamená zodpovednosť, ktorú pocítujeme aj v našom Agri Centre pri obstarávaní základnej suroviny na výrobu cukru – cukrovej repy. Základnou filozofiou našej práce je trvalá udržateľnosť jej pestovania. Tú nám zaručuje stabilná skupina našich pestovateľov, ktorým poskytujeme osobné agronomické poradenstvo založené na poznatkoch svetových odborníkov a našich kolegov zo skupiny Nordzucker AG. Dôležitým faktorom pre trvalú udržateľnosť sú aj osobné vzťahy s pestovateľmi, ktoré sú budované celé desaťročia.“

ZNAČKA A ČÍSLA

- 93 300 - POČET KUSOV CUKROVEJ REPY NA 1 HEKTÁRI PLOCHY POLA CUKROVEJ REPY.
- 11 - MNOŽSTVO VYROBENÉHO CUKRU V TONÁCH Z 1 HEKTÁRA PLOCHY CUKROVEJ REPY.
- 9 - POČET KUSOV CUKROVEJ REPY POTREBNÝCH NA VÝROBU 1 KG CUKRU.
- 130 - POČET DNÍ REPNEJ KAMPANE 2016/2017.